

Tracking Guidelines Media Impact für Advertiser und Agenturen zum Einsatz auf den von uns vermarkteten Plattformen

A. Pro Werbemittel dürfen standardmäßig bis zu fünf Trackingpixel eingesetzt werden:

- zwei Zählpixel – ausschließlich für Impression Tracking (ohne Cookie Dropping)
- ein Clickcommand (ohne Cookie Dropping)
- eine Viewability Messung
- ein Marktforschungspixel

Nach vorheriger Absprache kann auch eine höhere Anzahl an Trackings eingesetzt werden.

B. Cookies und ähnliche Technologien, welche personenbezogene Daten auf dem Gerät des Users speichern und/oder auslesen sowie die weitere Datenverarbeitung, müssen den Richtlinien des Telemediengesetzes sowie der EU Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) entsprechen und auf unserer **Tracking-Whitelist** gelistet sein. Es dürfen nur und ausschließlich die Dienstleister auf unseren Seiten und in Werbemitteln eingesetzt werden, die auf der **Tracking-Whitelist** gelistet sind!

Insbesondere (aber nicht abschließend) gehören folgende Arten hierzu:

- Ad Verification (Auslesen des Umfelds)
- Targeting Güte (Prüfung der Wirksamkeit des gesetzten Targetings)
- User Profiling (Sammeln/Abgleichen von Profildaten)
- Drittanbieter Retargeting (Wiederansprache von Usern außerhalb unseres Netzwerks über Externe Pixel)

C. Neue Tracking-Dienstleister müssen vor Einsatz in unserem Tool registriert und durch Media Impact freigegeben werden und auf unserer Tracking-Whitelist gelistet sein. Dieses online Tool finden Sie hier: <https://dsgvo.ad-alliance.de>

Media Impact prüft daraufhin die Aufnahme des Vendors in die Consent Management Plattformen der von uns vermarkteten Publisher. Eine Aufnahme kann nicht garantiert werden und ist mit Vorlaufzeiten verbunden, die je Publisher variieren können.

Folgende Vorgaben sind dabei zu beachten:

1. Alle technischen Dienstleister (Vendoren), die Agenturen und Advertiser nutzen möchten, müssen im TCF v2.0 (Transparency and Consent Framework des IAB) registriert sein. <https://iabeurope.eu/transparency-consent-framework>
2. Agenturen und ihre technischen Dienstleister müssen sich zusätzlich im Web-Tool der Ad Alliance & Media Impact als Vendor registrieren. (Dies gilt auch für Direktkunden, die ein Tracking einsetzen).
 - a. Agenturen legen ein online Profil als AGENCY an. Wichtig ist dabei, dass sich alle juristischen Personen einzeln registrieren müssen (d.h. alle Einzelagenturen), die Kampagnen buchen. Nachdem Profile angelegt wurden wählen Sie aus der drop-down Liste die Dienstleister aus, die sie für Buchungen bei Ad Alliance und/oder Media Impact einsetzen möchten. Sollte einer ihrer Dienstleister in dieser Liste nicht bereits

vorhanden sein, dann bitten wir Sie, den Link zum Tool an ihre Dienstleister weiterzuleiten mit der Aufforderung, sich zu registrieren.

- b. Technische Dienstleister registrieren sich im Tool als TECH VENDOR und geben dort Informationen an, die wir als Vermarkter in unseren Datenschutzerklärungen angeben müssen. Nach der Registrierung prüfen Ad Alliance und Media Impact jeweils separat die Angaben, erteilen eine Zertifizierung und entscheiden, welche Dienstleister in die Publisher CMPs zur Einholung des Nutzer-Consent aufgenommen werden können. Erst dann darf der Dienstleister für Kampagnen bei Ad Alliance oder Media Impact eingesetzt werden. Die Dienstleister müssen ihr Profil im Tool aktuell halten.

