

Michael Janssen

# Die häufigsten Einstellungsfehler bei GA4

In Google Analytics 4 haben sich die Möglichkeiten der Datenerfassung und Konfiguration erweitert. Diese vielfältigen Möglichkeiten machen die Einrichtung aber auch komplexer. Viele Einstellungen und Möglichkeiten sind auf den ersten Blick nicht zu erkennen. Deshalb behandelt dieser Artikel die wichtigsten Einstellungen, die direkt in der GA4-Oberfläche vorgenommen werden können und zu oft falsch gemacht werden. Die Auswahl erfolgte anhand der Erfahrung aus vielen GA4-Audits.

Google Analytics 4 ist schnell implementiert und es sieht so aus, als wenn die Daten sauber einlaufen. Aber die Tücke liegt wie so oft im Detail. Denn kleine Fehler bei den Einstellungen können große Auswirkungen auf die Datenqualität haben. Leider sind die Standardeinstellungen nicht unbedingt die richtigen Einstellungen für die Datenauswertung. Dieser Beitrag zeigt daher die häufigsten Fehler auf, die bei den Konfigurationseinstellungen gemacht werden.

## Speicherdauer für Nutzer- und Ereignisdaten nicht erhöht

Ein häufiger Fehler bei der Einrichtung von Google Analytics 4 (GA4) ist die Nichtanpassung der Standard-Datenaufbewahrungsdauer. Per Voreinstellung speichert GA4 Nutzer- und Ereignisdaten für lediglich zwei Monate. Eine tiefgehende Analyse mit einem Vergleich über einen längeren Zeitraum ist damit nur schwer möglich. Zwar bleiben aggregierte Daten in Standardberichten unbegrenzt erhalten, doch um das volle Analysepotenzial auszuschöpfen, sollte die Aufbewahrung auf das Maximum von 14 Monaten eingestellt werden. Diese Option steht für die Standardversion von GA4 zur Verfügung und ist essenziell für eine umfassende Auswertung von Trends und Mustern. Nutzer der kostenpflichtigen 360-Version profitieren sogar von

einer erweiterten Speicherdauer von bis zu 50 Monaten, wodurch eine noch weitreichendere Datenhistorie für die Analyse bereitsteht.

## Lösung: Speicherdauer erhöhen

Diese Einstellung ist schnell geändert. Im Verwaltungsbereich (Abbildung 1, Ziffer 1) im Bereich „Datenerhebung und -änderung“ (2) auf „Datenaufbewahrung“ (3) klicken und dann im Drop-down-Menü (4) „14 Monate“ (oder mehr) auswählen.

## Falsche Währung eingestellt

Ein nicht zu unterschätzender Fehler bei der Einrichtung von Google Analytics 4 (GA4) ist die Auswahl der falschen Währung. Diese Einstellung beeinflusst nicht nur die Anzeige von Währungszeichen im Interface, sondern ist auch entscheidend für die korrekte Berechnung monetärer Werte. GA4 konvertiert sämtliche Beträge in die hinterlegte Währung, basierend auf dem US-Dollar als Standardwährung in der Datenbank. Wird die Währungseinstellung geändert, wirkt sich dies rückwirkend aus: Alle historischen Daten werden in der neuen Währung dargestellt und entsprechend umgerechnet. Deshalb ist diese Einstellung nicht nur Make-up, sondern relevant für die Kennzahlen.

Foto: Govindanmarudhai / gettyimages.de

### DER AUTOR



Michael Janssen ist Webanalyst bei der Analytics-Agentur SISU digital. Er beschäftigt sich leidenschaftlich damit, wie man Webdaten erfassen und nutzen kann

