

2.5 Das erste Tag auf der Website ausführen

In diesem Abschnitt lernen Sie, wie man das Basistracking von Google Analytics mit dem Google Tag Manager realisiert. *Basistracking* bedeutet in diesem Fall, dass Sie lernen, wie ein Seitenaufruf an Google Analytics übertragen wird. Zusätzlich konfigurieren wir das Google Analytics-Tag auch noch so, dass die IP-Adresse anonymisiert wird. Diese Google Analytics-Implementierung dient nur als Beispiel. Mit den Möglichkeiten, die Sie hier lernen, können Sie auch weitere Tags einbauen. Auch mit dem Google Analytics-Tag ist noch viel mehr möglich. Sie finden weitere bzw. fortgeschrittene Möglichkeiten in Kapitel 11, »Der Google Tag Manager in der Praxis«.

Im Folgenden erkläre ich Ihnen den Einbau Schritt für Schritt. Dabei ist es nicht wichtig, dass Sie den Einbau in aller Gänze verstehen, sondern Sie sollen den großen Überblick bekommen. Alle einzelnen Komponenten des Google Tag Managers werden in den nachfolgenden Kapiteln genau beschrieben. Und keine Angst: Wenn Sie sich an die Anleitung halten, kann nichts passieren.

In dieser Anleitung werden Sie sich erst mal in zwei Bereichen aufhalten. Wenn Sie sich in Ihren Container eingeloggt haben, sind Sie in der *Containerübersicht* (siehe Abbildung 2.26). Auf der linken Seite finden Sie die Links zu den Tags und den Variablen. Das sind die beiden Bereiche, die für Sie jetzt relevant sind. Sie beginnen jetzt mit dem Anlegen der ersten Variablen.

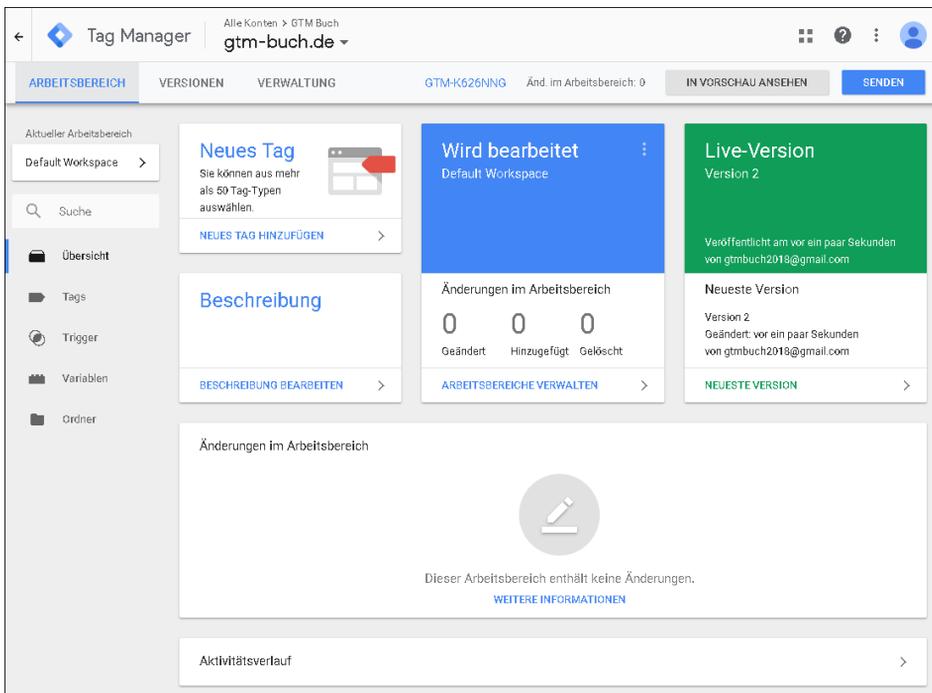


Abbildung 2.26 Die Containerübersicht

2.5.1 Google Analytics: Die Basis-Variable anlegen

Bevor wir im Google Tag Manager starten, benötigen Sie die Google Analytics-Tracking-ID, für die Sie das Tracking installieren wollen.

