

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Cookies</b>	1
1.1	Definition	1
1.2	Funktionsweise	2
1.3	Einsatz von Drittanbietercookies bei Onlinevideovermarktern	4
1.4	Gründe für die Cookieless Future	5
1.5	Alternativen zu Drittanbietercookies	5
<b>2</b>	<b>Onlinevideovermarktung</b>	9
2.1	Definition Onlinevideovermarkter	10
2.2	Formate	11
<b>3</b>	<b>Empirische Untersuchung – Methodik</b>	13
<b>4</b>	<b>Ergebnispräsentation</b>	17
4.1	Deskriptive Ergebnisse der Untersuchung	17
4.1.1	Auslöser der Cookieless Future	17
4.1.2	Derzeitiger Gebrauch von Drittanbietercookies	18
4.1.3	Auswirkungen der Cookieless Future auf Kampagnen	19
4.1.4	Auswirkungen auf den Marktstandard	19
4.1.5	Auswirkungen auf den Endverbraucher	20
4.1.6	Auswirkungen auf die Vermarktungsstrategien von Onlinevideovermarktern	21
4.1.7	Alternative Lösungsansätze	22
4.1.8	Auswirkungen auf Vermarkter	23
4.2	Ergebnisse der Untersuchung – Vergleich der Aussagen beider Befragtengruppen	24

4.2.1	Ursprung der Cookieless Future und marktbedingte Einflüsse auf deren Entstehen .....	25
4.2.2	Aktueller Einsatz von Drittanbietercookies .....	25
4.2.3	Auswirkungen der Cookieless Future auf den Marktstandard .....	27
4.2.4	Auswirkungen der Cookieless Future auf den Endverbraucher .....	27
4.2.5	Auswirkungen der Cookieless Future auf die Onlinevideobranche .....	28
4.2.6	Auswirkungen auf den Arbeitsalltag und Vermarktungsstrategien durch die Cookieless Future .....	28
4.2.7	Auswirkungen der Cookieless Future auf Onlinevideovermarkter .....	30
4.3	Zusammenfassung – unterschiedliche und einheitliche Aussagen zur Cookieless Future .....	31
<b>5</b>	<b>Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen .....</b>	<b>35</b>
5.1	Risiken und Herausforderungen der Cookieless Future .....	35
5.2	Potenzial und Handlungsempfehlungen in der Cookieless Future .....	37
	<b>Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können .....</b>	<b>41</b>
	<b>Literatur .....</b>	<b>43</b>