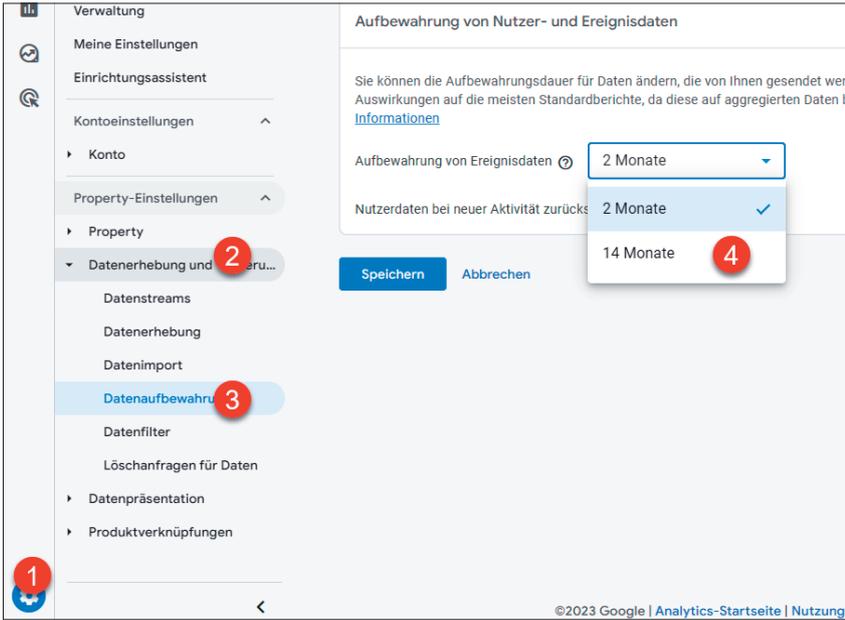


Abb. 1: Speicherdauer erhöhen

### Lösung: korrekte Währung hinterlegen

Die Währungseinstellung befindet sich in der „Verwaltung“ (Abbildung 2, Ziffer 1) bei den Property-Einstellungen unter „Property“ (2) und „Property-Details“ (3). Dort einfach die angezeigte Währung (4) auf die lokale Währung einstellen.

### Entwickler-Traffic nicht ausgeschlossen

Ein weiterer häufig übersehener Aspekt bei der Einrichtung von Google Analytics 4 (GA4) ist der unbeabsichtigte Einbezug von Entwickler-Traffic. Insbesondere während der Implementierungsphase mit dem Google-Tag-Manager können zahlreiche Ereignisse ausgelöst werden, die das Analyseergebnis verzerren. GA4 stellt eine einfache Lösung bereit, um diesen Entwickler-Traffic effektiv auszufiltern: Mit einem speziellen Filter lassen sich alle Aktivitäten, die im Vorschaumodus des Google-Tag-Managers entstehen, mit nur wenigen Klicks vom Tracking ausschließen und sorgen so für eine saubere Datenbasis.

