

 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

Set-up GA4



ALEXANDER HOLL

Gründer 121WATT

Speaker: SMX, SEOKOMM, SEO-Day, Google Partner Academy



SEIT 2008

GRÜNDER UND GESCHÄFTSFÜHRER 121WATT

Referent zu SEO, Google Analytics & GA4

SEIT 2019

GASTREFERENT UNI LUZERN

CAS Digital Analytics

2015 - 2018

GOOGLE PARTNER ACADEMY

Referent zu Google Analytics und Leiter des Bootcamps zum GAIQ

1992 - 2008

SILICON GRAPHICS, ECRC, ALTAVISTA, YAHOO & KALAYDO

Direktor ECRC, Altavista, Yahoo und Geschäftsführer kalaydo.de

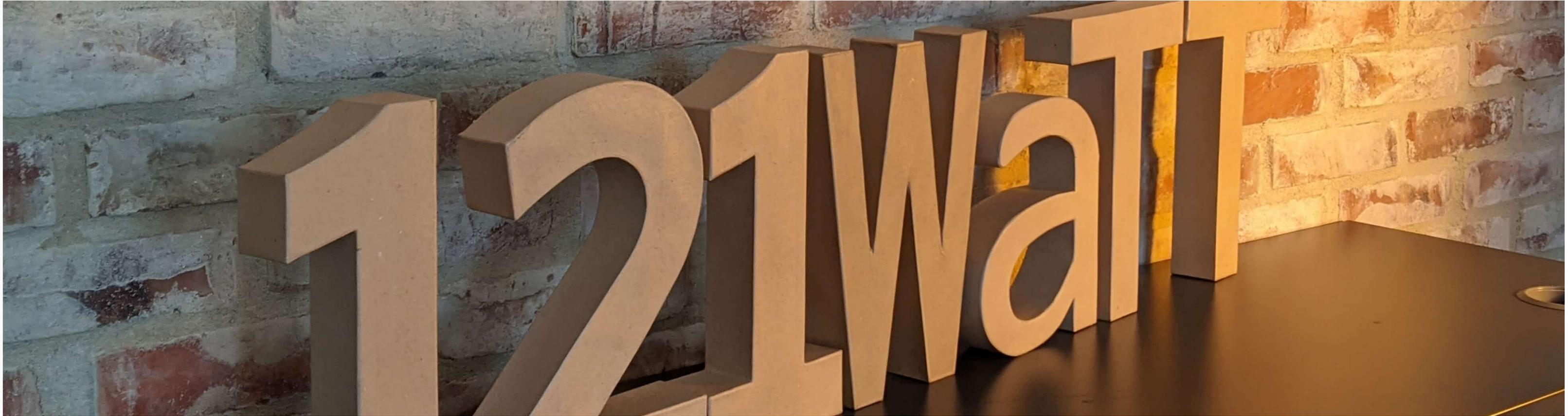
FOLLOW US



 United States	517,215*
 United Kingdom	47,893*
 Japan	41,594*
 Russia	36,887*
 India	22,168*
 Netherlands	20,986*
 Canada	18,881*
 Germany	17,430*
 Australia	15,696*
 France	14,332*

- (1) We know of 35,742,483 live websites using Google Analytics
- (2) We know of 5,518,560 live websites using Google Analytics 4.
- (3) We know of 1,021,847 live websites using Google Analytics in Germany
- (4) We know of 17,431 live websites using Google Analytics in Germany
- (5) **Quelle:** <https://trends.builtwith.com/analytics/Google-Analytics-4/Germany>

- (1) Der Basis Set-up von GA4
- (2) Die Rahmenbedingungen für deinen GA4 Set-up
- (3) Universal Analytics Audit als Voraussetzung
- (4) Wie aufwendig wird dein Set-up von GA4
- (5) Fazit zum Set-up von GA4



 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

Der GA4 Basis Set-up

Sehr geringer Aufwand?

1. **Kontostruktur berücksichtigen** 
 (Aufwand variiert)
2. **Google Analytics 4-Property erstellen** 
 (sehr geringer Aufwand)
3. **Datenstream(s) erstellen** 
 (sehr geringer Aufwand)
4. **Datenerfassung aktivieren** 
 (Aufwand variiert)
5. **Google-Signale aktivieren** 
 (falls zutreffend; sehr geringer Aufwand)
Erforderlich für erweiterte Remarketing-Funktionen und Berichte
6. **Mit Google Ads verknüpfen** 
 (falls zutreffend, geringer Aufwand)
Sie können das [Migrationstool für Google Ads-Verknüpfungen](#) verwenden, um Verknüpfungen aus Universal Analytics zu importieren, oder [neue Google Ads-Verknüpfungen erstellen](#) .

Verknüpfungen aus Universal Analytics zu importieren, oder [neue Google Ads-Verknüpfungen erstellen](#) .
7. **Benutzerdefinierte Universal Analytics-Ereignisse Google Analytics 4-Ereignissen zuordnen** 
 (Aufwand variiert)
8. **Universal Analytics-Zielvorhaben und -Conversions zu Google Analytics 4 migrieren** 
 (mittlerer Aufwand)
9. **Gebote für Conversions prüfen und in Google Ads übernehmen** 
 (falls zutreffend; mittlerer Aufwand)
10. **Zielgruppen migrieren** 
 (falls zutreffend; mittlerer Aufwand)
11. **E-Commerce-Messung migrieren** 
 (falls zutreffend; hoher Aufwand)
12. **Nutzer hinzufügen** 
 (geringer Aufwand)
Verwenden Sie das [Tool für die Nuttermigration](#) oder fügen Sie Nutzer [manuell hinzu](#) .

Verwenden Sie das [Tool für die Nuttermigration](#) oder fügen Sie Nutzer



 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

Audit: Wie komplex ist deine bestehende Integration?

Abschätzung Aufwand Migration zu GA4



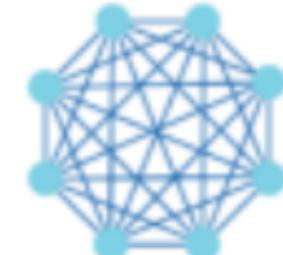
Seitenaufrufe
Ziele



Seitenaufrufe
Ziele
Ereignisse
UTM



Seitenaufrufe
Ziele
Ereignisse
UTM
Filter
Datenansichten
Verknüpfungen



Seitenaufrufe
Ziele
Ereignisse
UTM
Filter
Datenansichten
Verknüpfungen
Content-Group
Channel-Group.
Custom-Def.
E-Commerce



 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

Set-up: Der Basis Set-up in GA4

Google Analytics 4 einrichten: die Optionen

Bestehendes Konto Neue Property

- ▶ Es gibt keine historischen Einstellungen

ohne Einstellungen

Währung

Propertynamen

Nutzerverwaltung

Bestehendes Konto „Upgrade auf GA4“

- ▶ Einstellungen werden übernommen
- ▶ **weitere** Tools zum Kopieren der Universal Analytics-Konfigurationen

