

Fallstudie

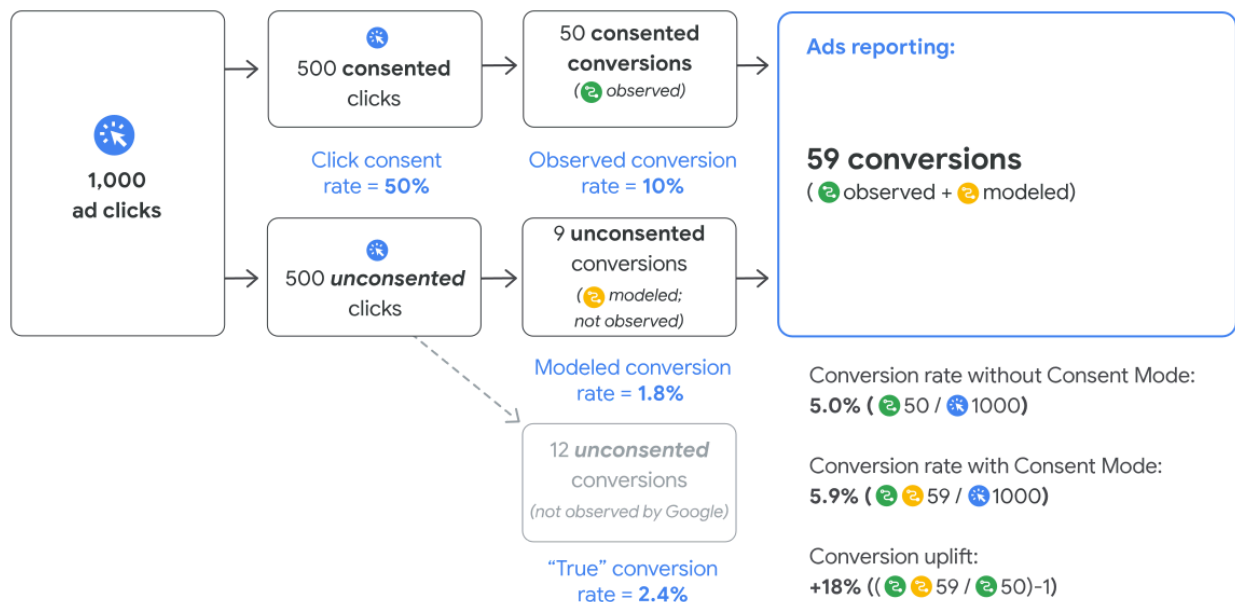
GOOGLE CONSENT MODE



Auswirkungen und Unterschiede zwischen der Advanced und Basic Variante des Google Consent Mode

Was ist der Google Consent Mode?

Der Google Consent Mode(GCM) liest die Einwilligungseinstellungen aus (Cookies akzeptiert oder abgelehnt) und gibt diese Informationen an alle Google Dienste (GA4, Google Ads) weiter. In der “Basic”-Variante findet kein Tracking statt, wenn der Einsatz von Cookies abgelehnt wurde. In der Advanced-Variante wird ohne den Einsatz von Cookies mit sogenannten “Pings” gemessen. In beiden Varianten “modelliert” Google die Daten. Es wird anhand der Pings (Advanced), dem Verhalten der Nutzer die Cookies akzeptiert haben und Erfahrungswerten von ähnlichen Websites versucht, das Verhalten der Nutzer abzubilden, die Cookies abgelehnt haben und somit diese Tracking-Verluste auszugleichen.



“

Pings können Folgendes umfassen:

- Funktionsbezogene Informationen (etwa Header, die passiv vom Browser hinzugefügt wurden):
 - Zeitstempel
 - User-Agent
 - Referrer-URL
- Zusammengefasste / nicht personenbezogene Daten:
 - Ein Hinweis darauf, ob die aktuelle oder eine vorherige Seite im Die Navigation des Nutzers auf der Website enthielt Informationen zum Anzeigenklick in der URL. (z.B. GCLID/DCLID)
 - Boolesche Information zum Einwilligungstatus
 - Zufällige Zahl, die bei jedem Seitenaufbau generiert wird

“

Fragestellungen

1. Welche Auswirkungen hat der Google Consent Mode auf meine Daten?
2. Wie verhält sich der Google Consent Mode in unterschiedlichen Setups?
3. Funktioniert die Modellierung in der Advanced-Variante besser als in der Basic-Variante?

Ausgangssituation

9 Websites

5 Advanced-Variante

4 Basic-Variante

Verschiedene Website-Typen

E-Commerce

Reisen

Dienstleistungen

Messzeitraum

Durschnitt: 18 Monate

Kürzeste: 9 Monate

Längste: 25 Monate

Unterschiedliche Sitzungsanzahl

Höchste: ~ 1.500.000 mtl.

Niedrigste: ~ 45.000 mtl.

