

Arbeiten mit Shoplytics

- [Logbuch ist voll - was soll ich tun](#)
- [Google Tag Gateway: Für dich als Shoplytics Kunde unsinnig](#)
- [Manager-Zugriff auf Shoplytics-Konten](#)

Logbuch ist voll - was soll ich tun

Video: <https://www.loom.com/share/83c7f92615714c55a054720d58f66cea>

Nicht einfach unten weitere Zeilen einfügen (Logbuch ist komplex programmiert, viele versteckte Spalten).

Neues Logbuch anlegen

- Im Google Sheet unten das Tabellenblatt "TEMPLATE LOGBUCH [SHOP]" finden
- Über den Pfeil Duplizieren wählen
- Duplikat umbenennen → z.B. `Logbuch 2025-04-20`

Einzigste Einstellung: Startdatum

- Gelbes Feld oben im Sheet ausfüllen
- Immer auf einen Montag setzen (Logbuch läuft Mo-So)
- Gerne auch ein paar Wochen zurückdatieren → frühere Einträge übernehmen

Fertig – neues Logbuch ist einsatzbereit.

PS: Oben im Sheet gibt es ein Anleitungsvideo für Details (Häkchen, Optionen etc.) – optional, aber empfohlen beim intensiveren Einstieg.

Google Tag Gateway: Für dich als Shoplytics Kunde unsinnig

Google Tag Gateway (GTG) macht (nur) zwei Dinge - die Shoplytics bereits für dich erledigt hat.

Abkürzung vorab: Du brauchst kein Google Tag Gateway (GTG), wenn du Shoplytics nutzt.

Kurzfassung:

Was GTG macht: Tracking-Scripts sicher in den Browser liefern und Messdaten an Google senden. Beides klingt gut — und beides übernimmt Shoplytics bereits für dich, von Tag eins an.

Im Folgenden die Hintergründe dazu.

Script Serving - was steckt dahinter?

Ohne Shoplytics werden Tracking-Scripte direkt von den Servern von Google, Meta, Pinterest & Co. in den Browser deiner Besucher geladen. Sie kommen also von einer fremden Adresse — und Browser behandeln solche "Fremd-Scripts" grundlegend anders. Adblocker erkennen diese Adressen und blockieren sie. Browser schränken ein, was diese Scripts dürfen und wie lange sie sich an jemanden erinnern dürfen. Ein Teil deiner Besucher ist für dein Tracking damit schlicht unsichtbar.

Mit Shoplytics werden deine Tracking-Scripte über deine eigene sog. "Subdomain" (stream.deinedomain.de) in den Browser geladen — direkt von deiner eigenen Domain, genauso wie dein Shop selbst. Adblocker und Browser-Beschränkungen für fremde Domains greifen hier nicht.

GTG will genau das erzielen. Du hast es aber bereits. Daher nochmal: Spar dir die Zeit und mach was Sinnvolleres.

Hintergrund, falls es dich interessiert (sonst weiter unten)

Normalerweise werden Tracking-Scripte direkt von den Servern von Google, Meta, Pinterest & Co. in den Browser deiner Besucher geladen. Sie kommen also von einer fremden Adresse — und Browser behandeln solche "Fremd-Scripts" grundlegend anders. Das hat für dich drei konkrete Nachteile:

1. Das Tracking-Gedächtnis ist oft nur 24 Stunden lang.

Viele Browser beschränken, wie lange ein fremdes Script sich an einen Besucher erinnern darf. Wer also vor 3 Tagen auf deine Anzeige geklickt hat und heute kauft — das kann nicht mehr zugeordnet werden. Du siehst den Verkauf, aber nicht woher er kam.

2. Adblocker blockieren diese Scripts zuverlässig.

Tools wie uBlock Origin oder auch einfache Browser-Einstellungen erkennen bekannte Tracking-Adressen von Google und Meta und blockieren sie. Das Script lädt gar nicht erst — der Besucher ist für dein Tracking komplett unsichtbar.