Einrichtungsassistent

Datenstreams



page_view

click

scroll

Konfigurieren



interne Zugriffe

referral-exclusion

Verknüpfen



Google Ads

BigQuery

GSC

Daten erfassen



Datenaufbewahrung

Google Signale

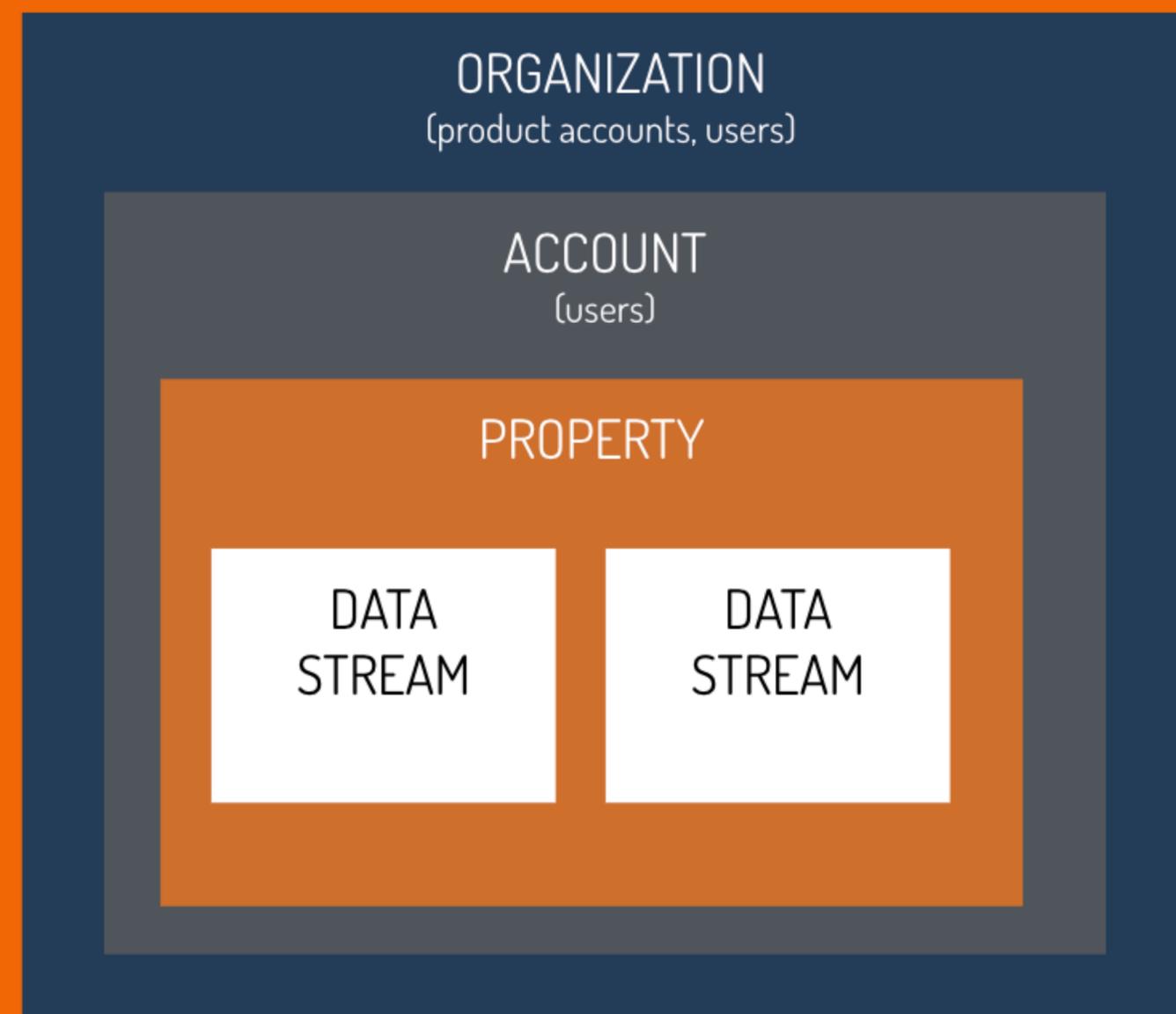
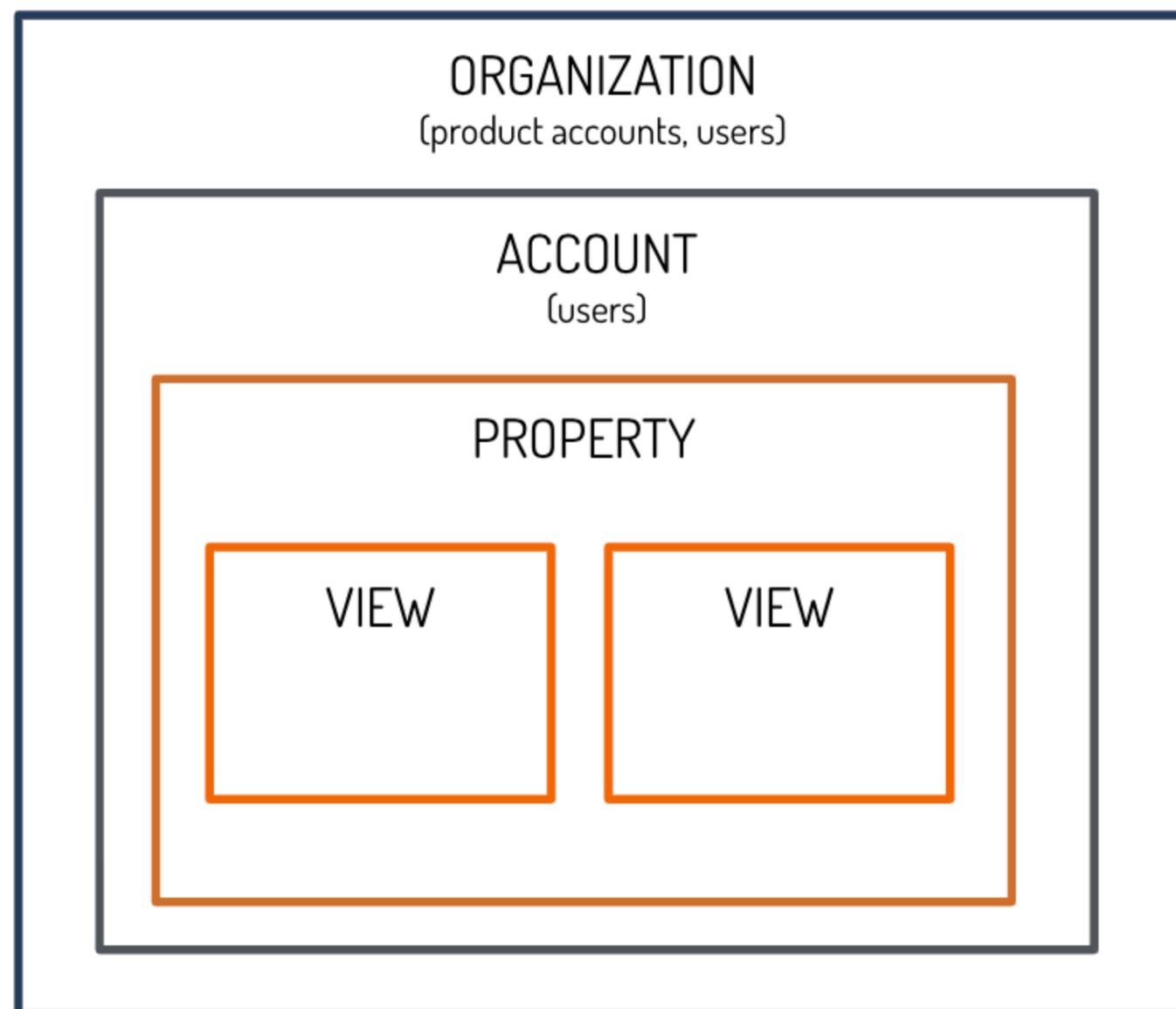
GA4 integrieren

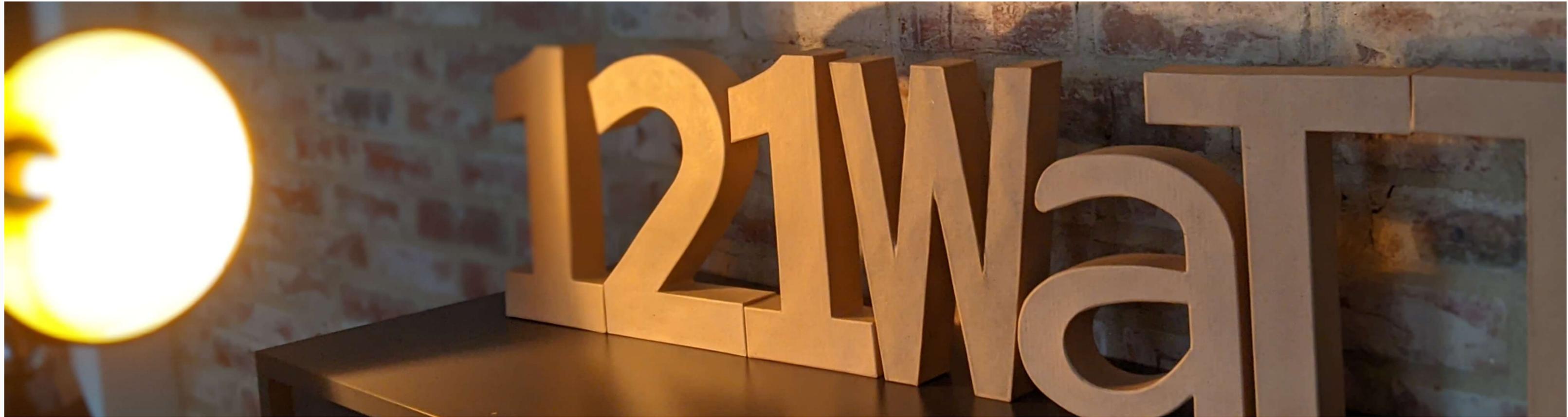
<head> Website (gtag.js)

