

Erfolgreiches Marketing ohne Tracking-Cookies

Mit Vorsprung in die Zukunft



Bye Bye Cookies – warum es dennoch weitergeht

“Wenn ich die Leute gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt: schnellere Pferde”. So wird Henry Ford regelmäßig zitiert. Disruptive Veränderungen erfordern vorausschauendes Handeln und einen klaren Schnitt mit dem Alten. Auch beim Tracking. Daher sagen wir: Wenn dein Pferd tot ist, steig ab!

Die DSGVO hat die europäischen Behörden zu Sheriffs im wilden Westen des Werbetrackings befördert und die läuten das Ende der Cookie-Ära ein. Doch selbst jetzt glaubt noch eine Mehrheit der Marketing-Entscheider, dass Tracking-Cookies als Option erhalten bleiben, wie unsere Civey-Kurzstudie zur Cookie-Nutzung zeigt. Dabei sinken Erreichbarkeit und Matching-Quoten über diese Technologien schon seit Langem. Die großen Browser haben bereits damit begonnen, Tracking-Technologien zu verbannen. Sie schützen damit ihre Nutzer, die sich durch das übermäßige Tracking und Targeting bedrängt fühlen und genervt

sind. Das zeigen auch unsere Daten: **drei Viertel der Deutschen hat eine Website schon mal verlassen, weil sie die Cookie-Warnung gestört hat.** Hoffentlich war es nicht deine Kampagnenseite.

Es zeigt aber: Es ist höchste Zeit, den Wandel zu akzeptieren und zu handeln! Jetzt denkst du sicher noch, dass das Ende der Werbecookies und Pixel dein Arbeiten erschweren wird. Doch wir zeigen dir, dass es neue Wege gibt. Du kannst deine Werbeerfolge ganz ohne die üblichen Trackingmethoden messen. Wir verraten dir, wie und zeigen dir, wie Volkswagen bereits sehr gut damit arbeitet.

Läuten wir also gemeinsam den nächsten Schritt der Digitalisierung ein und freuen uns auf eine Zeit, in der du weiterhin schnell und effizient arbeiten kannst und deine Kunden von einem transparenten und vertrauensvollen Umgang profitieren.

Hättest du gedacht, dass...

75%

aller Deutschen schon mal eine Website direkt wieder verlassen haben, weil sie die Frage nach Zustimmung für Cookies und Tracking gestört hat? Bei besonders störenden Cookie-Bannern droht also ein ernsthafter Verlust an Visits.



Verschafe dir einen Vorsprung

Wir erheben für dich Live-Daten im größten Panel Deutschlands. Die Daten sind verlässlich und in Rekordzeit nutzbar.

1

Analysiere mit uns deine Zielgruppe

Im ersten Schritt identifizieren wir deine Zielgruppe. Wir sagen dir, was sie ausmacht, welche Werte sie vertritt und auf welchen Medienkanälen du sie antriffst. Mit diesen aktuellsten Media-Daten wird eine optimale Budgetplanung möglich.

2

Sieh, wo du jetzt gerade stehst

Zu Beginn einer jeden Kampagne führen wir für dich die Nullpunktmessung durch. Dabei erheben wir repräsentativ in der vorab identifizierten Zielgruppe, ob man deine Marke oder dein Produkt dort kennt und wie sie wahrgenommen werden. Somit schaffen wir die Grundlage für deine Erfolgsmessung, bevor du mit deinem Kampagnen-Setup loslegst.

