

CMP Update / Google TCF Error Report

Lieber Publisher,

die vielen Wochen der Vorbereitung, Umsetzung und Nachbereitung haben sich bezahlt gemacht. Dank eurer tatkräftigen Unterstützung konnten wir inzwischen 90 % des von QUARTER MEDIA vermarkteten Inventars mit einer Consent Management Platform bestücken. Dadurch stellen wir als einer der ersten deutschen Vermarkter sicher, dass Werbetreibende weiterhin personalisierte Werbung ausliefern dürfen.

Kommen wir zu den wichtigen Zahlen:

Im Schnitt erzielen wir auf euren Websites Zustimmungsraten von 93-95%. Das ist ein enormer Vertrauensbeweis eurer Nutzerschaft, der uns gemeinsam dabei hilft, eure Portale bestmöglich zu monetarisieren - natürlich bei bestmöglicher Einhaltung der gesetzlichen Grundlagen.

What´s next?

Nachdem Publisher und Vermarkter auf dem deutschen Markt vorgelegt haben und inzwischen jede Menge Inventar mit einem Opt-In des Users versehen ist, reagieren jetzt auch die technologischen Anbieter und die Einkaufsseite auf die Änderungen. Supply Side Platforms, wie bspw. Improve Digital oder Verizon Media, kündigten uns in Newslettern an, ab dem 1. Oktober ausschließlich Inventar mit einem gültigen TCF 2.0 Consent String zu verarbeiten. Google hat sogar einen kompletten Maßnahmenkatalog vorgestellt, der verschiedene [Kulanzzeiträume](#) enthält.

Google TCF Error Report

Das führt uns schon zum letzten Themenpunkt dieses Newsletters. Einige von euch, die bspw. selbst AdSense auf der Seite einsetzen, berichteten uns von Fehlermeldungen aus dem TCF Error Report von Google. Hierzu gibt es inzwischen eine [Stellungnahme des IABs](#), die aufhorchen lässt.

Google wird scharf für den Umgang mit dem Consent Signal kritisiert. Während andere Vendoren bei Requests eine Abfrage ausführen, die prüft, ob ein Consentsignal vorliegt und erst bei entsprechendem Opt-In eine Antwort liefert, wirft Google bereits beim Call eine Fehlermeldung in den TCF Error Report und droht entsprechend mit der Auslieferung von nicht-personalisierter Werbung. Dies resultiert in Fehlercode 2.1.a.

Um dieses Problem zu beheben und personalisierte Werbung auszuliefern, muss der Call von AdSense spätestens ab dem 15. Oktober verzögert werden. Der IAB schreibt hierzu:

“Publishers should therefore add some conditional logic to the ads call, to ensure that the TC String is available before the request for ads is made.”

Der IAB empfiehlt zusätzlich, Google mit diesem Problem zu konfrontieren. Habt ihr also Zugriff auf einen Account Manager oder auf den Support von Google, sprecht dieses Thema bitte an. Wir werden dies ebenfalls tun.

Zur Behebung des Problems steht euch das D&I Team von QUARTER MEDIA unter ym@quartermedia.de zur Verfügung. In den meisten Fällen hat QUARTER MEDIA bereits eine solche Abfrage in seinen QMAX-Tags integriert, sodass wir direkt dabei unterstützen können, auch AdSense sauber auf den Seiten zu integrieren.

Noch keine CMP im Einsatz?

Solltest du noch keine CMP im Einsatz haben und auch keine Ressourcen haben, um diese kurzfristig selbst zu integrieren, können wir dir unsere Kooperation mit Sourcepoint anbieten. Bei Interesse reicht eine kurze Mail an pm@quartermedia.de aus.

ads.txt Update:

Zuletzt noch der Hinweis, dass es immer wieder kleinere Updates an der ads.txt gibt. Die aktuellste Version der ads.txt findest du immer [hier](#).. Größere Updates kündigen wir wie gehabt per Mail an.