Integration über GTM

Universal Analytics vs Google Analytics 4

Kontostruktur





 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

Der Set-up von GA4

Datenkompetenz bzw. Data Literacy

Data Literacy (= Daten auf kritische Art und Weise zu sammeln, zu managen, zu bewerten und anzuwenden) ist eine zentrale Kompetenz für die Digitalisierung und die globale Wissensgesellschaft in allen Sektoren und Disziplinen. Angesichts der zunehmenden Menge und der Verfügbarkeit von Daten stellt sich die Herausforderung, mit den Daten Wissen zu generieren und fundierte Entscheidungen treffen zu können.



https://gi.de/fileadmin/GI/Hauptseite/Aktuelles/Aktionen/Data_Literacy/HFD_AP37_DALI_Studie_2018-09.pdf

- (1) Die Rahmenbedingungen für deinen GA4 Set-up
- (2) Wie aufwendig wird dein Set-up von GA4
- (3) Der Set-up von GA4

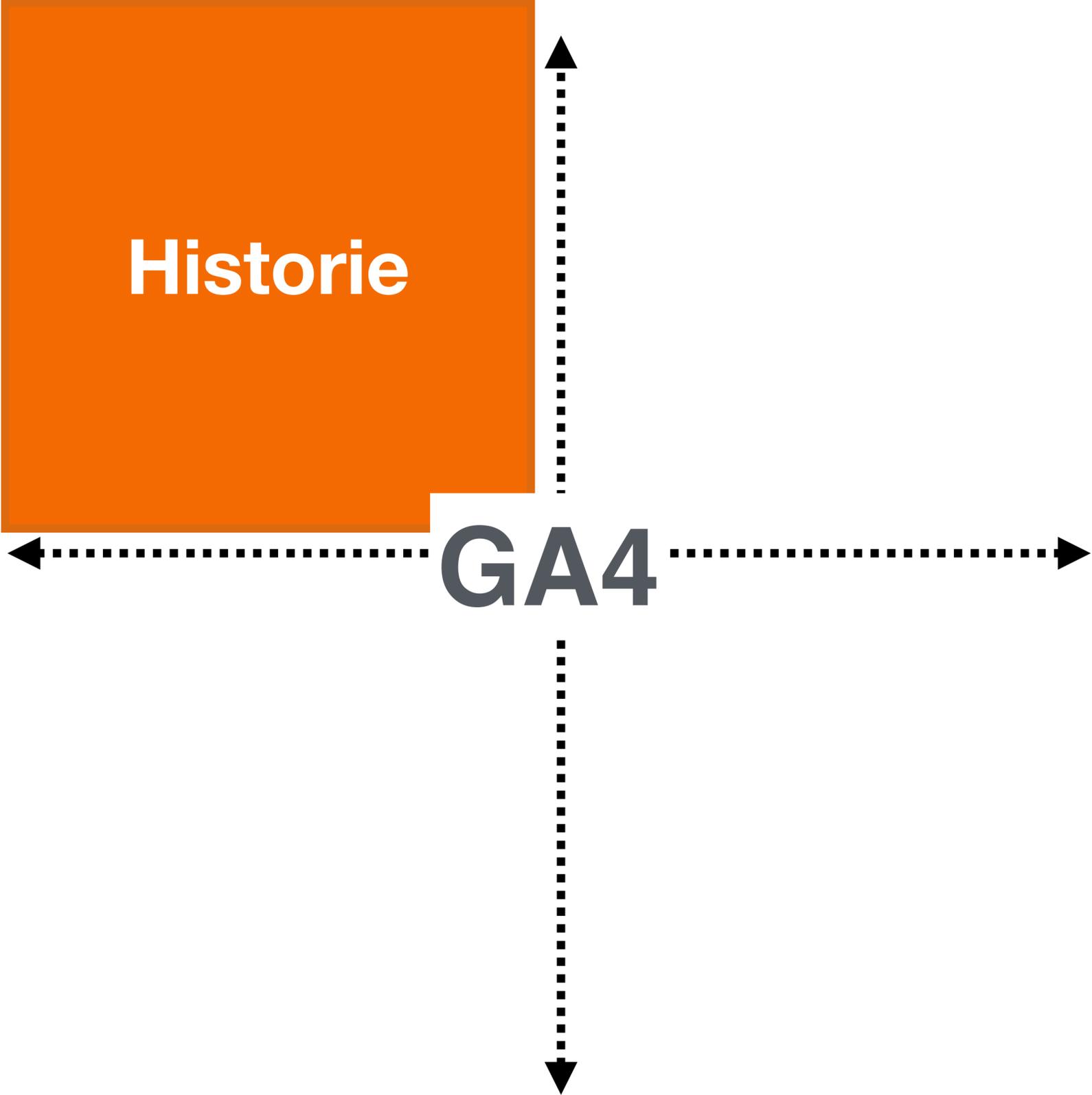


 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

Rahmenbedingungen

Rahmenbedingungen



Zielgruppenübersicht

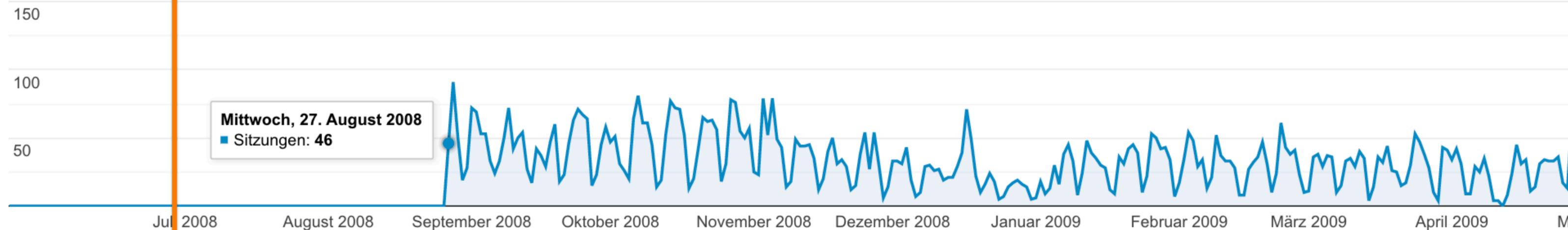
Alle Nutzer
0,00 % Nutzer

+ Segment hinzufügen

Übersicht

Sitzungen im Vergleich zu [Messwert auswählen](#)