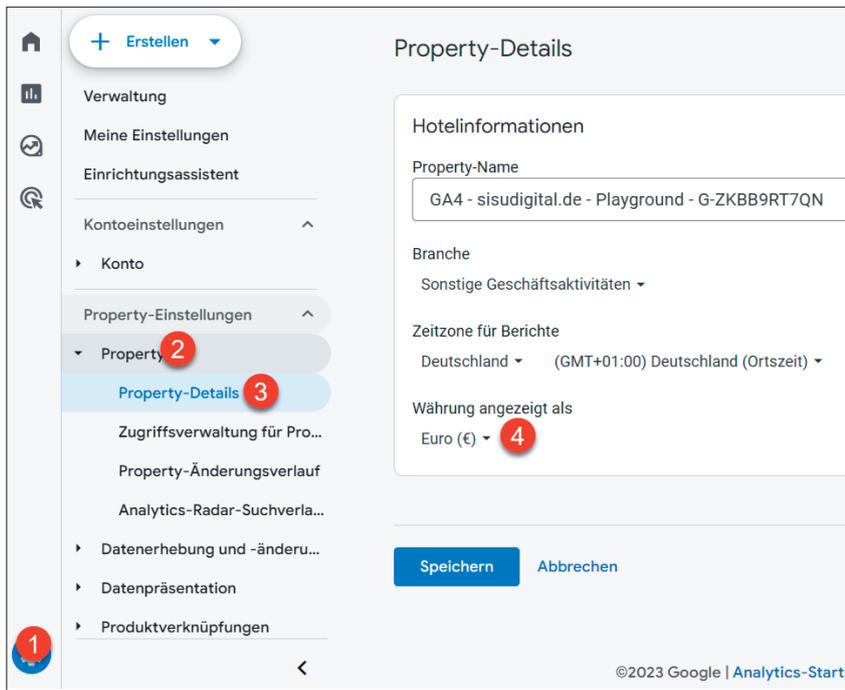


Abb. 2: Korrekte Währung einstellen

### Lösung: Filter anlegen

Der Ausschließen-Filter des Entwickler-Traffics kann ganz leicht aktiviert werden. Einfach auf „Verwaltung“ (Abbildung 3, Ziffer 1) klicken, dann auf „Datenerhebung und -änderung“ (2), dann auf „Datenfilter“ (3) und mit einem Klick auf „Filter erstellen“ einen neuen Filter erstellen.

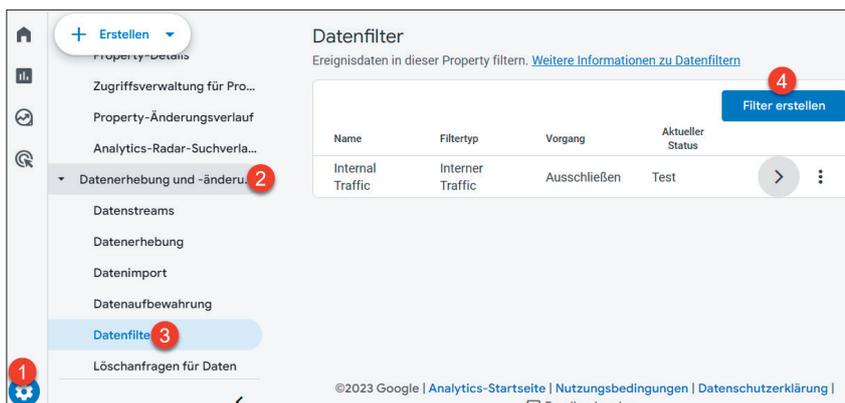


Abb. 3: Neuen Datenfilter erstellen

Jetzt „Entwickler Traffic“ (Abbildung 4, Ziffer 1) auswählen, einen Namen (2) vergeben und den Filter auf „Aktiv“ (3) setzen. Am Ende den neuen Filter noch abspeichern. Ab sofort werden alle Aufrufe, die über den Preview-Modus des Google-Tag-Managers erfolgen, aus den Daten herausgefiltert.

## Google Signals aktiviert, aber für Berichte nicht deaktiviert

Die Aktivierung von Google Signals bietet zwar erweiterte Funktionen in GA4, kann jedoch in einigen Berichten zum sogenannten „Thresholding“ führen – dem Erreichen von Datengrenzwerten, wodurch die Detailtiefe der angezeigten Daten eingeschränkt wird. Solche Einschränkungen können die Datenanalyse signifikant beeinträchtigen. Seit Oktober 2023 besteht die Möglichkeit, die Anwendung von Google Signals spezifisch für Berichte zu deaktivieren. Angesichts des geringen Mehrwerts, den Google Signals für die Berichterstattung liefert, ist die Deaktivierung für eine bessere Datenauswertung ratsam.

## Lösung: Google Signals für Berichte deaktivieren

Google Signals kann ganz einfach für Berichte deaktiviert werden. Einfach auf „Verwaltung“ (Abbildung 5, Ziffer 1) klicken, dann auf „Datenerhebung und Änderung“ (2) und auf „Datenerhebung“ (3). Und dort den Schalter „Google-Signale bei Identität für die Berichterstellung berücksichtigen“ auf „aus“ stellen. Übrigens, sollte Google Signals nicht aktiviert sein, ist diese Schaltfläche nicht in der Oberfläche zu finden.

