



Tracking Garden

Google Consent Mode V2

Übersicht und Empfehlungen

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	1
Vorwort und wichtiger Hinweis	2
Zweck und Funktionsweise	3
Allgemein	3
Vorteil	3
Unterschiede zur Version 1	3
Welche Google Produkte sind betroffen	3
Consent-Signale und Modi	4
Consent Mode Modi	4
Advanced Consent Mode	4
Basic Consent Mode	4
Consent-Signale	4
Welche Auswirkungen haben die beiden Modi auf meine Google Analytics und Google Ads-Daten?	6
Zusammenfassung	7
Empfehlungen	8
Notwendige Anpassungen und Integrationsanleitung	9
Fall 1: Sie nutzen keinen Cookie Banner	9
Fall 2: Sie nutzen ein Cookie Banner aber keine (zertifizierte) Consent Management Plattform	9
Google Tag (gtag.js)	9
Google Tag Manager	10
Fall 3: Sie nutzen eine Google-Zertifizierte Consent Management Plattform	11
Kontakt	13



Vorwort und wichtiger Hinweis

Die Umstellung des Consent Mode auf V2 erfolgt im März 2024 im Zuge des in Kraft treten des Digital Markets Act (DMA). Diese Umstellung hat Auswirkungen auf Google Analytics 4 und Google Ads, insbesondere auf die darin enthaltenen Marketing Funktionen und das Modelling der Tracking Daten (Hochrechnung der Daten). Das Thema ist komplex, was auch die Länge des Dokuments widerspiegelt, auch wenn wir versucht haben, die Informationen bestmöglich zu verdichten.

Nehmen Sie sich aber bitte dennoch die Zeit, die folgenden Seiten zu lesen, um die für die Umstellung notwendigen Entscheidungen zu treffen und Anpassungen in die Wege zu leiten.



Zweck und Funktionsweise

Allgemein

Mit Hilfe des Consent Mode wird Google Produkten mitgeteilt, ob die Zustimmung zur Datenerhebung vorliegt oder nicht. Liegt diese Zustimmung vor, dann funktioniert das Tracking wie gewohnt. Liegt keine Zustimmung vor, schränkt Google die Datenerhebung ein und erhebt keine oder nur noch eingeschränkt Daten (Das hängt vom gewählten Modus des Consent Mode V2 ab, mehr dazu unten).

Vorteil

Dadurch, dass Google auch über die Ablehnung informiert ist, haben die Tools einen besseren Überblick über die Gesamtzahl der NutzerInnen auf der Webseite und können die erhobenen Daten anpassen. Durch Modeling können zum Beispiel Daten zu erzielten Conversions und anderen Interaktionen angepasst werden.

Unterschiede zur Version 1

- Consent Mode Version 2 ist für die betreffenden Google Produkte erforderlich und nicht mehr optional *
- Es ist nun erforderlich, eine von Google zertifizierte Consent Management Plattform zu verwenden ([siehe hier für eine vollständige Liste](#)) *

** Das sind die offiziellen Aussagen von Google. Zum jetzigen Kenntnisstand ist der Consent Mode 2 auch mit "nicht zertifizierten Plattformen" umsetzbar (erfordert aber Anpassungsaufwand des Tracking Setups). Das "nicht mehr optional" bezieht sich auf die Remarketing-Erfassung von Google Ads und Analytics.*

In beiden Fällen findet ein Tracking nur statt, wenn eine Einwilligung erteilt wird.

Welche Google Produkte sind betroffen

Für diese Services hat der Consent Mode ab März 2024 Auswirkungen:

- Google Ads (einschließlich Google Ads Conversion Tracking und Remarketing)
- Google Analytics
- Google Floodlight
- Google Conversion Linker

Ohne Anpassungen wird die Erfassung von Retargeting-Signalen und die Zielgruppenerfassung ab März 2024 nicht mehr funktionieren. Davon abgesehen sollte es (nach jetzigem Kenntnisstand) keine Auswirkungen haben.