Fallstudie DER ÜBERBLICK



Durchschnittlicher Uplift
Sitzungen/Conversions/Transaktionen

Sitzungen

Uplift Durchschnitt: +17,66%

Uplift nach Variante

Advanced-Variante: +27,03%

Basic-Variante: +5,94%

Uplift nach Website

E-Commerce: +12,92%

Reisen: +23,80%

Dienstleistungen: +5,52%

Uplift nach mtl. Sitzungen

<100.000: +10,20%

100.000 – 400.000: +30,17%

>400.000: +12,01%



Conversions

Uplift Durchschnitt: +15,24%

Uplift nach Variante

Advanced-Variante: +23,16%

Basic-Variante: +4,78%

Uplift nach Website

E-Commerce: +8,98%

Reisen: +25,53%

Dienstleistungen: +8,66%

Uplift nach mtl. Sitzungen

<100.000: +4,05%

100.000 - 400.000: +26,07%

>400.000: +12,72%

Transaktionen

Uplift Durchschnitt: +11,47%

Uplift nach Variante

Advanced-Variante: +17,99%

Basic-Variante: +3,32%

Uplift nach Website

E-Commerce: +3,67%

Reisen: +22,58%

Dienstleistungen: +5,73%

Uplift nach mtl. Sitzungen

<100.000: +0,90%

100.000 – 400.000: +17,57%

>400.000: +12,17%

Fallstudie

VERGLEICH: TRAFFIC



Auswirkungen der Traffic-Menge auf den Uplift

Website Traffic + Advanced-Variante



Reisen

Mtl. Sitzungen: ~ 400.000

Uplift Sitzungen: +39,80%

Uplift Conversions: +44,49%

Uplift Transaktionen: +45,16%

Website Traffic - Advanced-Variante



Reisen

Mtl. Sitzungen: ~ 45.000

Uplift Sitzungen: +7,79%

Uplift Conversions: +6,57%

Uplift Transaktionen: +0,0%

Fallstudie

VERGLEICH: ADVANCED/BASIC



Uplift-Vergleich zwischen der Basic und Advanced Variante
des GCM

Website Advanced

Advanced-Variante



E-Commerce

Mtl. Sitzungen: ~ 160.000

Uplift Sitzungen: +36,25%

Uplift Conversions: +34,14%

Uplift Transaktionen: +12,89%

Website Basic

Basic-Variante



E-Commerce

Mtl. Sitzungen: ~ 1.600.000

Uplift Sitzungen: +0,14%

Uplift Conversions: +0,26%

Uplift Transaktionen: +0,0%

Fragestellung

1. Welche Auswirkungen hat der Google Consent Mode auf meine Daten?

Der GCM sorgt in allen geprüften Konten für einen Uplift. Dieser fluktuiert allerdings extrem, abhängig von GCM-Variante und Traffic.

2. Wie verhält sich der Google Consent Mode in unterschiedlichen Setups?

Die GCM Variante hat erwartungsgemäß den größten Einfluss auf den Daten-Uplift, gefolgt vom Traffic. Alle anderen Parameter wie Branche und die Art der Website sind nicht so einflussreich.

3. Funktioniert die Modellierung in der Advanced-Variante besser als in der Basic-Variante?

Ein klares "Ja!". Der Uplift durch die Advanced Variante ist deutlich höher, unabhängig von Branche, Art der Website und Traffic.



Schlussfolgerung

Den mit Abstand größten Einfluss auf den Uplift hat die Google Consent Mode Variante. Alle Websites die die Advanced-Variante nutzen, erhalten deutlich mehr Daten durch die Modellierung. Unter Datenschützern ist diese Variante allerdings noch sehr umstritten. Abhilfe kann die Kombination mit Server Side Tagging schaffen, die verhindert, dass IP-Adressen direkt an Google weitergeleitet werden.

Die Einflussnahme des Traffics auf die Modellierung ist ebenfalls spürbar aber deutlich geringer als die der Variante. Bei Websites die auf der gleichen CSM Variante laufen, wird ersichtlich, dass mehr Traffic sich positiv auf die Modellierung auswirkt. Der Traffic fungiert dabei als Booster für die jeweilige Variante, auch hier wird ersichtlich, dass die Advanced Variante einen Vorteil gegenüber der Basic hat. Ein Plus an Traffic bedeutet auch ein Plus an Pings der Nutzer, die das Setzen von Cookies abgelehnt haben und dadurch eine genauere Modellierung der Advanced Variante.

Alle weiteren Parameter, wie die Branche oder der Website Type, haben aktuell noch keinen großen Einfluss auf den Uplift. Die Unterschiede hier sind auf die GCM Variante zurückzuführen. In Zukunft könnte sich dieses Bild noch ändern, sobald Google mehr Daten für die jeweiligen Branchen gesammelt hat und diese Ergebnisse stärker in der Basic Variante nutzt.

Thank you!



Autor

Maximilian Geisler Senior Webanalyst

Maximilian Geisler ist Senior Web-Analyst bei Bloofusion. Seit mehr als fünf Jahren erarbeitet er Tracking-Konzepte und setzt diese mit dem Google Tag Manager um.

Jedes Tracking-Setup ist anders und bietet individuelle Herausforderungen. Das macht den Reiz für Max aus, bedeutet aber auch jedes Mal neue Fallstricke, Workarounds und Lösungswege.



 +49 2572 960297-71

 maximilian.geisler@bloofusion.de

Bloofusion Germany GmbH

 www.bloofusion.de

 www.linkedin.com/company/bloofusion-germany-gmbh

 www.facebook.com/bloofusion.de

 www.instagram.com/bloofusion.de



1. Auflage: 08/2025