## Mehr als einen Datenstream für Webdaten

Es gibt in GA4 die Möglichkeit, mehrere Datenstreams für eingehende Daten zu erstellen. Auch wenn es verlockend erscheint, für jeden Website-Bereich einen eigenen Datenstream zu nutzen, ist das kontraproduktiv für die Nutzung der Daten. Nicht nur müssen viele Einstellungen für jeden Datenstream einzeln vorgenommen werden, sondern jeder Stream zählt seine eigenen Besucher und Sitzungen. Es

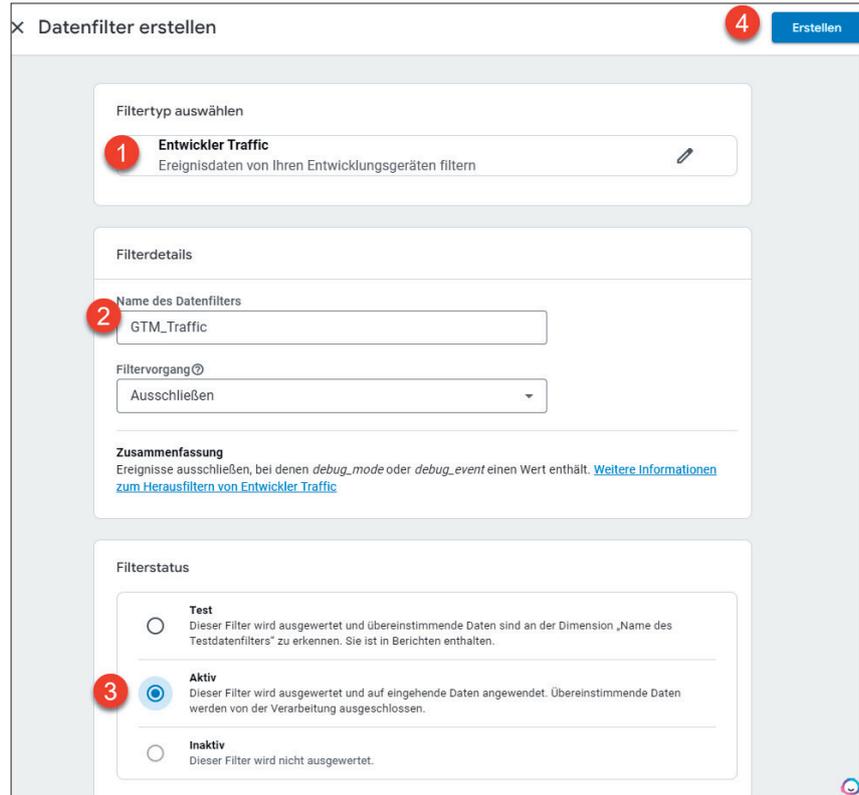


Abb. 4: Entwicklerfilter definieren

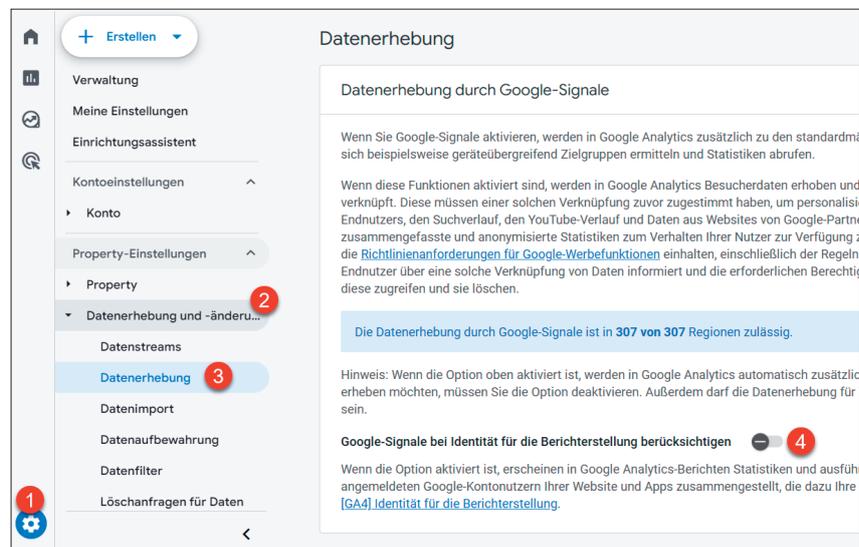


Abb. 5: Google Signals für Berichterstellung deaktivieren

würde also unter Umständen zu extrem falschen Zahlen führen.

