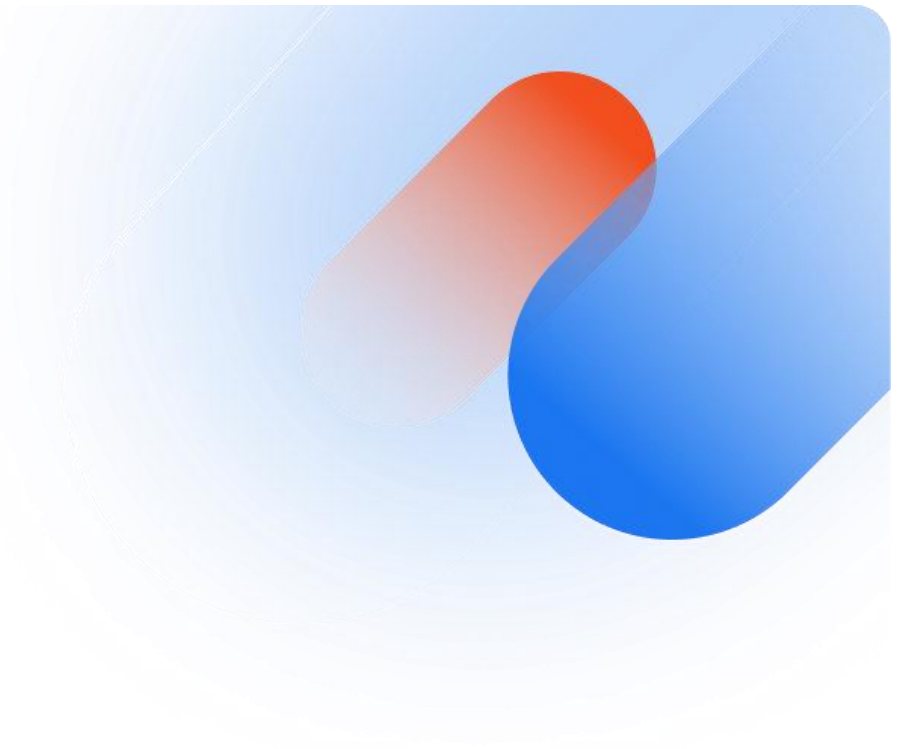


etracker



**Was sind die Vorteile
von etracker analytics
gegenüber Google
Analytics?**



INHALT

Datenerfassung erfordert keine Einwilligung.....	3
Datenerfassung trotz Ad-Blocking und Do not track Browser-Signal.....	4
Vermeidung von US-Datentransfers	5
Funktionale Vorteile.....	5
Premium Service.....	6
Vergleichsübersicht.....	7

DATENERFASSUNG ERFORDERT KEINE EINWILLIGUNG

Der Einsatz von etracker analytics kann auf der Grundlage von Art. 6 Abs. 1 lit. f) DSGVO erfolgen, da durch die datenschutzfreundliche Verarbeitung die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person nicht überwiegen. Für die Besuchererkennung werden ausschließlich Informationen wie Browser- oder Header-Informationen verarbeitet, die zwangsläufig oder aufgrund von (Browser-)Einstellungen des Endgerätes übermittelt werden. Somit ist dies nicht als „Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtung gespeichert sind“, zu werten. Außerdem werden keine Eigenschaften eines Endgerätes, wie etwa die Bildschirmgröße, ausgelesen. Insofern besteht keine Einwilligungspflicht gemäß TTDSG.

Hingegen haben die Aufsichtsbehörden entschieden, dass Google Analytics immer nur nach Einwilligung eingesetzt werden darf: egal, ob mit oder ohne Cookies, selbst mit IP-Anonymisierung (denn diese erfolgt erst nachgelagert) oder im Consent Mode.