Consent-Signale und Modi

Consent Mode Modi

Neu ist bei dem Consent Mode V2 die Wahl zwischen den folgenden Optionen:

Advanced Consent Mode

- Wie bei Version 1 werden bei fehlender Zustimmung dennoch Signale an Google gesendet (“Cookie-lose Pings”), welches Behavioral und Conversion Modeling ermöglicht (“Hochrechnung” der Trackingdaten und Zurückgewinnen eines Teils der verlorenen Daten)
- Es findet datenschutzrechtlich keine vollständige Blockierung statt, da weiterhin ein Signal an Google gesendet wird, auch wenn keine ausdrückliche Zustimmung vorliegt

Basic Consent Mode

- Es wird bei nicht vorliegender Zustimmung keinerlei Signal an Google gesendet
- Es findet somit eine vollständige Blockierung statt

Consent-Signale

Es gibt nun insgesamt 4 Consent-Signale in Bezug auf Tracking Pixel:

- **analytics_storage** (for analytics cookie access)
- **ad_storage** (for ads cookie access)
- **ad_user_data** (new, share user data with ad platforms) - **Neu im Consent Mode V2**
- **ad_personalization** (new, whether data can be used for personalized ads) - **Neu im Consent Mode V2. Ersetzt personalization_storage.**

Zusätzlich gibt es ein fünftes Signal, welches zum Consent Mode 1 gehörte und durch ‘ad_personalization’ ersetzt wird:

- **personalization_storage** (enables storage related to personalization e.g. video recommendations) - **Dieser Parameter ist in der Dokumentation des Consent Mode 2 nicht mehr vorgesehen, wird aber noch verarbeitet. Steht er auf “denied”, wird der Parameter “ad_personalization” ebenfalls auf “denied” gesetzt. Wir empfehlen ihn, wenn er noch aus der Version 1 vorhanden ist, zu entfernen.**



Hier eine Übersicht der Signale und Modi:

Consent Status	Consent Mode	analytics_storage	ad_storage	ad_user_data	ad_personalization
<i>Liegt die Zustimmung der Besucher vor?</i>	<i>Welcher Modus wird verwendet?</i>	<i>Analytics Cookie Zugriff</i>	<i>Cookie Zugriff für Anzeigen</i>	<i>Nutzer-Daten werden für Werbezwecke gesendet</i>	<i>Daten für personalisierte Werbung senden</i>
Consent erteilt	(Modus egal)	Cookies für Analysezwecke werden normal ausgelesen und gesetzt	Cookies für Werbezwecke werden normal ausgelesen und gesetzt	Nutzerdaten für Werbezwecke werden übertragen	Daten für personalisierte Werbung werden übertragen
Consent nicht erteilt	Advanced	Cookies für Analysezwecke werden nicht ausgelesen oder gesetzt, ein Cookie-loser ping wird an den Google Server gesendet	Cookies für Werbezwecke werden nicht ausgelesen oder gesetzt, ein Cookie-loser ping wird an den Google Server gesendet	Es werden keine Nutzerdaten für Werbezwecke übertragen	Es werden keine Daten für personalisierte Werbung übertragen
	Basic	Tag wird vollständig blockiert: Es werden keinerlei Daten für Analysezwecke gesendet	Tag wird vollständig blockiert: Keinerlei Daten für Werbezwecke werden gesendet		



Welche Auswirkungen haben die beiden Modi auf meine Google Analytics und Google Ads-Daten?

