

lead alliance Subdomain-Tracking auf Programmebene

Bereits 2017 führte Apple für Safari die ITP (Intelligent Tracking Prevention) ein, doch mit dem neuesten Update vom März 2020 wurde erstmals ein vollumfängliches vor-eingestelltes Blocking der Third-Party-Cookies eingeführt. Zudem beschränkt Safari die Laufzeit der über Javascript oder über Containerlösungen gesetzten First-Party-Cookies auf einen Tag. Safari optimiert also als einer der ersten großen Browser die Privatsphäre im Netz und nimmt damit eine Vorreiterposition ein. Doch andere Browser ziehen nach. So soll auch bei Chrome ab 2022 ein umfassendes **Blocking der Third-Party-Cookies als Standard** gelten. Es lässt sich also ein klarer Trend in Richtung Datenschutz und User-Interesse erkennen. Das stellt die Affiliate-Marketing-Branche vor eine große Herausforderung, da die Cookies essenziell sind, um Conversions zu tracken.

Eine Lösungsmöglichkeit das Tracking beizubehalten ist, dass die Advertiser die Cookies über ein serverseitiges Skript selbst setzen und auslesen. Das bedeutet jedoch einen erhöhten Programmieraufwand seitens der Advertiser.

lead alliance möchte Advertiser jedoch nicht vor diese Herausforderung und den Mehraufwand stellen und hat deshalb eine **wesentlich einfachere und unkompliziertere Lösung** entwickelt, die sie ihren Kunden anbietet: Das **Subdomain-Tracking auf Programmebene**. Es ist eine **serverseitige First-Party-Cookie Lösung**, die ohne zusätzlichen Programmieraufwand seitens der Advertiser einhergeht.

Im Folgenden beantworten wir euch die wichtigsten Fragen zum lead alliance Subdomain-Tracking auf Programmebene:

- 1. Wie funktioniert das lead alliance Subdomain-Tracking?**
- 2. Wie läuft der Einbau des lead alliance Subdomain-Trackings?**
- 3. Was sind die Vorteile des lead alliance Subdomain-Trackings?**

1. Wie funktioniert das lead alliance Subdomain-Tracking?

Um das Tracking auf eine Subdomain umzustellen, muss der Advertiser eine **neue Subdomain** von seinem Shop erstellen, an lead alliance weitergeben und sicherstellen, dass sie für keine anderen Zwecke im eigenen Shop genutzt wird.

Bisher wurden die Trackingskripte über die Top-Level-Domain des Affiliate Netzwerkes aufgerufen. Ein Affiliate Netzwerk kann jedoch oft verschiedene Shops und somit auch verschiedene Affiliate Programme verwalten. Unterscheiden sich diese nun von der Top-Level-Domain des Netzwerkes spricht man von Third-Party-Tracking.

Die Besonderheit bei dem Subdomain-Tracking von lead alliance ist, dass diese Third-Party-Thematik auf Programmebene umgangen werden kann. Sobald es aktiviert ist, können die lead alliance **Skripte über die Subdomain** der Shops, die sich im Netzwerk befinden, **aufgerufen** werden. Das Netzwerk fordert also gegebenenfalls die spezifischen Subdomains seiner Programme an und leitet diese an lead alliance weiter. Somit können die **Skripte von lead alliance Cookies** auf die Shop Subdomain **setzen** und diese dort auch wieder **auslesen**.

Da die **Top-Level-Domains** vom Shop, von den Cookies und von den Trackingskripten alle **dieselben** sind, ist das Subdomain-Tracking als **First-Party-Tracking einzuordnen**, bei dem **kein Blocking** stattfindet.

2. Wie läuft der Einbau des lead alliance Subdomain-Trackings?

Wie bereits beschrieben legt der Advertiser eine Subdomain seines Shops an. Diese **roudet** er via CNAME **auf den lead alliance-Server**, die Subdomain „zeigt“ also auf den lead alliance-Server.

Anschließend teilt der Programmbetreiber seinem Netzwerk die Subdomain mit, welche diese **SSL-zertifiziert** und die sonstigen Servereinstellungen, die für einen reibungslosen Ablauf notwendig sind, einrichtet. Das macht die Abfrage auf dem lead alliance-Server für den Advertiser einfach und vor allem sicher.

Sobald all das erledigt ist, kann lead alliance das Subdomain-Tracking **mit nur einem Knopfdruck aktivieren**.

3. Was sind die Vorteile des lead alliance Subdomain-Trackings?

Bei dem lead alliance Subdomain-Tracking handelt es sich um ein **serverseitiges First-Party-Tracking** und ist somit **auf keinem Browser eingeschränkt**. Sogar alte Third-Party-Cookies, die bereits vor der Aktivierung des Subdomain-Trackings gesetzt wurden, werden noch berücksichtigt und gehen somit nicht verloren.

Zudem ist es vorteilhaft, dass weder die Advertiser noch die Publisher einen Mehraufwand haben: Die Advertiser haben keinen Implementierungsaufwand. Aus diesen ziehen auch die Publisher ihren Nutzen, die zudem keine Änderungen an ihren Werbemitelcodes vornehmen müssen, da lead alliance die Weiterleitung von der Netzwerk-Domain zur Shop-Subdomain übernimmt.

Hinzu kommt, dass der Aktivierungs- und Deaktivierungsprozess optimiert ist und somit auf Knopfdruck stattfinden kann.

Das lead alliance Subdomain-Tracking stellt also eine **einfache und unkomplizierte Lösung** dar, um das First-Party-Tracking auf allen Browsern zuverlässig durchzuführen.