“ Darüber hinaus ist in Fällen, in denen Drittdienstleister beim Tracking als Auftragsverarbeiter eingebunden werden, darauf zu achten, ob diese Dienstleister Daten der betroffenen Personen auch zu eigenen Zwecken verarbeiten (z. B. um eigene Dienste zu verbessern oder Interessensprofile zu erstellen). In diesem Fall – und selbst wenn sich der Drittdienstleister sich dies nur abstrakt vorbehält – wird der Rahmen einer Auftragsverarbeitung nach Art. 28 DS-GVO überschritten. Für die Übermittlung personenbezogener Daten – und sei es nur der IP-Adresse – an diese Drittdienstleister kann Art. 6 Abs. 1 lit. f) DS-GVO [das überwiegende berechnete Interesse] sodann in der Regel keine wirksame Rechtsgrundlage bilden.“

(Quelle: Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden für Anbieter:innen von Telemedien ab dem 1. Dezember 2021 (OH Telemedien 2021), Version 1.1, Stand: Dezember 2022)

In der Google Datenschutzerklärung heißt es zur Datenverknüpfung:

“ Wenn Sie Websites besuchen, auf denen Google Analytics eingesetzt wird, kann ein Google Analytics-Kunde erlauben, dass Google Daten über Ihre Aktivitäten auf dieser Website mit Aktivitäten auf anderen Websites verknüpft, auf denen ebenfalls unsere Werbedienste genutzt werden.“

(Quelle: https://www.gstatic.com/policies/privacy/pdf/20210701/7yn50xee/google_privacy_policy_de_eu.pdf)

Die Verknüpfung und Anreicherung mit demografischen Daten ist für den Zweck der Web-Analyse nicht das mildeste Mittel und widerspricht der natürlichen Erwartung der Nutzer. Somit kann laut Aufsichtsbehörden das berechnete Interesse nicht herangezogen werden und eine Einwilligung ist unabdingbar

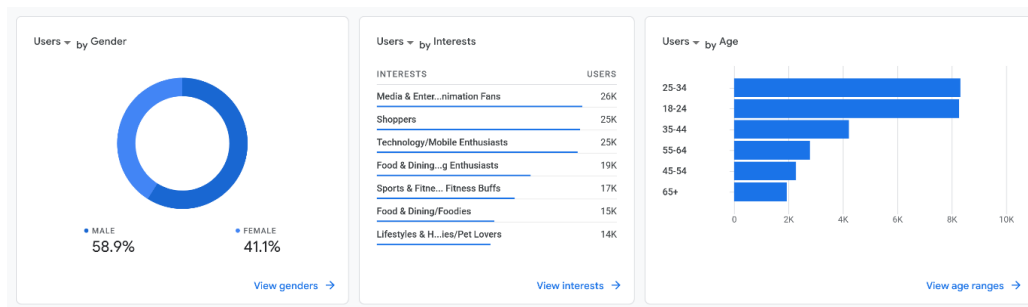
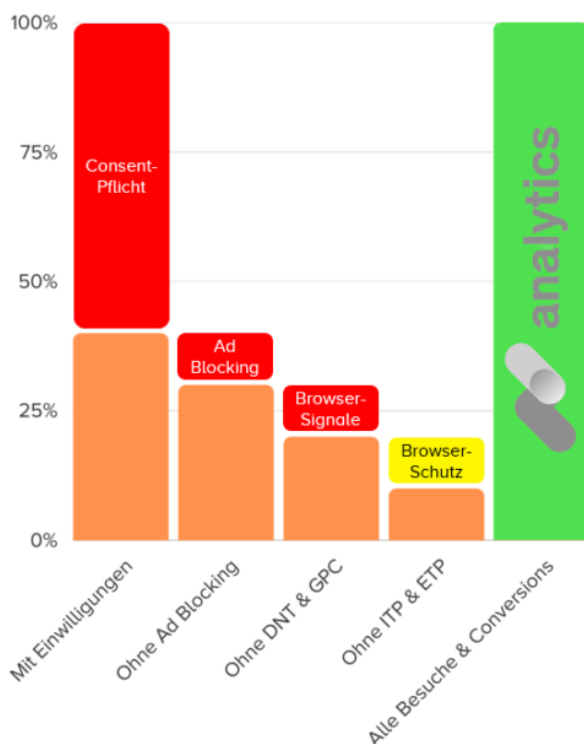


Abbildung: Reports in Google Analytics 4 auf Basis einwilligungspflichtiger soziodemografischer Daten, die mit den individuellen Google-Konto-Daten der Nutzer Website-übergreifend verknüpft sind

DATENERFASSUNG TROTZ AD-BLOCKING UND DO NOT TRACK BROWSER-SIGNAL

Einschränkungen durch Ad-Blocker können bei Einsatz von Google Analytics nur über ein aufwändiges Serverside Tracking verhindert werden. Hingegen ist die Einrichtung einer eigenen Tracking Domain bei etracker analytics vergleichsweise schnell und einfach umgesetzt.