3

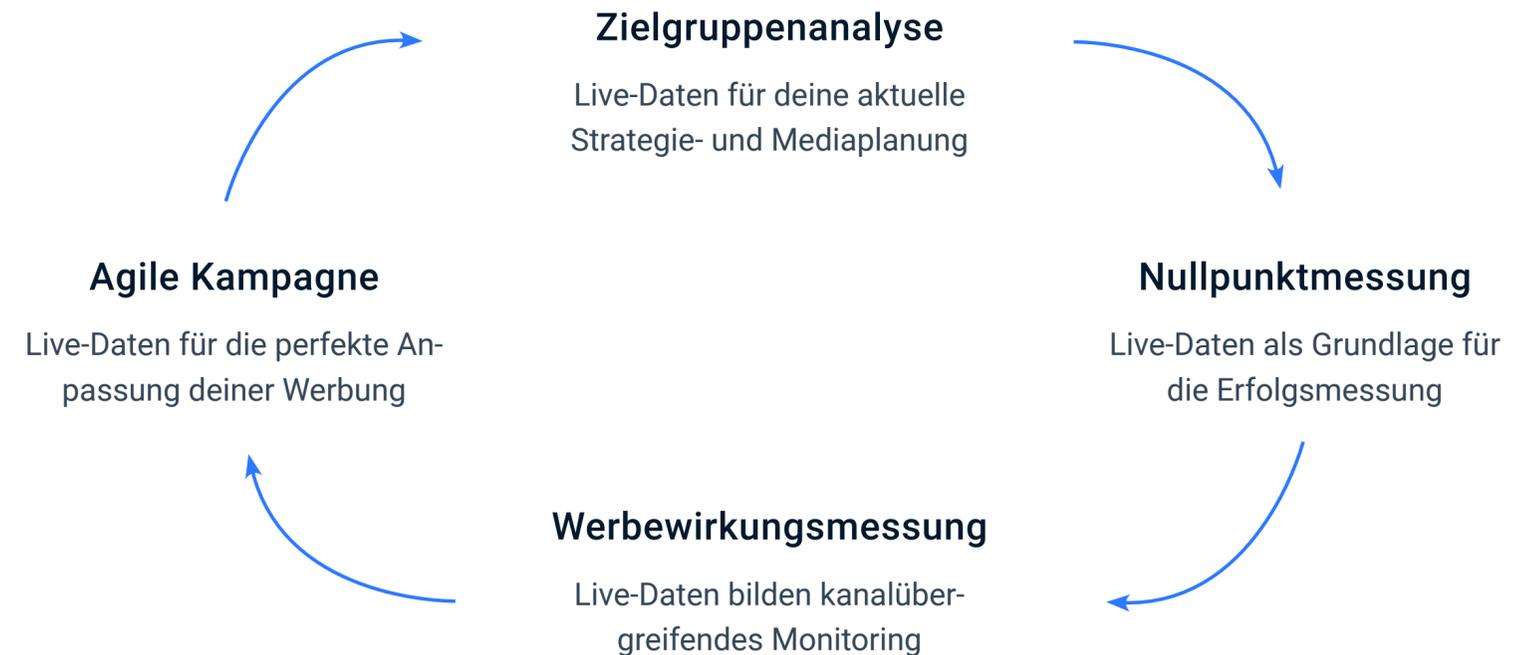
Miss deinen Erfolg live

Wir erheben für dich rund um die Uhr die Wirkung deiner Kampagne in deiner Zielgruppe – kanalübergreifend. Wer hat deine Werbung gesehen? Verfängt sich deine Botschaft bei den richtigen Leuten? Du erkennst Conversions, Kaufabsichten und sogar das Image des neuen Produkts oder deiner Marke in Echtzeit. Wenn du willst, kannst du das sogar mit unterschiedlichen Zielgruppen oder Regionen in Deutschland vergleichen.

4

Optimiere deine Kampagne

Mit unseren Echtzeit-Daten zur Zielgruppe, deren Medienkanälen und der Kampagnenmessung kannst du dein Marketing durchgehend neu anpassen. Setze regionale Schwerpunkte, verschiebe dein Marketingbudget auf andere Kanäle und nutze es bestmöglich. Das übersichtliche Live-Dashboard mit deinen Daten lässt sich leicht in deine Abläufe integrieren und exportieren. So wird deine Werbekampagne ein Erfolg. Ganz ohne Tracking.



Mit Civey kannst du dich zurücklehnen, wenn alle um dich herum noch über Third Party Cookies streiten. Du setzt schon jetzt auf zukunftsfähige Lösungen und sorgst dabei für den Erfolg deiner Kampagne.

Hättest du gedacht, dass...

59%

der Entscheider aus Marketing und Kommunikation der Meinung sind, dass Cookies für das Tracking doch bleiben werden? Und das, obwohl es gegensätzliche gerichtliche Tendenzen gibt. Nur etwa jeder zehnte Entscheider aus Marketing und Kommunikation glaubt an die Alternativen: Login-Allianzen mit Single-Opt-In, Advertising ID oder Fingerprinting. Und jeder Vierte meint, dass sich eine andere Technologie als Nachfolger des Cookie-Trackings durchsetzen wird.

Schnellste Zielgruppendaten: Echtzeit-Marktforschung made in Berlin

Civey hat sich mithilfe einer innovativen Methodik innerhalb weniger Jahre zum führenden Anbieter für digitale Markt- und Meinungsdaten mit dem größten Panel in Deutschland entwickelt. Wir vermessen Märkte, Konsum und persönliche Einstellungen rund um die Uhr und ermitteln repräsentative Ergebnisse selbst in kleinsten Zielgruppen. Ermöglicht wird dies

durch die im Unternehmen selbst entwickelten Algorithmen, die Statistik mit KI verbinden und damit präzise und schnell die Markt- und Meinungsforschung neu aufstellen. Kunden profitieren von Live-Daten in ihren Zielgruppen sowie langfristigen Monitorings, die Trends frühzeitig erkennbar machen.

Valide Daten live verfügbar - so funktioniert's!

So erheben wir unsere Daten für dich

Civey rekrutiert seine Panelisten auf den Internetseiten zahlreicher Medien und E-Mail-Provider wie SPIEGEL, T-Online.de, GMX und web.de. Nutzer finden Civey-Umfragen jeden Tag dort, wo sie sich am häufigsten im Netz aufhalten. Rund um die Uhr. Damit konnten wir das größte Open-Access-Panel Deutschlands von rund einer Million verifizierter Nutzer aufbauen, um deine Fragen an sie loszuwerden. Statt monetärer Anreize bieten wir das aktuelle repräsentative Ergebnis. Damit erreichen wir die breite Bevölkerung statt Clickworker und generieren täglich eine halbe Million Antworten. Mit uns erfährst du, was du wissen musst - in Rekordzeit.