Um in Ihren Google Analytics-Bereich zu kommen, klicken Sie ganz oben auf der Seite links auf den kleinen abwärts gerichteten Pfeil neben dem Namen Ihres Containers. Damit öffnen Sie die Navigation zwischen den unterschiedlichen Google-Produkten. Dort klicken Sie auf das Symbol mit dem Analytics-Logo und können dann das entsprechende Konto und die passende Property aussuchen.

Die von Ihnen benötigte Tracking-ID ist die Zahl bei der Property, in diesem Fall UA-119953239-1 (siehe Abbildung 2.27). Sollten Sie selbst aktuell keine Google Analytics-Property zur Verfügung haben, können Sie zum Testen auch die ID meiner Property nutzen.

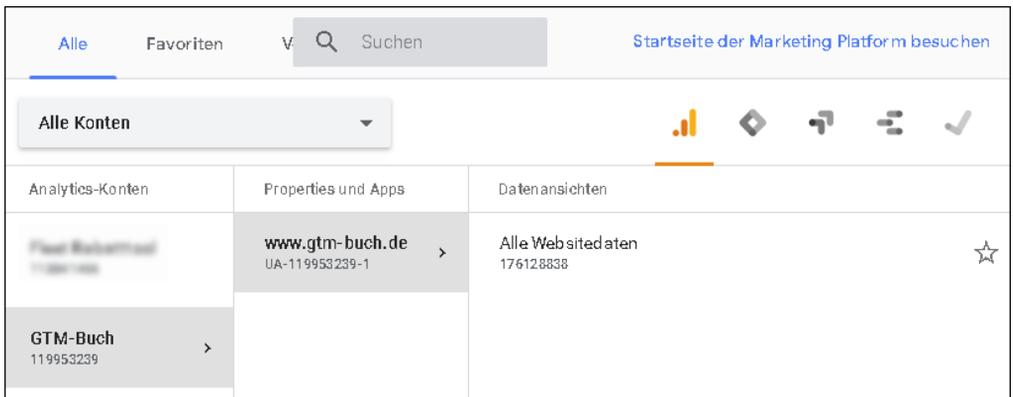


Abbildung 2.27 Die Analytics-Übersicht

Sie haben jetzt den Wert, den Sie auf jeden Fall für das Google Analytics-Tracking-Tag benötigen. Gehen Sie jetzt zurück in den Google Tag Manager (siehe Abbildung 2.26), und klicken Sie auf der linken Seite auf VARIABLEN.

Im unteren Bereich der Seite bei BENUTZERDEFINIERTER VARIABLEN klicken Sie auf NEU (siehe Abbildung 2.28).

In dem Formular, das nun erscheint (siehe Abbildung 2.29), klicken Sie im Bereich links oben auf UNBENANNTE VARIABLE und schreiben dort »googleAnalyticsBasis« hinein. Damit hat Ihre neue Variable schon einen eigenen Namen. Als Nächstes klicken Sie in das große Feld mit dem Legosteine bzw. dem Text VARIABLE KONFIGURIEREN.

