

# Conversion Tracking Implementierung

Eine Anleitung für Shopbetreiber

<b>Warum Conversion Tracking?</b>	<b>2</b>
<b>Click out: Zusätzliche Parameter</b>	<b>2</b>
Die Click ID	2
<b>Datenstruktur: Conversion Targets und Tracking Kategorien</b>	<b>6</b>
<b>Conversion Code</b>	<b>6</b>
Varianten des Codes	7
Javascript	7
Image Pixel	8
S2S Callback	9
Pflicht-Parameter	10
Optionale Parameter (oft verwendet)	11
Basket Tracking	12
<b>Der Onpage Code</b>	<b>13</b>
<b>Cookies und Datenschutz</b>	<b>14</b>
<b>Trackingqualität</b>	<b>16</b>

# Warum Conversion Tracking?

Conversion Tracking erlaubt das Zuordnen von Sales und Events zu Trafficquellen. Damit ist es im nächsten Schritt möglich, monetäre Werte zuzuordnen. Das kann zum Beispiel eine Provision pro vermittelten Sale sein.

Auswertungen der mit Conversion Tracking erhobenen Daten in Reportings ermöglichen es, Aussagen über Performance, Entwicklungen, Kosten, Einnahmen und Optimierungspotentiale treffen zu können.

Damit dies alles möglich ist, muss ein Tracking-Pixel auf der Bestellbestätigungsseite (auch Danke-Seite) nach Bestellabschluss integriert werden.

---

## *Kurz gesagt*

Conversion Tracking verbindet Klicks mit einem Sale, der über einen Tracking-Pixel erfasst wird.

---

## Click out: Zusätzliche Parameter

Um Trafficquellen in weiteren Systemen, wie beispielsweise Google Analytics, analysieren zu können, können an Links bzw. Weiterleitungen automatisch Parameter (z.B. UTM-Parameter) angefügt werden.

Die Werte der Parameter können

- mit statischen Werten (z.B. utm\_source=affiliate)
- oder mit dynamischen Werten (z.B. utm\_source=#{PARTNER\_ID}, sodass die jeweilige Partner-ID übergeben wird),

befüllt werden.

Das Tool für zusätzliche Parameter befindet sich unter *Advertiser verwalten > Advertiser Tracking*.

## Die Click ID

Ein wichtiger Parameter für das Tracking ist die Click ID. Sie funktioniert als Fallback falls Cookies gelöscht wurden.

Die Click ID wird mit jedem Klick als Get-Parameter über die URL an den Shop übergeben. Der Shop speichert diese Click ID zwischen und übergibt sie beim Aufruf des Conversion Tracking-Pixels zurück.

Die Schritte zum Einrichten des Click ID Trackings sind:

1. Einrichten der Click ID als zusätzlicher Parameter:  
Im ersten Schritt muss die Click ID als zusätzlicher Parameter eingerichtet werden.  
z.B. `clickid=#{CLICK_ID}`. Das erfolgt im System unter *Advertiser verwalten > Advertiser Tracking*

---

### Weiterlesen

Eine ausführliche Anleitung zur Funktionsweise der zusätzlichen Parameter findest du hier:

<https://onlinemarketing-support.com/additional-parameters/>

---

2. Der Shop liest die Click ID aus der URL aus und speichert sie entweder in einem Cookie oder in der Datenbank.

Bei der Zwischenspeicherung in einem Cookie empfehlen wir sehr, den Cookie serverseitig (z.B. mit PHP) zu setzen.

### Beispiele

Code Beispiel PHP: Cookie mit Click ID serverseitig setzen:

```
<?php
if(isset($_GET["clickid"])) {
    setcookie("clickid", $_GET["clickid"], time() + 365*24*60*60);
}
?>
```

