

# Cookie Consent

von Datenverlust, falschen Analysedaten  
und Lösungen





Durch Cookie-Consent gehen bis zu 80% der Tracking-Daten verloren.

A silver SUV is parked on the side of a road in a mountainous, green landscape. The hood of the car is open, and a wooden post is propped up against it. The car has a chrome bumper and a red tow hook. The background shows rolling green hills under a blue sky with white clouds.

# DSGVO & Cookie Consent machen das Tracking kaputt

**Ist das wirklich so?**

**Und wenn ja, warum?**

AT YOUR  
OWN RISK



**CAUTION**

**CAUTION**

# Achtung: Heute keine rechtliche Sicht





# Technische Sicht



## Diese Präsentation 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. Unsere Partner führen diese Informationen möglicherweise mit weiteren Daten zusammen, die Sie ihnen bereitgestellt haben oder die sie im Rahmen Ihrer Nutzung der Dienste gesammelt haben.

[Auswahl erlauben](#)

[Cookies zulassen](#)

Notwendig  Präferenzen  Statistiken  Marketing

[Details zeigen](#) ▼

# 1

Consent  
korrekt  
einbauen.

# 2

Die richtigen  
technischen  
Entscheidungen  
treffen.

# 3

Daten  
entsprechend  
nutzen.

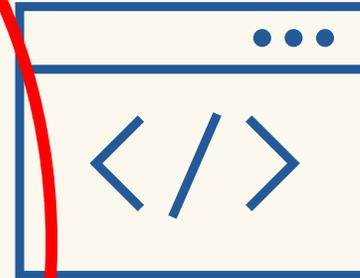
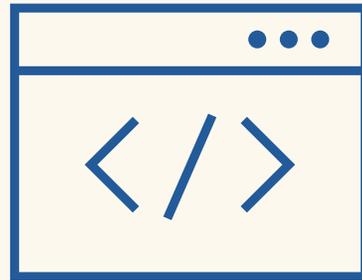
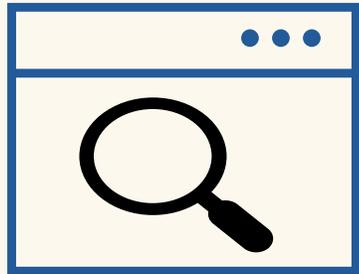


# Back to Basics

So funktioniert Marketing-Attribution

# Auslesen aus dem Referrer

Quelle: google  
Medium: organic



**URL**

Sisudigital.de

Sisudigital.de/..

Sisudigital.de/...

**Referrer**

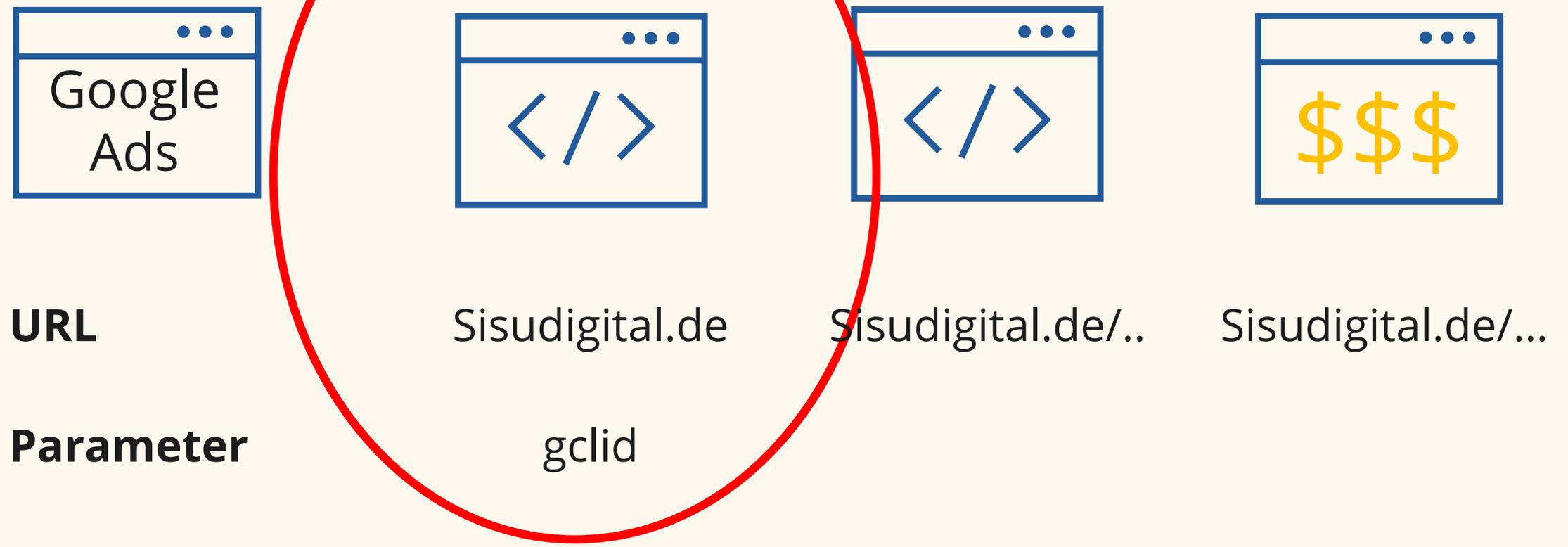
Google.de

Sisudigital.de/

Sisudigital.de/..