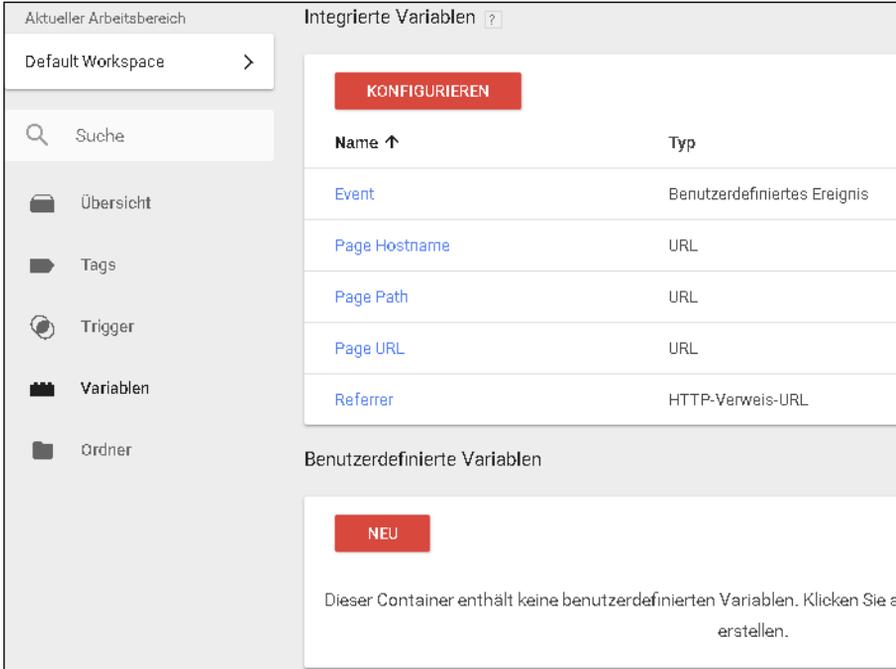


Abbildung 2.28 Die Variablenübersicht

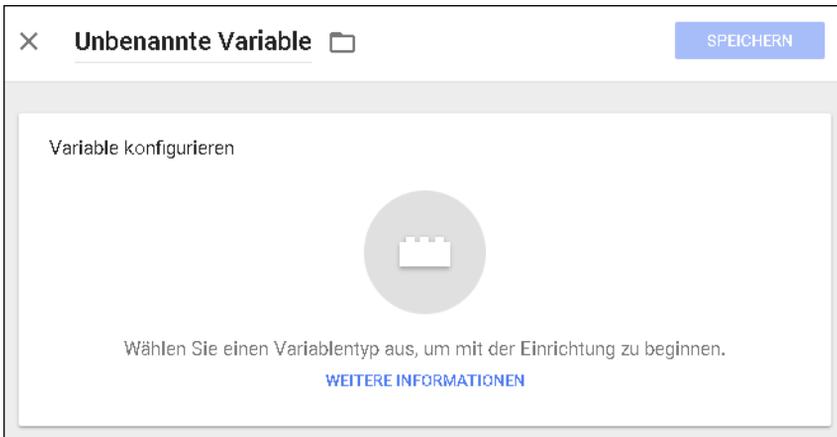


Abbildung 2.29 Das Formular für eine neue Variable

In dem Bereich, der sich nun öffnet, sehen Sie alle zur Verfügung stehenden Variablentypen (siehe Abbildung 2.30). Sie scrollen ein wenig herunter und gelangen zum Bereich der DIENSTPROGRAMME. Dort klicken Sie auf GOOGLE ANALYTICS-EINSTELLUNGEN. Damit haben Sie den Variablentyp ausgewählt.

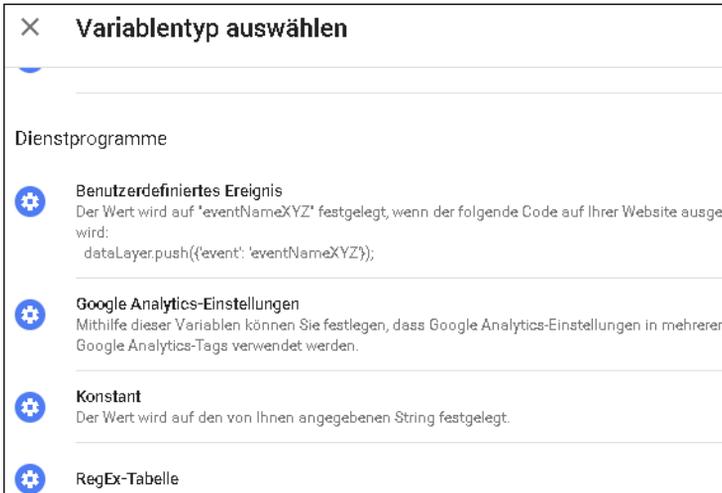


Abbildung 2.30 Die Variablentypen im Bereich »Dienstprogramme«

In diesen Variablen sehen Sie direkt das Feld zum Eintragen der Google Analytics-TRACKING-ID (siehe Abbildung 2.31). Diesen Wert haben Sie vor wenigen Momenten aus Ihrem Google Analytics-Konto geholt und können ihn jetzt benutzen und dort eintragen.