Deshalb sind unsere Daten verlässlich

Nach der Registrierung der Nutzer mit Angaben zur Postleitzahl, Geschlecht und Geburtsjahr erfolgt die Verifizierung der Befragten u.a. über das weitere Antwortverhalten. Der von Civey entwickelte Algorithmus erkennt Bots und systematisches Lügen. Aus den verifizierten Teilnehmerantworten werden rund um die Uhr quotierte Stichproben gezogen. Im finalen Schritt werden mit klassischen Methoden der Survey-Statistik mögliche demographische Ungleichgewichte auf Grundlage amtlicher Kennzahlen beseitigt. Die Ergebnisse sind somit repräsentativ und verlässlich für deine Arbeit.

Hättest du gedacht, dass...

81%

der Deutschen ein negatives Bild von einem Unternehmen haben, wenn auf dessen Website die Ablehnung von Cookies und Tracking bewusst kompliziert gestaltet wird? Es empfiehlt sich also, den User nicht mit irritierenden Farben oder einem umständlichen Design zu einer bestimmten Handlung verleiten zu wollen.

Wer auf unsere Lösungen setzt:



So arbeitest du mit uns

Wir finden deine Zielgruppe – und sei sie noch so spezifisch. Mithilfe von Echtzeit-Erhebungen identifizieren wir genau deine individuellen Kundengruppen in unserem Panel und befragen diese gezielt – gerne auch durchgehend live, ohne Umwege durchs Targeting-Ökosystem.

Du kennst deine Zielgruppe also noch nicht genau oder möchtest alles über sie im Detail wissen? Das größte Panel Deutschlands bietet dir dafür die perfekte Basis. Dazu fragen wir gezielt nach deinem Produkt, deiner Marke oder Interessen, die für dich wichtig sind und greifen auf hunderte weiterer Datenpunkte aus unserer Datenbank zurück.

Beispiele:

Welche Art von Urlaubsreise mögen Sie?

Wir finden die Aktivurlauber für dich!

Können Sie sich vorstellen, ein E-Auto in den nächsten 12 Monaten zu kaufen?

Wir finden die Autokäufer der Zukunft für dich!

Wie häufig nutzen Sie Streaming-Dienste?

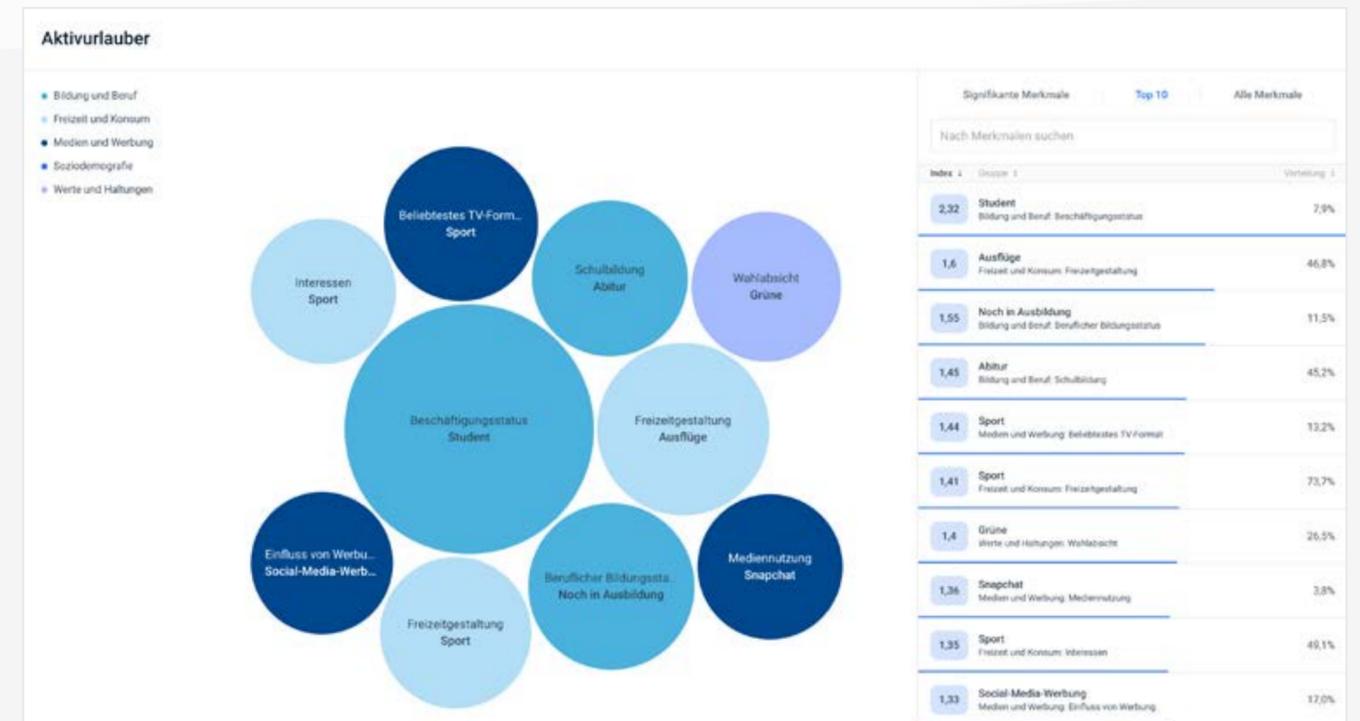
Wir finden deine heavy user.

