



Hilfe - Wie retten wir unser Tracking?

/ Donnerstag, 30.06.2022
/ Benjamin Spies (SKW Schwarz), Merle Howindt,
Anton Straßer



Geänderte Rahmenbedingungen

„Früher war alles besser!“

- x **Cookie-Consent überall:** Mit meinem Tracking kann ich nicht mehr jeder User erfasst werden. Darunter leidet die Aussagekraft bestimmter Daten.

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 3



The screenshot shows a browser window with the URL [kicker.de](https://www.kicker.de). A modal dialog box is displayed in the center, titled "Helfen Sie uns mit Ihrer Zustimmung". The dialog contains the following text:

kicker

Helfen Sie uns mit Ihrer Zustimmung

Um Ihnen relevante Inhalte und personalisierte Werbung anzubieten, setzen wir Cookies und andere Technologien ein um Informationen auf Nutzungsggeräten zu speichern und abzurufen. Damit messen wir, wie und womit Sie unsere Angebote nutzen. Diese Daten

Buttons: **Einstellungen verwalten** (grey) and **Alles akzeptieren** (red).

Below the dialog, the browser's developer tools are open to the "Cookies" tab. The table shows the following columns:

Name	Value	Domain	P.	Expires / Max-Age	S.	HttpOnly	Secure	SameSite	SameParty	Partition K.	Priority

The left sidebar of the developer tools shows the following categories:

- Local Storage
- Session Storage
- IndexedDB
- Web SQL
- Cookies (selected)
- Trust Tokens
- Interest Groups
- Cache
- Cache Storage
- Back/forward cache
- Background Services
- Background Fetch
- Background Sync
- Notifications
- Payment Handler
- Periodic Background Sync

At the bottom of the slide, the text "Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 4" is visible on the left, and a small logo icon is on the right.

Geänderte Rahmenbedingungen

„Früher war alles besser!“

- x Cookie-Consent überall: Mit meinem Tracking kann ich nicht mehr jeder User erfasst werden. Darunter leidet die Aussagekraft bestimmter Daten.
- x Inkrafttreten des TTDLG (Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz), seit Dezember 2021
- x Ausschluss von Drittanbieter-Cookies in Browsern (u.a. Google Chrome ab 2022)
- x Problematik bei der Datenübertragung in Drittländer (nicht v.a. EU-Staaten)
- x Google Analytics: Universal Analytics wird ab 1. Juli 2023 eingestellt; Google Analytics 4 trackt mit anderem Scope.
- x ...

imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 5



Agenda

Hilfe - Wie retten wir unser Tracking?

- 1** Aktuelle Rechtsprechung zum Thema „Tracking“
- 2** Alternativen zu Google Analytics
- 3** Cookie Consent Management: Gut UND rechtsicher?
- 4** Tracking, aber richtig





Aktuelle Rechtsprechung zum Thema „Tracking“



Alternativen zu Google Analytics

Tools zum Messen

Alternativen zu Google Analytics

x je nach Kanal unterschiedlich

- teils eigens zu implementierendes Tool (wie bei Websites)
- teils Tool-eigenes Tracking (wie bei Social Media, Apps, Booking Engines, Email-Marketing)
- oder eine Mischung daraus (wie i.d.R. bei Kampagnen)

x Kostenfrage

x Datenschutz-Thematik (z.B. Matomo)



Analytics

etracker®

Adobe Experience Cloud

PIWIK PRO

...



Matomo



Gründe für Matomo



- x Hosting auf dem eigenen Server (On-Premise)
- x deutscher Server-Standort (Cloud-Lösung)
- x Daten gehören zu 100% dem Eigentümer der Website
- x keine Weitergabe von Daten an Drittanbieter / Ausland
- x First-Party Cookies



Gründe für Matomo



- x kein Cookie Consent notwendig bzw.
- x Basis-Kennzahlen auch ohne Zustimmung im Cookie Consent trackbar



Gründe für Matomo

Daten- qualität

- x Rohdaten
- x nur selten Blockaden durch Ad-Blocker
- x kein Scampling (Stichprobenerhebung)
- x unbegrenzte Datenspeicherung u.a. bei:
 - x Zielen
 - x Segmenten
 - x Daten- und E-Mail-Exporten