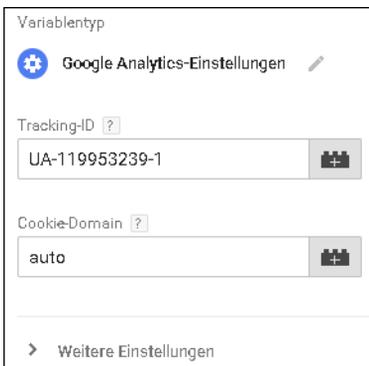


Abbildung 2.31 Google Analytics-Einstellungen

Zusätzlich zur Tracking-ID müssen Sie sich noch darum kümmern, dass die IP-Adressen anonymisiert werden. Dafür klicken Sie auf WEITERE EINSTELLUNGEN. Dann klicken Sie auf FESTZULEGENDE FELDER und dann noch auf +FELD HINZUFÜGEN.

In das Feld aus Abbildung 2.32, das nun erscheint, tragen Sie folgende Werte ein:

- ▶ FELDDNAME: anonymizeIp
- ▶ WERT: true



Abbildung 2.32 Festzulegende Felder in den Google Analytics-Einstellungen

Als Letztes klicken Sie oben rechts auf **SPEICHERN**; die Variable mit den Google Analytics-Einstellungen ist nun gespeichert.

2.5.2 Google Analytics: Das Tag für Seitenaufrufe anlegen

Jetzt müssen Sie noch das Tag für die Seitenaufrufe anlegen. In diesem Tag nutzen Sie auch die soeben angelegte Google Analytics-Einstellungen-Variable. Dafür klicken Sie in der linken Navigation auf **TAGS**. Sie landen damit in der Tag-Übersicht (siehe Abbildung 2.33).

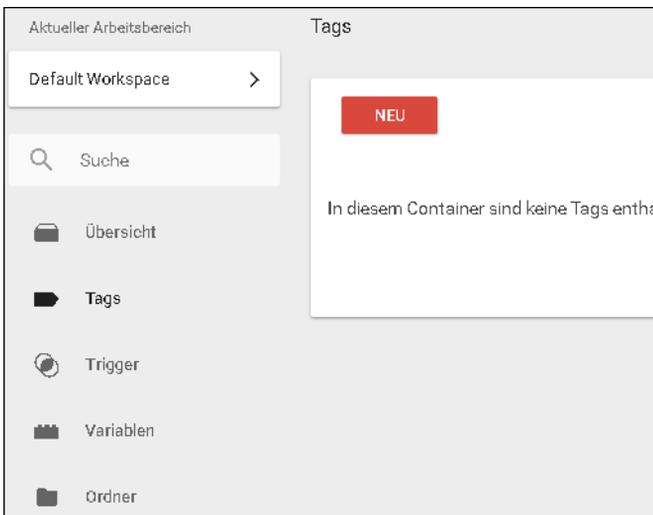


Abbildung 2.33 Die Tag-Übersicht

Dort klicken Sie auf **NEU**. Der Bereich für das Anlegen des neuen Tags öffnet sich (siehe Abbildung 2.34).

