etracker

Was sind die Vorteile von etracker analytics und guten Gründe für einen Wechsel von GA4?

INHALT

Verlässliche Datenbasis 3
Vermeidung von US-Datentransfers 5
Gesamtlösung für Consent, Tag und Data Management 5
Einfache Konfiguration und intuitives Reporting 6
Persönliche Ansprechpartner und Unterstützung 7
Funktionale Vorteile 7
Vergleichsübersicht 8

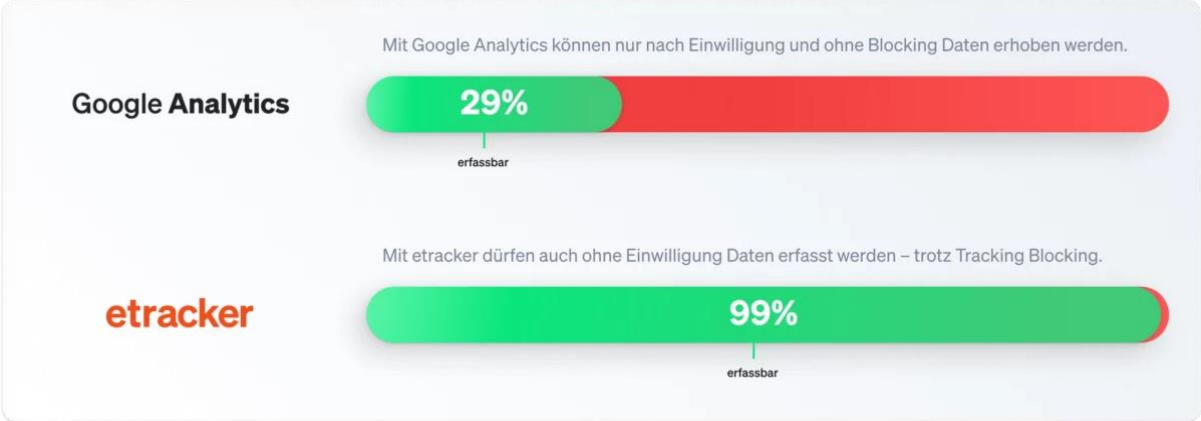
Die sechs Hauptgründe für den Umstieg von GA4 zu etracker analytics sind:

1. Verlässliche Datenbasis
2. Vermeidung von US-Datentransfers
3. Gesamtlösung für Consent, Tag und Data Management
4. Einfache Konfiguration und intuitives Reporting
5. Persönliche Ansprechpartner und Unterstützung
6. Funktionale Vorteile

VERLÄSSLICHE DATENBASIS

Bei mangelhaften Daten drohen kostspielige Fehlentscheidungen. Die Datenqualität ist vor allem in Bedrängnis bei

- rechtlicher Einwilligungspflicht,
- Schutzmaßnahmen der Browser wie Intelligent Tracking Prevention (ITP) und
- Einsatz von Browser-Erweiterungen zum Ad und Tracking Blocking



Mit etracker können bei voller Datenschutzkonformität im Vergleich zu Google Analytics bis zu 99% aller Besuche und Conversions erfasst werden.

Der Einsatz von etracker analytics erfordert datenschutzrechtlich keine Einwilligung. Informationen dazu findest du hier.

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 berechtigte Interesse] sodann in der Regel keine wirksame Rechtsgrundlage bilden.“

(Quelle: Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden für Anbieter:innen von digitalen Diensten (OH Digitale Dienste), Version 1.2, Stand: November 2024)

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: google_privacy_policy_de_eu.pdf)

Die Website-übergreifende Verknüpfung, Verwendung für Google-eigene Zwecke, Zuordnung zu persönlichen Daten von Google-Konten und dadurch auch Anreicherung mit demografischen Daten widersprechen der Forderung nach Begrenzung auf die erforderlichen und mildesten Mittel für den Zweck der Web-Analyse. Zudem wird damit gegen die natürlichen Erwartungen der Nutzer verstoßen. Somit kann das berechtigte Interesse gemäß DSGVO nicht herangezogen werden und eine Einwilligung ist unabdingbar.