Art. 21 Abs. 5 DSGVO verlangt die Beachtung von Do Not Track (DNT)-Einstellungen, wenn Tracking im Sinne des „World Wide Web Consortium“ (W3C) erfolgt. Dies betrifft Google Analytics, aber nicht etracker analytics. Denn gemäß W3C lehnt DNT nur ein Tracking ab, wenn Daten über die Aktivitäten eines bestimmten Nutzers außerhalb des Kontexts, in dem sie stattfanden, genutzt oder weitergegeben werden (siehe <https://www.w3.org/TR/tracking-dnt/>).



Safari Intelligent Tracking Prevention (ITP) verkürzt die Gültigkeitsdauer für 1st Party Tracking Cookies auf 24 Stunden, wenn der Besucher über ein Ad kommt:

- Safari-Anteil ca. 40%
- Ad/CPC-Anteil <50% (abhängig von Website)
- Anteil mehrtägiger Journeys mit untersch. Kampagnen < 50%
- Effektiv <10% „zerschnittene“ Journeys

VERMEIDUNG VON US-DATENTRANSFERS

etracker ebenso wie das von etracker genutzte Rechenzentrum IPHH haben ihren Sitz in Deutschland. Somit findet kein EU-US-Datentransfer statt.

Seit dem 10.07.2023 ist ein neuer Datenschutzrahmen für die Übermittlung personenbezogener Daten in die USA in Kraft getreten. Sofern Google die Bestimmungen des Datenschutzrahmens erfüllt und in dieser Liste aufgeführt ist, entfällt die Problematik aus Art. 44 DSGVO: <https://www.dataprivacyframework.gov/s/>

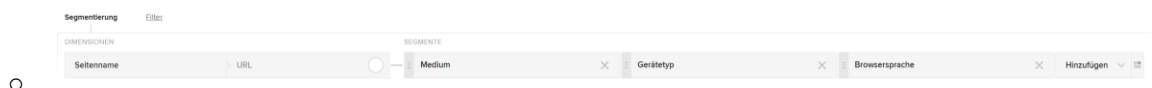
Allerdings bestehen erhebliche Zweifel, dass das neue Abkommen langfristig Bestand haben wird. Max Schrems, der mit seiner Organisation noyb bereits das Vorgänger-Abkommen zu Fall gebracht hat, kritisiert das neue Rahmenabkommen scharf und hat schon eine Klage vor dem Europäischen Gerichtshof angekündigt.

FUNKTIONALE VORTEILE

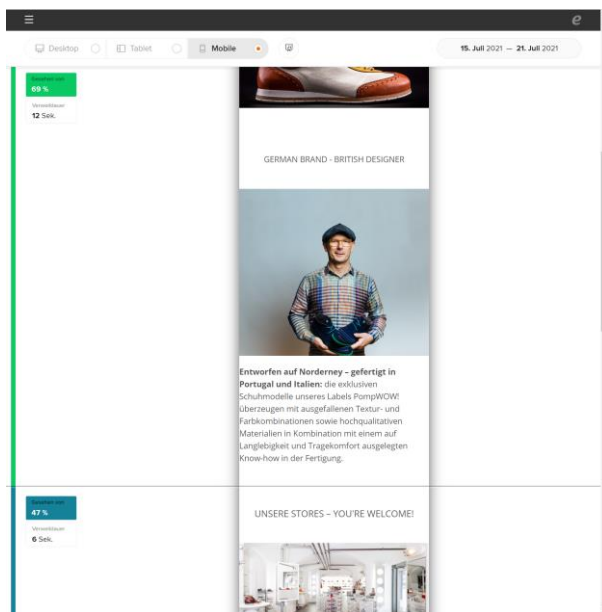
Die Haupt-Funktionen und -Reports in etracker analytics und Google Analytics sind sehr ähnlich, angefangen mit der Reporting-Struktur mit Grafik und Tabelle bis hin zu Sortier-, Filter-, Alarm- und Export-Funktionen.

