# Clicktracking

- Clicktracking-Getparameter Hierarchie

# Clicktracking-Getparameter Hierarchie

Die Clicktracking-Getparameter Hierarchie in unserem System ist wie folgt definiert:

1. Kampagne
2. Kanal
3. Werbemittel

In dieser Hierarchie hat das Werbemittel die höchste Priorität und die Kampagne die niedrigste. D.h., wenn ein bestimmter Parameter in mehreren Ebenen definiert ist, wird der Wert des Parameters vom Werbemittel, wenn vorhanden, übernommen. Wenn er nicht im Werbemittel definiert ist, wird er vom Kanal übernommen, und wenn er auch dort nicht definiert ist, wird er schließlich von der Kampagne übernommen.

# Überschreiberegeln

Die Überschreiberegeln sind relativ einfach: Parameter werden auf jeder Ebene hinzugefügt oder überschrieben, wobei das Werbemittel die höchste Priorität hat und die Kampagne die niedrigste. Wenn ein Parameter auf einer höheren Ebene (z.B. dem Werbemittel) definiert ist, wird er Vorrang vor dem gleichen Parameter auf einer niedrigeren Ebene (z.B. dem Kanal oder der Kampagne) haben.

# Beispiel

Angenommen, wir haben die folgenden Parameter auf den verschiedenen Ebenen:

Kampagne: `utm_campaign=SummerSale` und `utm_source=Newsletter`

Kanal: `utm_medium=Email`

Werbemittel: `utm_campaign=SpringSale` und `utm_content=ProductLink`

Die endgültigen Parameter, die in der URL verwendet werden, werden folgende sein:

`utm_campaign=SpringSale&utm_source=Newsletter&utm_medium=Email&utm_content=ProductLink`

Wie man sieht, wurde `utm_campaign` von der Kampagne durch das Werbemittel überschrieben, während `utm_source` von der Kampagne und `utm_medium` vom Kanal übernommen wurden, da sie auf diesen Ebenen definiert und nicht überschrieben wurden. `utm_content` wurde vom Werbemittel hinzugefügt.