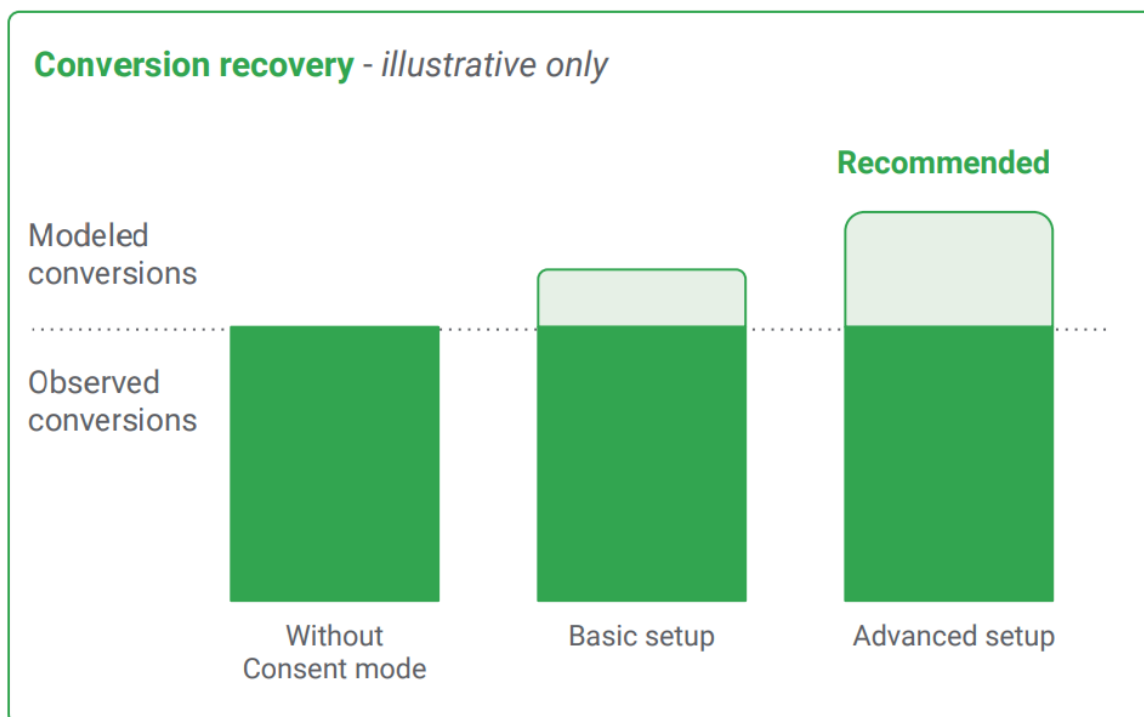
Hier eine Übersicht, welche zusätzlichen Funktionen in Abhängigkeit des gewählten Modus zur Verfügung stehen:

	Vorteil	Advanced Mode	Basic Mode
Google Ads	Conversion Modeling für Consent Mode	Ja	Ja (begrenzt)
	Andere Conversion Modeling Typen (Cross-Device, ITP/ETP *)	Ja	
Google Analytics	Behavior Modeling (Modellierung des Verhaltens der Nutzer ohne Consent)	Ja	Nein
	Conversion Modelling (Re-Attribuierung von Conversions bei fehlender Zustimmung)	Ja	Nein
	Andere Conversion Modeling Typen (Cross-Device, ITP/ETP *)	Ja (unabhängig vom Consent Mode)	

* Apples Intelligent Tracking Protection (ITP) und Mozilla's Enhanced Tracking Protection (ETP)

Wie sich aus der Übersicht ergibt, ermöglicht auch der Basic Consent Mode bereits wichtige Modelling-Funktionen (Cross-Device und ITP/ETP Modelling). Daher ist es, insofern Google Ads genutzt wird, empfohlen, den Consent Mode V2 mindestens im Basic Mode zu nutzen.

Google beschreibt den Zugewinn von Conversion-Daten recht gut in dieser Grafik:





Dies zeigt, dass bereits die Nutzung des Basic-Setups, was datenschutzrechtlich keinen Unterschied zu einem kompletten Verzicht auf den Consent Mode macht, zu einer Steigerung der Tracking-Genauigkeit durch Conversion Modelling führt.

