

# Inhalt

Materialien zum Buch .....	13
Geleitwort des Fachgutachters .....	15
Vorwort .....	17

## **1 Den Google Tag Manager kennenlernen** 19

---

<b>1.1 Wofür und warum: Tag-Management-Systeme</b> .....	21
<b>1.2 Ein Tag-Management-System von Google</b> .....	23
1.2.1 Was kostet der Google Tag Manager? .....	26
1.2.2 Versionsstände .....	26
<b>1.3 Web-Entwickler oder Online-Marketer: Für wen ist der Google Tag Manager gemacht?</b> .....	27
<b>1.4 Was ist dran? Die Vorteile des Google Tag Managers</b> .....	29
1.4.1 Gemeinsames Arbeiten am Code .....	30
1.4.2 Schnelle Umsetzung – time to live .....	30
1.4.3 Weniger Fehler dank Vorlagen .....	30
1.4.4 Einfaches Testen der Änderungen .....	30
1.4.5 Übersichtlichkeit: Ein Ort für alle Tags .....	32
1.4.6 Zeitgesteuertes Ausspielen von Tags .....	32
1.4.7 Mehrfache Nutzung von Triggern und Variablen .....	32
1.4.8 Unabhängig vom Deployment der Website .....	32
1.4.9 Versionierung der Änderungen .....	33
1.4.10 Etwas falsch gemacht? Änderungen einfach zurücknehmen .....	33
1.4.11 Notizen für Elemente .....	33
1.4.12 Unterschiedliche Nutzer, unterschiedliche Rechte .....	34
<b>1.5 Lohnt sich der Umstieg auf den Google Tag Manager?</b> .....	34
<b>1.6 Der Google Tag Manager und der Datenschutz</b> .....	35
<b>1.7 Zusammenfassung</b> .....	36

## **2 Die Praxis beginnt: Den Container einsatzfähig machen** 37

---

<b>2.1 Tags, Trigger, Variablen und Co.</b> .....	37
2.1.1 Tags .....	39

2.1.2	Trigger .....	39
2.1.3	Variablen .....	39
<b>2.2</b>	<b>Das Google Tag Manager-Konto einrichten .....</b>	<b>39</b>
<b>2.3</b>	<b>Den Container einrichten .....</b>	<b>44</b>
<b>2.4</b>	<b>Den Container in der Website installieren .....</b>	<b>47</b>
2.4.1	Möglichkeit 1: Einbau direkt in den Quelltext des Themes .....	49
2.4.2	Möglichkeit 2: Einbau mithilfe eines WordPress-Plugins .....	52
2.4.3	Möglichkeit 3: Einbau ohne Einbau .....	56
2.4.4	Alles richtig gemacht? Den Container-Code-Einbau überprüfen .....	59
<b>2.5</b>	<b>Das erste Tag auf der Website ausführen .....</b>	<b>61</b>
2.5.1	Google Analytics: Die Basis-Variable anlegen .....	63
2.5.2	Google Analytics: Das Tag für Seitenaufrufe anlegen .....	66
2.5.3	Google Analytics: Testen und veröffentlichen .....	70

### **3 Die große Übersicht über die Oberfläche** 75

---

<b>3.1</b>	<b>Die Kontoverwaltung .....</b>	<b>76</b>
<b>3.2</b>	<b>Die Containerübersicht .....</b>	<b>77</b>
<b>3.3</b>	<b>Versionsübersicht .....</b>	<b>79</b>
<b>3.4</b>	<b>Die Verwaltung .....</b>	<b>80</b>
3.4.1	Die Nutzerverwaltung .....	82
3.4.2	Die Containerverwaltung .....	84
<b>3.5</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>88</b>

### **4 Schlüsselfertig: Das Tag-Vorlagensystem** 89

---

<b>4.1</b>	<b>Wie man das Tag benennt .....</b>	<b>91</b>
4.1.1	Der Anbieter und der Zweck des Tags .....	92
4.1.2	Bestimmte Seiten oder Ereignisse .....	93
4.1.3	Besondere Trigger hervorheben .....	93
<b>4.2</b>	<b>Ein einfaches Beispiel: Das Google Ads Remarketing-Tag .....</b>	<b>93</b>
<b>4.3</b>	<b>Testen und Veröffentlichen des Tags .....</b>	<b>95</b>
<b>4.4</b>	<b>Erweiterte Funktionen mit den Triggern .....</b>	<b>98</b>

