Tag Management

Stand: 29.11.2022

Das Tag Management spielt im Rahmen des Online Marketings eine wichtige Rolle. Durch das Einpflegen von Container Tags allen Seiten einer Webseite, lassen sich erheblich Zeit- und Kostenvorteile generieren. Container Tags fungieren dabei als Platzhalter in die die unterschiedlichsten Tracking Codes eingebettet werden können, ohne in die Programmierung der Webseite einzugreifen.

Definition

Tag Management (deutsch: Tag-Verwaltung) ist eine **Möglichkeit zum automatisierten Bearbeiten und Austauschen von Tags auf einer Webseite, ohne dabei in den Quellcode dieser Seite einzugreifen**. Das Tracking von Nutzeraktivitäten durch Tags kommt oft bei der Zusammenarbeit mit Werbekunden zum Einsatz. Dabei bilden sogenannte Container Tags die Basis für ein effizientes Tag Management.

Bedeutung von Tags

Tags sind kurze Code-Schnipsel, die für das Tracking von Nutzeraktivitäten auf Webseiten eingesetzt werden. Tracking Codes werden dabei oftmals von Drittanbietern für Werbekunden oder im Rahmen des Affiliate Marketings angeboten.

Dabei lassen sich vier Arten von Tags unterscheiden:
Mithilfe von Counter Tags lässt sich nachvollziehen, wie oft eine Webseite vom selber User aufgerufen wird. Conversion Tags ermitteln die Anzahl der Conversions, die auf einer Webseite generiert werden. Durch das Tag lässt sich eine Conversion zudem einer bestimmten Werbemaßnahme zuordnen. Durch diese Zuordnung lassen sich Rückschlüsse auf die Effektivität einzelner Kampagnen schließen und entsprechende Optimierungen der Werbestrategie vornehmen.
Remarketing Tags identifizieren wiederkehrende Nutzer und ermöglichen eine gezieltere Werbeansprache der Besucher einer Webseite.

Container Tags bilden das Fundament des Tag Managements. Ein Container Tag fungiert als ein Platzhalter. Nachdem es einmal in die Webseite und die Unterseiten integriert wurde, kann es unterschiedliche Werte annehmen und lässt sich über das Tag Management verwalten. Mithilfe entsprechender Tag Management Systeme (TMS) lässt sich einem Container Tag unkompliziert ein entsprechender Tracking Code zuordnen. Dieser Prozess lässt sich mit bestimmten Konfigurationen sogar automatisieren.

Vorteile des Tag Management

Tag Management spielt vor allem im Rahmen des Online Marketings eine entscheidende Rolle. Durch ein automatisiertes Tag Management können sowohl Zeit- als auch Kostenvorteile generiert werden. Die Automatisierung wird dabei in Form entsprechender Regeln gewährleistet: So Kann beispielsweise auf Grundlage der aufgerufenen URL, ein entsprechender Tracking Code in das Container Tag eingebettet oder ein neues Snippet implementiert werden. Schließt ein Nutzer einen Kauf auf einer Webseite ab, wird eine Conversion registriert und das entsprechende Conversion Tag in das Container Tag eingepflegt, welches den Nutzer nun auf eine entsprechende Unterseite weiterleitet. Solche Konfigurationen lassen sich nicht nur für URLs, sondern auch für HTTP Referrer, Variablen und andere Ereignisse anlegen.

Die Container Tags müssen dabei nur einmalig eingerichtet werden und können dann über entsprechende Tag Management Systeme verwaltet werden. Zudem liefert das Tag Management eine Übersicht über alle aktiven Tracking Codes.
Die aus der Anwendung von Tag Management resultierende Verbesserung der Ladezeit kann sich positiv auf die Konversionsrate auswirken. Durch die Einsparung an IT-Ressourcen durch ein unkompliziertes Interface innerhalb der TMS lassen sich Marketingprozesse langfristig beschleunigen und zuverlässiger gestalten.