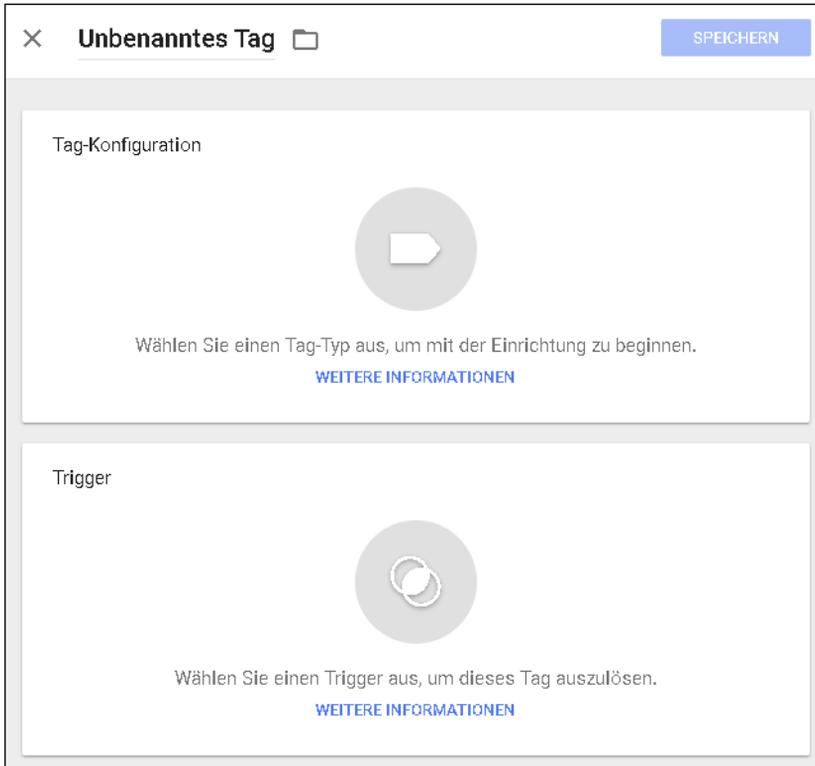


Abbildung 2.34 Bereich für das Anlegen eines neuen Tags

Als Erstes vergeben Sie den Namen für das neue Tag. Sie klicken auf **UNBENANNTES TAG** und tragen dort Folgendes ein: »Google Analytics – Seitenaufruf – Alle Seitenaufrufe«. Als Nächstes klicken Sie in den Bereich der **TAG-KONFIGURATION**. Damit öffnet sich der Bereich zum Konfigurieren des Tags (siehe Abbildung 2.35).

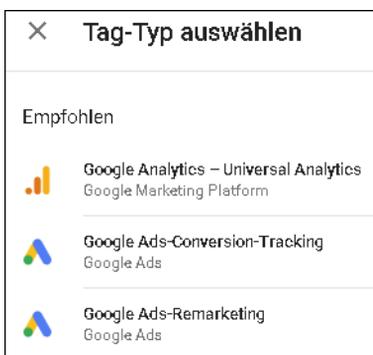


Abbildung 2.35 Die Auswahl der Tag-Typen

Bei der Auswahl der Tag-Typen (siehe Abbildung 2.35) wählen Sie durch einen Klick das Tag **GOOGLE ANALYTICS – UNIVERSAL ANALYTICS** aus.

Nun öffnet sich der Bereich mit den Einstellungen. Da wir die Tracking-ID und die IP-Anonymisierung schon in der Variable eingestellt haben, müssen wir diese Basis-Variable nur noch im Dropdown-Feld bei **GOOGLE ANALYTICS-EINSTELLUNGEN** auswählen (siehe Abbildung 2.36). Die geschweiften Klammern um die Variable zeigen uns, dass dies eine Variable ist: Im Google Tag Manager werden alle Variablen so dargestellt.

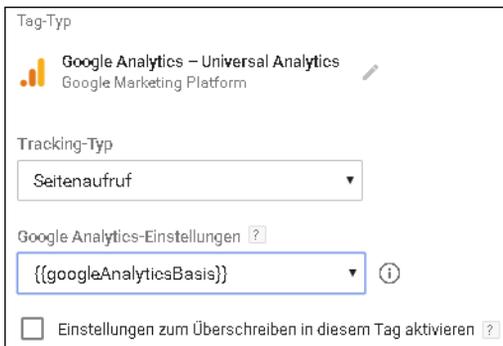


Abbildung 2.36 Die Einstellungen für das Google-Analytics-Tag

Als Letztes müssen Sie noch den Zeitpunkt für die Ausführung des Tags bestimmen. Dafür klicken Sie auf den unteren Bereich mit der Überschrift **TRIGGER AUSWÄHLEN** (siehe Abbildung 2.37). Nun öffnet sich die Auswahl aller vorhandenen Trigger. Bei einem ganz neuen Tag-Manager-Konto ist nur ein einzelner Trigger vorhanden. Der Name des Triggers ist **ALL PAGES**. Er wird bei jedem Seitenaufruf ausgelöst. Diesen Trigger wählen Sie jetzt aus.

»All Pages« oder »Alle Seiten«

Der Trigger heißt in der Regel *All Pages*, aber ich habe in meinen eigenen Google Tag Manager auch noch Instanzen, da heißt er *Alle Seiten*. Aber auch mit rudimentären Englisch-Kenntnissen sollte jedem klar sein, was dieser Trigger macht. Viel wichtiger ist, dass Sie wissen, dass es manchmal ein sprachliches Durcheinander in Google-Produkten gibt.

