



**dfv** Mediengruppe  
Hotel- und Gastromedien

# Technische Spezifikationen

3rd-Party Tag / Tracking

# 3rd-Party Tag / Tracking

## Allgemein

- Die mögliche Bereitstellung von 3rd Party Tags als script-, redirect oder iframe-Tags sowie darin zulässige maximale Dateigewichte und Datei-Typen, richten sich nach unseren technischen Spezifikation. Die Möglichkeit zur Übergabe eines ClickCommands an die Redirect URL muss gegeben und dokumentiert sein, so dass „Klicks“ durch FOOD SERVICE gemessen werden können, andernfalls können diese im Report nicht ausgewiesen werden.

## Hinweis:

- Zudem muss eine Erreichbarkeit von 99% des 3rd Party Ad-Servers gegeben sein.
- 3rd Party Werbemittel dürfen den Container, in den sie geladen werden, nicht verlassen. Sie dürfen sich also nicht in den <body> oder andere HTML-Elemente der Seite einhängen.
- Alle Inhalte, die vom Server eines Partners kommen (z.B. Ressourcen von HTML5 Ads, 3rd Party Tags, Zählpixel) **müssen im https Umfeld funktionieren**.

→ Seit 2018 ist https Pflicht.

- XSS ist nichterlaubt.
- Zählpixel müssen immer folgende Inline-Styles enthalten, um Layout Fehler auszuschließen: 

# 3rd-Party Tag / Tracking

## Backupimage & Tracking

### **Backupimage:**

- Wann brauche ich Fallbacks? Zum Beispiel bei Kampagnen mit speziellen Targetings, bei programmatischer Werbung, bei Kampagnen die Tracker enthalten – HTML5 und redirect1 click Command.
- Fallback-Werbemittel werden im Grafikformat GIF, JPG oder PNG erstellt und dienen dazu, die Sichtbarkeit von Kampagnen zu gewährleisten. Sie werden ausgeliefert, wenn keine anderen Werbemittel für eine Werbefläche geeignet sind.
- Möchte eine Agentur/ein Kunde Trackings einsetzen, sollte immer ein physisches Werbemittel ohne eingebautes Tracking als Fallback ausgeliefert werden. Oder das physische Fallback-Werbemittel ohne Tracking muss im Adserver der Agentur/des Kunden hinterlegt werden.

### **Tracking:**

Um das bestmögliche Ergebnis Ihrer Werbekampagne zu erzielen und aufgrund der Beschränkungen durch das aktuelle Gesetz für User Consent, verzichten Sie bitte auf die Verwendung von zu vielen Zählpixeln.

### **Backupimage:**

- 2 Zählpixel für das Tracking von Impressions (Mediaagentur und technischer Dienstleister)
- 1 click Command
- 1 Viewability-Messung (z. B. meetrics)
- 1 Marktforschungspixel (z.B. GfK)

# 3rd-Party Tag / Tracking

TCF

## Zusätzliche Informationen:

Sobald ein Tracking/Pixel /TAG in einer Kampagne eingesetzt wird, die **personenbezogene Daten** verarbeitet, sind folgende Punkte zu beachten.

Alle **URL-basierten Komponenten** eines Werbemittels (z.B. Redirect, Pixel-Tracker) müssen zur Verarbeitung des TC-Strings das IAB-Makro gdpr\_consent= \${GDPR\_CONSENT\_XXX} enthalten, wobei XXX die numerische Vendor-ID gemäß der globalen Vendor-Liste des IAB darstellt.

## Beispiel:

```
<script>document.write('<scr' + , ipt type="text/javascript" language="JavaScript,,  
src=„https://ad.yieldlab.net/d/11132400/11132397?ts=%timestamp%&pubref='+encodeURIComponent(window.top.location.href)+'&co  
nsent=${GDPR_CONSENT_70}"></scr' + 'ipt> ');$</script>
```

Damit wir dieses GDPR-Makro in Zukunft erkennen und finden können, **benötigen wir mindestens 5 Werktagen** vor Beginn der Kampagne folgende Informationen: Wie und wo dieses GDPR-Makro im Redirect, in Skripten, iframes und/oder sonstigem Tracking ausgeliefert wird. Auch alle Werbe-Tags/Trackings, die wir verwenden, müssen diese GDPR-Makros enthalten.