# Auslesen aus der URL

Quelle: google  
Medium: cpc



# 1

Consent  
korrekt  
einbauen.

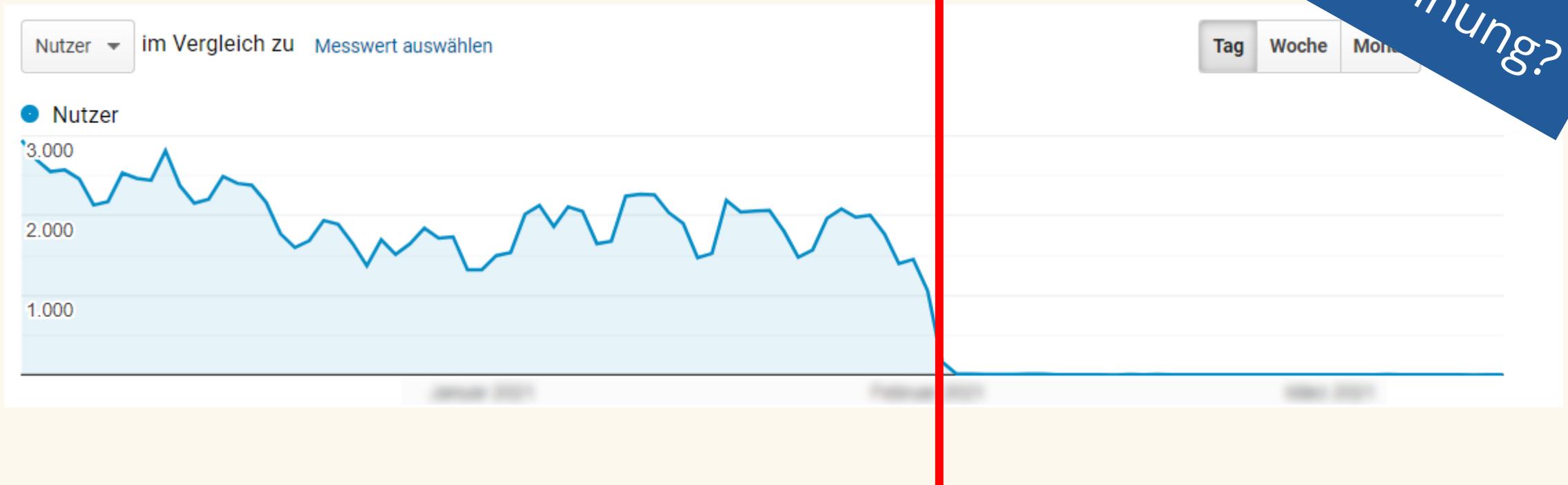


# Consent Problem I



**Es wurde zwar eingebaut, aber nichts eingerichtet.**

# Consent Problem II



**Es wurde zwar eingebaut, aber sämtliches Tracking blockiert.**

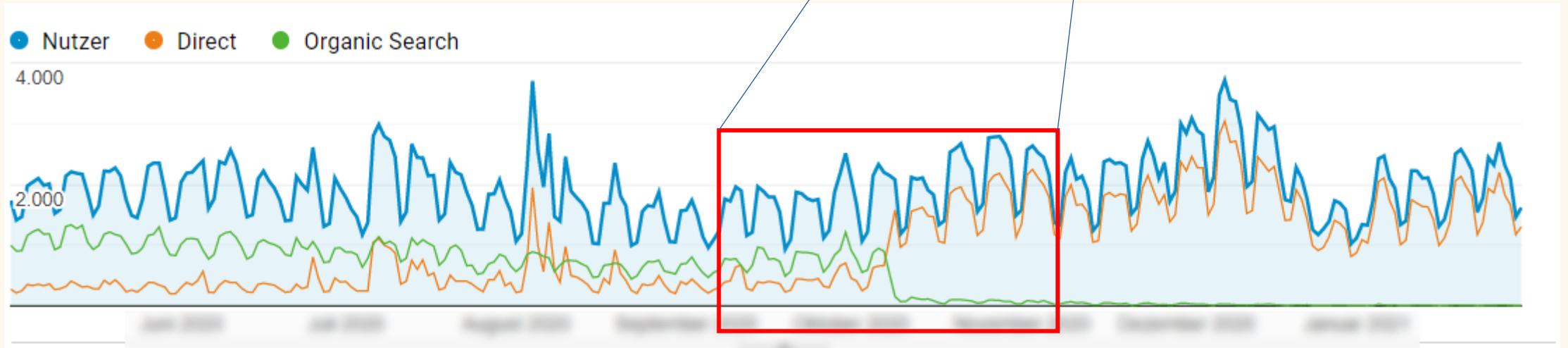
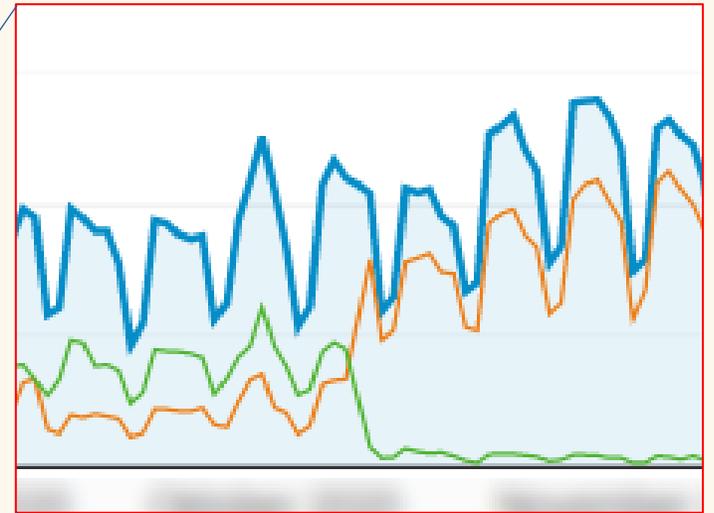
# Consent Problem III



