

Starke Umfelder gegen Tracking Prevention

Zielsicher B2B Entscheider erreichen

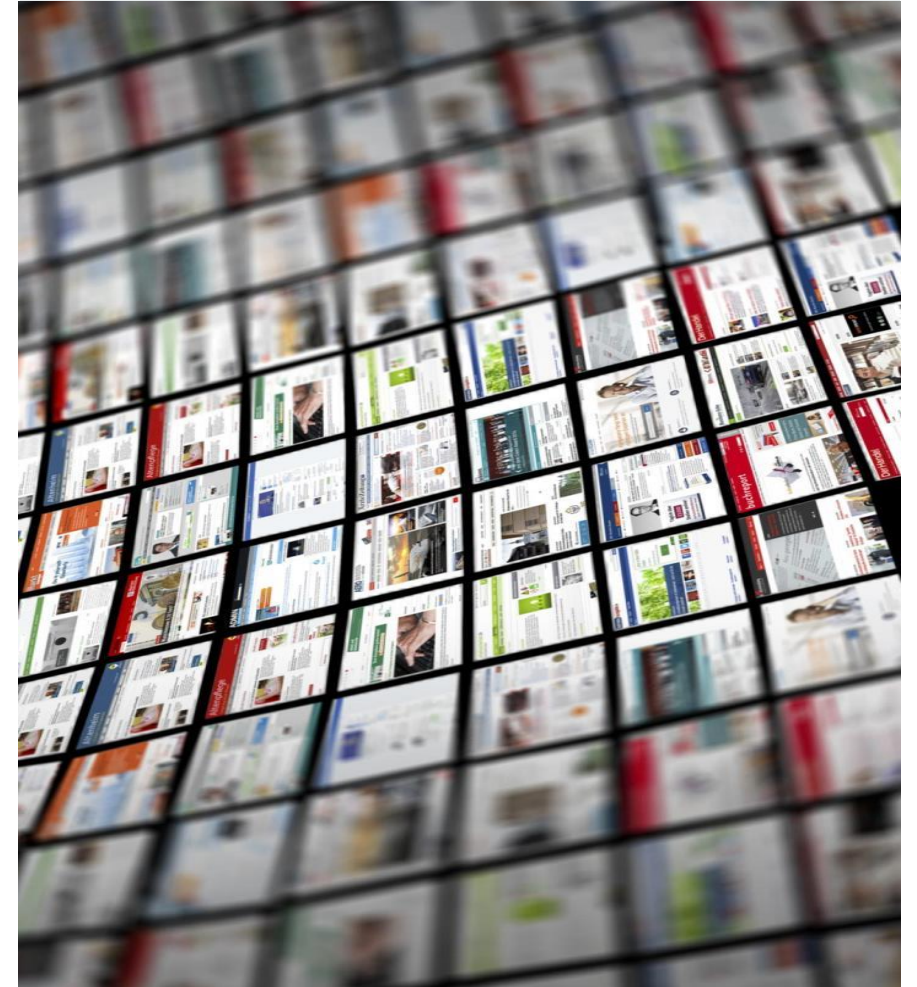
Mai 2020

Die aktuellen Datenschutzentwicklungen stellen Werbungtreibende vor große Herausforderungen

Marktentwicklungen 2020

- **DSGVO** seit Mai 2018
- **Cookie Consent „Light“** wird aktuell von Google verlangt
- Ausstehendes BGH Beurteilung des **EUGH Planet49** Urteils
- Mögliche flächendeckende Erfordernis eines „**harten**“ **Cookie Consent** Tools droht vermarktbare Inventar für alle Marktpartner erheblich einzuschränken
- Aktuelle Browserentwicklungen limitieren jetzt schon die Möglichkeiten des Trackings, das besonders für programmatische Kampagnen wichtig ist.
- Diese Entwicklungen begünstigen klassische Buchungen in hochaffinen Umfeldern

businessAD ist Ihr Partner für Kampagnen in affinen B2B Umfeldern



Aktuelle Browserentwicklungen schränken die Möglichkeiten der Advertiser stark ein

Übersicht Browser-Anbieter (1)

IE / Edge (7%*)

- Wird mittelfristig in Chrome übergehen, spielt auch technologisch nur Nebenrolle

Safari (8%**): Intelligent Tracking Prevention (ITP)

- 3rd-Party-Cookies per Default blockiert, Lebensdauer von 1st-Party-Cookies erheblich reduziert
- Unterbindet zunehmend auch Tracking durch 1st-Party-Cookies-Workarounds