Aber natürlich gibt es eine Reihe von Funktionen, die von ehemaligen Google Analytics-Anwendern als besondere Vorteile von etracker analytics hervorgehoben werden wie zum Beispiel:

- Dynamische Drill-downs in die Daten nicht nur auf einer Segmentierungs-Dimension, sondern in bis zu **sieben Ebenen**.



- Einzigartige Auswertungen wie die Scrollmap, die das Scrollverhalten auf die jeweiligen Webseiten projiziert.



Einstiege	Ausstiege	Bounce Rate ⓘ	Verweildauer / Besuch	Verweildauer / Bouncer ↓
16.169	16.169	46,84 %	00:02:18	00:00:20
6.702 (41,4 %)	3.410 (21,1 %)	34,41 %	00:00:30	00:00:17
1.675 (10,4 %)	2.090 (12,9 %)	40,36 %	00:01:32	00:00:38

PREMIUM SERVICE

Klassischen Support inklusive Online-Dokumentation, Video-Tutorials und Kontaktmöglichkeiten gibt es sowohl für Google Analytics als auch für etracker analytics. etracker bietet darüber hinaus auch Premium Services in Form von Schulungen in der etracker Academy und individuellem Consulting zur optimalen Integration und Nutzung der Lösung an:



Unsere Experten vermitteln online in kleinen Gruppen wertvolles Praxis-Know-how. Anhand konkreter Beispiele und Fallstudien erhalten Einsteiger eine Einführung in die umfangreichen Analyse- und Optimierungsmöglichkeiten. Fortgeschrittenen Anwendern bietet die Academy unter anderem Schwerpunktwissen zu den verschiedenen Disziplinen der Web-Analyse und des Conversion-Trackings.

Den Online-Erfolg mit datengestützten Entscheidungen und datengetriebenen Prozessen auf- und auszubauen ist eine der Top-Herausforderungen für Organisationen. Wer hier von Best Practices der Experten profitieren, sich Inspirationen und Ideen holen und mit anderen Praktikern austauschen möchte, ist in der etracker Academy genau richtig.

Weitere Informationen und Anmeldung unter: <https://www.etracker.com/academy/>.



Unsere Consultants unterstützen mit Workshops und Trainings dabei, das Maximum aus den etracker Lösungen herauszuholen. Dabei werden die Inhalte individuell auf die jeweilige Website und Daten sowie auf die Teilnehmer abgestimmt. Reviews und Tagging-Pläne sorgen für die optimale Integration in die Website und App. Dazu gehört auch die Unterstützung bei der Integration in Consent Management Plattformen sowie der Anbindung an Marketing Plattformen wie Google Ads, Microsoft Ads oder Facebook Ads.

Weitere Informationen unter: <https://www.etracker.com/consulting/>.


VERGLEICHSÜBERSICHT

	Google Analytics 4	etracker analytics Enterprise
Implementierung	<ul style="list-style-type: none">• Viele Plugins verfügbar• Google Tag Manager erspart Eingriffe ins html (ist vom Datentransfer-Verbot und Cookie-Consent-Pflicht betroffen)• Automatisches Tracking von Standard-Events	<ul style="list-style-type: none">• Plugins für die wichtigsten Systeme verfügbar• Wichtigste Tag Management-Funktionen sind direkt eingebunden für die automatische Erfassung von Scroll- und Klick- sowie CSS-Selektor-Events, interne Suche uvm.
Kampagnen-Tracking	<ul style="list-style-type: none">• Direkte Anbindung an Google Ads• UTM-Kampagnen-Link-Generator	<ul style="list-style-type: none">• Mapping von UTM-Kampagnen-Parametern• Eigener Link-Generator (inkl. Link-Historie)• Automatisierter Conversion Upload zu Google Ads und Microsoft Ads
Reporting	<ul style="list-style-type: none">• Dashboard und Berichte zu Akquisition, Verhalten, Conversions	<ul style="list-style-type: none">• Dashboard und Berichte unterteilt in Basis-, Marketing-