Sitzungen



Nutzer

0

Neue Nutzer

7.718

Sitzungen

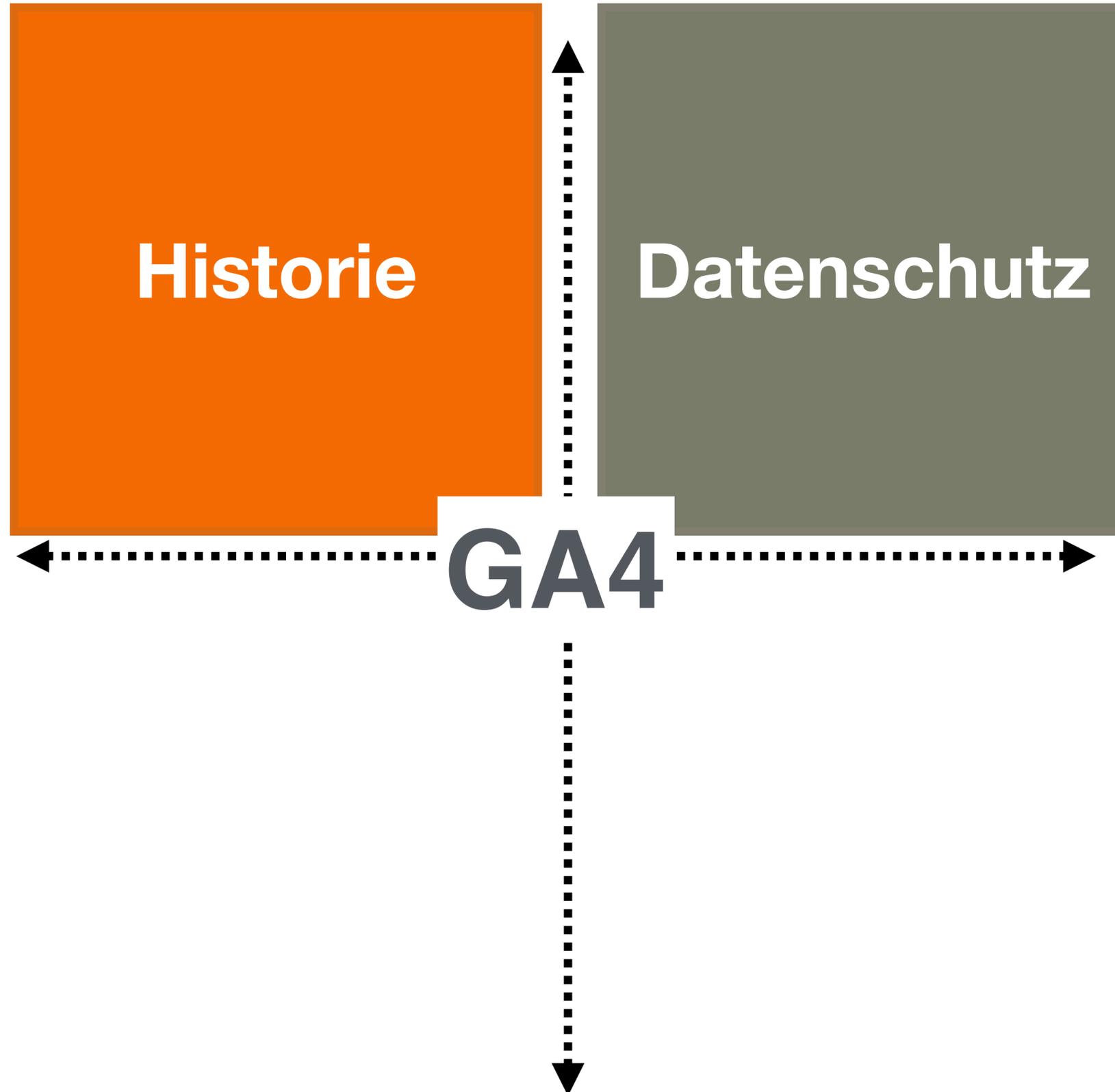
9.947

Anzahl der Sitzungen pro Nutzer

0,00

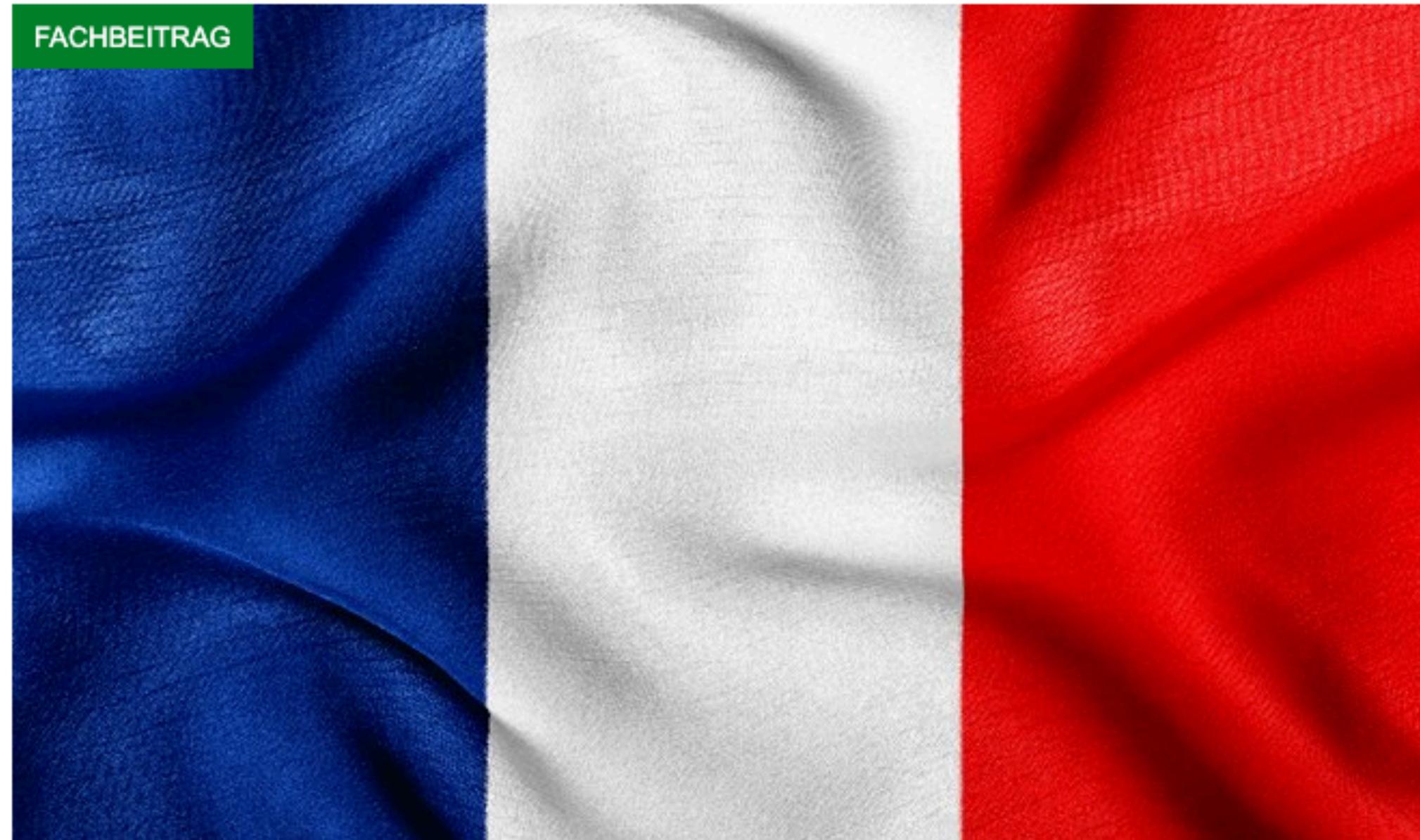
Für diese Ansicht sind

Rahmenbedingungen



Stellungnahme der CNIL zu Google Analytics

14. JUNI 2022 | 3 KOMMENTARE | VON DR. DATENSCHUTZ



MEISTGELESEN



Google Analytics datenschutzkonform einsetzen



Personenbezogene Daten: Definition und praktische Beispiele



Datenschutz? Ich hab' doch nix zu verbergen!