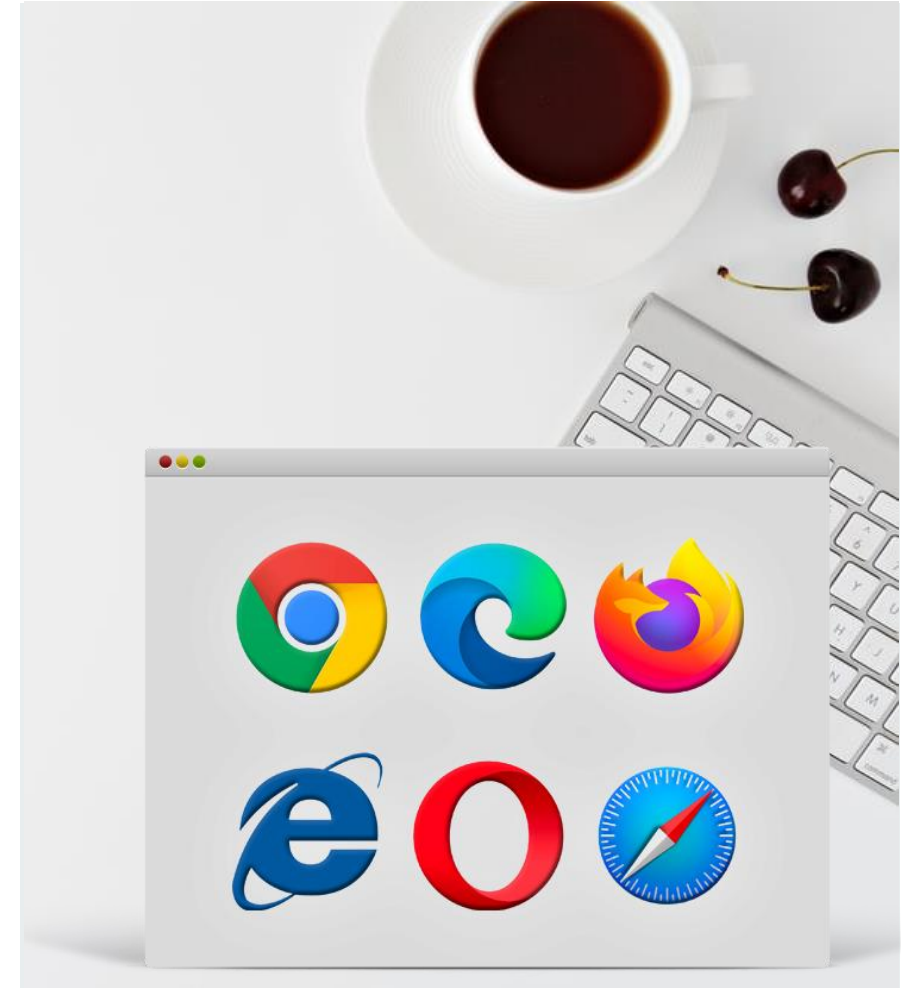
Firefox (26%): Enhanced Tracking Protection (ETP)

- Blockt seit dem 3.9.2019 weitestgehend 3rd Party Cookies und Fingerprinting-Skripte
- Permanente Erweiterung der zugrunde liegenden Disconnect-Liste,
- Blockt seit Anfang Dezember auch Digitrust und ID5

Chrome (46%): Privacy Sandbox (Unklare Entwicklung)

- Seit 4.2.2020 Klassifikation der Cookies, *Blocking von 3rd PV in 2 Y*
- Ankündigung umfangreicher Anpassungen für Datenschutz und ID-Management in 2020
- Bekämpft aktiv Fingerprinting

*Marktanteile Deutschland MEW/Desktop Mai 2019 nach Statista
** Mobile deutliche mehr Anteil



Aktuelle Browserentwicklungen schränken die Möglichkeiten der Advertiser stark ein

Übersicht Browser-Anbieter (2)

