

Über Self-Hosting hinaus

Ein Praxisleitfaden für smarteres
Server-Side Tracking

Inhaltsverzeichnis

Tracking mit Weitblick	03
Wichtige Aspekte bei der Implementierung	04
Herausforderungen beim Self-Hosting von sGTM	05
Vergleich verschiedener Dateninfrastruktur-Ansätze	06
Herausforderungen mit sGTM	07
Die Compliance-Belastung durch Self-Hosting	08
Ein Überblick: Managed-Hosting vs. Self-Hosting	09

Tracking im Weitblick

Bei der Implementierung von Server-side Tracking stehen Unternehmen vor einer entscheidenden Wahl: Self-Hosting oder eine Managed-Lösung wie JENTIS. Obwohl Self-Hosting auf den ersten Blick als eine praktikable Option erscheinen mag, erfordert es erhebliche technische Ressourcen und laufende Wartung. JENTIS bietet eine leistungsstarke, kosteneffiziente und datenschutzorientierte Alternative, die Abläufe vereinfacht, die Datenqualität verbessert und die Marketing-Performance steigert.

Bevor sich Organisationen für eine Lösung entscheiden, sollten sie mehrere Faktoren berücksichtigen, darunter Infrastrukturmanagement, Datenqualität, die Einhaltung sich entwickelnder Datenschutzbestimmungen, Gesamtkosten und langfristige Nachhaltigkeit. Die Wahl des richtigen Ansatzes kann erhebliche Auswirkungen auf die Marketingeffektivität, Daten-Governance und operative Effizienz haben.



Wichtige Aspekte

...bei der Implementierung von Server-Side Tracking

Server-side Tracking basiert auf speziellen Tag-Management-Systemen, um das Tracking-Setup zu steuern. Diese Systeme funktionieren ähnlich wie herkömmliche Tag-Manager und erfordern weiterhin Tools, Tags und Trigger für die Implementierung sowie die Integration einer Consent Management Platform (CMP).

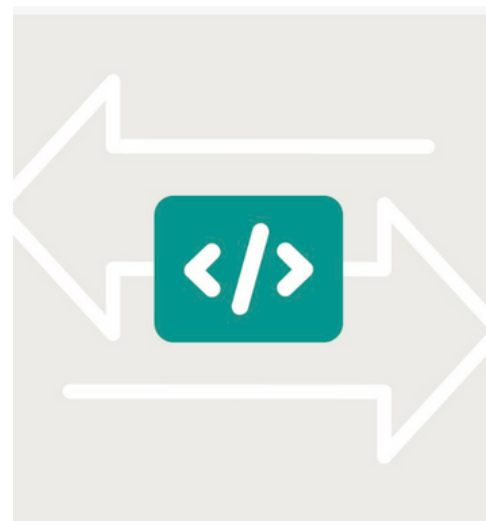
Der entscheidende Unterschied liegt in der Logik der Datenverarbeitung. Bevor Daten in einem serverseitigen Setup an verschiedene Tools weitergeleitet werden können, müssen sie zunächst erfasst werden. Jeder Anbieter geht diesen Prozess unterschiedlich an – und auch wenn er nicht grundsätzlich komplex ist, erfordert er ein Umdenken.

Aus technischer Sicht müssen – je nach bestehender Infrastruktur – die meisten oder alle der folgenden Aspekte berücksichtigt werden:

- Implementierung des Tag-Managers auf der Website
- Hosting-Standort und -Methode der Lösung
- Kompatibilität mit serverseitigen Tools
- Anzahl der zu erfassenden und weiterzuleitenden Events
- Integration des Server-side Trackings mit der CMP
- Korrekte Einrichtung der Data Layer (wird häufig unterschätzt)

Da die Implementierung einer Server-side Tracking-Lösung stets einen strukturierten Migrationsprozess erfordert, umfasst der Übergang den Neuaufbau der Tools, die Konfiguration aller Tags und Trigger für den serverseitigen Betrieb, die Überprüfung der Datenqualität sowie das Routing der verarbeiteten Daten an die benötigten Plattformen – wie etwa Google Analytics.