<b>4.5</b>	<b>Priorität, Tag Sequencing etc.:</b>	
	<b>Erweiterte Einstellungen bei der Ausführung</b> .....	99
4.5.1	Priorität für die Tag-Auslösung .....	99
4.5.2	Benutzerdefinierter Plan zur Tag-Auslösung .....	100
4.5.3	Tag nur in veröffentlichten Containern ausführen .....	100
<b>4.6</b>	<b>Optionen für Tag-Reihenfolge und -Auslösung</b> .....	101
4.6.1	Die Tag-Reihenfolge .....	101
4.6.2	Die Häufigkeit der Tag-Auslösung .....	103
4.6.3	Sonderfall »Tag-Sequenzierung beim benutzerdefinierten HTML-Tag« .....	103
<b>4.7</b>	<b>Zusammenfassung</b> .....	104

---

## **5 Die richtige Gelegenheit: Trigger** 105

<b>5.1</b>	<b>Trigger: technisch gesehen</b> .....	107
<b>5.2</b>	<b>Trigger debuggen</b> .....	108
<b>5.3</b>	<b>Einen neuen Trigger erstellen</b> .....	109
<b>5.4</b>	<b>Unscheinbar, aber mächtig: Die Trigger-Bedingungen</b> .....	110
<b>5.5</b>	<b>Unterschiedliche Trigger für unterschiedliche Ereignisse</b> .....	112
5.5.1	Die Seitenaufrufe .....	112
5.5.2	Die Klick-Trigger .....	113
5.5.3	Die Nutzerinteraktions-Trigger .....	116
5.5.4	Die Sonstiges-Trigger .....	120
<b>5.6</b>	<b>Ein Ausblick</b> .....	123

---

## **6 Titel, URL und Co: Umgang und Arbeit mit Variablen** 125

<b>6.1</b>	<b>Einsatzorte für Variablen</b> .....	127
6.1.1	Variablen in Tags .....	127
6.1.2	Variablen in Triggern .....	128
6.1.3	Variablen in Variablen nutzen .....	129
6.1.4	Variablen in benutzerdefiniertem HTML und JavaScript .....	130
6.1.5	Fehler mit Variablen finden .....	131

<b>6.2</b>	<b>Die integrierten Variablen: ein Überblick</b>	131
6.2.1	Die Seitenvariablen	133
6.2.2	Die Dienstprogramme-Variablen	134
6.2.3	Die Fehler-Variablen	135
6.2.4	Die Klicks-Variablen	136
6.2.5	Die Formular-Element-Variablen	137
6.2.6	Die Verlauf-Variablen	138
6.2.7	Die Video-Variablen	139
6.2.8	Die Scrollvariablen	139
6.2.9	Die Sichtbarkeitsvariablen	139
<b>6.3</b>	<b>Volle Freiheit: Benutzerdefinierte Variablen</b>	140
6.3.1	Der Variablentyp »Navigation«	140
6.3.2	Der Variablentyp »Seitenvariablen«	143
6.3.3	Der Variablentyp »Seitenelemente«	145
6.3.4	Der Variablentyp »Dienstprogramme«	148
6.3.5	Der Variablentyp »Containerdaten«	151
<b>6.4</b>	<b>Das Format von Variablen ändern</b>	152
<b>6.5</b>	<b>Namenskonventionen von benutzerdefinierten Variablen</b>	153
<b>6.6</b>	<b>Debugging von Variablen</b>	155
<b>6.7</b>	<b>Zusammenfassung</b>	155

---

## 7 Benutzerdefinierte Tags und Variablen 157

<b>7.1</b>	<b>Tags: Das benutzerdefinierte HTML</b>	159
7.1.1	Die Sonderfunktion »document.write« in älteren Tags	162
7.1.2	Beispiel für benutzerdefiniertes HTML: Das Facebook-Pixel	164
<b>7.2</b>	<b>Variablen: Das benutzerdefinierte JavaScript</b>	166
7.2.1	Aufbau des Codes	167
7.2.2	Beispiel für die Nutzung der benutzerdefinierten JavaScript-Variablen	168
<b>7.3</b>	<b>JavaScript ist wichtig</b>	170

---

## 8 Daten in der Website bereitstellen: die Datenschicht 171

<b>8.1</b>	<b>Daten aus der Datenschicht sind wiederverwendbar</b>	174
<b>8.2</b>	<b>Aus dem Quelltext scrapen statt Datenschicht nutzen</b>	176