Planen Sie in den nächsten 12 Monaten Ihren Mobilfunkvertrag zu wechseln?

Wir finden für dich wechselwillige Vertragskunden der Konkurrenz.

Mithilfe selbstlernender Algorithmen berechnen wir für dich alles zu deiner Zielgruppe. Du kannst deine Zielgruppen damit anhand von über 120 Zielgruppenmerkmalen präzise analysieren und erhältst Aufschluss über die Sozialstruktur, Interes-

sen, Werthaltungen und viele weitere spannende Ausprägungen. Und ganz wichtig: Du erfährst alles zur Mediennutzung und den Lieblingskanälen deiner Zielgruppe. Live, also immer up-to-date für deine Mediaplanung.



Zielgruppenanalyse von Civey

So arbeitest du mit uns

Kampagnenmessung - rund um die Uhr live in deiner Zielgruppe

Nachdem deine Zielgruppe durch Civey identifiziert wurde, nutzen wir diese Gruppe für unsere kontinuierlichen Befragungen – erst zu Beginn der Kampagne und dann durchgehend oder zu bestimmten Zeitpunkten, ganz wie du es möchtest.

Anfangs führen wir für dich die Nullpunktmessung durch und fragen deine Zielgruppen, ob sie deine Marke kennen, ob sie schon vom neuen Produkt gehört haben oder wie zufrieden sie aktuell als Konsument sind. Das ist für dich in der strategischen Aus-

richtung deiner Kampagne und für die Messung des Erfolgs insgesamt wichtig.

Im Anschluss messen wir, welche Kanäle aktuell den größten Einfluss auf den Kampagnen-Erfolg haben, ob die Kernbotschaft wirklich ankommt und wie dein Funnel sich entwickelt. Natürlich aktualisiert sich auch die Zielgruppe fortlaufend. Ganz nach deinem Interesse. Und ganz ohne unnötige Cookies oder undurchsichtige Werbenetzwerke.

Regionale Daten für tiefste Insights

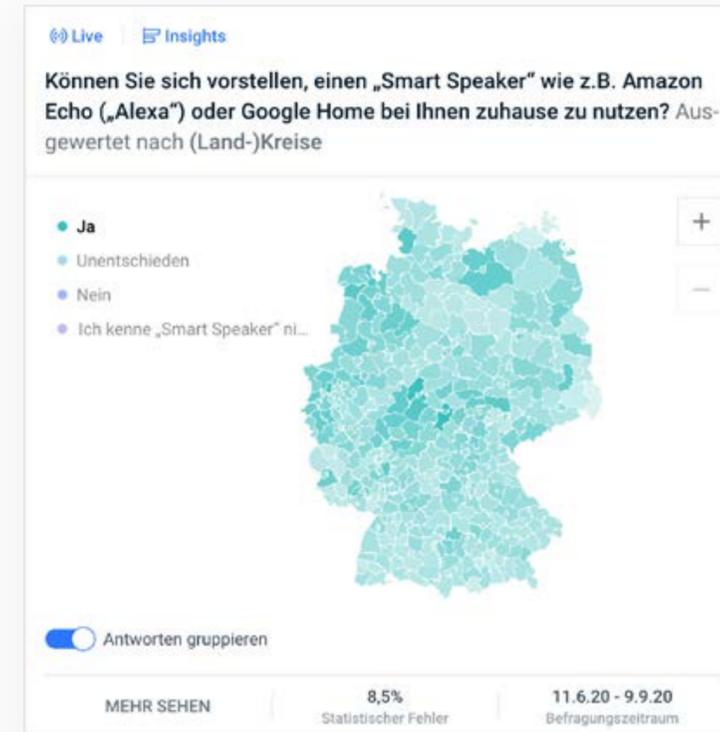
Wir bieten dir außerdem Live-Daten bis auf Landkreisebene. Wo genau leben deine potenziellen Kunden? Das verraten wir dir, so dass du dein Marketing regional perfekt aussteuern kannst. Kunden wie Vo-

dafone setzen auf unsere Datenbasis, die in der Mediaplanung bisher einzigartig ist. Mit unseren Daten kannst du somit eine valide Priorisierung deiner Marketingausgaben vornehmen.