Zusammenfassung

- Der Consent Mode V2 sollte, im Gegensatz zur vorherigen Version, in jedem Fall genutzt werden, da in jedem Modi eine Verbesserung der Tracking-Daten erzielt werden kann
- Zudem ist nach aktuellem Stand nicht auszuschließen, dass selbst Basisfunktionen des Google Analytics 4 Trackings ab März negativ beeinflusst werden, wenn der Consent Mode V2 nicht integriert wird (wenn auch sehr unwahrscheinlich)
- Ein wichtige Kernfrage ist die Wahl des Modi, welche auf jeden Fall rechtlich beurteilt werden sollte, da der von Google empfohlene 'Advanced Consent Mode' aus Sicht des Datenschutzes erhebliche Risiken aufweist



Empfehlungen

Aktuell weist noch nichts darauf hin, dass Google Analytics und Google Ads Tags ihre Arbeit vollständig einstellen, sobald der Google Consent Mode Pflicht wird. Wie dargestellt, werden relevante Modelling-Funktionen wahrscheinlich nicht aktiviert, wenn der Consent Mode V2 nicht konfiguriert wird.

Empfehlung 1:

Stellen Sie alle Google Analytics und Google Ads Tags so um, dass diese die korrekten Informationen in Form der genannten Consent-Signale senden.

Weiterhin besteht die Frage, welcher Modus genutzt wird. Der 'Advanced Mode' bietet erhebliche Vorteile im Hinblick auf die Modellierung der Daten und somit exakte Tracking Daten, da ein Teil der durch die fehlende Zustimmung verlorenen Conversion-Daten zurückgewonnen werden kann.

Der Nachteil hierbei ist jedoch, dass auch bei fehlender Zustimmung ein Ping an den Google Ads-Server gesendet wird, was datenschutzrechtlich umstritten ist und ggf. der Zustimmung bedarf.

Empfehlung 2:

Prüfen Sie intern unter Rücksprache mit Ihren Datenschutzverantwortlichen, ob der von Google Analytics und Google Ads gesendete Server Ping ohne Zustimmung der NutzerInnen vertretbar ist oder nicht. Wählen Sie entsprechend dieser Entscheidung den 'Basic' oder 'Advanced Mode'. Der 'Basic Mode' ist datenschutzrechtlich auf jeden Fall die sichere Variante und sollte im Zweifel gewählt werden.



Notwendige Anpassungen und Integrationsanleitung

Gerne unterstützen wir Sie bei der Anpassung Ihrer Tracking-Konfiguration. Wenden Sie sich einfach an Ihre(n) Tracking Garden AnsprechpartnerIn oder an support@tracking-garden.com.

Möchten Sie die Anpassungen selbst vornehmen, finden Sie im Folgenden eine Übersicht der notwendigen Anpassungen. **Die aufgeführten Codes sind Beispiele und bei eigener Integration sollte in jedem Fall auch die verlinkte Google Dokumentation konsultiert werden.**

Fall 1: Sie nutzen keinen Cookie Banner

Der Consent Mode kann nicht genutzt werden. Zudem sollten Google Dienste wie Google Analytics und Google Ads nicht genutzt werden, da eine Nutzung ohne die Zustimmung der NutzerInnen nicht datenschutzkonform ist.

Fall 2: Sie nutzen ein Cookie Banner aber keine (zertifizierte) Consent Management Plattform

In diesem Fall hängt das weitere Vorgehen davon ab, wie Sie Ihre Google Tags eingebunden haben:

Google Tag (gtag.js)

Sie müssen **vor dem eingebundenen Google Tag** ein zusätzliches Skript einbinden, um die für den Consent Mode notwendigen Informationen in Abstimmung mit der Zustimmung der NutzerInnen zu übermitteln. Dies muss auf jeder Webseite erfolgen, auf welcher der Google Tag eingebunden ist.

Bei fehlender Zustimmung:

```
<script>
gtag('consent', 'default', {
  'ad_storage': 'denied',
  'analytics_storage': 'denied',
  'ad_user_data': 'denied',
  'ad_personalization': 'denied'
});
</script>
```

Bei erteilter Zustimmung:

```
<script>
gtag('consent', 'default', {
  'ad_storage': 'granted',
  'analytics_storage': 'granted',

```



```
'ad_user_data': 'granted',  
'ad_personalization': 'granted'  
});  
</script>
```

Bei dem Update einer bereits abgegebenen User Consent Entscheidung:

Beispiel: Der/die NutzerIn erteilt nachträglich die Zustimmung für das Tracking für Marketingzwecke als auch für die Übertragung von Nutzerdaten und die Verwendung dieser für die Ausspielung personalisierter Anzeigen.