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 13



Gründe für Matomo

übergreifendes Tracking

- x gemeinsames Dashboard
- x Cross Domain Tracking
 - x Tracking über mehrere Instanzen hinweg
- x Roll-Up Reporting
 - x Zusammenfassen mehrerer Instanzen in einem Report

https://matomo.org/faq/new-to-piwik/faq_104/

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 14



On-Premise

x Kostenlos

- Datenschutz
- Cookieloses Tracking
- Hohe Datenanforderung
- Kostpflichtige Plugins

Übergreifendes Tracking

Cloud

x 1 Million „Hits“: 159€/Monat

- DSCVO konform
- Support & Updates
- Viele Plugins inkludiert
- Server in Frankfurt

imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 15

Marketplace

<p>Cohorts</p> <p>Track your retention efforts over time and keep your visitors engaged and coming back for more. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 69€/year</p>	<p>Login SAML</p> <p>Provides SAML support for Matomo. Compatible with any Identity Provider such as OneLogin, Okta, Ping Identity, ADFS, Google, Salesforce, SharePoint. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 499€/year</p>	<p>Media Analytics</p> <p>Grow your business with advanced video & audio analytics. Get powerful insights into how your audience watches your videos and listens to your audio. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 159€/year</p>	<p>Activity Log</p> <p>Get a detailed audit log of all activities happening in your Matomo Analytics for increased security, risk management, and problem diagnostic. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 29€/year</p>	<p>SEO Web Vitals</p> <p>Improve your website performance, rank higher in search results and optimise your visitor experience with SEO Web Vitals. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 79€/year</p>	<p>Premium Bundle</p> <p>All premium features in one bundle, make the most out of your Matomo and enjoy discounts of up to 45%! Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 1499€/year</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; font-weight: bold;">Save from 1124€</p>	<p>Form Analytics</p> <p>Increase conversions on your online forms and lose less visitors by learning everything about your users behavior and their pain points on your forms. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 149€/year</p>
<p>Search Engine Keywords Performance</p> <p>All keywords searched by your users on search engines are now visible into your Referrers report! The ultimate solution to Keyword not defined. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 139€/year</p>	<p>Advertising Conversion Export</p> <p>Provides an export of attributed goal conversions for usage in ad networks like Google Ads so you no longer need a conversion pixel. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 149€/year</p>	<p>Custom Reports</p> <p>Pull out the information you need in order to be successful. Develop your custom strategy to meet your individualized goals while saving money & time. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 199€/year</p>	<p>A/B Testing</p> <p>Increase revenue and conversions by comparing different versions of your websites or apps & detect the winning variation that will grow your business! Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 199€/year</p>	<p>Roll-Up Reporting</p> <p>At a glance, see how several of your websites, mobile apps & shops are performing overall. Get new insights into your business & save time every day. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 199€/year</p>		
<p>Funnels</p> <p>Identify and understand where your visitors drop off to increase your conversions, sales and revenue with your existing traffic. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 79€/year</p>	<p>Heatmap & Session Recording</p> <p>Truly understand your visitors by seeing where they click, hover, type and scroll. Replay their actions in a video and ultimately increase conversions. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 199€/year</p>	<p>White Label</p> <p>Give your users and clients access to a more streamline analytics experience that is less confusing and lets your own branding shine. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 149€/year</p>	<p>Multi Channel Conversion Attribution</p> <p>Get a clear understanding of how much credit each of your marketing channel is actually responsible for to shift your marketing efforts wisely. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 79€/year</p>	<p>WooCommerce Analytics</p> <p>Drive more revenue, improve your sales funnel, and get accurate insights with our Matomo Analytics Ecommerce tracking integration for your WooCommerce. Try now for free.</p> <p style="text-align: center; background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">From 39€/year</p>		

<https://plugins.matomo.org/>

imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 16

Sie sehen gerade die Demo von Matomo [START FREI CLOUD-HOSTET 18M!](#) oder [DOWNLOAD](#)

Dashboard | Alle Websites | Deutsch | Tag Manager

Dashboard

Besuche in Echtzeit

DEUTLICH	BESUCHE	AKTIVEN
Letzte 24 Stunden	5.100	10.636
Letzte 30 Minuten	145	289

