

Datenschutz- konformes Online- Banner Tracking



DEUTSCHER
LEICHTATHLETIK
VERBAND

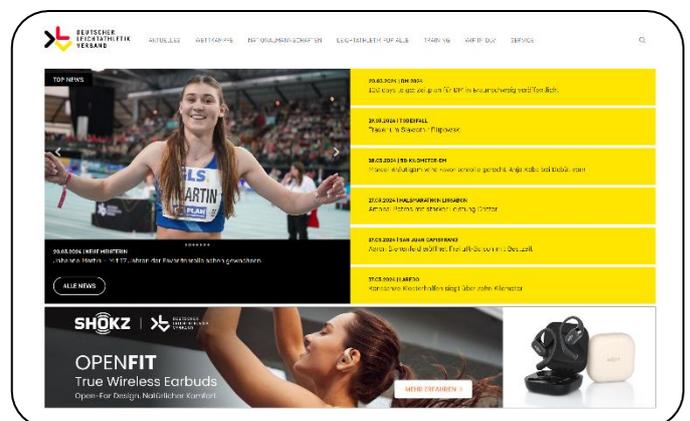


DEUTSCHE
LEICHTATHLETIK
MARKETING

Die Deutsche Leichtathletik Marketing GmbH (DLM), der Vermarktungsarm des Deutschen Leichtathletik-Verbandes (DLV), richtete Anfang 2022 ihre Strategie zur Vermarktung digitaler Werbeflächen auf den DLV-Websites neu aus. Ziel war es, den Wirtschaftspartnern durch den Wechsel von externer zu interner Vermarktung der Werbeflächen auf DLV-Webseiten, eine exklusive und attraktive Werbeplattform zu schaffen.

Die Herausforderung

Die externe Vermarktung durch ein umfangreiches Publishing-Netzwerk brachte signifikante Einschränkungen mit sich: eine reduzierte Sichtbarkeit der Online-Banner durch AdBlocker und eine Vielzahl externer Cookies, die auf der Plattform gesetzt wurden. Diese Einschränkungen motivierten den DLV dazu, auf eine Inhouse-Werbung umzustellen. Eine zentrale Herausforderung dabei war, ein System zu implementieren, das den strengen europäischen Datenschutzanforderungen entspricht, ohne dabei Kompromisse bei der Effektivität und Sichtbarkeit der Werbung einzugehen.



Die Lösung

Die Antwort auf diese Herausforderungen fand der DLV mit etracker analytics als Lösung für das Tracking und die Analyse der Bannerperformance. Mit etracker war es möglich, die Sichtbarkeit der Banner und die Klicks darauf detailliert zu messen - selbst bei Nutzern, die Cookies ablehnen. Dies erfolgte unter voller Einhaltung der DSGVO- und TTDSG-Vorschriften. Ein weiterer Vorteil war die dezidierte Datenaufbereitung nach Wirtschaftspartner und Banner-Position für spezifische Kampagnenzeiträume.

Zur Umsetzung

Die Implementierung des etracker Tracking Codes erfolgte unkompliziert durch den technischen Website-Support des DLV. Dank der kompetenten Beratung durch das Consulting Team von etracker konnten Silke Bernhart, Projektlead leichtathletik.de DLV, und Tessa Reifenberg, Projektlead Umstellung Eigenvermarktung DLM, die komplexen Anforderungen des DLV innerhalb kurzer Zeit erfolgreich umsetzen.

Ergebnis

Durch die Implementierung von etracker analytics konnte leichtathletik.de sein Angebot deutlich verbessern – sowohl aus Sicht der Nutzer als auch der Wirtschaftspartner. Die Partner profitieren nun von qualitativ wie quantitativ hochwertigen Auswertungen ohne Datenverzerrungen, die auf einem datenschutzkonformen einwilligungsfreien Tracking basieren. Das Reporting von etracker zeichnet sich durch seine Klarheit und Anpassungsfähigkeit aus, was es ideal für die unterschiedlichen Bedürfnisse der Partner macht.

Michael Mottl, CEO der DLM GmbH, betont die Bedeutung der etracker Lösung:



"Mithilfe der Funktionalitäten von etracker konnten wir auf leichtathletik.de durch die Umstellung auf eine Eigenvermarktung ein attraktives Werbeumfeld für die DLV-Wirtschaftspartner schaffen. Das kompetente Consulting Team von etracker hat uns im komplexen Prozess der Konzeption und Umsetzung hervorragend unterstützt."



Ausblick

Mit etracker festigt der DLV seine führende Rolle im digitalen Sportmarketing, indem er innovative, auf die Zielgruppe abgestimmte Werbelösungen im Bereich der Online-Banner entwickelt. Die digitalen Services werden kontinuierlich weiter ausgebaut, wobei der Einsatz von etracker sicherstellt, dass der DLV sich auf valide Nutzerdaten stützen kann, um seine digitalen Angebote optimal auf die Bedürfnisse seiner Partner und Nutzer abzustimmen und so nachhaltiges Wachstum zu fördern.