Je nach Komplexität und technischen Anforderungen kann ein solches Migrationsprojekt zwischen einer und acht Wochen in Anspruch nehmen.



Wussten Sie, dass Sie beim Self-Hosting allein für die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben verantwortlich sind?

Herausforderungen beim Self-Hosting von sGTM

Abwägung von Kosten und Komplexität

Das Self-Hosting von sGTM erfordert erhebliche technische Ressourcen und laufende Überwachung. Unternehmen müssen DevOps-Ressourcen bereitstellen, um das System kontinuierlich zu überwachen, bereitzustellen und zu aktualisieren – mit dem Ziel, Verfügbarkeit, Sicherheit und Performance sicherzustellen.

Der Wartungsaufwand erhöht die Komplexität zusätzlich und erfordert laufende Anstrengungen, um die Infrastruktur stabil zu halten, die Datenverarbeitung zu optimieren und Integrationen mit Marketingplattformen zu steuern.

Zudem liegt die Verantwortung für die Einhaltung gesetzlicher Vorgaben vollständig beim Unternehmen. Datensouveränität sicherzustellen, Audit-Logs zu verwalten und Zugriffskontrollen durchzusetzen, wird zur dauerhaften Herausforderung – und birgt rechtliche Risiken sowie potenzielle Bußgelder.

Dieser Ansatz wird häufig von Unternehmen gewählt, die höchste Anforderungen an Datensicherheit und Individualisierung stellen. Zum Einsatz kommen dabei typischerweise Technologien wie APIs, Node.js, Python oder Middleware – manche setzen auch auf serverlose Architekturen wie AWS Lambda, um Skalierbarkeit ohne physische Server zu gewährleisten.

Zwar ermöglicht dieses Setup vollständige Unabhängigkeit von Drittanbietern und erlaubt eine maßgeschneiderte Gestaltung der Datenprozesse, es bringt jedoch auch erhebliche Nachteile mit sich.

Entwicklung, Wartung und Infrastruktur verursachen hohe Kosten und erfordern tiefgehendes technisches Know-how sowie dedizierte Teams für einen reibungslosen Betrieb. Die zeitaufwendige Implementierung erhöht zusätzlich die Komplexität.

Vergleich verschiedener Dateninfrastruktur-Ansätze

Managed Server-Side Tracking mit JENTIS

JENTIS nimmt Unternehmen die Last des Self-Hostings ab – mit einer vollständig gemanagten Lösung, die Datenerfassung, Compliance und Effizienz verbessert.

DevOps-Ressourcen oder eigenes Infrastrukturmanagement sind nicht mehr nötig. Die Plattform bietet automatisches Hosting mit Updates, Monitoring und skalierbarer Bereitstellung – ohne internen Aufwand.

Darüber hinaus sorgt JENTIS für präzisere Daten durch optimierte Erfassung und Anreicherung. Integrationen mit Google Ads, Meta und Analytics vereinfachen die Einrichtung und senken den Wartungsaufwand.

Echtzeitverarbeitung optimiert die Datenströme und liefert verlässliche Insights für wirksame Kampagnen.

Self-Hosting von sGTM stößt bei erweiterten Tracking-Funktionen wie Datenanreicherung, Persistenz und Logging an Grenzen. Diese Funktionen basieren auf Google Cloud und stehen bei On-Premise- oder Nicht-GCP-Setups nicht zur Verfügung.

Eine vollständig gemanagte Lösung hebt diese Einschränkung auf und ermöglicht fortschrittliche Datenverarbeitung ohne Abhängigkeit von Google Cloud. So entstehen hochwertige Datenströme, bessere Attribution und tiefere Einblicke in das Nutzerverhalten.

Im Gegensatz zu selbst gehostetem sGTM, bei dem der Rohdatenexport oft auf Google Cloud beschränkt ist, erlaubt eine flexible Lösung den Export zu verschiedenen Anbietern – für vollständige Datenhoheit und die Einhaltung regulatorischer Vorgaben.



