TAG MANAGER

Veröffentlicht am 25. August 2025 von Marie

Tag Manager ist ein **Tool**, mit dem sich **Tracking-Codes und Skripte („Tags“) zentral verwalten** lassen – ohne dass jedes Mal der **Quellcode einer Website manuell angepasst** werden muss. Das bekannteste Beispiel ist der **Google Tag Manager (GTM)**.

Funktion:
Mit einem Tag Manager können **Marketing- und Analyse-Tags** wie **Google Analytics, Facebook Pixel oder Conversion-Tracking** unkompliziert **eingebunden, aktiviert oder geändert** werden. Die Steuerung erfolgt über eine **webbasierte Oberfläche**, was **Zeit spart** und die Zusammenarbeit zwischen **Marketing- und Entwicklerteams** erleichtert.

Beispiel:
Statt einen neuen Tracking-Code in das **HTML der Seite einzubauen**, fügt ein **Marketer** ihn direkt im **Google Tag Manager** hinzu und veröffentlicht die Änderung sofort – **ganz ohne Entwickler**.

Vorteile eines Tag Managers:

- **Flexibilität**: Neue Tracking-Tags können jederzeit hinzugefügt oder angepasst werden.
- **Geschwindigkeit**: Änderungen werden ohne Entwickler schnell live geschaltet.
- **Übersichtlichkeit**: Alle Tags sind zentral an einem Ort verwaltet.
- **Fehlervermeidung**: Weniger direkte Eingriffe in den Code reduzieren technische Risiken.

Fazit:
Ein **Tag Manager** macht **Tracking und Analyse** deutlich **einfacher, schneller und übersichtlicher**. Er ist daher ein **Standardwerkzeug im Online-Marketing und in der Webanalyse**, um Kampagnen zu messen und datenbasierte Entscheidungen zu treffen.