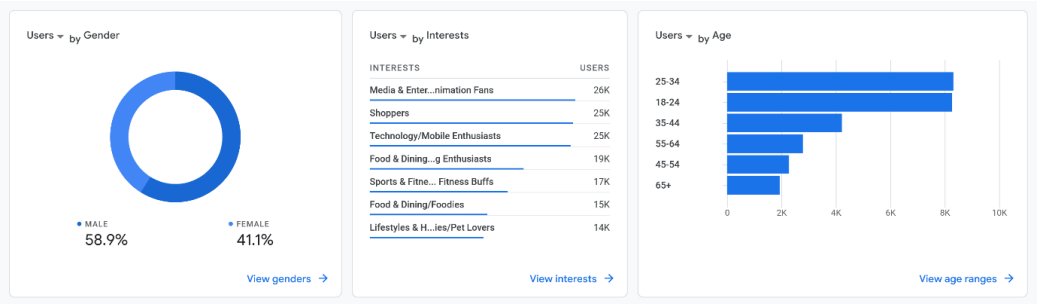
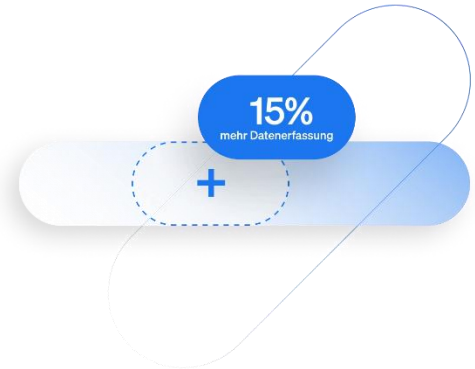


Abbildung: Reports in Google Analytics 4 auf Basis einwilligungspflichtiger soziodemografischer Daten, die mit den individuellen Google-Konto-Daten der Nutzer Website-übergreifend verknüpft sind.



Rund 15% der Website-Besucher nutzen Werbeblocker, die die Ausführung des Google Tag Managers und Analyse-Tools verhindern. Knapp 20% der Nutzer in Deutschland verwenden den Safari- oder Firefox-Browser, der u.a. die Laufzeit von Tracking-Cookies einschränkt.

Bei Einsatz von Google Analytics können die dadurch entstehenden Datendiskrepanzen nur über ein aufwändiges Serverside Tracking verhindert werden. Hingegen ist die Einrichtung einer eigenen Tracking Domain bei etracker analytics schnell und einfach umgesetzt.

Hier findest du Informationen, wie mit etracker analytics und einer eigenen Tracking Domain derartige Einschränkungen vermieden werden können.

VERMEIDUNG VON US-DATENTRANSFERS

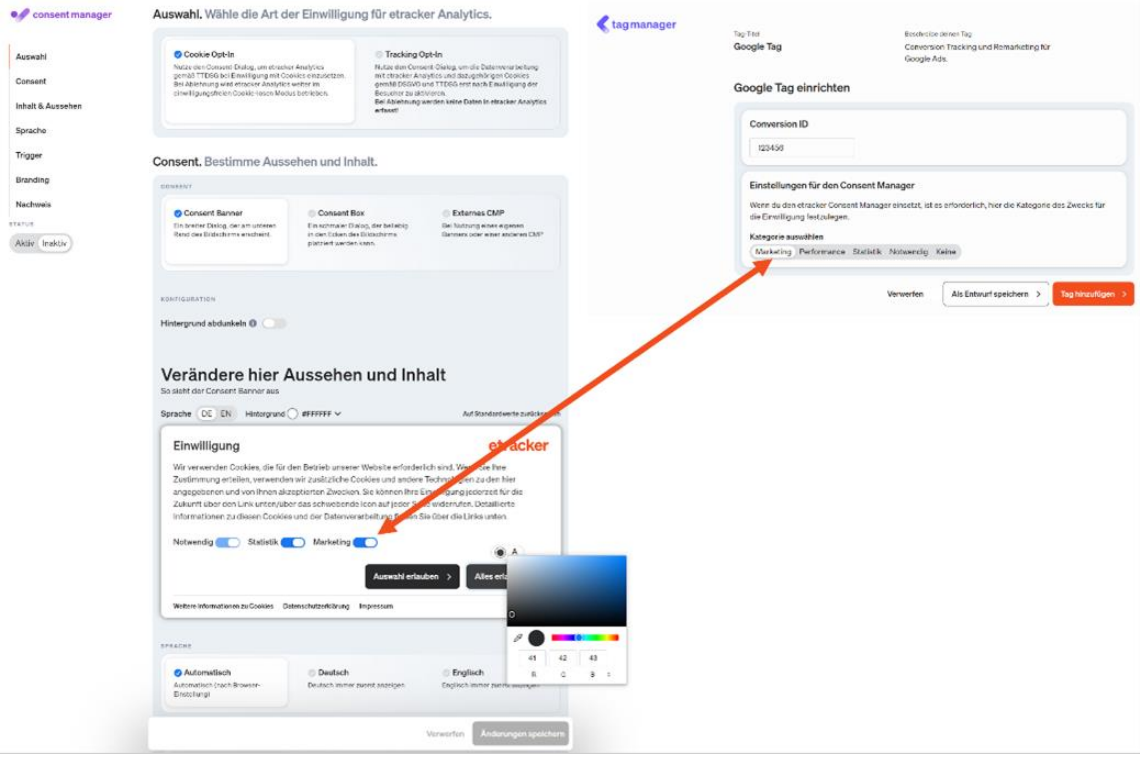
etracker ebenso wie das von etracker genutzte Rechenzentrum Internet Port Hamburg (IPHH) haben ihren Sitz in Deutschland. Somit findet kein EU-US-Datentransfer statt.