Es kann durchaus vorkommen, dass Englisch und Deutsch in der Oberfläche gemixt vorkommen. Das gleiche Phänomen gibt es auch in Google Analytics. Da ist in der gleichen Instanz mal von *Zielseiten* und mal von *Landing Pages* die Rede. Beides bezeichnet die gleiche Dimension.

Also lassen Sie sich nicht beunruhigen, wenn die Wörter mal anders sind. Der Funktionalität tut das keinen Abbruch.



Abbildung 2.37 Trigger auswählen

Nach dem Auswählen landen Sie wieder in der Übersicht mit allen Einstellungen für das Google Analytics-Tag (siehe Abbildung 2.38).

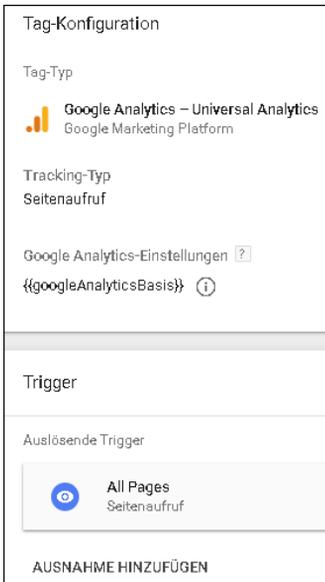


Abbildung 2.38 Das fertig konfigurierte Google Analytics-Tag

Jetzt speichern Sie das Google Analytics-Tag. Sie landen damit wieder in der Tag-Übersicht (siehe Abbildung 2.39).

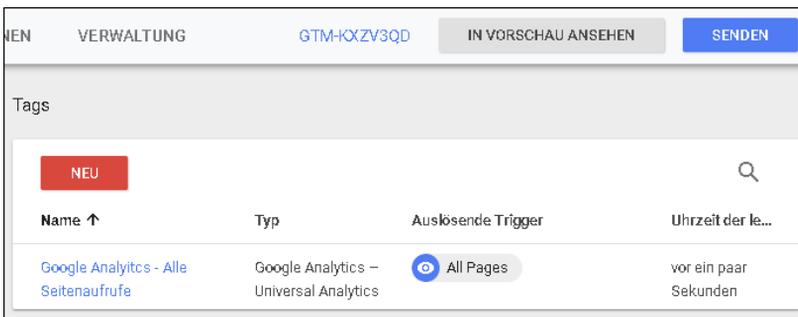


Abbildung 2.39 Die Tag-Übersicht mit dem fertig konfigurierten Tag

Sie haben das Tag jetzt so weit fertig konfiguriert. Aber auf der Website ist es noch nicht erschienen. Bevor wir das Tag nicht zur Veröffentlichung gesendet haben, ist nichts auf der Website passiert.

2.5.3 Google Analytics: Testen und veröffentlichen

Der Google Tag Manager macht es Ihnen einfach, alles vorab zu testen, was Sie mit dem Google Tag Manager produzieren. Bisher waren für solche Tests immer zusätzliche Installationen notwendig. Mit dem Google Tag Manager können Sie die Ausführung auf Ihrer Website testen.

Zum Testen benötigen Sie eine Website, in die Ihr Google Tag Manager-Container eingebunden ist. In Abschnitt 2.4 haben Sie mehrere Möglichkeiten und Anleitungen dazu gesehen. Wenn Sie die Anleitung befolgt haben, können Sie jetzt testen.

Um das angelegte Google Analytics-Tag im Vorschaumodus anzusehen, müssen Sie nur den Vorschaumodus aktivieren. Dafür klicken Sie rechts oben auf **IN VORSCHAU ANSEHEN** (siehe Abbildung 2.40).



Abbildung 2.40 Die Bedientöpfe für Vorschau und Veröffentlichung

Sobald Sie auf den Knopf geklickt haben, wird der Google Tag Manager neu geladen und Sie sehen ein großes Banner, das Ihnen mitteilt, dass Sie im Vorschaumodus sind (siehe Abbildung 2.41). Immer wenn Sie sich im Vorschaumodus befinden, sehen Sie diesen großen Bereich im Google Tag Manager. So ist immer klar, dass alles, was Sie auf der entsprechenden Website sehen, eine Vorschau ist, die nur Sie in Ihrem eigenen Browser sehen können.



Abbildung 2.41 Der Vorschaumodus ist aktiv.

