

## Tracking Guidelines

Der IAB (Interactive Advertising Bureau) hat allgemeine Rahmenbedingungen für den Einsatz von Trackings vorgeschlagen zu denen sich die deutschen Vermarkter wie die Ad Alliance GmbH bekennen.

1. Pro Werbemittel haben sich standardmäßig bis zu fünf Trackingpixel bewährt. Dies beinhaltet in der Regel:
  - zwei Zählpixel für Impression Tracking (Mediaagentur und technischer Dienstleister)
  - einen Clickcommand
  - eine Viewability Messung (z.B. meetrics)
  - ein Marktforschungspixel (z.B. GfK)

Nach vorheriger Absprache kann auch eine höhere Anzahl an Trackings eingesetzt werden. Die Ad Alliance GmbH überprüft stichprobenartig die Validität und die Anzahl der Trackings.

2. Externe Trackingpixel, welche Userverhalten analysieren, aufzeichnen und diese ggf. durch eine nachgelagerte Datenbank auf Kundenseite abgleichen, müssen den Richtlinien der EU Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) entsprechen.

Insbesondere folgende Pixelarten gehören hierzu:

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

Des Weiteren muss der Anbieter ein Tracking Vendor im TCF2 sein, auf der Ad Alliance Vendorenliste stehen und sich in unserem Vendoren Tool registrieren:

<https://dsgvo.ad-alliance.de>

Bei einer neuen Vendorenanfrage muss diese mindestens 15 Werktage vor Kampagnenstart erfolgt sein. Für nähere Infos wenden Sie sich gern an [consent@ad-alliance.de](mailto:consent@ad-alliance.de)

3. Zählabweichungen bei ausgelieferten Ad Impressionen, verursacht durch das selektive Filtern eines externen Trackingpixels (z.B. Ad Verification Pixel) werden, sofern sie nicht durch eine validierte Datengrundlage bewiesen werden können, ohne vorherige Absprache von der Ad Alliance GmbH nicht anerkannt bzw. zu Gunsten von Ad Alliance abgerechnet.
4. Die Richtlinien der EU Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) müssen in jedem Fall eingehalten werden. <https://dsgvo-gesetz.de/>
5. Das Verwenden der gesammelten Trackingdaten ist ausschließlich für die gebuchte Kampagne und auf den gebuchten Zeitraum in unserem Netzwerk begrenzt. Eine weitere Verwendung oder der Verkauf der Daten an Dritte ist untersagt.

## Weitere Informationsquellen

Ad Alliance Werbemittel Spezifikationen: <https://www.gujmedia.de/digital/specs/>