Javascript Code Beispiel: Cookie mit Click ID browserseitig setzen:

```
<html>

<head>
</head>

<body>
  <div id="mydiv">Hello, this a Test Page</div>
  <script>
    function setCookie(cname, cvalue, exdays) {
      var d = new Date();
      d.setTime(d.getTime() + (exdays * 24 * 60 * 60 *
1000));
      var expires = "expires=" + d.toUTCString();
      document.cookie = cname + "=" + cvalue + ";" + expires
+ ";path=/";
    }

    function getCookie(cname) {
      var name = cname + "=";
      var decodedCookie =
decodeURIComponent(document.cookie);
      var ca = decodedCookie.split(';');
      for (var i = 0; i < ca.length; i++) {
        var c = ca[i];
        while (c.charAt(0) == ' ') {
          c = c.substring(1);
        }
        if (c.indexOf(name) == 0) {
          return c.substring(name.length, c.length);
        }
      }
      return "";
    }

    function saveClickId(qparam) {
      //Get ClickID and save to Cookie
      var urlParams = new
URLSearchParams(window.location.search);
      if (urlParams.has(qparam)) {
        var cli = urlParams.get(qparam);
        setCookie(qparam, cli, 60);
      }
    }
  </script>
</body>
</html>
```

```

(function () {
    //read new value with name clickid
    saveClickId('clickid');
    //show value in Browser
    var para = document.createElement("P");
    var t = document.createTextNode("This is the ID: " +
getCookie('clickid'));
    para.appendChild(t);
    document.getElementById("mydiv").appendChild(para);
})();

</script>

</body>
</html>

```

3. Auslesen der Click ID auf der Bestellbestätigungsseite, damit sie an den Tracking-Code übergeben werden kann.

Beispielcode Cookie serverseitig mit PHP auslesen

```

<?php
if(isset($_COOKIE["clickid"])) {
    $clickid = $_COOKIE["clickid"];
}
?>

```

Beispielcode Cookie browserseitig mit JavaScript auslesen

```

<script>
function getCookie(cname) {
    var name = cname + "="; var ca = document.cookie.split(";");
for (var i = 0; i < ca.length; i++) {
    var c = ca[i]; while (c.charAt(0) == " ") {
        c = c.substring(1);
    } if (c.indexOf(name) == 0) {
        return c.substring(name.length, c.length);
    }
}
}

```

```
    }  
  } return "";  
}  
var clickid = getCookie("clickid");  
</script>
```

## Datenstruktur: Conversion Targets und Tracking Kategorien

Trackingereignisse (Conversions) haben zwei Dimensionen, die sie definieren. Diese Dimensionen sind später auswertbar und können vergütet werden (z.B. eine Provision pro Sale).

Sowohl Conversion Targets als auch Tracking Kategorien müssen im System angelegt sein, bevor der Conversion Code implementiert werden kann. Das Anlegen erfolgt im System unter *Manage Advertisers*.

**Conversion Target:** Definiert den Typ des Ereignisses, z.B. Sale, Installieren einer App, Newsletteranmeldung.

**Tracking Kategorie:** Definiert die kommerzielle Dimension etwa nach Marge, z.B. Produktgruppe ("Flug", "Hotel", "Mietwagen")

---

### Weiterlesen

Eine ausführliche Anleitung zur Funktionsweise von Conversion Targets sowie Tracking Kategorien findest du hier:

<https://onlinemarketing-support.com/working-with-conversion-targets/>

<https://onlinemarketing-support.com/tracking-categories/>

---

## Conversion Code

Auf der Bestellbestätigungsseite für Sales (bzw. bei anderen Ereignissen auf den entsprechenden Seiten) wird der Conversion Code (auch Tracking-Pixel) implementiert. So werden abgeschlossene Sales (bzw. Events) gemessen. Über verschiedenen Variablen und Parameter werden Daten übergeben, z.B. die Order ID oder der Warenkorbwert.

## Varianten des Codes

Den Conversion Code bekommst du entweder zugeschickt oder du kannst ihn im User Interface unter *Advertiser verwalten* > *Trackingcode bearbeiten* generieren.

Bitte implementiere nur deinen individuellen Conversion Code der deine IDs (Advertiser ID und Tracking Domain) enthält. Bitte nicht die Codes der folgenden Beispiele verwenden.

---

### *Weiterlesen*

Eine ausführliche Anleitung zum Generieren der Tracking Codes findest du hier:  
<https://onlinemarketing-support.com/configuring-and-implementing-tracking-codes/>

---

## Javascript

Grundsätzlich empfehlen wir die Nutzung des Javascript Codes bei browserseitigen Implementierungen.

Der Javascript Code eignet sich besonders gut für die Implementierung in Javascript-Umgebungen wie Tag Management Systeme. Außerdem bietet er Vorteile bei der Übermittlung von Baskets (siehe unten) und hat zusätzliche Funktionalitäten wie eine Container-Funktionalität.