Die Überprüfung, wie viele Datenstreams genutzt werden, ist ganz einfach: Auf „Verwaltung“ (Abbildung 6, Ziffer 1) klicken, im Bereich „Datenerhebung und -änderung“ (2) auf „Datenstreams“ (3) klicken und dann auf „Web“ (4). Im besten Fall ist nur noch ein Datenstream zu sehen.

## Zu viele Ereignisse für abgeschickte Formulare

In GA4 gibt es die sogenannten „Optimierten Analysen“. Das sind automatische Ereignisse, die grundlegende Interaktionen erfassen sollen. Die Idee dahinter ist nett, die Umsetzung leider bei den meisten Interaktionen nicht so gut. Im besten Fall werden alle Ereignisse im Bereich „Optimierte Analysen“ deaktiviert und im Bedarfsfall im Goo-

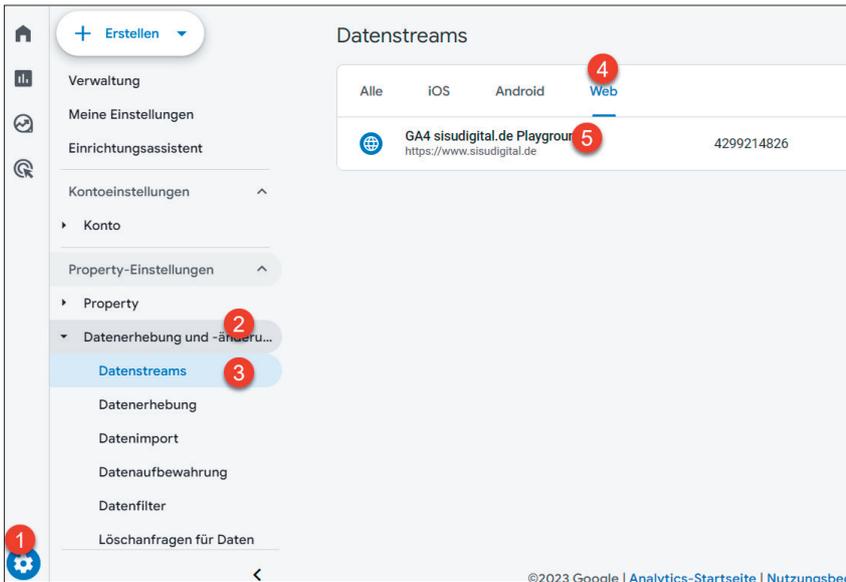


Abb. 6: Datenstreams aufrufen

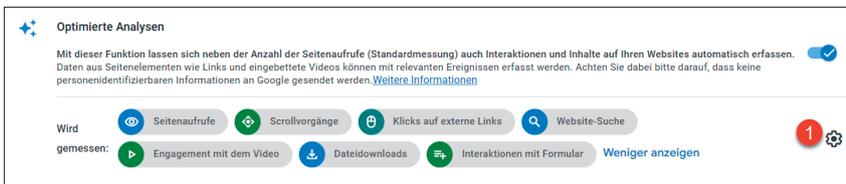


Abb. 7: Ereignisse im Bereich „Optimierte Analysen“ aufrufen

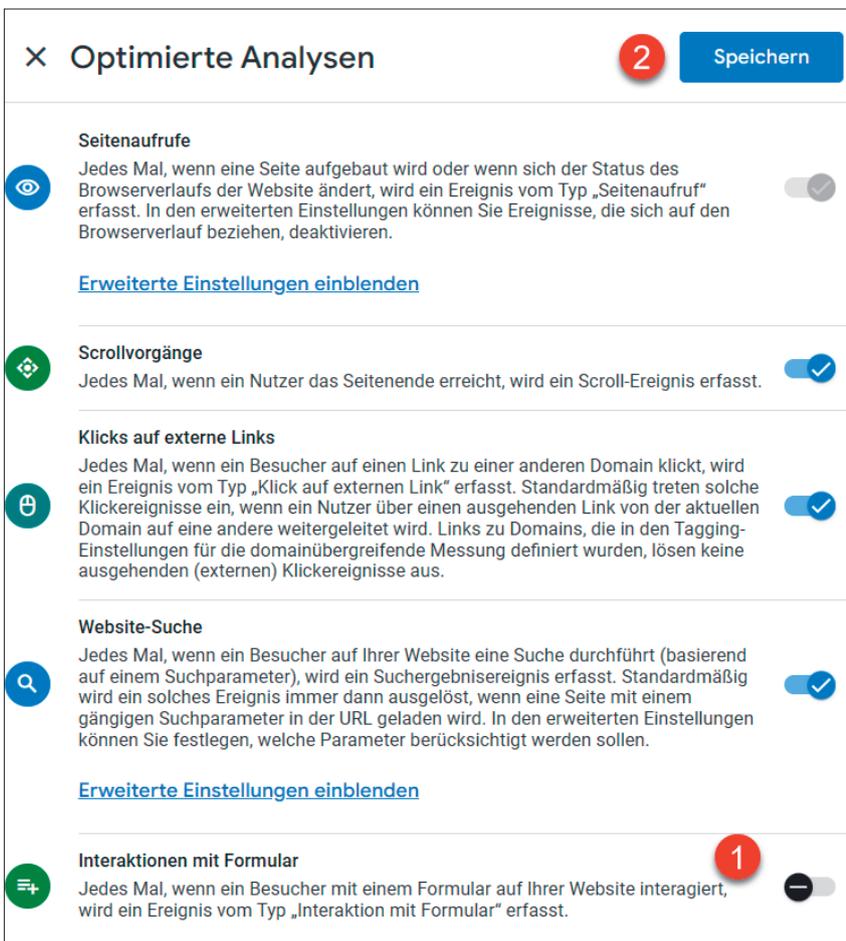


Abb. 8: Einstellungen im Bereich „Optimierte Analysen“

gle-Tag-Manager neu konfiguriert. Sollte das zu aufwendig sein, sollte zumindest das Ereignis für die abgeschickten Formulare (form\_submit) deaktiviert werden. Denn bei den meisten Websites löst dieses Ereignis nicht nur bei den wichtigen Formularen aus, sondern auch beim Nutzen der seiteninternen Suche oder auch schon, wenn das Facebook-Pixel nur eingebunden ist. Bei jedem Seitenaufruf wird dann vermeintlich ein Formular abgeschickt. Die Daten sind also nicht zu gebrauchen.