Wenn Sie jetzt die Website aufrufen, auf der Sie den Google Tag Manager-Container eingebaut haben, hat sich die Website verändert. Zusätzlich zur Aktivierung des Vorschaumodus erhalten Sie auch das sogenannte Debug-Fenster (siehe Abbildung 2.42) unterhalb Ihrer Website. Das Debug-Fenster zeigt Ihnen an, welche Tags ausgeführt

werden und welche nicht. Neben diesen Informationen enthält es noch viel mehr Informationen, auf die ich im weiteren Verlauf des Buches eingehe. Aber hier sehen Sie schon mal, dass Ihr Tag ausgeführt wurde.

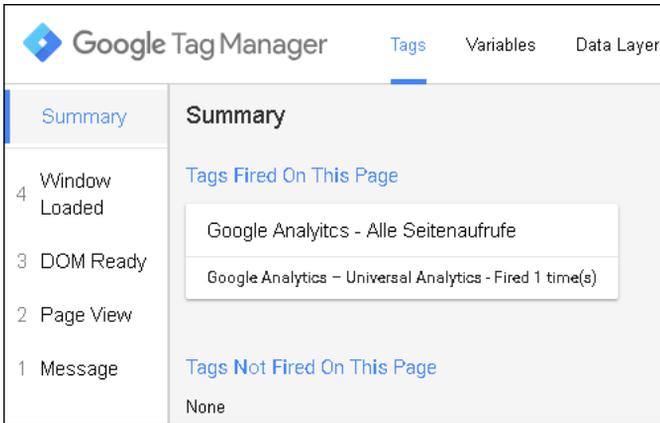


Abbildung 2.42 Das Debug-Fenster

Als Nächstes nutzen Sie den *Google Tag Assistant*, den wir in Abschnitt 2.4.4 installiert haben. Wenn Sie die Seite aufrufen und auf das Symbol des Tag Assistant klicken, sollten Sie den Google Tag Manager und Google Analytics sehen können (siehe Abbildung 2.43). Wenn Sie beides sehen, haben Sie Ihr erstes Google Analytics-Tag erfolgreich getestet. Aber beachten Sie: Noch ist das Tag nicht auf der Website aktiv! Dafür müssen Sie es noch veröffentlichen.

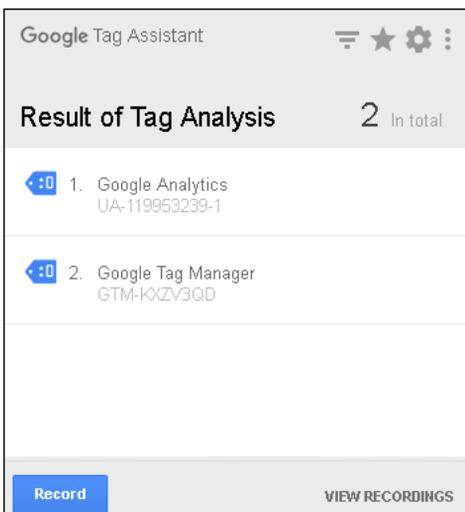


Abbildung 2.43 Der Google Tag Assistant

Nach dem erfolgreichen Test geht es jetzt ans Veröffentlichen des Tags. Dafür klicken Sie in der Oberfläche des Google Tag Managers auf **SENDEN** (siehe Abbildung 2.40). Diese Schaltfläche befindet sich rechts oben. Nun erscheint das Formular für das Einreichen bzw. Veröffentlichen (siehe Abbildung 2.44). Für kleine Änderungen reicht es, wenn Sie die Informationen in den **VERSIONSNAMEN** schreiben. Wenn Sie größere Änderungen an der Implementierung vorgenommen haben, sollten Sie kurz und knapp in der **VERSIONSBESCHREIBUNG** eintragen, was Sie geändert haben. So sind auch Ihre Kollegen oder Sie selbst später immer im Bilde.

Konfiguration der Einreichung

Veröffentlichen und Version erstellen
Änderungen auf Ihre Websites übertragen

Versionsname
Google Analytics Seitenaufruf

Versionsbeschreibung
Fügen Sie eine detaillierte Beschreibung der Änderungen hinzu

In Umgebung veröffentlichen
Live

Abbildung 2.44 Das Formular für die Einreichung der Änderungen

Damit die Version schlussendlich auch veröffentlicht wird, klicken Sie rechts oben auf **VERÖFFENTLICHEN**.