Ein Beispiel findet ihr auf der nächsten Seite.



```

1 <!-- BEGIN BELBOON - PERFORMANCE MARKETING NETWORK TRACKING CODE -->
2 <script type="text/javascript">
3 var itsConv = {
4
5 // MANDATORY FIELD: This is the product category for this conversion target.
6 // Important: The value for this product category needs to be set in your network configuration beforehand.
7 // Your possible product categories are: 'default','schuhe','taschen','zubehoer','action','basket',
8 trcCat : 'basket',
9 // MANDATORY FIELD: This is the name of the conversion target.
10 // Important: The value for this conversion target needs to be set in your network configuration beforehand.
11 // Your possible conversion targets are: 'sale','lead','bksale','nksale','voucher','novoucher','bknov','bkv','nknov','nk','freeze','signup',
12 convTarget : 'sale',
13
14 // MANDATORY FIELD: This is a short description of the conversion page.
15 // Examples: Check-Out, Registration Complete, Valentines Day Promotion.
16 siteId : 'checkout',
17
18 // MANDATORY FIELD: This the unique conversion identifier from your system. Examples: OrderID, CustomerID, LeadID.
19 // If you can't provide a correct unique conversion identifier you can use 'auto' and our system will generate it automatically.
20 // This could lead to validation problems due to the fact that an exact matching from your system to ours will not exist.
21 convId : '',
22
23 // MANDATORY FIELD: This is the net order value (without shipping and handling costs). Use a value of '0.00' for conversion targets without net order value.
24 ordValue : '',
25
26 // OPTIONAL FIELDS: These are session tracking parameters
27 clickId : '', // OPTIONAL FIELD: A click ID.
28 // MANDATORY FIELD: This is the ISO currency code (ISO 4217).
29 // Examples: 'EUR', 'GBP', 'CHF'.
30 ordCurr : 'EUR',
31
32 // OPTIONAL FIELD: This field is used for detailed shopping basket information. Build this field in JSON format.
33 // A single basket position contains these mandatory fields:
34 // pid: Unique product ID
35 // prn: Product name
36 // brn: Product brand name
37 // pri: Product price
38 // qty: Quantity of units in this position
39 // trc: Tracking category (corresponds to parameter 'trcCat')
40 // prc: OPTIONAL FIELD: Product category hierarchy, using '.' as delimiter. Example: 'Women.Clothing.Shoes'.
41 // Example of detailed shopping basket information:
42 basket : '{"pid":"I1VALUE!!","prn":"I1value!!","brn":"I1value!!","pri":"I1VALUE!!","qty":"I1VALUE!!","trc":"I1value!!","prc":"I1value!!..I1value!!..I1value!!"}'
43 +',{"pid":"I1VALUE!!","prn":"I1value!!","brn":"I1value!!","pri":"I1VALUE!!","qty":"I1VALUE!!","trc":"I1value!!","prc":"I1value!!"}'
44 +',{"pid":"I1VALUE!!","prn":"I1value!!","brn":"I1value!!","pri":"I1VALUE!!","qty":"I1VALUE!!","trc":"I1value!!","prc":"I1value!!..I1value!!"}',
45
46 // DO NOT CHANGE. The following parameters are used to identify the advertiser in the network.
47 advId : '15032092',
48 trcDomain : 'atlas.r.akipam.com'
49
50 };
51 // DO NOT CHANGE. The following lines assure tracking functionality.