Seit dem 10.07.2023 ist ein neuer Datenschutzrahmen für die Übermittlung personenbezogener Daten in die USA in Kraft getreten.: das EU-U.S. Data Privacy Framework. 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, rechnet bis Ende 2025 mit einer endgültigen Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs.

GESAMTLÖSUNG FÜR CONSENT, TAG UND DATA MANAGEMENT

Wer Google Analytics einsetzt, benötigt immer zusätzlich eine Consent Management-Lösung (CMP). Wird der Google Tag Manager für das Ausspielen von Drittanbieter-Tags verwendet, müssen Änderungen immer sowohl im Tag Manager als auch in der CMP vorgenommen werden. Dies verursacht Mehraufwände und ist eine gefährliche Fehlerquelle.

Das bei etracker analytics integrierte Tag und Consent Management macht doppelte Pflegeaufwände von Haus aus überflüssig. Hinzugefügte oder veränderte Tags werden automatisch mit dem Consent Management synchronisiert.

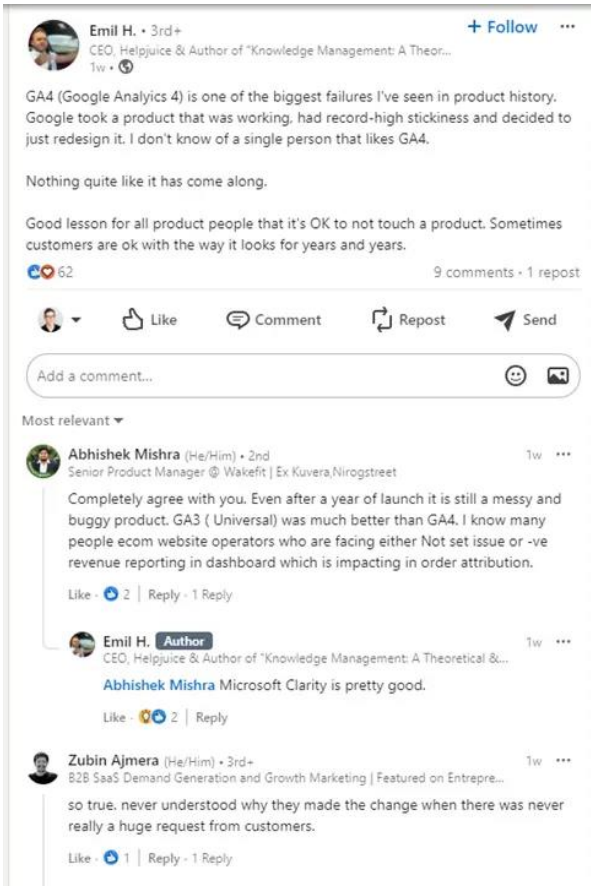


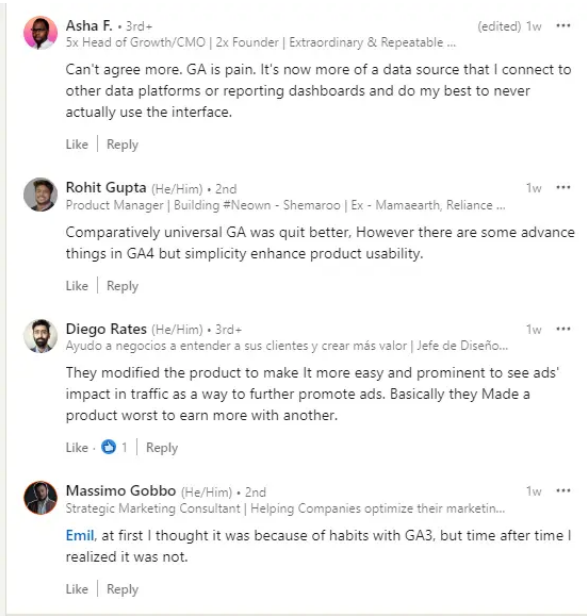
Die All-in-One-Lösung von etracker bietet gleich mehrere Vorteile:

- Nur ein Code in der Website.
- Drittanbieter-Tags werden automatisch über das Consent Management gesteuert und müssen dort nicht mühsam nachgepflegt werden!
- Keine extra CMP-Lizenz notwendig.
- Datenschutzfreundlich: Cookie-loses Tag Management (optional über die eigene Domain).
- Geringe Code-Größe führt zu schnelleren Ladezeiten und verbesserten Core Web Vitals.

