

etracker Analytics

versus

Google Analytics

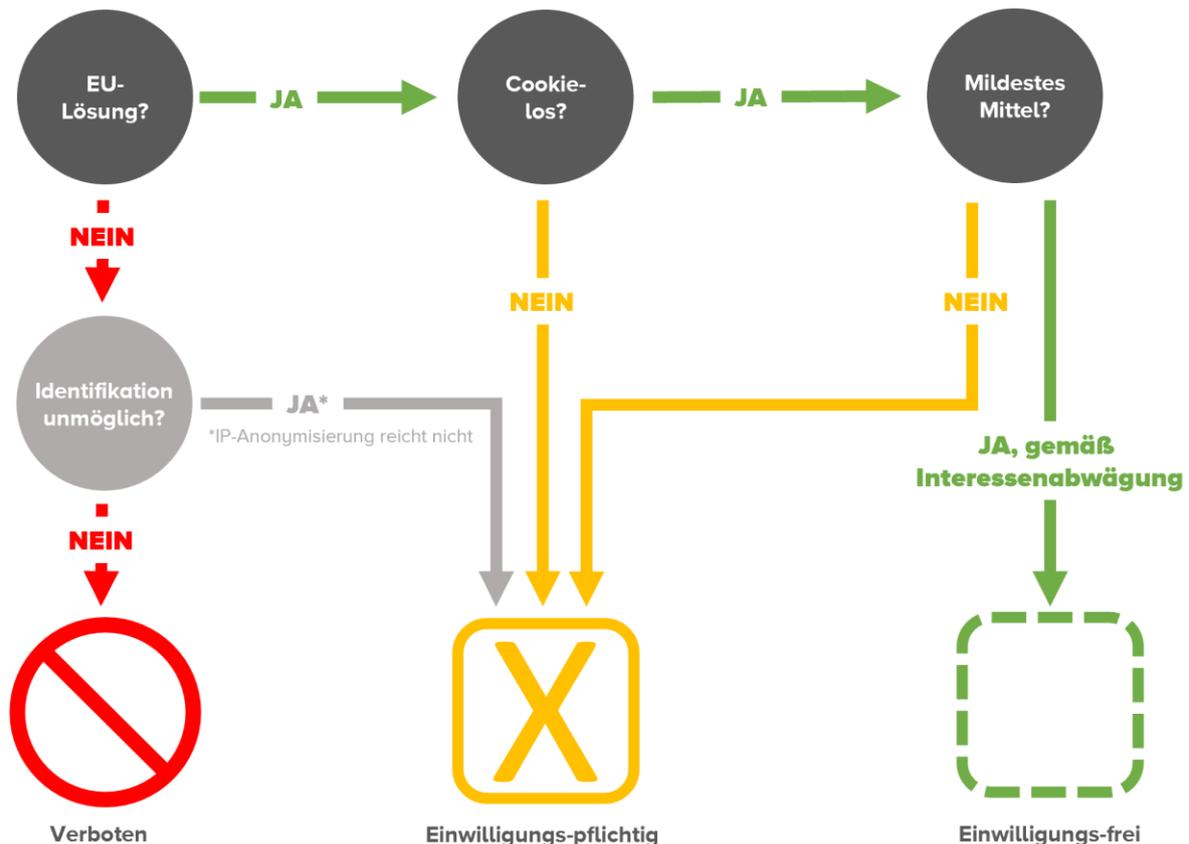
Entscheidungshilfe zur Auswahl der optimalen
Web-Analyse-Lösung für dein Business

DIE 3 ALLERWICHTIGSTEN FRAGEN

Die Frage ob etracker Analytics oder Google Analytics hat sich eigentlich mit der neuen [Orientierungshilfe der deutschen Aufsichtsbehörden für Anbieter:innen von Telemedien vom 20. Dezember 2021](#) erledigt, da für Tracking-Dienste gilt, die personenbezogene Daten in die USA übermitteln und dem Website-Betreiber nicht ermöglichen, die Daten vor der Übermittlung selbst zu verschlüsseln:

„In diesem Fall dürfen die betroffenen Dienste nicht genutzt, also auch nicht in die Webseite eingebunden werden.“

Neben der Frage, ob eine legale Nutzung überhaupt möglich ist, ist es für die Datenbasis entscheidend, Daten unabhängig von Einwilligungen erfassen zu können. Hierfür ist gemäß TTDSG und DSGVO Voraussetzung, ohne Cookies auszukommen und eine datenschutzfreundliche Verarbeitung unter dem überwiegenden berechtigten Interesse des Website-Betreibers zu gewährleisten (mildeste Verarbeitungsart für den Zweck):



Mit etracker Analytics können diese drei Fragen bejaht werden, während sie bei Nutzung von Google Analytics verneint werden müssen. Mit etracker Analytics können optional bei Einwilligung Cookies aktiviert werden. Damit wird die beste Datenbasis gesichert und über den Consent nur der Cookie-Modus gesteuert, nicht aber die Erfassung generell an- oder ausgeschaltet.