Betrieblicher, interner und externer Datenschutzbeauftragter



Dr. Datenschutz Podcast

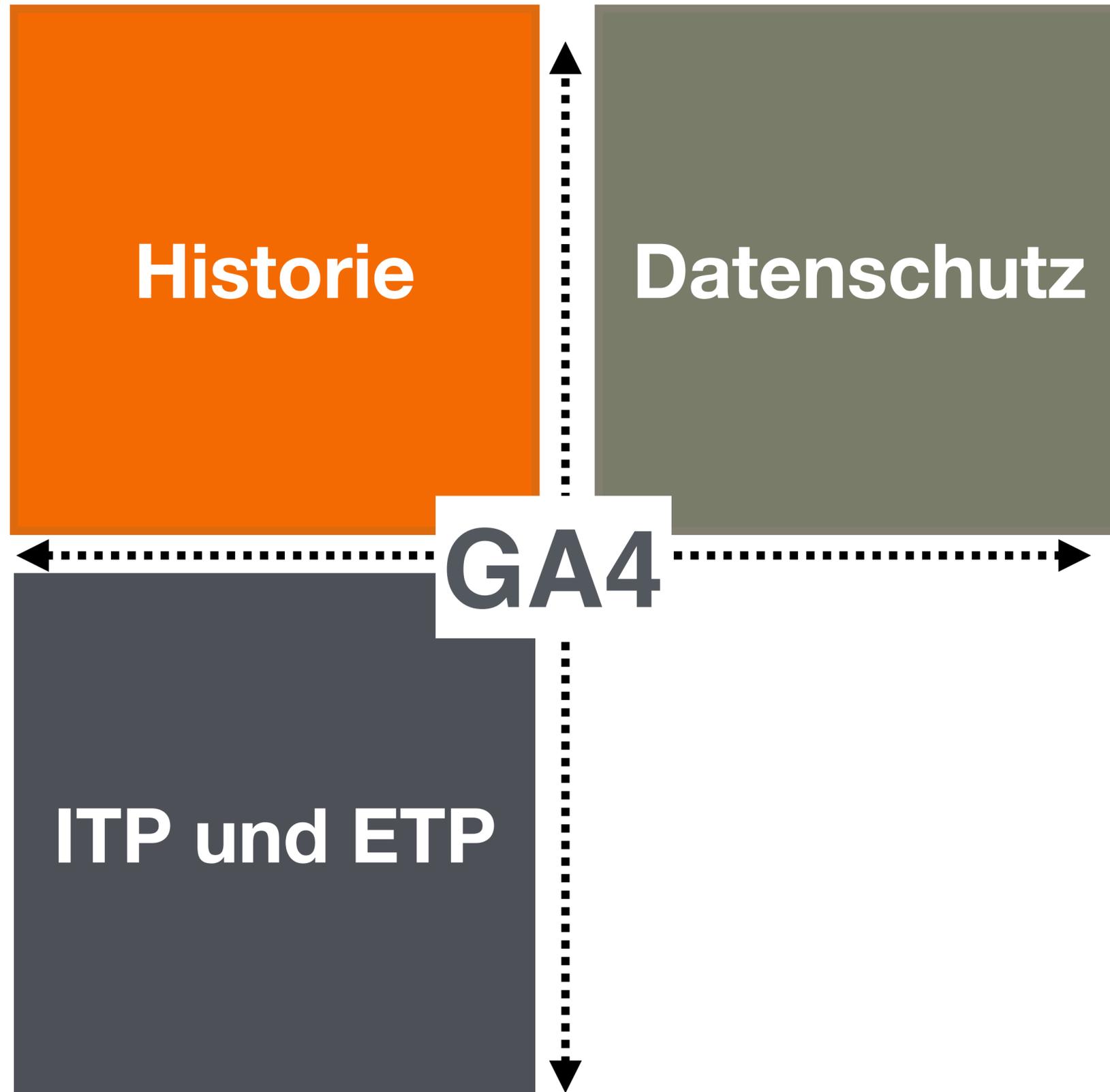
Am 07.06.2022 hat die französische Datenschutzbehörde, die CNIL (Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés, deutsch *Nationale Kommission für Informatik und Freiheiten*), eine aktuelle [Stellungnahme](#) in Sachen Google Analytics veröffentlicht. Wir stellen die Kernaussage dieser Stellungnahme dar.

<https://www.dr-datenschutz.de/stellungnahme-der-cnil-zu-google-analytics/>

WER SCHREIBT HIER



Rahmenbedingungen



#4 ITP, ETP & Co.

Name	Value	Domain	P.	Expires / Max-Age	S.
_ga_2P3NL95LCG	GS1.1.1655974174.1...	.121watt.de	/	2024-06-22T08:49...	47
_ga_R3GGQNP...	GS1.1.1655974174.1...	.121watt.de	/	2024-06-22T08:49...	48

Cookielaufzeit bis 22.06.2024

Cookielaufzeit 2 Jahre

Chrome

Name	Wert	Domain	Path	Expires
_ga_2P3NL95LCG	GS1.1.1655974...	.121watt.de	/	30.6.2022, 10:5...
_ga_R3GGQNPB24	GS1.1.1655974...	.121watt.de	/	30.6.2022, 10:5...

Cookielaufzeit bis zum 30.06.200

Cookielaufzeit 7 Tage

Safari

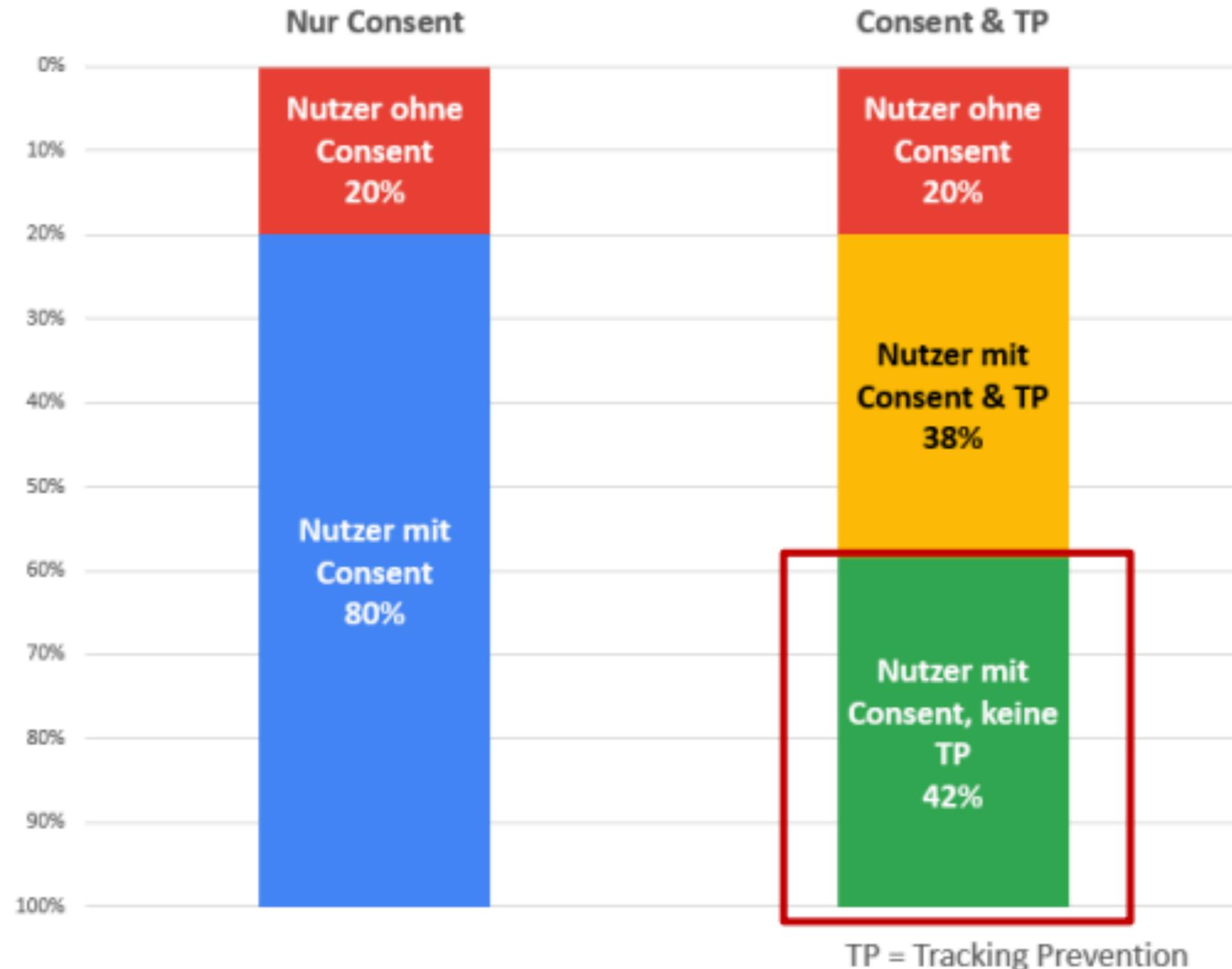
#4 ITP, ETP & Co.