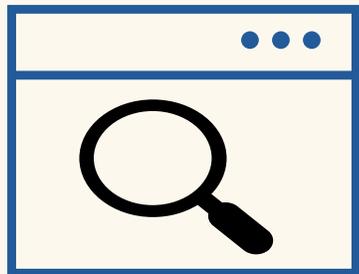
Segment: Organic Search

**Es wurde zwar eingebaut, aber technischer Fehler gemacht.**

# Direct vs. Organic Search

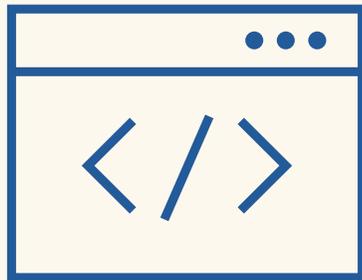


# Auslesen aus dem Referrer



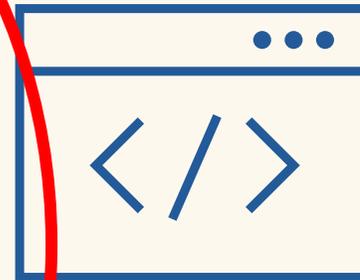
**URL**

**Referrer**



Sisudigital.de

Google.de



Sisudigital.de/..

Sisudigital.de/



Sisudigital.de/..

Sisudigital.de/..

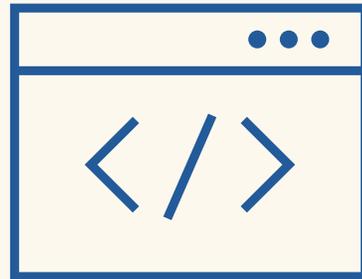
Alle Marketing-Kanäle  
können betroffen  
sein.

# Auslesen aus der URL



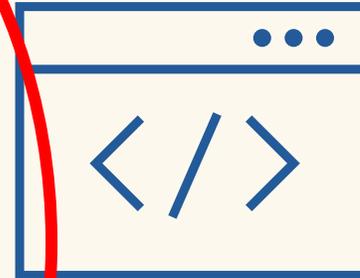
**URL**

**Parameter**



Sisudigital.de

gclid



Sisudigital.de/..



Sisudigital.de/...

# Was passiert nach Consent



Welche Informationen stehen zur Verfügung:

~~Referrer~~

~~Referrer~~

Referrer

Referrer

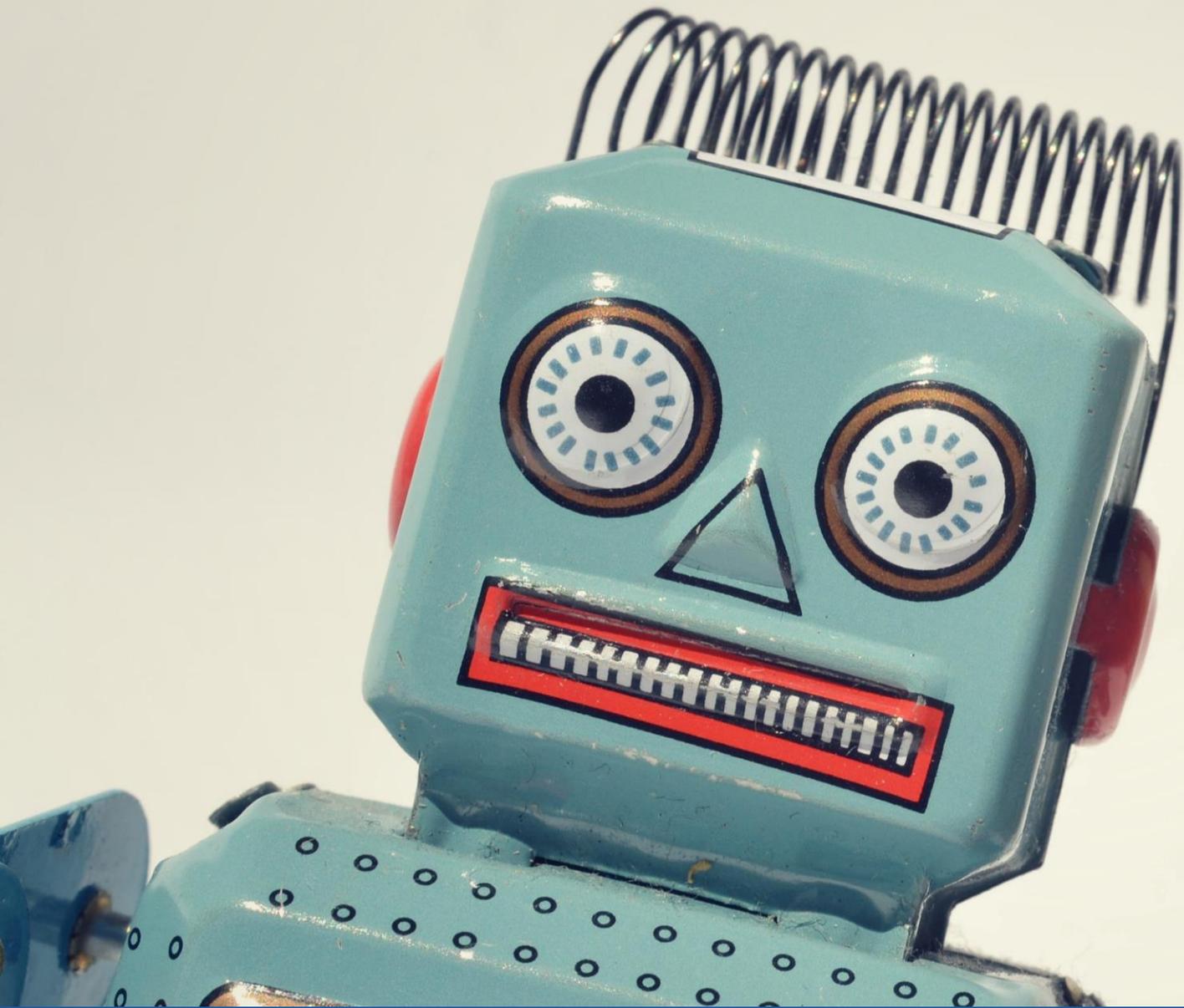
~~Parameter  
Seitenaufruf~~

Parameter  
Seitenaufruf

Parameter  
Seitenaufruf

Parameter  
Seitenaufruf

Es muss beim ersten  
Aufruf getrackt  
werden!



Verlass  
dich  
nicht auf  
die  
Tools!

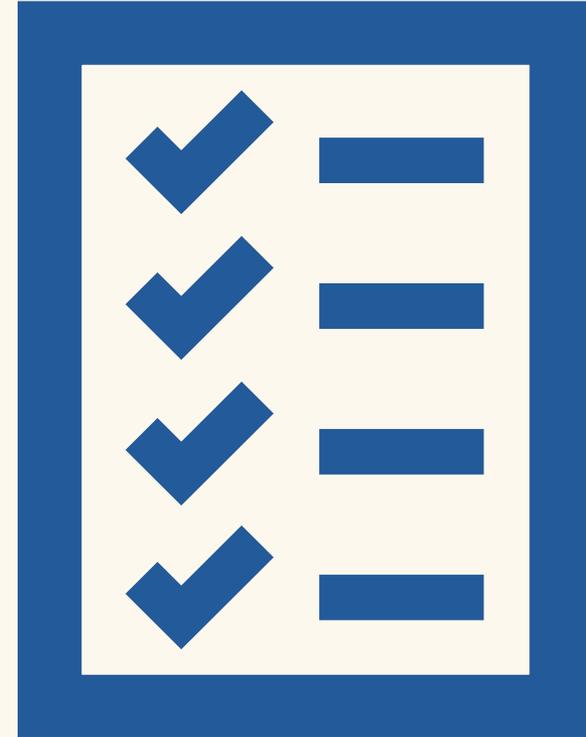
# Überprüfung der Implementierung



# Tools zum Testen

## Plugins für Chrome:

- Entwicklerkonsole
- Google Tag Assistant
- Facebook Pixelhelper
- ObservePoint Tag Debugger
- Gostery



# Empfehlung: Observepoint-Plugin

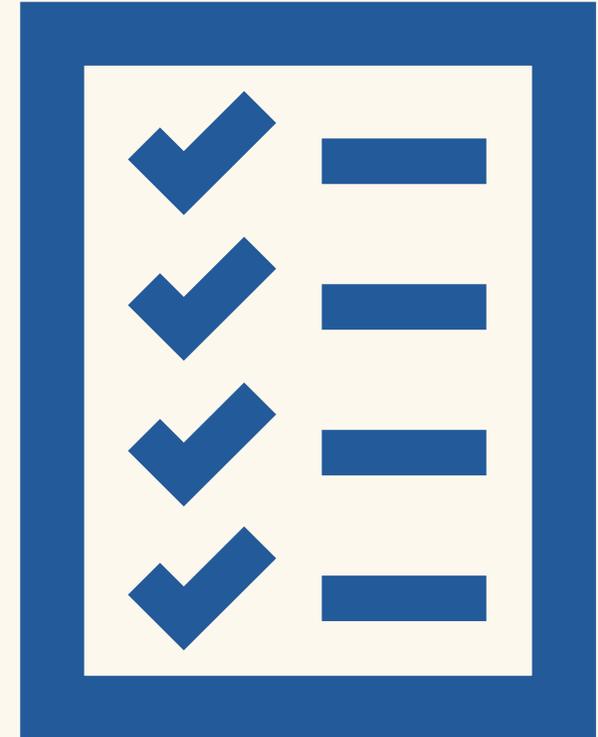
The screenshot shows a web browser window with the URL [sisudigital.de](http://sisudigital.de). The website content includes the SISU DIGITAL logo, a search icon, and a blue banner with the text "Entwickeln. Messen. Lernen." and a paragraph about data visualization. Below the text is a yellow line graph and a button labeled "Jetzt anfragen!".