WEITERE WICHTIGE KRITERIEN

	Google Analytics (Basis Version)	etracker Analytics
<i>Implementierung</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Viele Plugins verfügbar ▪ Google Tag Manager erspart Eingriffe ins html (ebenso von Datentransfer-Verbot und Cookie-Consent-Pflicht betroffen) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plugins für die wichtigsten Systeme verfügbar ▪ Google Enhanced Ecommerce Tracking kann übernommen werden ▪ Wichtigste Tag Management-Funktionen sind direkt eingebunden für die automatische Erfassung von Scroll- und Klick- sowie CSS-Selector-Events uvm.
<i>Kampagnen-Tracking</i>	<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
<i>Reporting</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dashboard und Berichte zu Akquisition, Verhalten, Conversions ▪ Alarmer, E-Mail-Reporting, Exporte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dashboard und Berichte unterteilt in Basis-, Marketing-, eCommerce und UX Analytics ▪ Alarmer, E-Mail-Reporting, Exporte
<i>Anbindungen</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Google Data Studio ▪ A/B-Testing mit Google Optimize ▪ API zum Zugriff auf Reportingdaten ▪ Rohdatenzugriff 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Google Data Studio Connector ▪ A/B-Testing mit etracker Optimiser ▪ API zum Zugriff auf Reportingdaten ▪ Rohdatenzugriff über SFTP ▪ Targeting API zum Zugriff auf Nutzerprofilaten in Echtzeit

Daten-Aktualität

- Bis auf Echtzeit-Report nur jeweils bis Vortag

- Kontinuierliche Verarbeitung auch der 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
- E-Mail-Reporting an selbst definierbare Verteiler

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

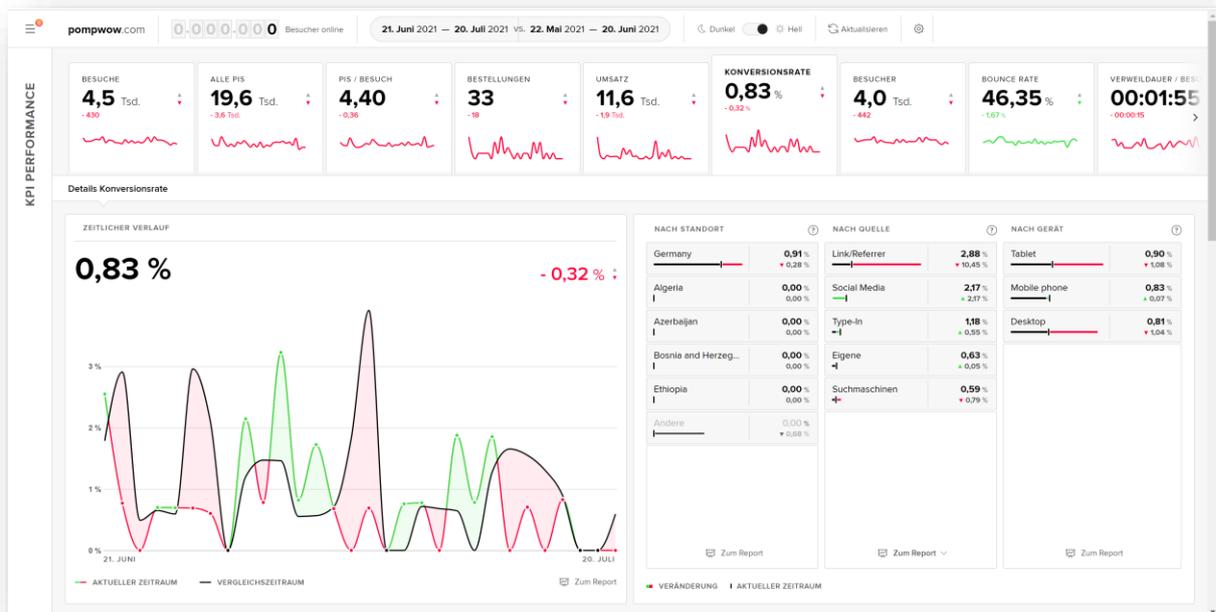
- Gefahr von Data-Leakage für Werbezwecke von Wettbewerbern über Funktionen wie „Nutzer, die ähnliche Websites wie diese besuchen“, Ausrichtung nach Zielgruppen mit gemeinsamen Interessen, kaufbereiten Zielgruppen in Google Ads.

- Reine Verarbeitung 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.

Jetzt Bußgelder und Datenverlust vermeiden

- ✓ etracker Analytics kostenlos & unverbindlich [30 Tage testen](#).
- ✓ Tour durch etracker Analytics im wöchentlichen [Live-Webinar](#) erleben.
- ✓ Für bis zu 25 Tsd. Seitenaufrufe und Events pro Monat etracker Analytics Pro **kostenlos** nutzen.



etracker GmbH
Erste Brunnenstr. 1
D-20459 Hamburg
info@etracker.com