Allgemeine Herausforderungen mit sGTM

1

Implementierungskomplexität

Die Einrichtung von sGTM erfordert technisches Fachwissen und sorgfältige Planung, da ein eigener Server verwaltet werden muss.

2

Kosten- und Ressourcenaufwand

Der Betrieb eines eigenen Servers oder einer Cloud-Lösung verursacht laufende Kosten – meist höher als bei clientseitigem GTM – und erfordert regelmäßige Wartung für Sicherheit und Performance.

3

Abhängigkeit von technischem Fachwissen

sGTM erfordert Fachwissen in Serververwaltung, Netzwerksicherheit und Programmierung. Sichere Datenpipelines, Compliance und laufende Überwachung erhöhen die Komplexität zusätzlich.

4

Konnektivitätsprobleme

Google bietet nur wenige eigene Integrationen, sodass Unternehmen eigene Lösungen bauen oder auf Drittanbieter-APIs setzen müssen – oft wartungsintensiv und störanfällig.

5

Compliance-Herausforderungen

Schrems II hat Compliance-Bedenken bei GTM und Google Analytics wegen fehlender Datensouveränität verstärkt. Das DPF lockert zwar Einschränkungen, bleibt rechtlich aber unsicher und risikobehaftet.

Ein Überblick: Managed-Hosting vs. Self-Hosting

Diese Tabelle bietet einen klaren Vergleich zwischen JENTIS Server-side Tracking und selbst gehostetem Tracking mit sGTM – anhand zentraler Aspekte wie Datenqualität, Hosting, Datenschutz und erweiterten Tracking-Funktionen.

	Managed SST mit JENTIS	Selbstgehosted mit sGTM
Datenqualität	100% serverseitiges Google Analytics 4 – unbeeinträchtigt von Adblockern und ITPs	Hybrides Google Analytics 4 (Client- und Server-seitig)
Service	SLAs + Kundensupport	Kein direkter Support
Hosting	Verwaltete Cloud	Selbstverwaltete Cloud
Konnektoren	100+ in-house Konnektoren	5+ in-house Konnektoren
Datenschutz	Zukunftssicherer Datenschutz von einem EU-Anbieter	Regulatorische Risiken aufgrund der unsicheren Rechtslage bei US-Anbietern
Erweiterte Tracking-Funktionen	Rohdaten-Funktion für den Export clientseitig erfasster und serverseitig angereicherter Daten – inkl. standardisierter und benutzerdefinierter Datenpunkte.	Erweiterte Funktionen mit sGTM nur bei Hosting innerhalb der Google Cloud

Schnell und einfach zu höherer Performance

Mit über 120 getesteten Konnektoren und Integrationen fügt sich JENTIS nahtlos in die technischen Einrichtungen von Unternehmen ein, darunter Google Analytics 4, Google Ads, Google Floodlight, Amplitude, Microsoft Ads, Adobe, Meta, LinkedIn und viele mehr.

Als hybride Lösung unterstützt JENTIS sowohl clientseitiges als auch serverseitiges Tracking. Der parallele Betrieb während der Migration gewährleistet einen nahtlosen Übergang. Bestehende Datenpipelines bleiben unberührt, wodurch kostspielige Toolwechsel oder Umschulungen vermieden werden. Teams können ihre bestehenden Reports und Tools weiter verwenden

Implementierung in wenigen Minuten



JENTIS-Container erstellen



JavaScript implementieren



DNS A-Record setzen



Konnektoren konfigurieren

Mehr als 120 Plattformen und Tool-Integrationen



Führende Marken vertrauen JENTIS



Der kürzeste Weg zu mehr Kampagnenumsatz

Erfahren Sie, wie die hochmodernen Datenschutzmaßnahmen, die unübertroffene Datenqualität und die Compliance Features von JENTIS Ihrem Unternehmen ermöglichen, sich selbstbewusst an die sich weltweit verändernden gesetzlichen Anforderungen anzupassen

Wie viel bringt Server-Side Tracking Ihrem Unternehmen?

Jetzt Demo buchen:

jentis.com/kontakt