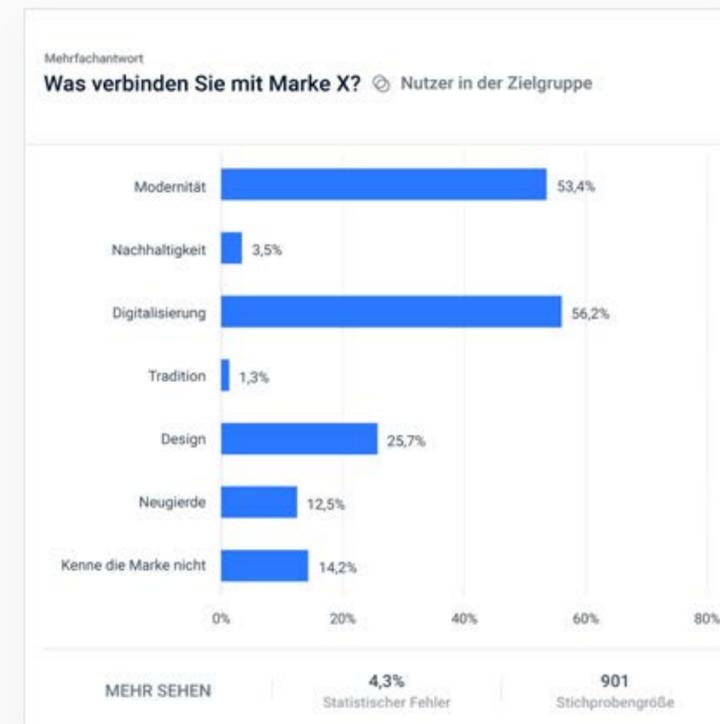
Start in Rekordzeit – danach immer live

Je nach Größe deiner Zielgruppe können wir dir erste Daten schon innerhalb weniger Tage liefern. So kannst du direkt von Beginn deiner Kampagne an live mitverfolgen, wie sie bei deiner Target Group wirkt. Dazu erhältst du dein persönliches Dashboard, mit dem du deine Arbeit kontinuierlich, einfach und übersichtlich im Blick behältst.

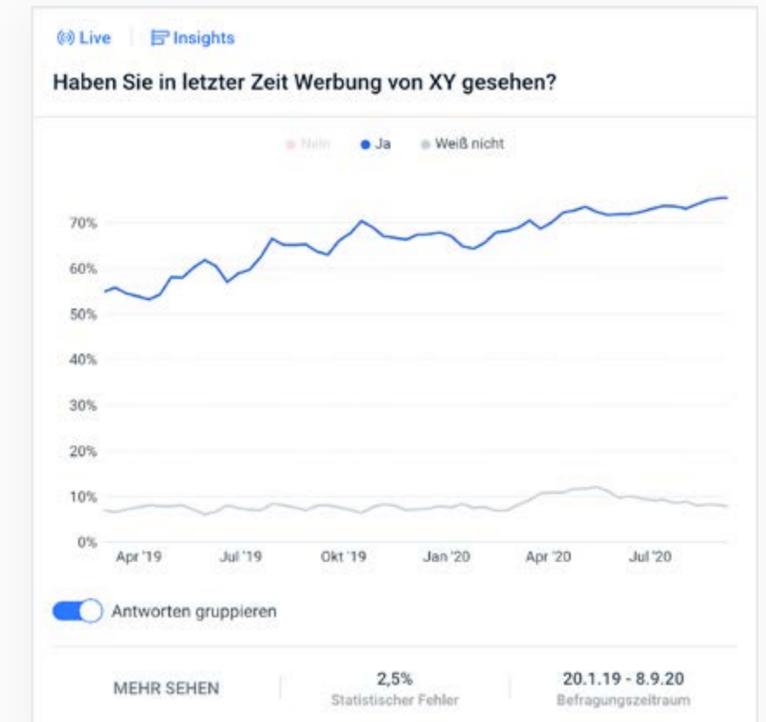
Unser Beratungsteam entwickelt gerne mit dir die Befragungen passend zu deiner Kampagne. Diese sind natürlich flexibel erweiterbar, wenn im Verlauf weitere Nebenkampagnen gestartet oder einzelne Produkte hervorgehoben werden. Zusätzlich steht dir unser Beratungsteam gern für die Interpretation und Einordnung zur Seite.



Beispiel: Umfrageauswertung auf Landkreisebene



Beispiel: Nullpunktmessung in der Zielgruppe



Beispiel: Monitoring zum Wiedererkennungseffekt

Das kannst du alles mit unseren Live-Daten messen

Kernbotschaft

Wir messen die Bekanntheit der zentralen Botschaft deiner Kampagne in deiner Zielgruppe.

Welches der folgenden Unternehmen wirbt Ihrer Kenntnis nach mit dem Slogan „XY“?

Kanalerinnerung

Nutzt du die richtigen Medienkanäle? Unsere Live-Daten verraten es dir.

Auf welcher Plattform haben Sie in letzter Zeit Werbung zu [Produkt] von [Marke] wahrgenommen?

Awareness

Wir haben eine Reihe von Fragen entwickelt, die sich für die Awareness-Messung besonders eignen.

In Verbindung mit welchem Angebot steht Ihrer Meinung nach der Begriff [Produkt] (in genau dieser Schreibweise) bei Marke [Kunde]?

Interest

Wer beschäftigt sich mit deinem Produkt und wägt verschiedene Hersteller ab? Das zeigen wir dir.