Overlaid on the right side of the browser is the ObservePoint plugin interface, which displays a table of tracking tags. The table has columns for Tag Name, Account, Category, Status, Request S..., and Total Time. The data is as follows:

Tag Name	Account	Category	Status	Request S...	Total Time
Path			Text	Response Si	Latency
Google Analytics 4 www.google-analytics.com/ga	G-J2RP31...	Analytics	204 HTTP/1.1 20	274B 0	87ms 86ms
Facebook Conversion www.facebook.com/tr/		Social Media	200 HTTP/1.1 20	NaNB 0	33ms 33ms
HubSpot track.hubspot.com/_ptq.gif	8100998	Content M...	200 HTTP/1.1 20	285B 0	99ms 98ms
Facebook Conversion www.facebook.com/tr/	15472921...	Social Media	200 HTTP/1.1 20	285B 0	19ms 19ms
Facebook Conversion www.facebook.com/tr/	15472921...	Social Media	307 HTTP/1.1 30	0 0	16158079... 0
Google Universal Analytics www.google-analytics.com/cc	UA-30537...	Analytics	200 HTTP/1.1 20	285B 0	29ms 28ms
LinkedIn Insights px.ads.linkedin.com/collect	2798593	Analytics	200 HTTP/1.1 20	285B 0	224ms 223ms
Google Optimize www.google-analytics.com/gt	GTM-MF2...	Experienc...	200 HTTP/1.1 20	224B 0	10ms 7ms
Facebook Events connect.facebook.net/en_US/		Social Media	200 HTTP/1.1 20	224B 0	3ms 2ms
LinkedIn Insights snap.lidn.com/li.lms-analytic		Analytics	200 HTTP/1.1 20	224B 1855B	3ms 3ms
Google Global Site www.googletagmanager.com	G-J2RP31...	Tag Mana...	200 HTTP/1.1 20	224B 0	3ms 2ms
Twitter Widget platform.twitter.com/widgets.js		Social Media	200 HTTP/1.1 20	224B 29026B	3ms 2ms
Google Tag Manager www.googletagmanager.com	GTM-TBF...	Tag Mana...	200 HTTP/1.1 20	224B 0	17ms 15ms
Google Optimize			200	224B	23ms

# (Minimales) Test-Szenario

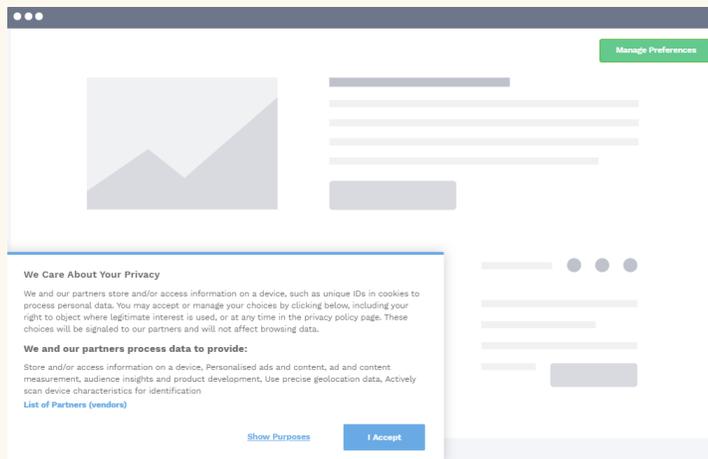
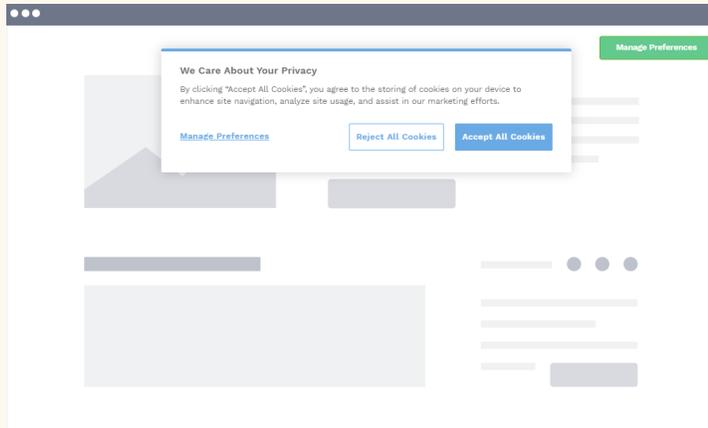
1. Consent Ablehnen: Es wird nichts getrackt.
  2. Consent Zustimmung: Es wird alles getrackt.
- Wichtig: Nicht nur den ersten Seitenaufruf prüfen. Auch ggfls. Events wie Scrollen oder Linkklicks.