	<ul style="list-style-type: none"> • Alarme, E-Mail-Reporting, Exporte 	, eCommerce und UX Analytics <ul style="list-style-type: none"> • Alarme, E-Mail-Reporting, Exporte
Anbindungen	<ul style="list-style-type: none"> • Looker (ehem. Google Data Studio) • API zum Zugriff auf Reportingdaten • Rohdatenzugriff 	<ul style="list-style-type: none"> • Looker (ehem. Google Data Studio) Connector • API zum Zugriff auf Reportingdaten • Rohdatenzugriff über SFTP • Targeting API zum Zugriff auf Nutzerprofildaten in Echtzeit
Daten-Aktualität	<ul style="list-style-type: none"> • Nur begrenztes Reporting für den aktuellen Tag verfügbar • Echtzeit-Report 	<ul style="list-style-type: none"> • Kontinuierliche Verarbeitung aller Daten des laufenden Tages (ca. 30 Minuten Verarbeitungsdauer) • Echtzeit-Report zu aktuellen und letzten Besuchern
Konto-Verwaltung	<ul style="list-style-type: none"> • Konto, Properties, Datenansichten • Zugriffsverwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> • Multi-Account-Management zur flexiblen Zuordnung von Accounts (Konten) zu Nutzern • Nutzerverwaltung mit Option zur Teilung von Reportansichten und optionalen Datenansichts-Filtern

Segmentierung	<ul style="list-style-type: none"> • Erstellung von Segmenten und Audiences • Berichte mit nur zwei Dimensionen 	<ul style="list-style-type: none"> • On-the-fly Segmentierung ohne vorherige Anlage • Bis zu sieben Dimensionen pro Bericht
Professional Services	<ul style="list-style-type: none"> • Umfangreiche Dokumentation online • Kontakt per Chat und E-Mail • Academy-Videos 	<ul style="list-style-type: none"> • Umfangreiche Dokumentation online • Kontakt per Telefon und E-Mail • Interaktive Academy-Lehrgänge • Regelmäßige Webinare und Tipps • Individuelle Consulting-Unterstützung vom Tagging-Plan bis hin zu Schulungen anhand des eigenen Kontos
Datenhoheit	<ul style="list-style-type: none"> • Gefahr von Data-Leakage für Werbezwecke von Wettbewerbern über Funktionen wie „Nutzer, die ähnliche Websites wie diese besuchen“, Ausrichtung nach Zielgruppen mit gemeinsamen Interessen, kaufbereiten Zielgruppen in Google Ads. 	<ul style="list-style-type: none"> • Reine Datenverarbeitung im Auftrag des Kunden • Keine Kunden-übergreifende Verknüpfung von Daten • Keine Nutzung zu eigenen Zwecken oder Weitergabe an Dritte
Consent Management	<ul style="list-style-type: none"> • Keine Vorlage für die Datenschutzerklärung und keine einfache Opt-Out-Funktion • Separates Consent Management erforderlich • Im Einwilligungsmodus werden rechtlich problematische Daten für Modellierungen ohne Einwilligung an Google gesendet • Automatisches Tracking von Standard-Events 	<ul style="list-style-type: none"> • Vorlage für die Datenschutzerklärung mit einfacher Opt-Out-Funktion • Integrierter Consent Manager für etracker-bezogene Einwilligungen • Anerkannte und unabhängig geprüfte einwilligungs-freie Datenerfassung ohne Hochrechnungen u.ä. im Standard

Die Inhalte dieser Gegenüberstellung wurden sorgfältig recherchiert, geprüft und nach bestem Wissen erstellt. Allerdings wird für die Ausführungen kein Anspruch auf Vollständigkeit, Aktualität, Qualität und Richtigkeit erhoben.



etracker GmbH
Erste Brunnenstraße 1
20459 Hamburg, Germany
info@etracker.com