52 en=function(v){if(v){if(typeof(encodeURIComponent)=='function'){return(encodeURIComponent(v));}return(escape(v));};ts=function(){var d=new Date();var t=d.getTime();
53 return(t);};im=function(s){if(typeof(encodeURIComponent)=='function'){return(encodeURIComponent(s));}return(escape(s));};ia=function(is){if(typeof(is)=='object'){
54 var ia=new Array(0);var ia_l=ia.length;ia[0]=new Image(1);ia[1].src=ia[1].onload=function(){};else(document.write(''));var pt='https';
56 fr=function(s){var d=document;var ind=createElement("iframe");i.src=s;i.frameBorder=0;i.width=0;i.height=0;i.vspace=0;i.hspace=0;i.marginWidth=0;i.marginHeight=0;i.
57 scrolling="no";i.allowTransparency=true;i.style.display="none";try(d.body.insertBefore(i,d.body.firstChild));catch(e){
58 d.write('<ifr'+ame+' src="'+s+'" width="0" height="0" frameborder="0" vspace="0" hspace="0" marginwidth="0" marginheight="0" scrolling="no"
59 allowTransparency="true" style="display:none;"></ifr'+ame+'>');};ap=function(o){var v="tst"+ts;if(o.trcCat){v+="#trc"+en(o.trcCat);
60 v+="#csg"+en(o.convTarget);v+="#cid"+en(o.ordValue);if(o.ordValue){v+="#orv"+en(o.ordValue);if(o.ordCurr){v+="#orc"+en(o.ordCurr);if(o.discValue){v+="#dsv"+en(o.
61 discValue);if(o.discOrdValue){v+="#dsv"+en(o.discOrdValue);if(o.discCode){v+="#dsc"+en(o.discCode);
62 if(o.invValue){v+="#inv"+en(o.invValue);if(o.confStat){v+="#cst"+en(o.confStat);if(o.admCode){v+="#adm"+en(o.admCode);if(o.payMethod){v+="#pmt"+en(o.payMethod
63 );if(o.subCode){v+="#smc"+en(o.subCode);if(o.userVal1){v+="#svr1"+en(o.userVal1);if(o.userVal2){v+="#svr2"+en(o.userVal2);if(o.userVal3){
64 v+="#svr3"+en(o.userVal3);if(o.userVal4){v+="#svr4"+en(o.userVal4);if(o.isCustNew){var nwo=isCustNew.toLowerCase();v+="#csm"+v+(nwo=="true"?nwo:"null");
65 if(o.custId){v+="#csi"+en(o.custId);if(o.custGend){var gwo=custGend.toLowerCase();v+="#csg"+
66 v+(gwo=="m"?gwo=="f"?gwo=="null":gwo=="m"?gwo=="f"?gwo=="null":gwo=="m"?gwo=="f"?gwo=="null":gwo=="m"?gwo=="f"?gwo=="null":gwo=="m"?gwo=="f"?gwo=="null";
67 v+="#unqid"+en(o.unqid);if(o.clickIds && o.clickIds.length > 0){v+="#cli"+en(o.clickIds.join(','));}else if(o.clickId){v+="#cli"+en(o.clickId);if(o.custSurv){v+
68 "#csr"+en(o.custSurv);if(o.siteId){v+="#sid"+en(o.siteId)}var s=(screen.width?screen.width:"0");v+="#scr"+s;v+="#hck"+v+(navigator.cookieEnabled?navigator.
69 cookieEnabled:"null");v+="#enjoy"+v+(navigator.javaEnabled()?navigator.javaEnabled():"null");return(v);};
70 itsStartConv=function(o){var s=pr+'//'+o.trcDomain+'/ts/'+o.advId+'?tsa?typ=i&tst='+en(ts)+'&trc=basket&ctg=sale&sid=checkout&cid='+en(convId)+'&orv='+en(ordValue)+'&orc=EUR&bks=47B&22pid=22&3A&22&21&2
71 I1VALUE&21&21&22&2C&22prn=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22brn=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22pri=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22qty=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22trc=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22prc=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22cli=I1CLICKID!!" width="1" height="1"
72 border="0" style="display:none;"/>
73 </noscript>
74 <!-- END BELBOON - PERFORMANCE MARKETING NETWORK TRACKING CODE -->