<b>8.3</b>	<b>Scraping oder Datenschicht: Was ist besser?</b>	177
<b>8.4</b>	<b>Praxis: Die Datenschicht für Google Analytics mit WordPress nutzen</b>	178
<b>8.5</b>	<b>Die Datenschicht: Technisch betrachtet</b>	186
8.5.1	Die Datenschicht in der Website	186
8.5.2	Name und Anzahl der Datenschichten	189
8.5.3	Die Struktur der Datenschicht	190
8.5.4	Die einzelnen Variablen	193
8.5.5	Integraler Bestandteil des Google Tag Mangers: Events	194
8.5.6	Version 1 oder Version 2: Die Datenschicht	196
<b>8.6</b>	<b>Zusammenfassung</b>	199
<b>9</b>	<b>Debugging und Vorschau: Immer kontrollieren</b>	201
<b>9.1</b>	<b>Der Vorschaumodus: Das eingebaute Debugging-Tool</b>	202
9.1.1	Probleme beim Anzeigen des Vorschaumodus	203
9.1.2	Debugging der Ereignisse	208
9.1.3	Debugging der Tags	210
9.1.4	Variablen in den Triggern sichtbar machen	213
9.1.5	Debugging der Variablen	214
9.1.6	Debugging der Datenschicht	215
9.1.7	Den Vorschaumodus weitergeben	216
<b>9.2</b>	<b>Debugging mit den Chrome-Entwicklertools</b>	218
9.2.1	Die Datenschicht auf der Konsole ausgeben	219
9.2.2	Verbindungsprobleme aufdecken	221
9.2.3	JavaScript-Code lesbar machen	222
<b>9.3</b>	<b>Debugging mit dem Google Tag Assistant</b>	222
9.3.1	Grundeinstellungen für den Google Tag Assistant	223
9.3.2	Das Tag auf der Seite untersuchen	225
9.3.3	Mehrere Seiten in Folge aufnehmen und auswerten	227
<b>9.4</b>	<b>Debugging der harten Fälle</b>	228
9.4.1	Installation von Charles Proxy	230
9.4.2	Jeden einzelnen Hit untersuchen	234
9.4.3	Austausch des Containers	235
9.4.4	Debugging von Apps	236
<b>9.5</b>	<b>Weitere nützliche Helferlein</b>	237
9.5.1	WASP.inspector	237

9.5.2	Eine schönere Ansicht der Datenschicht: Der DataSlayer .....	238
9.5.3	Der Data Layer Inspector+ .....	239
<b>9.6</b>	<b>Viele weitere Erweiterungen .....</b>	<b>240</b>

---

## **10 Veröffentlichen: Versionen und Workspaces** 241

<b>10.1</b>	<b>Die volle Power der Versionierung .....</b>	<b>242</b>
10.1.1	Zwischenversion speichern .....	243
10.1.2	Vorschau auf bestimmte Versionen .....	244
10.1.3	Eine bestimmte Version veröffentlichen .....	245
10.1.4	Eine alte Version als Basis für eine neue verwenden .....	247
10.1.5	Welche Änderungen wurden vorgenommen? Änderungen sichtbar machen .....	249
10.1.6	Weitere Funktionen für Versionen .....	251
<b>10.2</b>	<b>Komplexere Setups gut handhabbar machen .....</b>	<b>251</b>
10.2.1	Das Anlegen der Umgebungen .....	253
10.2.2	Das Veröffentlichen in der Staging-Umgebung .....	256
10.2.3	Umgebungen in Variablen und Google Analytics .....	258
<b>10.3</b>	<b>In Ruhe an größeren Änderungen arbeiten: Die Arbeitsbereiche .....</b>	<b>259</b>
10.3.1	Was sind Workspaces? .....	259
10.3.2	Veröffentlichungsworkflow .....	260
10.3.3	Einen neuen Workspace anlegen und nutzen .....	261
10.3.4	Der sichere Import: in den Arbeitsbereich .....	264
10.3.5	Arbeitsbereiche löschen .....	264
10.3.6	Konflikte beheben .....	265
<b>10.4</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>266</b>

---

## **11 Der Google Tag Manager in der Praxis** 267

<b>11.1</b>	<b>Google Analytics .....</b>	<b>268</b>
11.1.1	Unterschiedliche Tracking-IDs anhand der Domain .....	268
11.1.2	Domainübergreifendes Tracking einrichten .....	271
11.1.3	Externen Linkklick tracken .....	274
11.1.4	Downloads tracken .....	278
11.1.5	YouTube-Videos tracken .....	280
11.1.6	Scrolltracking .....	283