EINFACHE KONFIGURATION UND INTUITIVES REPORTING

Der Frust über die mangelhafte Usability von GA4 ist groß, wie dieser exemplarische LinkedIn-Thread zeigt:





Bei etracker analytics legen wir sehr viel Wert auf ein modernes User Interface und intuitive Bedienbarkeit.

> **Seien wir mal ehrlich: ich bin nicht wirklich ein Fan von diesen ganzen Analytics Tools, oft sind sie unübersichtlich und der Weg ist weit bis man tatsächlich an die Zahlen kommt, die man braucht. Bei dem Tool etracker hat sich das ganze aber nun für mich gewandelt. Seit der Einführung von etracker bei uns im Unternehmen bin ich schon fast euphorisch, wenn es ums Kampagnentracking geht!“**

Alina, Influencer Marketing Managerin bei ORION Versand GmbH und Co KG

PERSÖNLICHE ANSPRECHPARTNER UND UNTERSTÜTZUNG

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:

CONSULTING

Training und Beratung – maßgeschneidert für dein Unternehmen und deine Ziele

Mehr erfahren >

ACADEMY

Lerne praxisnah, wie du mit etracker das Maximum aus deinen Daten ziehst.

Mehr erfahren >

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 es gibt 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.
- Wechsel des **Attributionsmodells** in den Marketing-Reports per Klick.
- Sekundengenaue Messung der **Verweildauer** mit Beacon-Technologie auch für Bouncer (Besuche mit nur einem Seitenaufruf).
- B2B-Report, der per IP-Lookup Unternehmen anzeigt, von denen aus die Website aufgerufen wurde.

VERGLEICHSÜBERSICHT

	Google Analytics 4	**etracker analytics Enterprise**
Implementierung	• Viele Plugins verfügbar • Google Tag Manager erspart Eingriffe ins HTML (ist vom Datentransfer-Verbot und Cookie-Consent-Pflicht betroffen) • Automatisches Tracking von Standard-Events	• Plugins für die führenden 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	• Direkte Anbindung an Google Ads • UTM-Kampagnen-Link-Generator	• Mapping von UTM-Kampagnen-Parametern • Eigener Link-Generator (inkl. Link-Historie) • Automatisierter Conversion Upload zu Google Ads und Microsoft Ads
Reporting	• Dashboard und Berichte zu Akquisition, Verhalten, Conversions • Alarme, E-Mail-Reporting, Exporte	• Dashboard und Berichte unterteilt in Basis-, Marketing-, E-Commerce und UX Analytics • Alarme, E-Mail-Reporting, Exporte
Anbindungen	• Looker Studio • API zum Zugriff auf Reportingdaten • Rohdatenzugriff	• Looker Studio Connector • API zum Zugriff auf Reportingdaten • Rohdatenzugriff über SFTP
Daten-Aktualität	• Nur begrenztes Reporting für den aktuellen Tag verfügbar • Echtzeit-Report	• Kontinuierliche Verarbeitung aller Daten des laufenden Tages (ca. 30 Minuten Verarbeitungsdauer)

		• Echtzeit-Report zu aktuellen und letzten Besuchern
Konto-Verwaltung	• Konto, Properties, Datenansichten • Zugriffsverwaltung	• Multi-Account-Management zur flexiblen Zuordnung von Accounts (Konten) zu Nutzern • Nutzerverwaltung mit Option zur Teilung von Reportansichten und optionalen Datenansichts-Filtern
Segmentierung	• Erstellung von Segmenten und Audiences • Berichte mit nur zwei Dimensionen	• On-the-fly Segmentierung ohne vorherige Anlage • Bis zu sieben Dimensionen pro Bericht
Professional Services	• Umfangreiche Dokumentation online • Kontakt per Chat und E-Mail • Academy-Videos	• 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	• 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.	• Reine Datenverarbeitung im Auftrag des Kunden • Keine Kunden-übergreifende Verknüpfung von Daten • Keine Nutzung zu eigenen Zwecken oder Weitergabe an Dritte

---

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

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