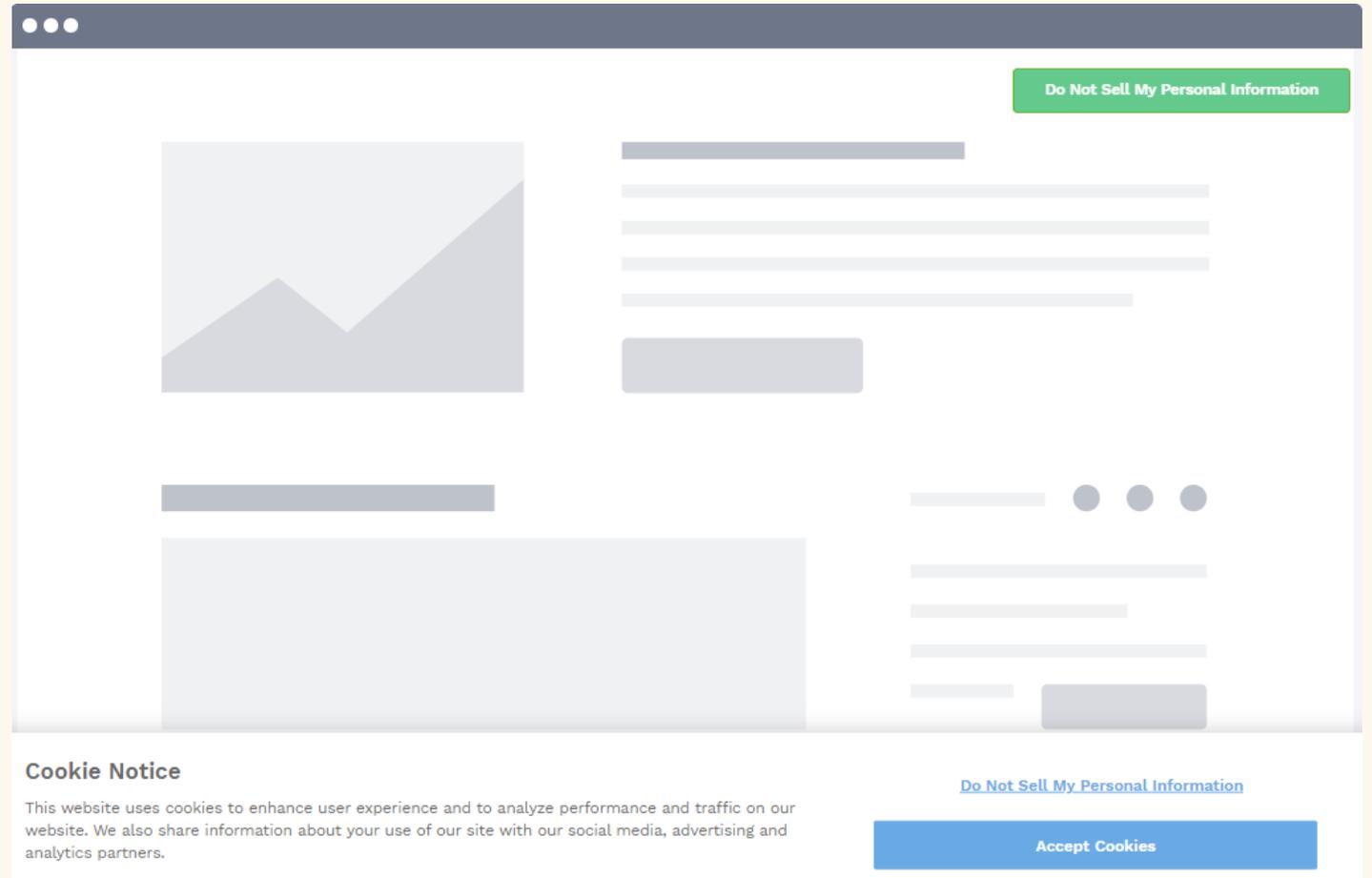
# 2

Die richtigen  
technischen  
Entscheidungen  
treffen.

# Consent Banner

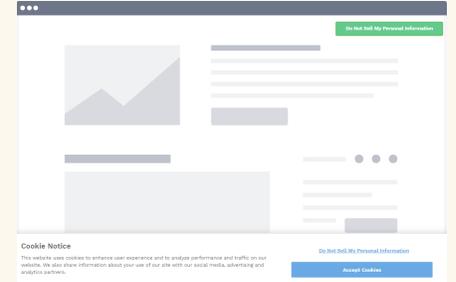
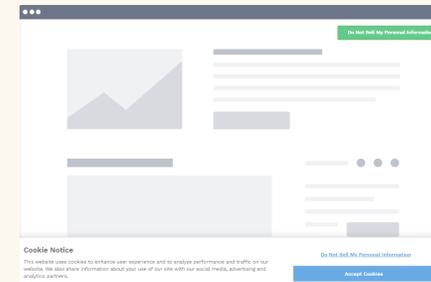
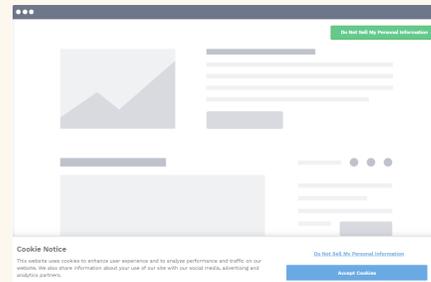


Quelle: cookiepro.com



Die Entscheidung  
muss beim ersten  
Aufruf getroffen  
werden.

# Auslesen aus der URL



**URL**

Sisudigital.de

Sisudigital.de/..

Sisudigital.de/..

**Parameter**

gclid

# Zwangsentcheidung oder wertlos.

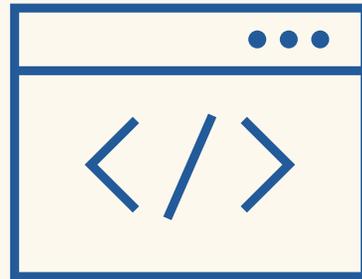
# Domainübergreifend

Auch Sub-Domains  
können betroffen  
sein.