11.1.7	Die eigenen Besuche ausschließen .....	284
11.1.8	Das erweiterte eCommerce-Tracking .....	298
<b>11.2</b>	<b>Kampagnenparameter per Formular übertragen .....</b>	<b>339</b>
11.2.1	Die Parameter aus der URL extrahieren .....	340
11.2.2	Die UTM-Parameter speichern .....	341
11.2.3	Den Cookie-Wert in das Formular übertragen .....	343
<b>11.3</b>	<b>Google Optimize in die Website implementieren .....</b>	<b>344</b>
11.3.1	Das Google Optimize-Tag in die Seite einbauen .....	345
11.3.2	Zusätzliches Snippet gegen das Flackern einbauen .....	346
<b>11.4</b>	<b>Das Criteo-Tag einbauen .....</b>	<b>346</b>
11.4.1	Criteo OneTag auf der Startseite implementieren .....	347
11.4.2	Criteo OneTag für die Eintragsseite implementieren .....	348
11.4.3	Criteo OneTag für die Produktseite implementieren .....	350
11.4.4	Criteo OneTag für die Warenkorbseite .....	351
11.4.5	Criteo OneTag für die Verkaufsbestätigungsseite .....	354
<b>11.5</b>	<b>Das Facebook-Tag implementieren .....</b>	<b>355</b>
11.5.1	Facebook-Pixel für den Seitenaufruf manuell einbauen .....	356
11.5.2	Eine Lead-Aktion mit dem Pixel übertragen .....	358
11.5.3	Einen Kauf an Facebook als Conversion übertragen .....	361
<b>11.6</b>	<b>Das HubSpot-Pixel einbauen .....</b>	<b>366</b>
11.6.1	Den HubSpot-Tracking-Code bereitstellen .....	366
11.6.2	Das HubSpot-Tag im Google Tag Manager anlegen .....	368
<b>11.7</b>	<b>Das etracker-Tag implementieren .....</b>	<b>368</b>
11.7.1	Das Tracking für den Seitenaufruf implementieren .....	369
<b>11.8</b>	<b>Das Tag für Microsoft Bing Ads implementieren .....</b>	<b>371</b>
11.8.1	Das Bing Ads-Tag bei jedem Seitenaufruf implementieren .....	372
11.8.2	Das Bing Ads-Tag für das Melden von variablen Umsätzen implementieren .....	373
<b>11.9</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>375</b>

## **12 Der Google Tag Manager mit AMP und Apps** 377

---

<b>12.1</b>	<b>Den Google Tag Manager auf AMP-Seiten nutzen .....</b>	<b>378</b>
12.1.1	Google Analytics in der AMP-Seite implementieren .....	380
12.1.2	Google Analytics für HTML- und AMP-Seiten im Mix .....	381
12.1.3	Die Trigger in AMP .....	383
12.1.4	Die Variablen beim AMP-Container .....	387

<b>12.2 Den Google Tag Manager in Verbindung mit Apps nutzen .....</b>	<b>391</b>
12.2.1 Den Google Tag Manager und Google Analytics in einer App installieren .....	393
12.2.2 Die Daten in Google Analytics nutzen .....	394
12.2.3 Tags in Ihrer App anlegen .....	396

## **13 Der Google Tag Manager 360** 399

---

<b>13.1 Unbeschränkte Anzahl der Arbeitsbereiche .....</b>	<b>399</b>
<b>13.2 Freigabe-Workflows .....</b>	<b>400</b>
<b>13.3 Zonen für den Google Tag Manager .....</b>	<b>401</b>
<b>13.4 Service-Level-Agreements .....</b>	<b>402</b>
<b>13.5 Mehr Informationen zum Google Tag Manager 360 .....</b>	<b>402</b>

## **14 Tipps, Tricks und Vereinfachungen** 403

---

<b>14.1 Tools .....</b>	<b>403</b>
14.1.1 Die »GTM Tools« von Simo Ahava .....	403
14.1.2 Die »Da Vinci Tools« von Stéphane Hamel .....	407
14.1.3 GTM Tools Add-On for Google Sheets .....	408
<b>14.2 Blogs .....</b>	<b>409</b>
<b>14.3 Tipps .....</b>	<b>410</b>
<b>14.4 Zusammenfassung .....</b>	<b>411</b>
 Index .....	 413