Bei einer erfolgreichen Veröffentlichung erhalten Sie nach wenigen Sekunden eine Zusammenfassung der Veröffentlichung (siehe Abbildung 2.45). Jetzt ist Ihr Tag live auf der Website und zählt die Seitenaufrufe.

Version 2 – Google Analytics Seitenaufruf

Versionszusammenfassung

Veröffentlicht	Versionselemente		
8/5/18 4:22 PM von zedwoodata@gmail.com	1	0	1
Erstellt	Tag	Trigger	Variable
8/5/18 4:22 PM von zedwoodata@gmail.com			
Beschreibung	Keine Beschreibung		

Abbildung 2.45 Die Versionszusammenfassung

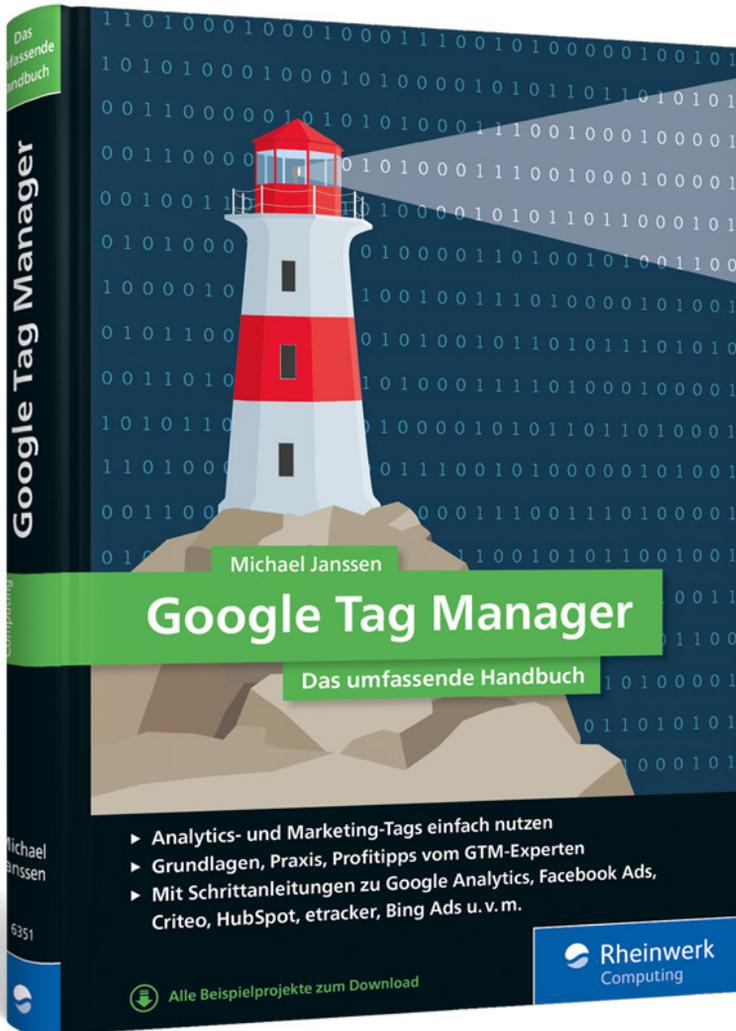
Sie haben jetzt gelernt, wie Sie

- ▶ das Aufrufen von Seiten an Google Analytics melden (Tag),
- ▶ bei jedem Seitenaufruf dieses Tag ausführen (Tag) und
- ▶ einen Aufruf an eine bestimmte Google Analytics-Property mit eingeschalteter IP-Adressen-Anonymisierung schicken.

Es ist im Prinzip das Gleiche wie der Einbau des Basis-Codes aus Google Analytics. Nur haben Sie mit dem Google Tag Manager jetzt viel mehr Möglichkeiten.

Jetzt bestellen als Buch, E-Book oder Bundle:

Das Handbuch für den Google Tag Manager



419 Seiten, gebunden, 39,90 Euro

ISBN 978-3-8362-6351-1

<http://go.gtm-buch.de/info>