Tracking

Stand: 21.07.2022

Innerhalb des Trackings wird die Bewegung eines Nutzern und seine Aktivitäten auf einer Webseite aufgezeichnet. Das Tracking ist ein wichtiges Element der Webanalyse und spielt im Online Marketing eine wichtige Rolle. Auf Grundlage der durch das Tracking ermittelten Nutzerdaten kann beispielsweise die Usability einer Webseite erheblich verbessert und Remarketing-Kampagnen zielgenauer ausgesteuert werden. Das Tracking der Nutzeraktivitäten ist dabei aus datenschutzrechtlicher Sicht umstritten.

Definition

Das Tracking (deutsch: Verfolgung) bezeichnet die Aufzeichnung und Auswertung von Nutzerverhalten im Onlinebereich. Häufig werden auch die Bezeichnungen Web-Tracking oder User-Tracking verwendet. Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, um die Bewegungen eines Nutzer auf einer Webseite nachzuvollziehen. Die Zulässigkeit dieser Aufzeichnungen ist aus Sicht des Datenschutzes umstritten. Durch das Tracking erhalten Webseitenbetreiber beispielsweise wichtige Informationen bezüglich der Endgeräte, der Referrer, der Verweildauer und der generierten Conversions.

Möglichkeiten und Tracking Tools

Das Aufzeichnen und Analysieren von Nutzeraktivitäten innerhalb von Apps auf mobilen Endgeräten wird als App Tracking bezeichnet.

Für das Tracking von Nutzerverhalten gibt es unterschiedliche Möglichkeiten: Mithilfe von Mouse Tracking oder Eye Tracking können die Bewegungen eines Nutzers beispielsweise auf einer Landing Page genau nachvollzogen werden. Auf dieser Grundlage lassen sich Webseiten für Nutzergruppen optimieren.

Das Verhalten der Nutzer gegenüber bestimmter Marketing-Aktivitäten und Kampagnen kann durch das Event Tracking aufgezeichnet und analysiert werden. Auf dieser Grundlage lässt sich die Effektivität einer Marketingmaßnahme bewerten.

Mithilfe von Tracking Tools wie Google Analytics lassen sich Nutzeraktivitäten zudem webseitenübergreifend nachverfolgen. Diese Methode wird Cross-Domain Tracking genannt. Auch ein Tracking der Nutzer über unterschiedliche Endgeräte hinweg ist durch das Cross-Device Tracking möglich.

Unter der Vielzahl an Tracking Tools hat sich Google Analytics als meistgenutzter Tracking-Dienst etabliert. Für das Tracking verwenden diese Tools Cookies. Durch diese sogenannten „First-Party“ Cookies werden

die Informationen nur zwischen dem Nutzer und dem Betreiber der Webseite ausgetauscht. Auch für das mit dem Tracking einhergehende Tag Management gibt es gesonderte Tag Management Systeme wie beispielsweise den Google Tag Manager.

Für ein Tracking ohne den Einsatz von Cookies kann die Canvas Fingerprinting Methode verwendet werden.

Vorteile des Trackings

Das Tracking ist eines der wichtigsten Elemente der Webanalyse und somit auch von großer Wichtigkeit für das Online Marketing. Durch das Aufzeichnen und Auswerten des Nutzerverhaltens lassen sich gezielt Aussagen über die Nutzerfreundlichkeit einer Webseite, häufig geklickte Links und Produkte, Herkunftsseiten, generierte Conversions, die Dauer des Webseitenbesuchs und den Grund für einen Absprung treffen. Ebenso lassen sich Rückschlüsse auf nutzergruppenspezifische Präferenzen ziehen. Mit den aus dem Tracking gewonnenen Daten lässt sich die Usability einer Webseite deutlich verbessern und Produkte und Leistungen können zielgerichteter vermarktet werden. Folglich hat das Tracking einen großen Einfluss auf den Erfolg von Remarketing-Kampagnen.

Mithilfe des User Trackings kann zudem die Effizienz von Marketing-Kampagnen bewertet werden. Im Hinblick auf das Affiliate Marketing ermöglicht das Tracking des Nutzerverhaltens auch eine genaue Zuordnung einer Conversion zu einem Publisher.

Kritik

Durch das Tracking kann das Nutzerverhalten bis in Detail nachvollzogen werden. Die durch Analyse Tools aufgezeichneten Nutzerdaten können vom Webseitenbetreiber schon nach kurzer Zeit oder sogar in Echtzeit angesehen und ausgewertet werden. Für Nutzer ist ein Opt-Out aus dem Tracking bislang nicht möglich. Um einem Datenmissbrauch vorzubeugen, müssen dabei datenschutzrechtliche Vorgaben eingehalten werden. Da der Nutzer dem Tracking nicht eindeutig widersprechen oder zustimmen kann, ist eine Aufzeichnung der Nutzerdaten durchaus als Verstoß gegen geltendes Recht zu behandeln.

Durch die Verwendung von Encrypted Search können Nutzer selbst ihre Daten verschlüsseln und ein Tracking so verhindern.

Unsere Kunden profitieren bei uns als Digital-Marketing-Agentur von einer 360-Grad-Betreuung. Profitieren auch Sie von unserer Expertise!