### Lösung: Deaktivieren der Interaktionen mit Formular

Um dieses Ereignis zu deaktivieren, einfach auf den entsprechenden Datenstream klicken (Abbildung 6, Ziffer 5) und auf das Zahnrad bei „Optimierte Analysen“ klicken (Abbildung 7, Ziffer 1).

Jetzt bei Interaktionen mit Formular den Schalter auf „aus“ schieben (Abbildung 8, Ziffer 1) und die Einstellungen speichern (2).

### Fazit

Die korrekte Konfiguration von Google Analytics 4 ist entscheidend, um aussagekräftige Daten über das Verhalten von Website-Besuchern zu gewinnen und daraus fundierte Entscheidungen abzuleiten. Wie aufgezeigt wurde, können einfache Fehleinstellungen von Speicherdauern, Währungsangaben, Datenstreams oder die Vernachlässigung des Ausschlusses von Entwickler-Traffic die Datenqualität erheblich beeinträchtigen.

Die vorgestellten Maßnahmen sind nicht nur schnell umsetzbar, sondern tragen auch langfristig zur Stabilität und Aussagekraft der Erkenntnisse bei. Es empfiehlt sich, die Einstellungen regelmäßig zu überprüfen und an die sich ändernden Bedürfnisse der Website und ihrer Zielgruppe anzupassen.