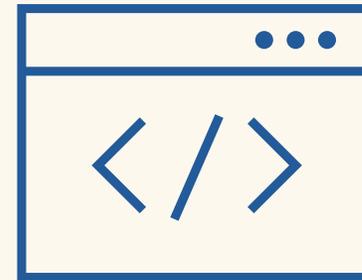
**URL**

**Parameter**



sisudigital.de

gclid



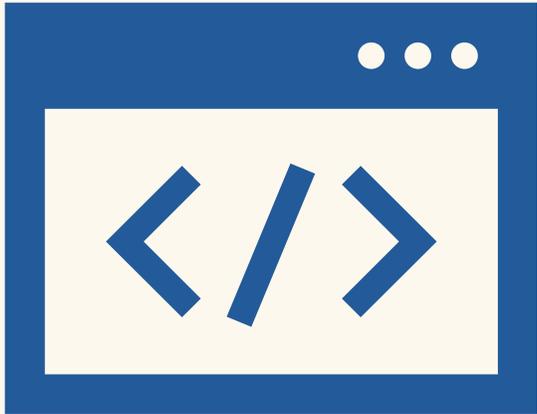
Sisudigital-shop.de/..



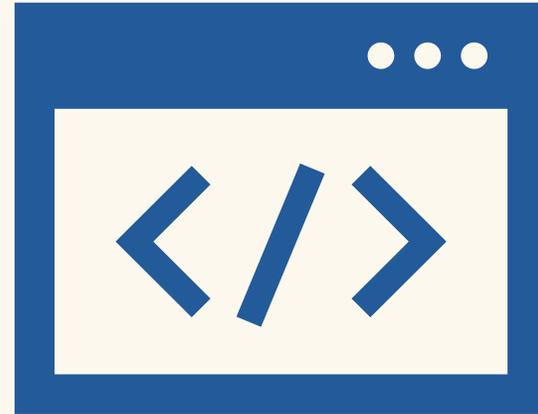
sisudigital-shop.de/...

**KEIN**

# Consent über zwei Domains



Sisudigital.de



sisudigital-shop.de

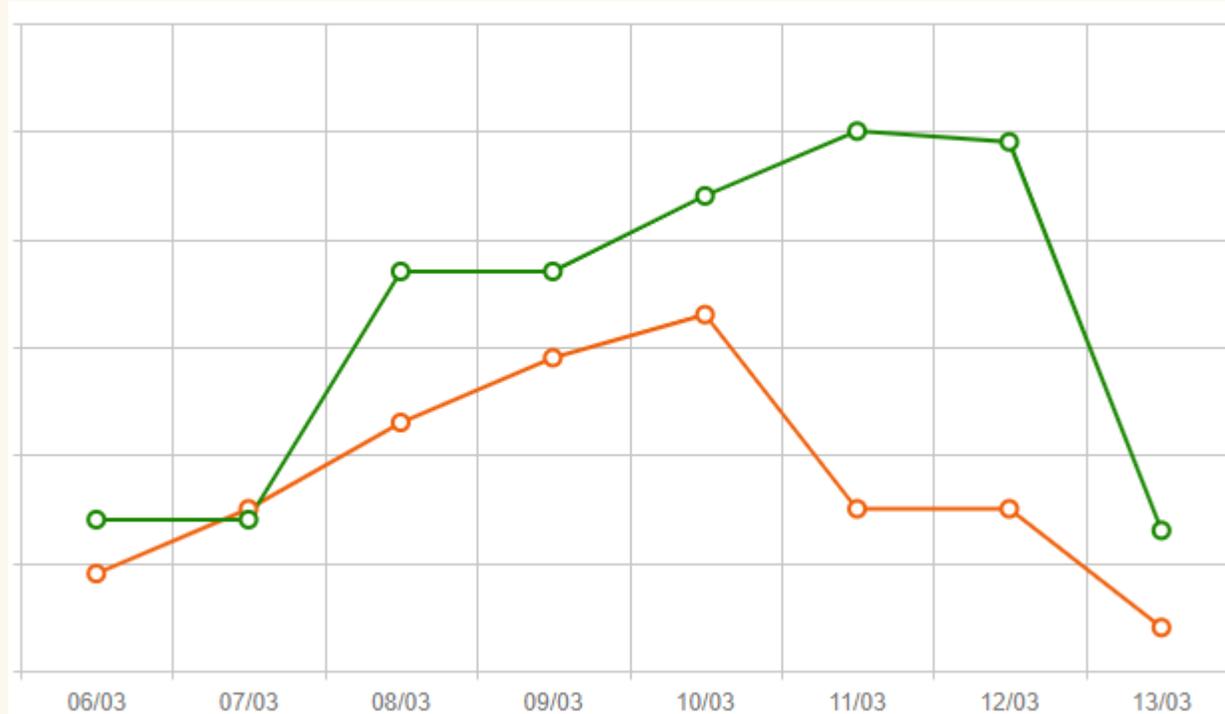
# 3

Daten  
entsprechend  
nutzen.

