

Inhaltsverzeichnis

1	Cookies	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
2	Onlinevideovermarktung	9
2.1	Definition Onlinevideovermarkter	10
2.2	Formate	11
3	Empirische Untersuchung – Methodik	13
4	Ergebnispräsentation	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
5	Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	35
5.1	Risiken und Herausforderungen der Cookieless Future	35
5.2	Potenzial und Handlungsempfehlungen in der Cookieless Future	37
	Was Sie aus diesem <i>essential</i> mitnehmen können	41
	Literatur	43