Beschäftigen Sie sich aktuell mit dem Kauf eines [Produkt]?

Preference

Wir messen, ob deine Zielgruppe dein Produkt kaufen würde.

Wenn Sie das nächste Mal (XY), ziehen Sie dann [Produkt] der Marke [Kunde] in Betracht?

Reputation

Wie hat sich die Reputation des Unternehmens oder der Gesamtmarke verändert? Erhalte das volle Bild.

Im Hinblick auf welchen Aspekt wird sich das Image von XY durch (Kernbotschaft/zu bewerbendes Produkt) Ihrer Meinung nach am ehesten verbessern?

Hättest du gedacht, dass...

41%

der Deutschen die Cookie-Einstellungen manuell anpassen, wenn sie beim Besuch einer Website um Zustimmung gebeten werden? Etwa 27% tun das nie und 22% nur selten. Die restlichen 10% der Befragten konnten diese Frage nicht eindeutig beantworten. Hier zeigt sich, dass Internetnutzer weniger Tracking eindeutig dem jetzigen Zustand vorziehen würden.



Wie Volkswagen mit uns arbeitet

Moderne Kampagnenmessung bietet Echtzeit-Daten in allen relevanten Zielgruppen. So kann der Erfolg von Marketing gemessen und agil angepasst werden. Civey hat für die Volkswagen AG Insights für die große ID. Marketingkampagne geliefert. Die innova-

tive Methodik von Civey bot VW zahlreiche Vorteile - von der Resonanzmessung und sofortigen Erfolgskontrolle der Kampagne bis hin zu flexiblen Zusatzauswertungen.

Zur Ausgangslage

Now You Can. Mit diesem kommunikativen Dach startete Volkswagen im April 2019 eine breit angelegte Marketingkampagne für die E-Mobilität von Volkswagen und die voll-elektrischen Autos der neuen ID. Familie. Die Markteinführung des ersten Modells ID.3 startete Mitte 2020. Bereits ein Jahr vor der Markteinführung und damit deutlich früher als bei traditionellen Produkten begann Volkswagen, Bewusstsein für

Elektrofahrzeuge zu erzeugen, Menschen zu interessieren und zu begeistern und Vorurteile gegenüber dieser Antriebsform abzubauen. Dazu verfolgte VW keine konventionelle Markteinführungsstrategie. Gemeinsam mit Mitarbeitern von VW, Agenturen sowie Google und anderen Partnern wurde die Kampagne im ID. Launch House in Berlin gesteuert und permanent optimiert.

Das Ziel

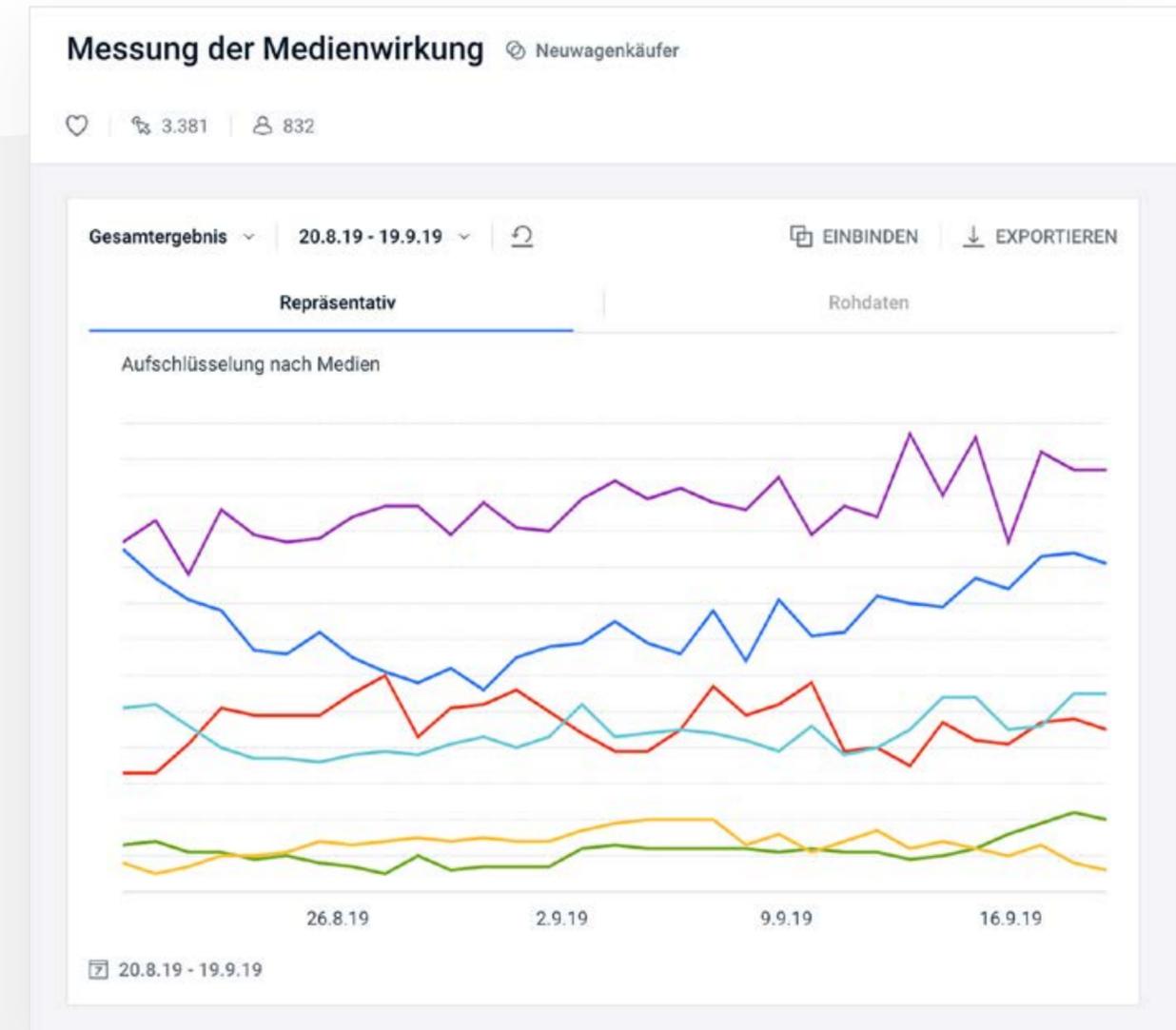
VW wagte mit seiner Kampagne einen neuen Weg. Auch die Kampagnenmessung sollte effizient und live erfolgen. Der Bekanntheitsgrad des Namens „ID.“ und E-Autos von Volkswagen in der Bevölkerung sollte von Beginn an rund um die Uhr mit validen Daten

