Neuen Tag anlegen

Um einen neuen Tag im System zu erstellen, klicke auf den Button **„+ Neuen Tag anlegen“**. Daraufhin öffnet sich ein neues Pop-up-Fenster, das in zwei Hauptbereiche unterteilt ist:

- **Links:** Bedingung hinzufügen (Wann soll der Tag ausgespielt werden?)
- **Rechts:** Einstellungen (Was genau soll der Tag machen und wie heißt er?)

> **Wichtiger Hinweis zur Begrifflichkeit:** Je nach genutztem Produkt kann das Wording in der Benutzeroberfläche leicht abweichen. In dieser Dokumentation verwenden wir standardmäßig die Begriffe **Publisher** und **Projekt**. In anderen Produktversionen werden diese oft synonym als **Source** (für Publisher) und **Campaign** (für Projekt) bezeichnet.

---

1. Tag-Einstellungen (Rechter Bereich)

In diesem Bereich definierst du die grundlegenden Eigenschaften und das Verhalten deines Tags.

- **Name:** Vergib hier einen eindeutigen und leicht verständlichen Namen (z. B. `Facebook Pixel - PageView` oder `Google Ads - Conversion`). So behältst du auch bei vielen Tags immer den Überblick.
- **Notwendige TCF-Purposes:** Hier kannst du festlegen, welche Einwilligungs-Zwecke (Consent nach dem IAB TCF-Standard) seitens der Nutzer*innen vorliegen müssen, damit dieser Tag datenschutzkonform ausgespielt werden darf.
- **Status:** Hier legst du fest, ob der Tag sofort aktiv sein soll. Standardmäßig steht dieser auf „Inaktiv“. Stelle ihn auf „Aktiv“, sobald der Tag live gehen darf.
- **Kategorie:** Um deine Tags sauber zu strukturieren, kannst du sie einer Kategorie zuordnen (z. B. „Marketing“, „Analytics“ oder „Essenziell“). Über das grüne **„+“**-Symbol lassen sich bei Bedarf neue Kategorien direkt anlegen.
- **Template:** Hier können vordefinierte Vorlagen ausgewählt werden, falls vorhanden – dies spart Zeit bei der Einrichtung von Standard-Tags.

---

2. Ausgabetyp wählen (Wie soll der Tag ausgespielt werden?)

Der Ausgabetyp bestimmt die technische Art und Weise, wie das Tracking oder die Funktion des Tags ausgeführt wird. Je nach Auswahl ändern sich die Eingabefelder darunter:

- **Javascript (Standard):** Wähle diese Option für reguläre Skripte (wie z. B. Google Analytics oder herkömmliche Tracking-Codes). Im Feld **„Code-Script“** fügst du dann den entsprechenden JavaScript-Code ein.
  - *Zusatzoption:* Über die Checkbox **„Scripts via Body-Append ausführen“** kannst du erzwingen, dass das Skript an den `<body>`-Bereich der Webseite angehängt wird (statt standardmäßig in den `<head>`).
- **Image:** Diese Option wird für klassische Zählpixel verwendet. Wähle sie aus und trage unter **„Image-URL“** die genaue Webadresse des Pixels ein.
- **Server-Sided:** Wähle diese Option für serverseitiges Tracking. Hierbei wird kein Code im Browser der Nutzer*innen ausgeführt, sondern ein direkter Aufruf vom Server gestartet. Trage die Ziel-Adresse in das Feld **„Callback-URL“** ein.
- **Server-Sided mit Javascript POST-Body:** Eine erweiterte serverseitige Option, bei der zusätzlich Daten flexibel per POST-Request übergeben werden können.
- **Keinen:** Der Tag führt keine aktive Ausgabe aus (z. B. nützlich für reine Logik- oder Platzhalter-Tags).

---

3. Bedingungen hinzufügen & Konditionen (Linker Bereich)

Damit der Tag nicht wahllos auf jeder Seite feuert, musst du festlegen, unter welchen Voraussetzungen er ausgelöst (getriggert) wird. Auf der linken Seite findest du rote Buttons für alle verfügbaren Trigger-Bedingungen.

Klicke auf die gewünschte Bedingung, um ein kleines Konfigurations-Fenster zu öffnen. Je nach Bedingung gibt es zwei primäre Eingabe-Typen:

Typ A: Auswahlmenüs mit Ein- und Ausschluss (z. B. bei Publisher, Projekt, Kampagne)

Bei diesen Bedingungen greifst du auf bestehende Datensätze im System zurück.

- **Auswahlfeld:** Wähle aus dem Dropdown-Menü den oder die gewünschten Einträge aus (z. B. den Namen des Publishers).
- **Prüfart (IN / NOT IN):** Hier legst du die Logik der Bedingung fest:
  - **IN:** Der Tag wird *nur* bei den ausgewählten Werten ausgespielt (Einschluss).
  - **NOT IN:** Der Tag wird überall ausgespielt, *außer* bei den ausgewählten Werten (Ausschluss).

Typ B: Schlüssel-Wert-Paare (Key-Value) (z. B. bei GET-Parameter, Cookie)

Hier prüft das System, ob bestimmte Parameter (z. B. in der URL oder im Browser-Cookie) vorhanden sind und einen spezifischen Wert aufweisen.

- **Prüfart:** Wähle aus, wie die Übereinstimmung geprüft werden soll (z. B. `IS` für eine exakte Übereinstimmung).
- **key (Schlüssel):** Trage hier den Namen des gesuchten Parameters ein (z. B. `utm_source`).
- **value (Wert):** Trage hier den exakten Wert ein, den dieser Parameter haben muss (z. B. `newsletter`).
- *Zusatzoption:* Über das kleine rote **„+“**-Symbol rechts daneben kannst du innerhalb derselben Bedingung direkt weitere Key-Value-Paare hinzufügen, die gleichzeitig geprüft werden sollen.

Bedingung übernehmen und kombinieren

Klicke im kleinen Pop-up-Fenster auf das rote **„Speichern“**, um die Bedingung zu übernehmen. Sie erscheint nun im Hauptfenster ganz unten unter der Überschrift **„Konditionen“**. Du kannst auf diese Weise auch mehrere verschiedene Bedingungen hinzufügen und miteinander kombinieren. Der Tag feuert erst dann, wenn alle hier definierten Konditionen erfüllt sind.

---

4. Speichern

Sobald du alle Einstellungen und Bedingungen korrekt hinterlegt hast, klicke unten rechts auf den roten Button **„Speichern“**, um den Tag im System final anzulegen. Mit **„Abbrechen“** verwirfst du alle aktuellen Eingaben und das Fenster schließt sich.

Revision #6
Created 2026-04-09 16:21:29 UTC by Leonie Engstfeld
Updated 2026-05-19 08:27:28 UTC by Sebastian Pacheco