D. Consent-Signaling bei Direkt-Kampagnen:

- Für alle Cookies und ähnliche Technologien, die im Rahme der Direkt-Kampagne auf unseren Seiten eingesetzt werden, muss das notwendige GDPR Makro je eingesetztem Vendor an uns übermittelt werden (*for example, for Vendor A with ID 123 to receive a TC String, an image URL must include a key-value pair with the URL parameter and macro `gdpr_consent=${GDPR_CONSENT_123}`*)
- Damit wir dieses GDPR Makro künftig erkennen und finden können, benötigen wir mind. 5 Werkstage vor Kampagnenstart eine Info, wie und an welcher Stelle dieses GDPR Makro im Redirect, in Skripten und/oder Trackingpixel angeliefert werden wird.
Hinweis. Ohne diese Info können wir nicht sicherstellen, dass Direkt-Kampagnen live gehen können.

- E.** Grundsätzlich dürfen eingesetzte Cookies eine maximale Lebensdauer von 1 Jahr haben und müssen sich danach selbst löschen. Trackingdaten dürfen vom Kunden ausschließlich im Rahmen der jeweiligen Kampagne und dem jeweiligen Zeitraum verwendet werden. Eine darüber hinaus gehende Verwendung durch den Kunden, egal ob intern oder gegenüber Dritten und egal ob entgeltlich oder unentgeltlich, verstößt gegen die Media Impact Tracking Guidelines und ist unzulässig.

TRACKING & REPORTING NATIVER INTEGRATIONEN

ABHÄNGIG VON IM GEBUCHTEN PRODUKT ENTHALTENEN BESTANDTEILEN REPORTEN WIR FÜR IHRE KAMPAGNE FOLGENDE KPI'S:

BEI BRAND STORIES

In Summe & pro Inhalt: Views, Ø Verweildauer/View, ggf. auf Anfrage: Visit, Scrolltiefe, Views nach Desktop/Mobile/App, Link-Outs

Bei Social-Media-Posts: Engagement, Engagement-Rate

BEI PRODUCT STORIES

In Summe auf Werbemittel: Ad Impressions, Klicks, Klickrate

Bei Social-Media-Posts: Ad Impressions, Reichweite, Klicks, Engagement, Engagement-Rate

In Summe & pro Inhalt: Views, Ø Verweildauer/View, ggf. auf Anfrage: Visit, Scrolltiefe, Views nach Desktop/Mobile/App, Link-Outs

BEI ADVERTORIALS / AKTIONSBÜHNE

In Summe auf Werbemittel: Ad Impressions, Klicks, Klickrate

Bei Social-Media-Posts: Ad Impressions, Reichweite, Klicks, Engagement, Engagement-Rate

In Summe & pro Inhalt: Views, Ø Verweildauer/View, ggf. auf Anfrage: Visit, Scrolltiefe, Views nach Desktop/Mobile/App, Link-Outs

FÜR DIE SPONSORINGFLÄCHE

Ad Impressions, Klicks, Klickrate

OPTIONAL ERHALTEN WIR VON IHNEN:

Für Verlinkungen aus dem Kundeninhalt (i.d.R. zur Kunden-Website) bitte TRACKING-URLS anliefern. Diese bitte direkt im Word/Excel Dokument vermerken, in Klammern hinter der Ziel-URL.

Für ein paralleles und eigenes Tracking der Werbemittel (Ad-Server-Flächen), das zu Ihrer Integration führt, können Sie optional und zusätzlich **CLICKCOMMANDS** und **ZÄHLPixel** anliefern.

Für ein paralleles und eigenes Tracking der Artikel, können Sie optional und zusätzlich **ZÄHLPixel** anliefern.

Sofern Sie eigene ClickCommands und Zählpixel einsetzen möchten, benötigen wir diese rechtzeitig **5 Werktagen vor Kampagnenstart**. Sofern für die Kampagne ein gesonderter Ablaufplan besteht, sind darin die Vorlaufzeiten geregelt. Es gelten die Tracking Guidelines von Media Impact.

Sollten Sie weitere Trackingwünsche haben, sprechen Sie uns gerne an. Diese können auf Anfrage nur geprüft werden, wenn sie spätestens bei Anlieferung der Kundeninhalte geäußert werden.

Stand Juni 2020