

# Approach: Next Level Performance Marketing

## Handlungsfelder 2023

**01**

### **Zukunftssicherheit herstellen**

Vorbereitung auf Post Cookie Ära via u.a. ID Solutions, Mar Tech

**02**

### **Data Driven Advertising ausbauen**

Datengetriebene Kanalsteuerung, Skalierung von Kanälen & Kanalzusammenspiel

**03**

### **Operative Exzellenz steigern**

Agentur SetUp, interne Prozesse

**04**

### **Innovationen & Trends aufgreifen**

Lernen, testen, ausbauen

->> Programm „Next Level Performance Marketing“

**Projekte definiert, Roadmap bestimmt, erste Ergebnisse vorliegend**

# Adressierbarkeit 2023 – Top Thema ID Solutions

## 3rd Party Cookie

- 3rd Party Cookie decline jeden Monat spürbar
- Strategien benötigen Reichweite um die Stärken der Algorithmen auszuspielen
- 1st Party Data inkl. Lookalikes
- Adform Audience Hub
- Digiseg
- Affinitätskategorien und In-Market Segmente von google

## ID Solutions

- Vielversprechende Ansätze im Markt (insb. Trust Pid)
- Kriterien: Datenhaltung in EU, consented Data, Firefox und Safari Traffic, kein Finger Printing, Frequency Capping
- Nutzen: Adressierbarkeit von Usern über längeren Zeitraum anhand von 1st Party Data (Publisher & Advertiser)

## Cookieless

- Strategien ohne Cookies über breites Targeting (bspw. Browser oder andere technische Targetings) mit guten Reichweiten und KPI's

## Contextual

- Kontextuelle Targetings über emetric zeigen gute Zielgruppen-Adressierbarkeit mit vielversprechenden KPI's
- Verfügbarkeit über TTD, Xandr, Pubmatic, Active Agent, und neu auch adform gegeben