```

## Image Pixel

Der Image Pixel eignet sich bei einfachen Events (i.d. Regel ohne Basket) bzw. beim Einbau in einfache Trackingweihen.

### Beispiel:

```

1 <!-- BEGIN BELBOON - PERFORMANCE MARKETING NETWORK TRACKING CODE -->
2 <img src=
3 "https://atlas.r.akipam.com/ts/15032092/tsa?typ=i&tst=!!TIME_STAMP!!&trc=basket&ctg=sale&sid=checkout&cid=!!convId!!&orv=!!ordValue!!&orc=EUR&bks=47B&22pid=22&3A&22&21&2
4 I1VALUE&21&21&22&2C&22prn=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22brn=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22pri=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22qty=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22trc=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22prc=22&3A&22&21&21value&21&21&22&2C&22cli=I1CLICKID!!" width="1" height="1" border="0" style
5 ="display:none;"/>
6 <!-- END BELBOON - PERFORMANCE MARKETING NETWORK TRACKING CODE -->

```

## S2S Callback

Die Server to Server Callback-URL eignet sich zum Einsatz außerhalb von Browsern (z.B. aus Apps) oder eignet sich, um den Browser komplett zu umgehen.

**Wichtig:** Die Click ID ist ein Pflicht-Parameter, ohne sie kann Server to Server Tracking nicht funktionieren.

Der S2S Callback Link ist dem Image-Pixel sehr ähnlich. Um einen Image-Pixel in eine S2S Callback URL zu konvertieren, muss man nur den Parameter `typ = i` auf `typ = s` ändern.

Beispiel:

```
1 <!-- BEGIN BELBOON - PERFORMANCE MARKETING NETWORK TRACKING CODE -->
2 <img src=
  "https://atlas.r.akipam.com/ts/i5032092/tsa?typr=||tst=||TIME_STAMP||&tro=basket&ctg=sale&sid=checkout&cid=||oonvid||&orv=||ordValue||&orc=BUR&bak=7B922pid&223A&22&21&2
  IVALUE&21&22&20&22prn&223A&22&21&21value&21&21&22&20&22brn&223A&22&21&21value&21&21&22&20&22pri&223A&22&21&21VALUE&21&21&22&20&22qty&223A&22&21&21VALUE&21&21&22&2
  C&22trc&223A&22&21&21value&21&21&22&20&22prc&223A&22&21&21value&21&21.421&21value&21&21.421&21value&21&21&22&20&22cli=||CLICKID||" width="1" height="1" border="0" style
  ="display:none;">
3 <!-- END BELBOON - PERFORMANCE MARKETING NETWORK TRACKING CODE -->
```

---

### Weiterlesen

Eine ausführliche Anleitung zum Generieren von Server to Server Tracking Codes findest du hier:

<https://onlinemarketing-support.com/configuring-and-implementing-tracking-codes-server-to-server/>

---

## Pflicht-Parameter

Variable (JS)	Variable (img/ s2s)	Beispielwert	Erläuterung
convTarget	ctg	sale	Conversion Target: Das verwendete Conversion Target muss bereits im System hinterlegt sein.
trcCat	trc	default	Tracking Kategorie: Die Tracking Kategorie muss bereits im System hinterlegt sein. Besonderheit: Bei Basket-Tracking wird hier "basket" übergeben.
convId	cid	ORD12345	Conversion ID/ Order ID: Eindeutige Bestellnummer, welche die Bestellung identifiziert. Im Fall von E-Mail-Adressen, diese bitte verschlüsseln.
ordValue	orv	4.98	Warenkorbwert, Brutto ohne Versandkosten: Wenn kein Warenkorbwert vorhanden ist, kann 0.00 übergeben werden.
ordCurr	orc	EUR	Währungscode nach ISO 4217
siteld	sid	checkout	Kurze Bezeichnung der Seite, auf der der Pixel implementiert ist. zB. "checkout_page" o.ä.
clickId	cli	1234567890	Click ID, welche beim Click-in als Parameter übermittelt wurde. Bei S2S Callbacks ist die Click ID Voraussetzung für das Funktionieren des Trackings.

## Optionale Parameter (oft verwendet)

Variable (JS)	Variable (img/ s2s)	Beispielwert	Erläuterung
discValue	dsv	12.34	Rabatt durch einen Gutschein Numerischer Wert. Bei Einsatz eines Gutscheins, den Rabatt bitte nicht im Order Value berücksichtigen, sondern separat als Discount Value übergeben. Das System berücksichtigt dann die Diskontierung.
discCode	dsc	XMAS2020-4578aved	Code des eingelösten Gutscheins
isCustNew	csn	true	Ist ein Kunde Neukunde? true = Neukunde, false = Bestandskunde
payMethod	pmt	paypal	Zahlungsmittel
userVal1	uv1		Feld zur freien Verwendung, um gewünschte zusätzliche Informationen zu übergeben.
userVal2	uv2		Feld zur freien Verwendung, um gewünschte zusätzliche Informationen zu übergeben.
userVal3	uv3		Feld zur freien Verwendung, um gewünschte zusätzliche Informationen zu übergeben.