	Brave	Chrome	Edge	Firefox	Safari	Cliqz
Mechanism	Shields	n/a	Tracking prevention	Enhanced Tracking Protection (ETP)	Intelligent Tracking Prevention (ITP)	Anti-Tracking
Cookies in 1st party context	<ul style="list-style-type: none"> For cookies set with <code>document.cookie</code>, expiration set to 7 days. Otherwise maximum expiry set to 6 months. 	<ul style="list-style-type: none"> No restrictions. 	<ul style="list-style-type: none"> No restrictions. 	<ul style="list-style-type: none"> All storage is purged from known trackers daily, unless the user has interacted with the site in first-party context within the last 45 days. 	<ul style="list-style-type: none"> For cookies set with <code>document.cookie</code>, expiration set to 7 days. For cookies set with <code>document.cookie</code>, expiration set to 24 hours on pages with URL decoration (query parameters or fragments) when referring domain is a known tracker. 	<ul style="list-style-type: none"> Cookies set on tracker domains with infrequent first-party interaction expire in 7 days. Otherwise expiration set to 30 days after last visit to site. Cookies set with <code>document.cookie</code> have a maximum expiration of 7 days.

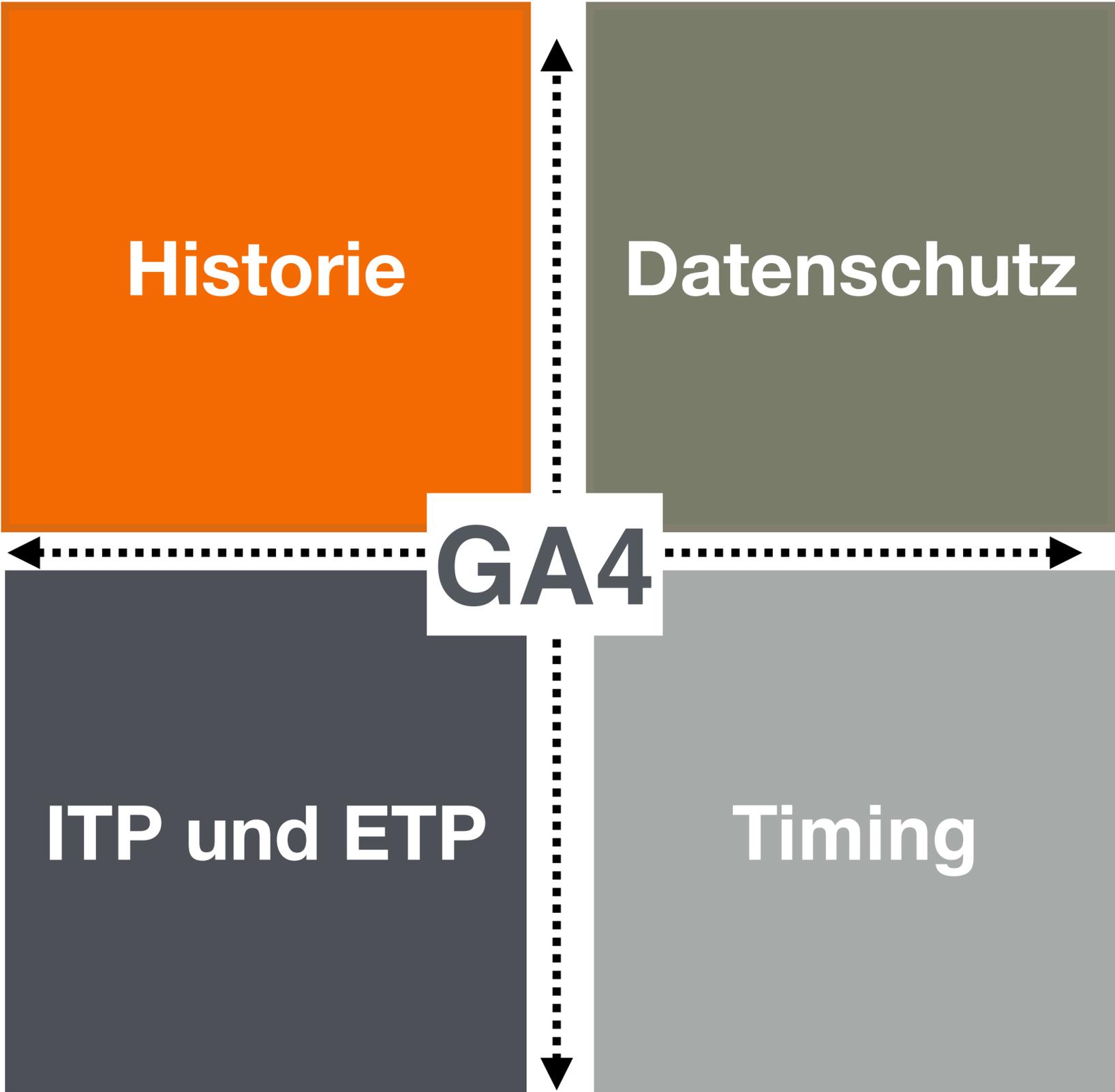
- (1) Mehr neue Nutzer und weniger wiederkehrende Nutzer in Analytics
- (2) Herausforderungen bei der Messung der Digital-Marketing Kampagnen
- (3) Attribution in Analytics schwieriger, da die Konversionspfade „gebrochen“ sind
- (4) Höherer Anteil von direct / (none)

Es geht um mehr als nur den Consent

- Problem ist größer als die 15-20% der Nutzer ohne Consent!
- Hinzu kommt der Anteil der Nutzer, die Browser mit Tracking Preventions verwenden
- Im Beispiel verwenden 48% der Nutzer Browser mit Tracking Preventions
- Nur 42% des eingehenden Traffics kann ohne Einschränkungen durch Tracking-Preventions erfasst werden



Rahmenbedingungen



- (1) 1 Jahr Datenhistorie:** Du schaffst die Migration bis zum 1. Juli 2022, dann hast du ein 1 Jahr Datenhistorie in GA4
- (2) 1/2 Jahr Datenhistorie:** Januar 2023, dann hast du ein halbes Jahr Datenhistorie und
- (3) keine Datenhistorie:** Du machst die Migration zum 01. Juli 2023, dann hast du am längsten Zeit aber beim Start keine Datenhistorie in GA4.



 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

GA4 Migration: Optionen für die Migration

Optionen Migration zu GA4

Datenkontrolle, Datenqualität erhöhen
sich und verbesserter Datenschutz

GA4

GA4
(1:1 Migration
Client-
Side Tagging)

GA4
(GTM Server-Side
Tagging)

