Tagmanagement mit GET-Parametern diversieren

Über den Tagmanager ist es möglich, externe Skripte (eng.: scripts), wie bspw. Targetingpixel, auf Seiten auszugeben. Voraussetzung dafür ist, dass der Tagmanager auf der jeweiligen Seite integriert ist. Da aber nicht alle Skripte auf allen Seiten ausgegeben werden sollen, empfiehlt es sich, den Tagmanager mit weiteren Informationen anzureichern. Diese Informationen können dazu genutzt werden, um sie als Bedingung für die Ausspielung von Skripten zu nutzen. Dadurch wird gewährleistet, dass nur die notwendigen Skripte ausgespielt werden.

Daher empfehlen wir folgendes Vorgehen:

An den Tagmanager werden die Informationen über die Seite, auf welcher der User sich gerade befindet, mit einem GET-Parameter* angehangen. Wir empfehlen, diese Anreicherung auf so vielen Seiten wie möglich vorzunehmen. Mit der Voraussetzung, dass auf der Seite auch die dementsprechenden Informationen vorliegen.

Darüber hinaus empfehlen wir, so viele Informationen über die Keys aufzunehmen, wie auf der aktuellen Seite vorliegen. Hierbei können unterschiedliche Informationen auf den verschiedenen Seiten aufgenommen werden. Das könnten bspw. der Produktpreis auf Produktseiten oder die Anzahl der Artikel im Warenkorb auf der Warenkorbseite sein.

Eine kleine Auswahl von Keys haben wir hier aufgelistet:

- pagetype=
  - category
  - product
  - landingpage
  - homepage
  - search
  - …
- product=
  - F20383044 (EAN)
  - iPhone 13 Pro Max (Produktname)
  - 232859258 (Artikelnummer)
  - …
- category=
  - shirts
  - beauty
  - tv

    - ...
- price=
    - bruttopreis
    - nettopreis
- amount=
    - 5

> *GET-Parameter oder auch URL-Parameter genannt sind Informationen, welche an eine URL angehangen werden. Diese bestehen immer aus einem Key (Schlüssel) und einem Value (Wert). Ein Beispiel wäre: https://easy-m.de?key=value&key2=value2

Revision #1
Created 2026-05-06 10:36:34 UTC by Anja Heinicke
Updated 2026-05-06 10:40:53 UTC by Anja Heinicke