

Online-Marketing im Tourismus braucht verlässliche Daten



moalach
Unternehmensberatung

Weil die Zahlen in Google Analytics nicht plausibel erschienen, hat der Tourismusverband Tux-Finkenberg auf der Website **tux.at** parallel etracker analytics integriert. Nach einem Vergleich der Reportingdaten für das Jahr 2023 wurde offensichtlich:


Die Einschränkungen durch die Einwilligungspflicht bei Google Analytics führen mit den Schätzungen durch den erweiterten Einwilligungsmodus zu komplett verzerrten Kennzahlen gegenüber der echten Messung.



Google Analytics

Mit Hochrechnung auf Basis von **40%** der Besuche nach Einwilligung:

Nutzer-Conversion-Rate purchase ▾ 0,64 % Durchschn. 0 %	Absprungrate 26,9 % Durchschn. 0 %
--	--



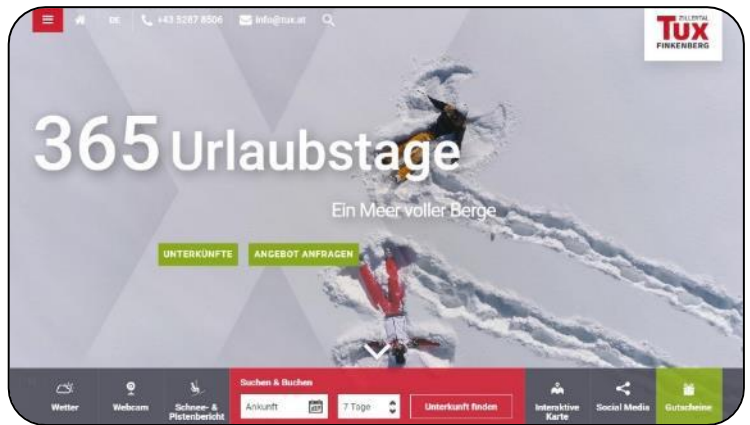
etracker analytics

100% Messung dank Einwilligungs-Freiheit:

Konversionsrate / (1) Besuch 0,29 %	Bounce Rate (1) 53,37 %
--	--

Über den Tourismusverband Tux-Finkenberg

Der Tourismusverband Tux-Finkenberg betreibt die Website **tux.at** als zentrale Buchungs-Plattform im Zillertal, einem der beliebtesten Urlaubsregionen Österreichs.



Die Herausforderung

Vor dem Wechsel zu etracker analytics stellte sich die Webanalyse als größere Baustelle dar. Neben den Anforderungen an die Datenschutzkonformität ging es hauptsächlich um Fragen der Nachvollziehbarkeit von Berichten. **Mit Google Analytics** war man auf die Einwilligung der Nutzer angewiesen. Dadurch **gingen rund 60% der Daten verloren**. Selbst der rechtlich fragwürdige Einwilligungsmodus konnte den Datenverlust nicht durch Hochrechnungen ausgleichen. Die Berichte boten daher bestenfalls eine Tendenz und ein wenig mehr als das reine Bauchgefühl. Wie gut Kampagnen tatsächlich liefen, konnte jedoch nicht zuverlässig ermittelt werden.

Die Lösung

Im Vergleich zu Google Analytics 4 waren dem Tourismusverband diese **Vorteile** von **etracker analytics** besonders wichtig:

Datenschutz

Der Verband legt großen Wert auf den verantwortungsvollen und rechtskonformen Umgang mit Nutzer-Daten. Dies hat im Umgang mit Google Analytics stets zu Herausforderungen geführt. Demgegenüber ist **etracker** als europäischer Anbieter für seine Datenschutzkonformität bekannt und **benötigt nachweislich keine Einwilligung**.

Echte Zahlen

Für die erfolgreiche Vermarktung der Region reichen Zahlen zu Kampagnen-Klicks und extrapolierten Konversionen nicht. Mit etracker erhält der Verband detaillierte Berichte basierend auf echten Messungen. Die **Konversionsraten von Google Analytics** erwiesen sich **um +120% verzerrt** gegenüber etracker analytics.

Erfolgsmessung

Als Gesellschaft des öffentlichen Rechts liegt es in der Verantwortung des Verbands, effizient mit dem Werbebudget umzugehen und dieses zielgerichtet einzusetzen. **etracker** ermöglicht nicht nur eine **genaue Analyse der Performance von Online-Marketing-Kampagnen**, sondern auch die Kontrolle von Agentur-Leistungen.

Kampagnensteuerung

Auch beim Bid Management profitiert der Verband von der **etracker** Datenbasis mit allen gemessenen Conversions unabhängig von der Einwilligung. Mittels **Conversion Upload** werden die Conversions automatisch zu Google Ads, Microsoft Ads und Meta hochgeladen und befeuern so deren Smart Bidding-Strategien.

Fazit

Google Analytics

- Nur **40%** der Besuche gemessen
- Conversions hochgerechnet
- Conversion- und Absprungraten verfälscht
- Marketing-Steuerung nicht seriös möglich

VS.

etracker analytics

- Alle Besuche und Conversions gemessen
- Keine Hochrechnungen
- Conversion- und Absprungraten verlässlich
- Seriöse Entscheidungshilfe und Steuerungsbasis

Denn effizientes Online-Marketing benötigt verlässliche Daten, um den Erfolg der Maßnahmen bewerten und Budgets gezielt einsetzen zu können.



Die Einführung von *etracker analytics* führte zu einer deutlichen Steigerung der Online-Buchungen und des Website-Traffics. Darüber hinaus hat es das tägliche Geschäft im Online-Marketing enorm vereinfacht. Es führte dazu, die „richtigen“ Gäste für die Region anzusprechen sowie in der Analyse mit „echten“ Daten zu arbeiten und sich nicht auf Schätzwerte von anderen Lösungen oder Auswertungen von Agenturen zu verlassen.

Dominik Neuner, Geschäftsführer Unternehmensberatung [moalach](#) für Online Marketing und Datenschutz, der das Projekt bei **tux.at** begleitet hat.



Wie gut ist eure Analytics-Datenqualität?

Jetzt für die eigene Website den Daten-Qualitäts-Check machen und **etracker analytics** kostenlos und unverbindlich parallel aktivieren.

Test starten