GA4
Alternativen

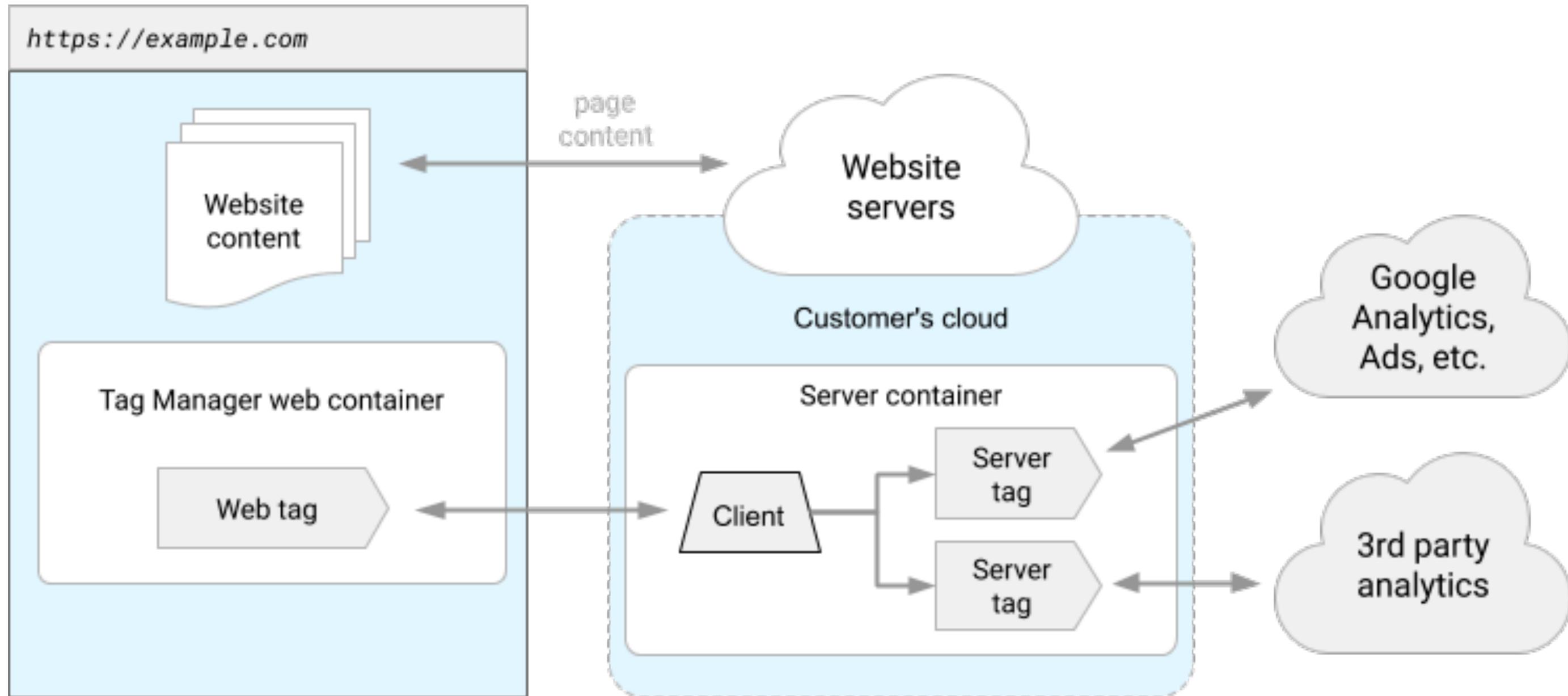
i.e. Matomo
Cloud-Hosted

i.e. Matomo
Self-Hosted

Komplexität und
Kosten steigen

server-side tagging (GTM)

Website configuration with server-side Tag Manager





 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

Audit: Wie komplex ist deine bestehende Integration?

Abschätzung Aufwand Migration zu GA4



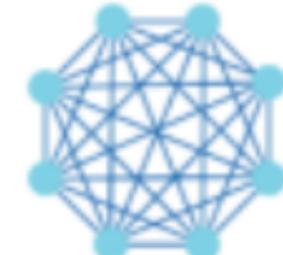
Seitenaufrufe
Ziele



Seitenaufrufe
Ziele
Ereignisse
UTM



Seitenaufrufe
Ziele
Ereignisse
UTM
Filter
Datenansichten
Verknüpfungen



Seitenaufrufe
Ziele
Ereignisse
UTM
Filter
Datenansichten
Verknüpfungen
Content-Group
Channel-Group.
Custom-Def.
E-Commerce



 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

Prozess: vom Audit bis zur Implementierung von GA4

Von Universal Analytics (UA) zu GA4 wechseln

Phase I	Phase II	Phase III	Phase IV	Phase V
Status Quo & Audit	Business Requirements	Technical Requirements	Implementierung & QA	Roll-out & Schulung
UA-Audit Ziele & E-Com Ereignisse Filter UTM Ressourcen Externe Interne Budget	Anforderungen Alternativen Websites & Apps Datenschutz Integrationen Ereignisse & CD Kennzahlen Ziele & E-Com Reporting	Specs GTM Ereignisse Consent E-Commerce Server-Side Ereignisse Filter	Deployment Testumgebung Consent Debugging Nutzerverwaltung Datenschutz Integrationen Segmente	Productivity Testing Basic-Reporting Training Advanced Reporting Individualisierung

Vorbereitung: Vorteile, Unterschiede, Herausforderungen, Möglichkeiten von Google Analytics 4 verstehen. Überblick über Tool- und Implementierungsalternativen



 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

GA4 Migration: die wichtigsten Aspekte im Detail

(1) Struktur: Wie habe ich Google Analytics organisiert?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?
- (5) **Ereignisse:** Welche Ereignisse habe ich und wie bewerte ich diese?

- Verhalten
 - Übersicht
 - Verhaltensfluss
 - Websitecontent
 - Websitegeschwindigkeit
 - Site Search
 - Ereignisse**
 - Übersicht
 - Wichtigste Ereignisse**
 - Seiten
 - Ereignisfluss
 - Publisher
 - Tests
 - Conversions
 - Attribution BETA
 - Entdecken

Primäre Dimension: Ereigniskategorie Ereignisaktion Ereignislabel

Zeilen darstellen Sekundäre Dimension Sortierungsart:

Ereigniskategorie ?

		Bedeutung	Lesbar	Konvention	Ziel in UA	in GA4 als Data-Stream?
		?				
<input type="checkbox"/>	1. scroll depth	gering-mittel	ja	nein	ja	ja
<input type="checkbox"/>	2. nobounce	gering-mittel	ja	nein	ja	?
<input type="checkbox"/>	3. ecommerce	hoch	ja	ja	ja	ja
<input type="checkbox"/>	4. klick-out	mittel	ja	nein	nein	ja
<input type="checkbox"/>	5. umfrage_bestella	mittels	ja	nein	nein	nein
<input type="checkbox"/>	6. nl-anmeldung (no	mittel	ja	nein	nein	nein
<input type="checkbox"/>	7. blogpostrating	hoch	ja	nein	nein	nein
<input type="checkbox"/>	8. klick	hoch	ja	nein	ja	nein
<input type="checkbox"/>	9. download	mittel	ja	ja	ja	ja
<input type="checkbox"/>	10. video-view	mittel	ja	nein	nein	ja
<input type="checkbox"/>	11. salesforceerror n	mittel	ja	nein	nein	nein

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?
- (5) **Ereignisse:** Welche Ereignisse habe ich und wie bewerte ich diese?
- (6) **UTM-Parameter:** Wie sehen meine UTM-Parameter aus, wie lesbar sind die Daten?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?
- (5) **Ereignisse:** Welche Ereignisse habe ich und wie bewerte ich diese?
- (6) **UTM-Parameter:** Wie sehen meine UTM-Parameter aus, wie lesbar sind die Daten?
- (7) **Definitionen:** Welche benutzerdefinierte Dimensionen und Metriken habe ich?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?
- (5) **Ereignisse:** Welche Ereignisse habe ich und wie bewerte ich diese?
- (6) **UTM-Parameter:** Wie sehen meine UTM-Parameter aus, wie lesbar sind die Daten?
- (7) **Definitionen:** Welche benutzerdefinierte Dimensionen und Metriken habe ich?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?
- (5) **Ereignisse:** Welche Ereignisse habe ich und wie bewerte ich diese?
- (6) **UTM-Parameter:** Wie sehen meine UTM-Parameter aus, wie lesbar sind die Daten?
- (7) **Definitionen:** Welche benutzerdefinierte Dimensionen und Metriken habe ich?
- (8) **URL-Parameter:** Wie sehen meine Daten in Universal Analytics aus?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?
- (5) **Ereignisse:** Welche Ereignisse habe ich und wie bewerte ich diese?
- (6) **UTM-Parameter:** Wie sehen meine UTM-Parameter aus, wie lesbar sind die Daten?
- (7) **Definitionen:** Welche benutzerdefinierte Dimensionen und Metriken habe ich?
- (8) **URL-Parameter:** Wie sehen meine Daten in Universal Analytics aus?
- (9) **Content:** Content-Gruppierungen umziehen.

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?
- (5) **Ereignisse:** Welche Ereignisse habe ich und wie bewerte ich diese?
- (6) **UTM-Parameter:** Wie sehen meine UTM-Parameter aus, wie lesbar sind die Daten?
- (7) **Definitionen:** Welche benutzerdefinierte Dimensionen und Metriken habe ich?
- (8) **URL-Parameter:** Wie sehen meine Daten in Universal Analytics aus?
- (9) **Content:** Content-Gruppierungen umziehen.
- (10) **Zielgruppen:** Welche Remarketing-Zielgruppen habe ich angelegt?