Graph der letzten Besuche

Besucherkarte

4.976 eindeutige Besucher

Verschiebungen und Streuungen

SEITEN-URL	ERNEUTLICHSE SEITENANSICHTEN	ENTWICKLUNG
ding	+190	+59,3%
jobs	+322	+82,3%
jobs	+166	+69,2%

Kanaltypen

KANALTYP	BESUCHE	ERNEUTLICHSE BESUCHE	BEWUTER	AKTIVEN	AKTIVEN BEWUCH	DURCHSCHNITTZEIT AUF DER WEBSITE
Suchmaschinen...	3.124	3.077	1	4.889	1,6	1 Minuten 45s
Soziale Netz...	989	986	-	3.230	3,3	7 Minuten 30s
Webseite	732	732	-	2.333	3,2	6 Minuten 27s
Umweltzugriff	376	363	-	643	1,7	47 Sek.
Kampagnen	4	4	-	6	1,5	5 Minuten 43s

Besucherübersicht

- 5.425 Besuche, 4.976 Eindeutige Besucher
- 3 Minuten 20s durchschnittliche Aufenthaltsdauer
- 62 % abgegangene Besucher (Verlassen der Webseite nach einer Seite)

Matomo.org Blog

France rules Google Analytics non-compliant with GDPR
February 15, 2022
Breaking news: The French Data Protection Agency, CNIL (Commission nationale de l'Informatique et des Libertés), has concluded that the use of Google Analytics is illegal under GDPR. The CNIL has begun issuing formal notices to website managers using Google Analytics...

https://demo.matomo.cloud/index.php/module=CoreHomeSection=index&idSite=1&period=day&date=yesterday?&idSite=1&period=day&date=yesterday&segment=Category=Dashboard_Dashboard&subcategory=

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 17



etracker

etracker®



Gründe für etracker

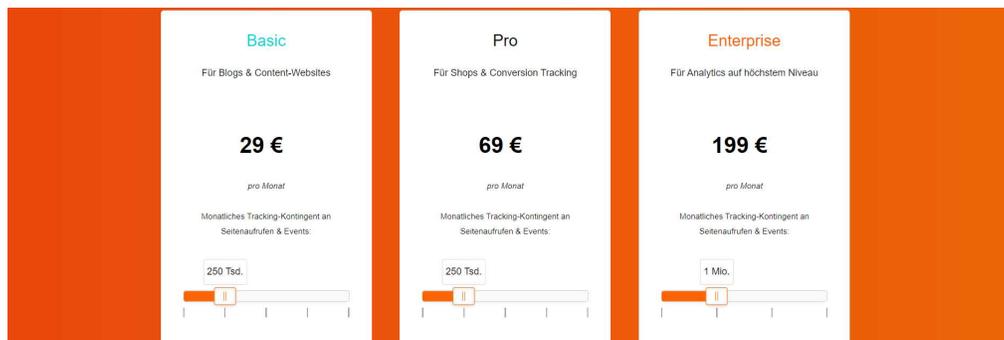


- x deutscher Server-Standort
- x kein Cookie Consent notwendig bzw.
- x Basis-Kennzahlen auch ohne Zustimmung im Cookie Consent trackbar (Achtung: Bisher nur auf Basis der Rechtsprechung der nationale Datenschutzbehörde Frankreichs)
- x keine Weitergabe von Daten an Drittanbieter / Ausland



Preismodell

- x Drei Pakete zur Auswahl
- x Monatliche Kosten abhängig von Seitenaufrufen & Events
- x Im Basic-Paket enthalten: Einwilligungsfreies Cookie-loses Session Tracking, Besucher-, Technik-, Herkunfts-, Content- & Standort-Reports, portalspezifische Events



Cookie Consent Management: Gut und rechtsicher?

EINE STUDIE DES DIGITAL TOURISM LABS



Studienidee

Wir wissen, ...