Dieser Code muss immer dann eingebunden werden, wenn NutzerInnen ihre Consent-Entscheidung anpassen:

```
<script>  
function consentGranted() {  
  gtag('consent', 'update', {  
    'ad_storage': 'granted'  
    'ad_user_data': 'granted',  
    'ad_personalization': 'granted'  
  });  
</script>
```

[Mehr Details dazu in der Google Dokumentation.](#)

Google Tag Manager

Sie müssen **vor dem eingebundenen Google Tag Manager Code** ein zusätzliches Skript einbinden, um die für den Consent Mode notwendigen Informationen in Abstimmung mit der Zustimmung der NutzerInnen zu übermitteln. Dies muss auf jeder Webseite erfolgen, auf welcher der Google Tag Manager eingebunden ist.

Bei fehlender Zustimmung:

```
<script>  
window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
function gtag(){dataLayer.push(arguments);}  
  
gtag('consent', 'default', {  
  'ad_storage': 'denied',  
  'analytics_storage': 'denied',  
  'ad_user_data': 'denied',  
  'ad_personalization': 'denied'  
});  
</script>
```

Bei erteilter Zustimmung:

```
<script>  
window.dataLayer = window.dataLayer || [];  
function gtag(){dataLayer.push(arguments);}  
  
gtag('consent', 'default', {
```



```
'ad_storage': 'granted',  
'analytics_storage': 'granted',  
'ad_user_data': 'granted',  
'ad_personalization': 'granted'  
});  
</script>
```

Bei dem Update einer bereits abgegebenen User Consent Entscheidung:

Beispiel: Der/die NutzerIn erteilt nachträglich die Zustimmung für das Tracking für Marketingzwecke als auch für die Übertragung von Nutzerdaten und der Verwendung dieser für die Ausspielung personalisierter Anzeigen.

Dieser Code muss immer dann eingebunden werden, wenn NutzerInnen ihre Consent-Entscheidung anpassen:

```
<script>  
function consentGranted() {  
  gtag('consent', 'update', {  
    'ad_storage': 'granted',  
    'ad_user_data': 'granted',  
    'ad_personalization': 'granted'  
  });  
}  
</script>
```

Fall 3: Sie nutzen eine Google-Zertifizierte Consent Management Plattform

Eine Liste aller von Google zertifizierten CMPs [ist hier zu finden](#).

In den Einstellungen Ihrer CMP kann der Consent Mode in den Einstellungen aktiviert werden und die notwendigen Signale werden automatisch an die Google Tags gesendet.



Beispiele:
ConsentManager:

Other Settings

Consent Mode

Facebook: Send Facebook Pixel Consent status to "fbq0"

Google Consent Mode: Send Google Consent Mode Status for Google Ads and Google Analytics

Google Limited Ads: Send Google Limited Ads Status

etracker Consent Mode: Send etracker Consent

Adobe Consent Mode: Send Adobe Consent

Shopify Consent Mode: Send Shopify Consent

(Die Einstellung sind in den CMP Settings zu finden)

UserCentrics:

- Analytics
- Configuration
- Service Settings
- Appearance
- Content
- Integrations New
- Implementation

Configuration i

Setup

Legal Specifications

CMP Settings

CMP Settings

Cross Domain Consent Sharing

This feature allows you to share your users consent preferences across all (sub-)domains within this Setting-ID.

Google Consent Mode

If enabled, the consent mode allows you to adjust how your Google tags behave based on the consent status of your users. For more details, visit the [official documentation](#).

Resurface CMP

Each change to your configuration results in an increased version number of your CMP. Define which kind of version increases result in your CMP to be shown again to all users.



Kontakt

🖱 <https://tracking-garden.com>

📞 +49-30-55570997

✉ info@tracking-garden.com

🏢 *Tracking Garden GmbH*
Bouchéstraße 39, 12435 Berlin, Germany