- (1) **Struktur:** Wie habe ich Google Analytics organisiert?
- (2) **Datenschutz:** Welche relevanten Einstellungen habe ich hier?
- (3) **Produkte:** Welche Produkte habe ich integriert?
- (4) **Ziele:** Welche & wie viele Ziele habe ich angelegt? Eine oder mehrere Datenansichten?
- (5) **Ereignisse:** Welche Ereignisse habe ich und wie bewerte ich diese?
- (6) **UTM-Parameter:** Wie sehen meine UTM-Parameter aus, wie lesbar sind die Daten?
- (7) **Definitionen:** Welche benutzerdefinierte Dimensionen und Metriken habe ich?
- (8) **URL-Parameter:** Wie sehen meine Daten in Universal Analytics aus?
- (9) **Content:** Content-Gruppierungen umziehen.
- (10) **Zielgruppen:** Welche Remarketing-Zielgruppen habe ich angelegt?
- (11) **Integrationen:** In welchen Tools, wie Sistrix, Ryte oder ScreamingFrog verwende ich Universal Analytics Daten?

Vorlage: Anayse und Audit Universal Analytics für GA4 Migration



	Anzahl	Bedeutung	lesbar	Namenskonvention	Als Ziel definiert	in GA4 vorhanden	Kommentar	Limits	löschar	
Datensammlung	Ziele	19	hoch	eingeschränkt	nein	n.v.	zum Teil (Ereignisse) Scroll Depth hinterlegt mit 75% statt 90%	30 pro Property	ja	
	Ereignisse	16	mittel	eingeschränkt	nein	teilweise	klick-out, download vorhanden Klick auf "Sende"-Button wichtig	500	nein	
	Benutzerdefinierte Dimensionen	7	gering	eingeschränkt	nein	n.v.	Auto muss definiert werden	mit Ausnahme Autor	25 (user) bzw. 50 (event)	ja
	Benutzerdefinierte Metriken	8	gering	eingeschränkt	nein	teilweise		mit Ausnahme Blogbewertung	50	ja
	Content-Gruppierungen	7	hoch	eingeschränkt	nein	n.v.	nein, Lösung über Custom HTML bzw. RegexpTable im GTM	Do-Know-Go Grouping und Kompetenzfelder wichtig		
	URL-Parameter	36	hoch	n.v.	n.v.	n.v.	nein, keine Möglichkeit, URL-Parameter im Interface auszuschließen			
	UTM-Parameter	14 verschiedene Werte für utm_medium	hoch	ja	ja	n.v.		term und content müssen ggf. registriert werden		
	Filter	109	hoch	eingeschränkt	nein	n.v.	interne Zugriffe und Verweisausschlussliste vorhanden, aber nur rudimentär	URL-Parameter wichtig, Kleinschreibung wichtig, interne Zugriffe klären		
	Zielgruppen (Remarketing)	97	mittel	eingeschränkt	ja	n.v.	ja	massiv reduzieren	100	ja
Adminstration	Nutzerverwaltung	37 Nutzer, 2 Administratoren, Datenschutzbeauftragter benannt	mittel	n.v.	n.v.	n.v.	ja	Nutzerverwaltung neu definieren		
	Datenschutz	Google Signale in UA aktiviert, 50 Monate Datenaufbewahrung	hoch	n.v.	n.v.	n.v.	ja	Datenschutzbeauftragter ist benannt, Datenaufbewahrung muss geklärt werden		
Sonstiges	Produktverknüpfungen	2	hoch	n.v.	n.v.	n.v.	ja	Analytics Integration für ScreamingFrog wichtig		
	Channel-Gruppierungen	9	hoch	eingeschränkt	nein	n.v.	nein	Paid-Owned-Earned wichtig		
	Interne Suche		mittel				Data-Streams	interne Suche ist wichtig, ist aber als Standard in GA4 vorhanden		
	Bottraffic		mittel				ja			



 121WATT

Google Analytics 4 (GA4)

7 Tipps für deine Migration

- (1) **Ausmisten als Chance:** Überlege dir, wie einfach und übersichtlich deine neue GA4-Implementierung aussehen könnte.

7 Regeln für den Umzug

- (1) **Ausmisten als Chance:** Überlege dir, wie einfach und übersichtlich deine neue GA4-Implementierung aussehen könnte.
- (2) **Aufräumen:** Welche Ziele hast du & verwendest du? Welche Ereignisse brauchst du wirklich?

- (1) **Ausmisten als Chance:** Überlege dir, wie einfach und übersichtlich deine neue GA4-Implementierung aussehen könnte.
- (2) **Aufräumen:** Welche Ziele hast du & verwendest du? Welche Ereignisse brauchst du wirklich?
- (3) **Bewerten:** Welche Metriken, Ereignisse, Ziele & Berichte kommen bei dir im Unternehmen wirklich zur Anwendung.

- (1) **Ausmisten als Chance:** Überlege dir, wie einfach und übersichtlich deine neue GA4-Implementierung aussehen könnte.
- (2) **Aufräumen:** Welche Ziele hast du & verwendest du? Welche Ereignisse brauchst du wirklich?
- (3) **Bewerten:** Welche Metriken, Ereignisse, Ziele & Berichte kommen bei dir im Unternehmen wirklich zur Anwendung.
- (4) **„Vielleicht-Kiste“ einrichten:** Falls du dich von Implementierungen nicht trennen kannst, packe diese in eine „Vielleicht-Kiste“. Damit aber nicht alles darin landet, entscheide dich für eine „kleine Kiste“.

- (1) **Ausmisten als Chance:** Überlege dir, wie einfach und übersichtlich deine neue GA4-Implementierung aussehen könnte.
- (2) **Aufräumen:** Welche Ziele hast du & verwendest du? Welche Ereignisse brauchst du wirklich?
- (3) **Bewerten:** Welche Metriken, Ereignisse, Ziele & Berichte kommen bei dir im Unternehmen wirklich zur Anwendung.
- (4) **„Vielleicht-Kiste“ einrichten:** Falls du dich von Implementierungen nicht trennen kannst, packe diese in eine „Vielleicht-Kiste“. Damit aber nicht alles darin landet, entscheide dich für eine „kleine Kiste“.
- (5) **Phase 1:** Überlege dir ein Minimum-Setup, was wirklich für dich wichtig ist und mache dir einen Plan, ob und wann du was aus der „Vielleicht-Kiste“ wieder herausholst.

- (1) **Ausmisten als Chance:** Überlege dir, wie einfach und übersichtlich deine neue GA4-Implementierung aussehen könnte.
- (2) **Aufräumen:** Welche Ziele hast du & verwendest du? Welche Ereignisse brauchst du wirklich?
- (3) **Bewerten:** Welche Metriken, Ereignisse, Ziele & Berichte kommen bei dir im Unternehmen wirklich zur Anwendung.
- (4) **„Vielleicht-Kiste“ einrichten:** Falls du dich von Implementierungen nicht trennen kannst, packe diese in eine „Vielleicht-Kiste“. Damit aber nicht alles darin landet, entscheide dich für eine „kleine Kiste“.
- (5) **Phase 1:** Überlege dir ein Minimum-Setup, was wirklich für dich wichtig ist und mache dir einen Plan, ob und wann du was aus der „Vielleicht-Kiste“ wieder herausholst.
- (6) **Phase 2:** Du kannst auch in GA4 Implementierungen (Ereignisse, Ziele), von denen du dich getrennt hast, später implementieren.

- (1) **Ausmisten als Chance:** Überlege dir, wie einfach und übersichtlich deine neue GA4-Implementierung aussehen könnte.
- (2) **Aufräumen:** Welche Ziele hast du & verwendest du? Welche Ereignisse brauchst du wirklich?
- (3) **Bewerten:** Welche Metriken, Ereignisse, Ziele & Berichte kommen bei dir im Unternehmen wirklich zur Anwendung.
- (4) **„Vielleicht-Kiste“ einrichten:** Falls du dich von Implementierungen nicht trennen kannst, packe diese in eine „Vielleicht-Kiste“. Damit aber nicht alles darin landet, entscheide dich für eine „kleine Kiste“.
- (5) **Phase 1:** Überlege dir ein Minimum-Setup, was wirklich für dich wichtig ist und mache dir einen Plan, ob und wann du was aus der „Vielleicht-Kiste“ wieder herausholst.
- (6) **Phase 2:** Du kannst auch in GA4 Implementierungen (Ereignisse, Ziele), von denen du dich getrennt hast, später implementieren.
- (7) **Konvention:** Wie kannst du Ziele, Ereignisse, Definitionen etc. in Zukunft klarer benennen.