Samsung Browser

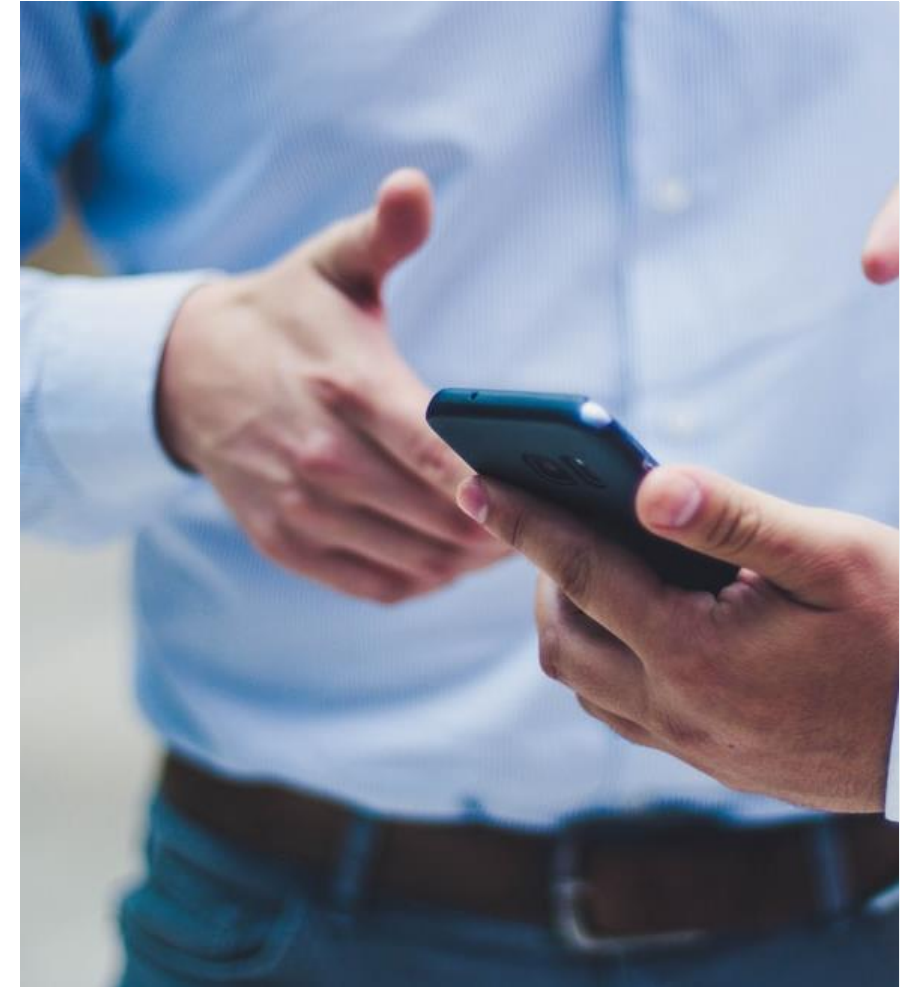
- Entwicklung wird weiter beobachtet

Mobile Advertising IDs (MAIDs) – IOS und Android

- Ankündigung von Apple, dass auch MAIDs zukünftig nicht mehr zur Verfügung stehen
- Android könnte wahrscheinlich folgen

Zusammenfassend:

1. Technische Herausforderungen durch verschärfte Tracking-Restriktionen, Cookie-Blocking & Mobile Advertising IDs Eliminierung
2. Seitenübergreifendes Tracking wird in Zukunft deutlich eingeschränkt. Anbieter werden gezwungen sein, über Alternativen nachzudenken
3. Risiko durch Cookie-Blocking und erschwertes Identity-Management
4. **Affine Umfelder und semantisches (Keyword-)Targeting stellen eine Alternative zum Tracking dar – businessAD bietet eben das.**



Unser USP - Direkte Zielgruppenansteuerung durch starke B2B Umfelder

Dank businessAD erreichen Advertiser alle planungsrelevanten Berufsgruppen



AGRAR
WIRTSCHAFT



BAU
WIRTSCHAFT



ENERGIE &
UMWELT



RECHT &
FINANZIERUNG



FREI
BERUFLER



GROSS
UNTERNEHMEN



DIGITAL
BUSINESS



FINANZIERUNG



GRÜNDER



HANDEL &
eCOMMERCE



HAND
WERK



HOTELLERIE &
GASTRONOMIE



INDUSTRIE



INFORMATION
TECHNOLOGIE



REGIO WIRTSCHAFT
& B2B



FLOTTE



KMU



LOGISTIK



MEDIZIN &
GESUNDHEIT



ÖFFENTLICHE
HAND



OFFICE
MANAGEMENT



PERSONAL &
FORTBILDUNG



PFLEGE



SALES &
MARKETING



VERSICHERUNGS
WIRTSCHAFT



eMOBILITÄT



CHEMIE &
PHARMA



Business Advertising GmbH

Headquarter Düsseldorf
Tersteegenstraße 30
40474 Düsseldorf

Tel.: +49-211-179347-50

Fax: +49-211-179347-57



Business Advertising GmbH

Verkaufsbüro Hamburg
Kehrwieder 8-9, Amundsen-Haus, 2. OG
20457 Hamburg

Tel.: +49-40-386579-20

Fax: +49-40-386579-19

Wir beraten Sie gern.

E-Mail: werbung@businessad.de | Internet: www.businessad.de