# Reduzierung der Unsicherheit.



# Zustimmungsquote im Blick



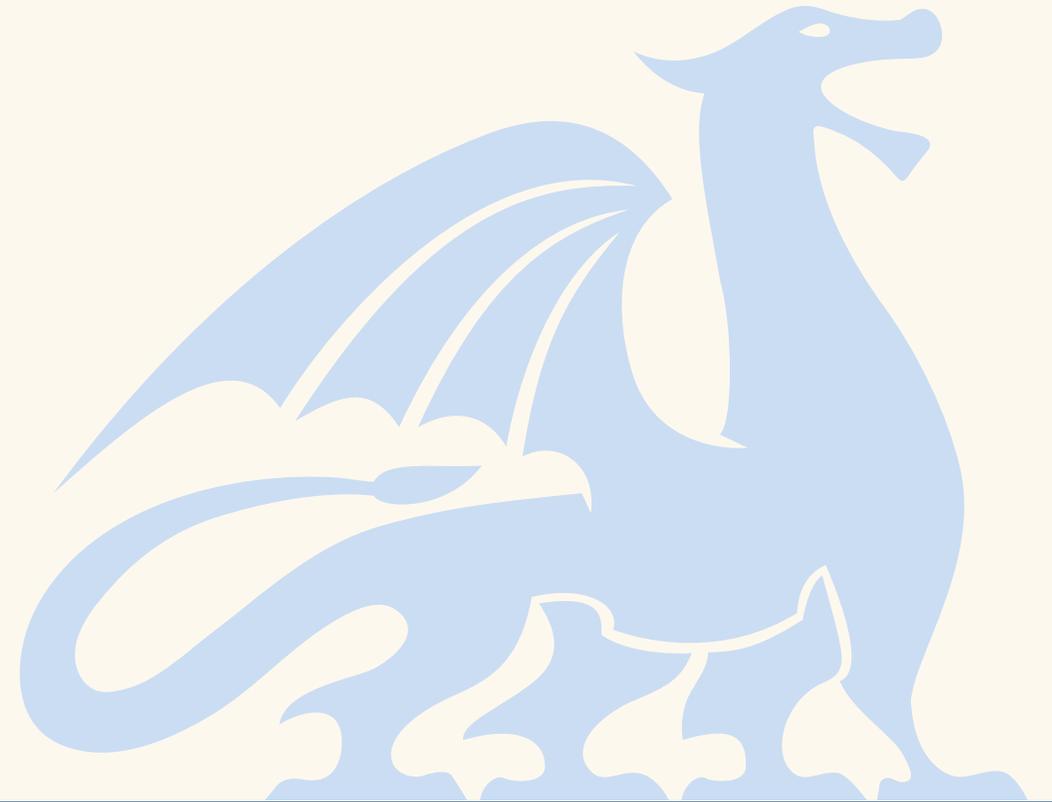
Quelle: cookiebot.com



Bitte keine Tricks  
mehr

# Meine Tipps

für eine gute Umsetzung



# 1

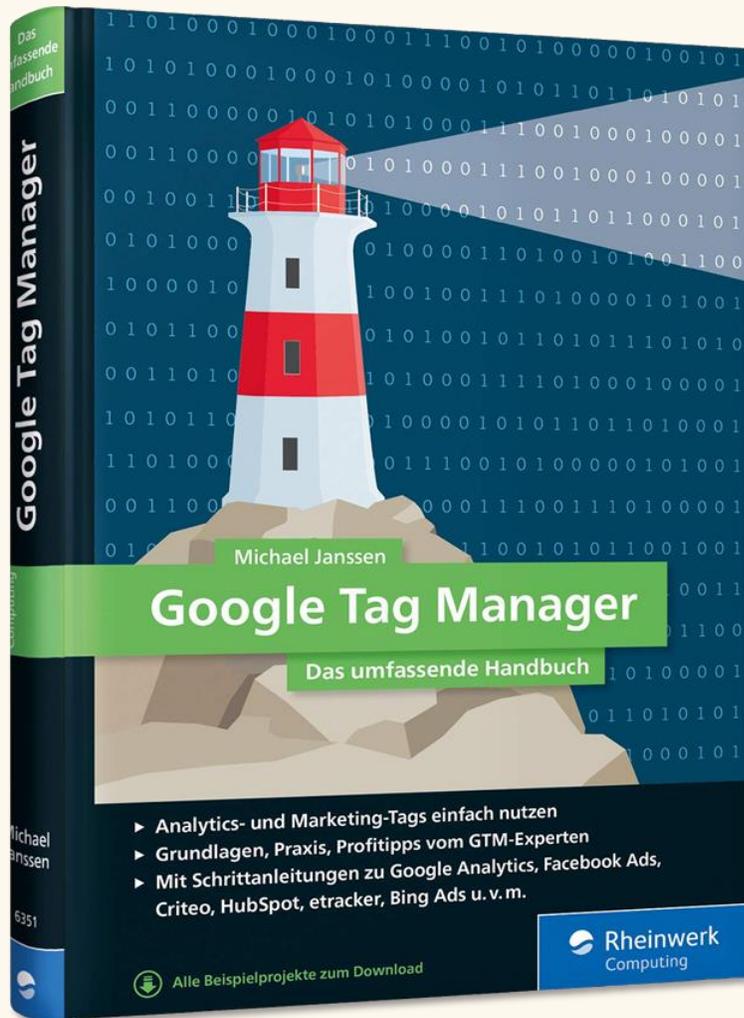
# Aufwand nicht unterschätzen

# 2

## Übersicht über Tags/ Pixel verschaffen

# 3

## Tag Manager benutzen



# Google Tag Manager

Das umfassende Handbuch  
Rheinwerk Verlag

# 4

## Alles auf eine Domain

# 5

Testen, testen,  
testen!

# Testplan

URL	Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4
www.example.com	x	x	x	x

# 6

Einer muss  
den Hut auf  
haben

# 7

Umfang nicht  
unterschätzen.

# Nutze die Daten!

**Kontakt:**

[www.sisudigital.de](http://www.sisudigital.de)

[michael.janssen@sisudigital.de](mailto:michael.janssen@sisudigital.de)