- x dass die Opt-In-Rate eher gering ist
- x je geringer die Einwilligungsrates, desto unzuverlässiger sind die erhobenen KPIs
- x dass viele Webseiten mittels Nudging versuchen, die Opt-In-Rate zu erhöhen
- x dass es bisher wenige Studien für den Tourismus gibt



Studienidee „Optimierung der Opt-In-Rate“

Zielsetzung:

- x Erfahrungswerte zu den Interaktionsraten der verschiedenen Cookie Consent-Einbindungen sammeln
- x verschiedene Gestaltungsmöglichkeiten austesten und beziffern
- x die Einwilligungsrate beim Kunden erhöhen
- x ein Gefühl für die No-Action-Rate bekommen

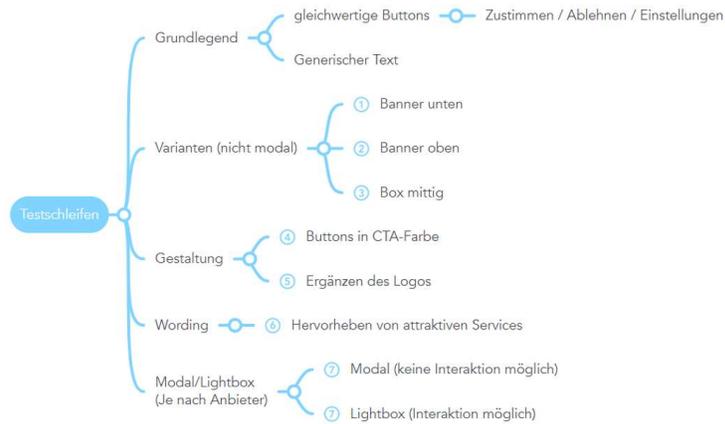


Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 23

Was bedeutet rechtskonform?

- x Es muss einen Ablehnen-Button geben
- x Unterschiedliche Auslegung je Bundesland
- x Gleichwertige Buttons
- x ...

Unsere Testschleifen



Guess the winner

Logo Navigpunkt 1 Navigpunkt 2 Navigpunkt 3 Navigpunkt 4

Placeholder

Willkommen bei infomax

Diese Website verwendet Cookies
Wir verwenden Cookies, um Inhalte und Anzeigen zu personalisieren, Funktionen für soziale Medien anbieten zu können und die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren. Außerdem geben wir Informationen zu Ihrer Verwendung unserer Website an unsere Partner für soziale Medien, Werbung und Analysen weiter.
Zur Datenschutzerklärung >

Präferenz Statistik Marketing

Diese Website verwendet Cookies
Wir verwenden Cookies, um Inhalte und Anzeigen zu personalisieren, Funktionen für soziale Medien anbieten zu können und die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren. Außerdem geben wir Informationen zu Ihrer Verwendung unserer Website an unsere Partner für soziale Medien, Werbung und Analysen weiter.
Zur Datenschutzerklärung >

Präferenz Statistik Marketing

Logo Navigpunkt 1 Navigpunkt 2 Navigpunkt 3 Navigpunkt 4

Placeholder

Willkommen bei infomax

Logo Navigpunkt 1 Navigpunkt 2 Navigpunkt 3 Navigpunkt 4

Placeholder

Willkommen bei infomax

Diese Website verwendet Cookies
Wir verwenden Cookies, um Inhalte und Anzeigen zu personalisieren, Funktionen für soziale Medien anbieten zu können und die Zugriffe auf unsere Website zu analysieren. Außerdem geben wir Informationen zu Ihrer Verwendung unserer Website an unsere Partner für soziale Medien, Werbung und Analysen weiter.
Zur Datenschutzerklärung >

Präferenz Statistik Marketing

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



slido



Join at slido.com
#3184185

Start presenting to display the joining instructions on this slide.

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 27

slido



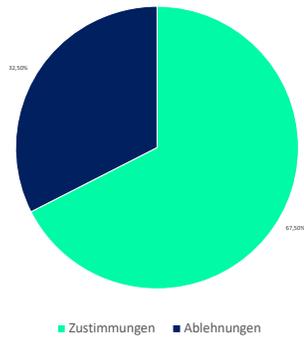
Welche Variante erzeuge die höchste Zustimmungsrage?

Start presenting to display the poll results on this slide.