userVal4	Uv4		Feld zur freien Verwendung, um gewünschte zusätzliche Informationen zu übergeben.
----------	-----	--	---

---

### Weiterlesen

Eine ausführliche Auflistung aller möglichen Parameter sowie zur Arbeit mit Conversion Tracking Codes findest du hier:

[https://onlinemarketing-support.com/configuring-and-implementing-tracking-codes/#ip\\_t\\_kb\\_toc\\_238\\_5](https://onlinemarketing-support.com/configuring-and-implementing-tracking-codes/#ip_t_kb_toc_238_5)

---

## Basket Tracking

Basket Tracking fügt einer Conversion eine oder mehrere Positionen des Warenkorbs hinzu. So können einzelne gekaufte Produkte analysiert und/oder vorprovisioniert werden.

Voraussetzung: Es muss eine Tracking Kategorie (trc) mit dem Namen und Alias "basket" angelegt sein.

Der Basket wird als Wert in einem Parameter im JSON-Format übergeben. Im Image-Pixel bzw. im S2S-Callback muss dieses JSON-Objekt URL encodiert übergeben werden.

Die einzelnen Bestandteile der Basketpositionen sind in der folgenden Tabelle aufgeführt:

Variable	Beispielwert	Erläuterung
pid	12345678	eindeutige Produktnummer, z.B. EAN
prn	Adidas Originals Continental	Name des Produkts
brn	Adidas	Marke
pri	54.95	Preis des Produkts (Brutto)
qty	1	Anzahl der gekauften Einheiten

trc	default	Tracking Kategorie des Produkts. Die Tracking Kategorie muss bereits im System hinterlegt sein. Wenn keine gesonderte Tracking Kategorie genutzt werden soll, bitte 'default' übergeben
prc	Kleidung.Herren.Schuhe	optional: Hierarchie der Produktkategorie mit Punkt '.' als Trennzeichen

### Beispiel

```
basket : '{"pid":"123456","prn":"!Adidas Originals Continental 80","brn":"Adidas","pri":"54.95","qty":"1","trc":"default","prc":"Mode.Herren.Schuhe.Sneaker"}'
',{"pid":"9876543","prn":"Anna Field Damensocken schwarz","brn":"Anna Field","pri":"12.34","qty":"3","trc":"default","prc":"Mode.Damen.Zubehör"}'
```

## Der Onpage Code

Der Onpage Code soll auf allen öffentlich zugänglichen Seiten implementiert werden. Sein Hauptzweck ist das Erkennen von einkommendem Traffic. Weitere Funktionalitäten sind Sicherung der Trafficqualität (Erkennen von echten Klicks vs. gefälschte Aufrufe, sicherstellen des gesetzten Cookies bei eventuell geblockten Cookies von Adserver redirects).

Variable	Beispielwert	Erläuterung
siteld	www.shop.com/dresses/red-dress123.html	Pfad oder URL der Seite, auf der der Code eingebunden ist.
productld	12345678	Nur auf Produkt- bzw. Produktdetailseiten: Eindeutige Produkt-ID des Produkts
userVal1		Optional: Freies Feld für Werte, die im Data Layer des Onpage Codes gewünscht sind.

userVal2		Optional: Freies Feld für Werte, die im Data Layer des Onpage Codes gewünscht sind.
----------	--	---

## Cookies und Datenschutz

Wer mit Trackingtechnologien arbeitet, möchte oder muss diese in seiner Datenschutzerklärung transparent machen und ggf. auch eine Opt-Out-Möglichkeit bereitstellen.

Der folgende Text ist ein Vorschlag für eine entsprechende Passage in der Datenschutzerklärung deines Shops. Darin wird der spezifische opt-out Link des Kunden eingetragen. Der opt-out Link setzt sich wie folgt zusammen:

TRACKINGDOMAIN/ts/PROGRAMMID/tsv?settrackingoptout – z.B.:  
<https://janus.r.jakuli.com/ts/i5533507/tsv?settrackingoptout>