gemessen werden. Besonders die gezielte Befragung von Zielgruppen wie potentiellen Neuwagenkäufern und die flexible Auswertungsmöglichkeit von Ergebnissen während der Kampagne waren ausschlaggebend für die Beauftragung von Civey.



„Die Kampagnenmessung durch Civey hat uns in die Lage versetzt, den Erfolg der ID. Kampagne in Echtzeit zu analysieren. Bei der Vielzahl an Kampagnen-Touchpoints ist das Echtzeit-Tracking für uns ein wichtiger Beitrag, den Gesamterfolg der Kommunikation zu messen.“

– Dr. Gilbert Heise, Leitung Brand Management & Customer Insight



Mit einer groß angelegten deutschlandweiten Kampagne hat VW die neue ID.Familie beworben. Civey misst die Werbewahrnehmung kanalübergreifend

Wie Volkswagen mit uns arbeitet

Die Lösung

Civey bot Volkswagen repräsentative Befragungen der Zielgruppen in Echtzeit zu

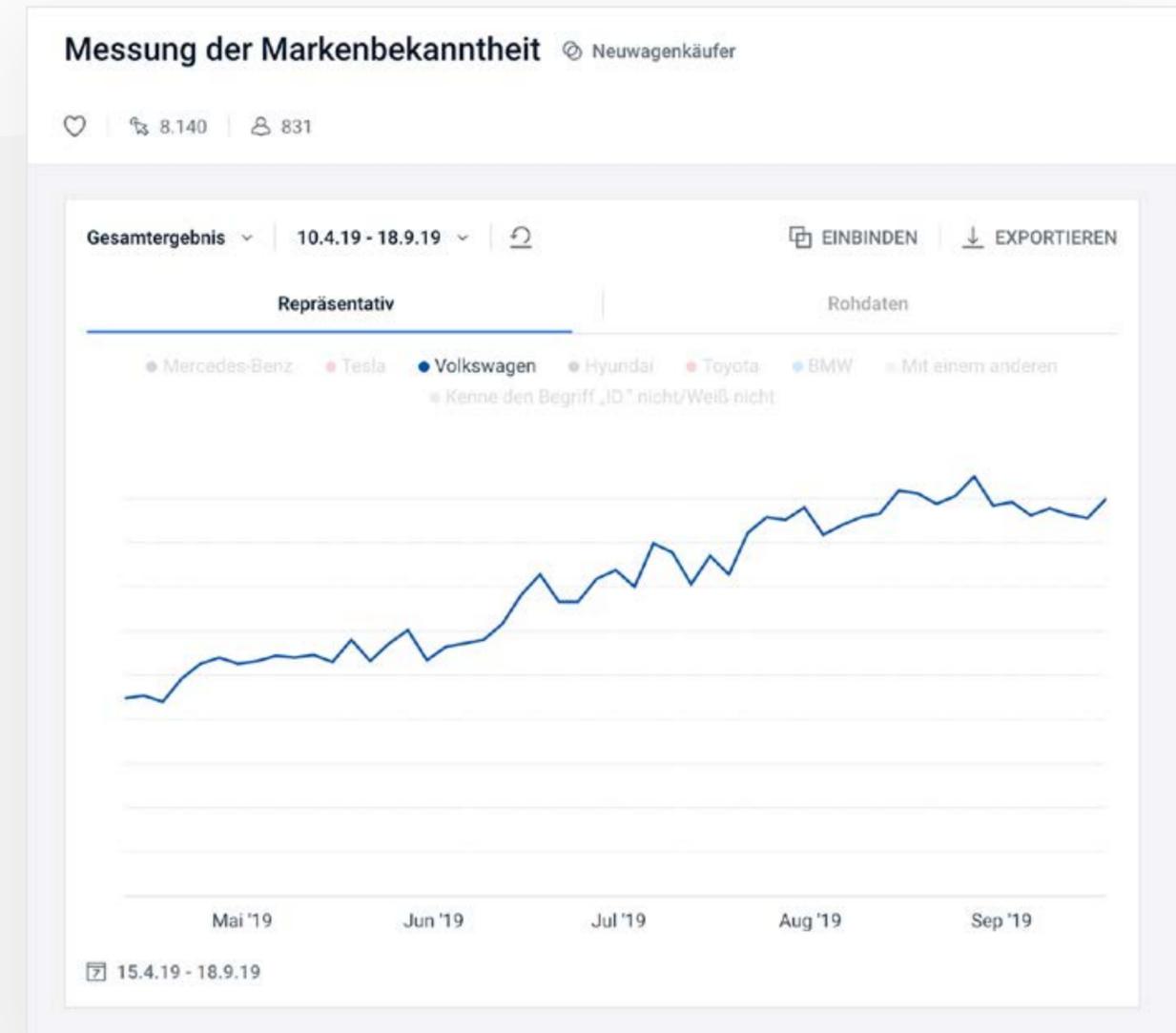
- primären Assoziationen der Produktreihe und Begriffskenntnis, um die Wahrnehmung der Kampagne zu messen
- Kaufabsichten und Image der Marke Volkswagen, um tiefgehende Kenntnisse über potenzielle Kunden und die Marke zu erhalten und diese nach Regionen auf der Ebene nach Landkreisen auszuwerten
- Werbewahrnehmung und erinnerten Wahrnehmungskanal