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 28

No-Action Rate

Art der Interaktion



Gesamtbetrachtung der Interaktionen



Eigene Darstellung

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 29



Whitepaper & Online Seminar

VON DEN ERKENNTNISSEN PROFITIEREN

Whitepaper

- X Das gewonnene Wissen aus der Studie stellen wir in einem Whitepaper zur Verfügung
- X Leseprobe schon jetzt verfügbar

Online-Seminar

- X Wir bereiten die relevanten Erkenntnisse und noch viel mehr in einem Online-Seminar auf.
- X Dienstag, 27. September 2022 - vormittags 9 bis 12 Uhr
- X <https://www.infomax-online.de/grad-extra-digital-tourism-lab/erkenntnisse/cookie-consent-management>

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 30



Cookie Consent Management Eine Studie unseres Digital Tourism Labs

Autor: Meda Hoelndt,
Veröffentlicht: Juni 2022

Wir schauen über den Tellerrand! In unserem Lab führen wir eigene Studien zu relevanten Themen und Trends durch - in diesem Fall zum Thema Cookie Consent. Mit ausgewählten Kunden haben wir eine Reihe an Experimenten zu Positionierung, Ausgestaltung und Wording des Cookie Consent Banners durchgeführt. Ziel war es, die Zustimmungsrate zu erhöhen, ohne dabei die Linie der Rechtskonformität zu überschreiten. Welche Erkenntnisse wir gewonnen haben, lesen Sie in unserem Whitepaper.



Tracking, aber richtig

Welche Fragen sollte man sich beim Thema „Tracking“ stellen?

x Was soll getrackt werden?

1. Alles _____

2. Alles, was wir bisher auch getrackt haben

3. Macht ihr einen Vorschlag__

x Warum soll es getrackt werden?

x Was für Konsequenzen ziehe ich aus den Tracking-Ergebnissen.



Welche KPIs sind überhaupt aussagekräftig?

Unterscheidung nach Soft Data und Hard Data

- **Hard Data** ist alleinstehend aussagekräftig
Beispiel: Conversion Rate (Anteil der Nutzer, die mind. eine Conversion gemacht haben)

- **Soft Data** kann verschiedene Ursachen haben und muss durch weitere Analysen konkretisiert werden
Beispiele:
 - Aufenthaltsdauer auf der Website
mögliche Ursachen: Interesse vs. lange Suche nach Inhalten
 - Absprungrate einer Seite
mögliche Ursachen: gesuchte Inhalte gefunden vs. Inhalte irrelevant, schlechte UX,...



Welche KPIs sind überhaupt aussagekräftig?

Regeln für aussagekräftige KPIs:

1. **Ziele immer in Relation zu etwas setzen!**
Nie rein quantitative Daten / absolute Werte betrachten.



Welche KPIs sind überhaupt aussagekräftig?

Beispiele:

Messwert: Verweildauer

- Steigerung der Verweildauer auf Inspirationsseiten / Gesamt-Traffic

Messwert: Scrolltiefe

- Erhöhung der Scrolltiefe auf >75% (bei den Stories/im Blog)

Messwert: Zugriffe aus eigenen Quellen

- Erhöhen der Zugriffe über eigene Quellen (z.B. Newsletter)

Messwert: organischer Traffic

- Anteil der Einstiege über Google / Gesamt-Traffic im Vergleich zum vorherigen Quartal

imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 35



Welche KPIs sind überhaupt aussagekräftig?

Regeln für aussagekräftige KPIs:

- 1. Ziele immer in Relation zu etwas setzen!**
Nie rein quantitative Daten / absolute Werte betrachten.
- 2. Gute KPIs bieten – zumindest in der Betrachtung über die Zeit – die Möglichkeit, konkrete (Optimierungs-)Maßnahmen daraus abzuleiten.**

imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 36



Welche KPIs sind überhaupt aussagekräftig?

Beispiele:

Steigerung der Verweildauer auf Inspirationsseiten / Gesamt-Traffic

➤ Maßnahme bei Reduktion der Verweildauer?

Erhöhung der Scrolltiefe auf >75% (bei den Stories/im Blog)

➤ Maßnahme bei Stagnation der Scrolltiefe?

Erhöhen der Zugriffe über eigene Quellen (z.B. Newsletter)

➤ Maßnahme bei Abnahme der Zugriffe?

Anteil der Einstiege über Google / Gesamt-Traffic im Vergleich zum vorherigen Quartal

➤ Maßnahme bei weniger Einstiegen?

Imx.Conference / Hilfe - Wie retten wir unser Tracking? / 37



Fragen?



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**

**Nationales oder
landesweites
Datenmanagement –
braucht's das?**

Im Zelt

KI-gestütztes Design

Raum Hochplatte