Falls Sie die Speicherung von Cookies in Ihrem Browser nicht wünschen, können Sie dies durch die entsprechende Browsereinstellung erreichen. Sie können in Ihrem jeweiligen Browser das Speichern von Cookies unter Extras/Internetoptionen deaktivieren, auf bestimmte Webseiten beschränken oder Ihren Browser so einstellen, dass er Sie benachrichtigt, sobald ein Cookie gesendet wird. Bitte beachten Sie aber, dass Sie in diesem Fall mit einer eingeschränkten Darstellung der Onlineangebote und einer eingeschränkten Benutzerführung rechnen müssen. Sie können Cookies auch jederzeit löschen. In diesem Fall werden die darin hinterlegten Informationen von Ihrem Endgerät entfernt. Das Sammeln und Verarbeiten von Tracking-Daten kann auch durch einen Klick auf diesen Tracking-Opt-Out Link deaktiviert werden:

### **JEWILIGER OPT-OUT LINK**

Beim Klicken auf den Tracking-Opt-Out Link wird ein spezielles Cookie geschrieben, wodurch das Tracking im aktuellen Webbrowser des Endgeräts deaktiviert wird. Das Tracking wird jedoch wieder aktiviert, sobald Sie Tracking-Opt-Out Cookie löschen.

Die belboon GmbH hat aktuell bis zu 5 verschiedene Tracking Domains in Verwendung, sodass sich die Cookie Domains ändern können. Welche Cookies im Einzelnen von unserer Tracking-Technologie verwendet werden, können Sie der folgenden Übersicht entnehmen:

Domain	Cookie Name	Zweck des Cookies und weitere Informationen
<b>JEWELIGE TRACKINGDOMAIN</b> (z.B. <a href="#">TRACKINGDOMAIN/ts/PROGRAMMID/</a> )	tsv	Dieser Cookie wird geschrieben, wenn ein Werbemittel angezeigt wird. Dieser Cookie beinhaltet eine Cookie-ID sowie eine Liste mit den Daten über die letzten View - Touch-Points, bestehend aus Zeitpunkt, Referrer-URL und Admedia-Code (eindeutige Identifizierung eines Werbemittels, die Informationen über Vertriebskanal, Publisher, Website des Publishers und Werbemittel beinhaltet).
<b>JEWELIGE TRACKINGDOMAIN</b> (z.B. <a href="#">TRACKINGDOMAIN/ts/PROGRAMMID/</a> )	tsc	Dieser Cookie wird geschrieben, wenn auf ein Werbemittel geklickt wird. Dieser Cookie beinhaltet eine Cookie-ID eine Liste mit den Daten über die letzten Click - Touch-Points, bestehend aus Zeitpunkt, Referrer-URL, ID der Seite im Shopsystem des Kunden und Admedia-Code (eindeutige Identifizierung eines Werbemittels, die Informationen über Vertriebskanal, Publisher, Website des Publishers und Werbemittel beinhaltet).
<b>JEWELIGE TRACKINGDOMAIN</b> (z.B. <a href="#">TRACKINGDOMAIN/ts/PROGRAMMID/</a> )	trackingoptout	Dieser Cookie wird geschrieben, wenn auf den Opt-Out-Link geklickt wird, damit das Tracking für den aktuellen Webbrowser dieses Endgeräts deaktiviert wird.

**WICHTIG:** Der Text gilt nur für das Standard Affiliate Geschäft und deckt nicht Retargeting bzw. Prospecting ab.



# Trackingqualität

Das Tracking allein mit Cookies ist mittlerweile spürbar eingeschränkt, sodass das Risiko besteht, signifikante Datenmengen nicht zu erfassen. Gründe liegen in Regulierungen durch Browser (wie z.B. Firefox oder Safari), dem Einsatz von AdBlocker-Software u.a.

Besonders Third-Party-Cookies (Tracking Cookie kommt von einer anderen Domain als der Shop-Domain) werden häufig blockiert.

Wir empfehlen deswegen eine Kombination verschiedener Maßnahmen. Diese können auf den eigenen Anwendungsfall angepasst werden:

- Nutzung einer First Party Domain für das Tracking (zur Einrichtung spreche uns gerne an)
- Einsatz der Click ID, Speicherung der Click ID idealerweise entweder durch einen serverseitig gesetzten First Party Cookie oder in der Datenbank des Shops
- Implementierung des Onpage Codes
- Wenn First Party Tracking nicht möglich ist, ist die Übermittlung des Conversion Codes per Server to Server Callback eine gute Option. So werden die Browser bzw. Adblocker (meist Browser-Plugins) umgangen.