3. Browser blockieren zunehmend Daten von fremden Domains.

Safari, Firefox und mittlerweile auch Chrome schränken aktiv ein, was fremde Scripts dürfen und speichern können. Das trifft klassisches Tracking hart — besonders wenn jemand erst recherchiert und Tage später kauft.

Data Collection - was steckt dahinter?

Ohne Shoplytics würden alle im Shop erfassten Daten — Klicks, Seitenaufrufe, Verkäufe, Umsatz — direkt vom Browser deiner Besucher an facebook.com oder google.com gesendet. Diese Daten verlassen den Browser also direkt in Richtung einer fremden Domain. Das wird von den meisten Adblockern, Browser-Schutzfunktionen und Sicherheitsmechanismen erkannt — und aktiv unterbunden.

Mit Shoplytics fließen diese Messdaten — also was angeschaut, in den Warenkorb gelegt und gekauft wurde — erst einmal an deine eigene Domain: stream.deinedomain.de. Das ist ein sog. "First-Party"-Datenstrom. Browser, Blocker und Sicherheitsmechanismen können hier deutlich weniger Schaden anrichten:

1. Adblocker greifen nicht.

Bekannte Google- und Meta-Domains werden blockiert — deine eigene Domain nicht. Die Daten kommen zuverlässig an.

2. Browser-Beschränkungen für fremde Domains greifen nicht.

Was Safari, Firefox & Co. für google.com oder facebook.com einschränken, gilt für stream.deinedomain.de schlicht nicht. Dein Datenstrom bleibt ungestört.

3. Du bekommst vollständigere Daten — und damit bessere Zahlen.

Mehr erfasste Verkäufe, genauere Umsatzzahlen, ein ROAS und eine Gewinnberechnung, auf die du dich tatsächlich verlassen kannst.

Von stream.deinedomain.de übernimmt Shoplytics: die Daten werden serverseitig verarbeitet und sauber an Google, Meta und alle weiteren Plattformen weitergeleitet.

GTG will genau das erzielen. Du hast es aber bereits. Daher nochmal: Spar dir die Zeit und mach was Sinnvolleres.

GTG parallel betreiben?

Vorab: Warum? Das bietet dir keinerlei Mehrwert. Nur mehr Komplexität und Fehleranfälligkeit.

Details: Technisch möglich — aber nicht sinnvoll. GTG würde versuchen, deine Tracking-Daten über eine eigene Route zu leiten — direkt in Konflikt mit Shoplytics. Im schlimmsten Fall gehen Daten verloren, ohne dass du es merkst.

Wenn du GTG trotzdem einrichten möchtest, sprich uns vorher kurz an.

Kurz gesagt: Du bist bereits genau dort, wo GTG dich hinbringen will. Kein extra Tool, kein extra Aufwand — das ist einfach Teil dessen, was Shoplytics für dich macht.

Manager-Zugriff auf Shoplytics-Konten

Wann brauche ich ein Shoplytics-Manager-Konto?

A: Du hast mehrere Shoplytics-Konten, möchtest aber nur einen einzigen Login nutzen auf app.shoplytics.de

B: Du hast ein oder mehrere Shoplytics-Konten und möchtest einer Agentur oder einen Mitarbeiter Zugriff geben, ohne deine Login-Daten weiterzugeben.

Wie funktioniert ein Manager-Konto?

Ein Shoplytics-Manager-Konto hat seine eigenen Login-Daten und sieht nach dem Login auf app.shoplytics.de alle Unterkonten, auf die er Zugriff hat. Auf Knopfdruck kann in ein gewünschtes Unterkonto gewechselt werden.

Wie erhalte ich ein Manager-Konto?

Um ein Manager-Konto anzufordern, schreibe bitte an support@shoplytics.de mit den folgenden Infos:

1. Über welche Emailadresse(n) soll der Manager-Zugang laufen?

Wichtig: Das darf keine Emailadresse sein, über die bereits ein Shoplytics-Abo läuft.

2. Auf welche Unterkonten (Domains) soll der Manager Zugriff haben? (Falls du nur ein Shoplytics-Abo hast, nenne bitte trotzdem die Domain, damit wir es rasch zuordnen können.)