Die Befragung in Echtzeit ermöglichte jeden Tag neue, aktuelle Ergebnisse, um Veränderungen im Zeitverlauf messen zu können.

Als Zielgruppe wählte Civey Personen, die sich vorstellen können, in den kommenden 24 Monaten einen Neuwagen zu kaufen. Die Erkenntnisse zu speziellen Subgruppen wie Personen, die sich ein Benzin-, Diesel- oder Elektrofahrzeug anschaffen möchten, lieferten tiefgehende Kenntnisse für den Kunden. Zusammenhänge zwischen einzelnen Fragestellungen legten den Erfolg der Kampagne dar. So konnte beispielsweise gemessen werden, ob sich bei Personen, die den Kauf eines ID. Fahrzeugs in Erwägung ziehen, der geplante Kaufzeitpunkt in Folge der Werbewahrnehmung nach vorne oder hinten verlagert hat.

Diese Vorteile bietet unsere Arbeit auch für dich

- Eine Erhebung zur Messung der Resonanz einer Kampagne bei allen relevanten Zielgruppen
- Echtzeitmessung zum Erfolg von Kampagnen und direkte Optimierungsmöglichkeit
- Flexible Zusatzauswertungen nach Kundenbedürfnissen
- Zugriff auf alle Daten für den Kunden, sofort einsetzbar, leicht in die Abläufe des Kunden zu integrieren



Genauer Wortlaut der Frage: Haben Sie in letzter Zeit Werbung zur „ID.-Fahrzeugfamilie“ von Volkswagen wahrgenommen?

Melde dich jetzt bei uns

Mit Civey erhältst du eine zukunftsfähige Kampagnenmessung, mit der du weiterhin handlungsfähig bleibst, auch wenn Third Party Cookies bald Geschichte sind. Verschaffe dir jetzt einen Vorsprung und setze auf cookielose Werbemessung.

Civey bietet dir ein Rundum-sorglos-Paket mit den folgenden Leistungen:

- Echtzeit-Daten zu deiner Zielgruppe, bis auf Landkreisebene genau
- ausführliche Zielgruppenanalysen mit allen Informationen zu deiner Zielgruppe
- gezielte Befragungen – rund um die Uhr
- eine Nullpunkt- und Kampagnenmessung, um jederzeit deinen Werbeerfolg im Blick zu haben

Bei VW und zahlreichen weiteren Kunden ist die cookielose Kampagnenmessung bereits ein voller Erfolg. Überzeuge auch du dich von unserem Angebot und mache deine Werbekampagnen mit Civey noch effizienter.

Kontaktiere uns noch heute und erhalte eine umfassende Beratung zu unseren Lösungen. Gemeinsam erarbeiten wir eine individuelle Lösung, die perfekt zu dir und deiner Kampagne passt!

Du hast Fragen oder möchtest mit einem erfahrenen Experten über deine Möglichkeiten zur Optimierung deines Marketings sprechen?

Kontaktier uns!

beratung@civey.com

+49 151 40761226

[in /civey](#)

[✕ /civey](#)

[🐦 /civey_de](#)

Civey GmbH | Alte Jakobstraße 85/86 | 10179 Berlin

civey.com/pro

