

Datennutzung in deutschen Unternehmen

Feldzeit: 06.04.2023 - 19.04.2023

Land: Deutschland

N=300

ACXIOM





Hochwertige Daten sind das A und O einer erfolgreichen Marketingstrategie, unabhängig von der Größe eines Unternehmens. Das Verbot von Third-Party-erfordert sowohl ein komplettes Umdenken als auch alternative Ansätze in der Branche. Lösungen, die auf Cookies von Drittanbietern verzichten, um das Marketing zu optimieren, werden nun benötigt.

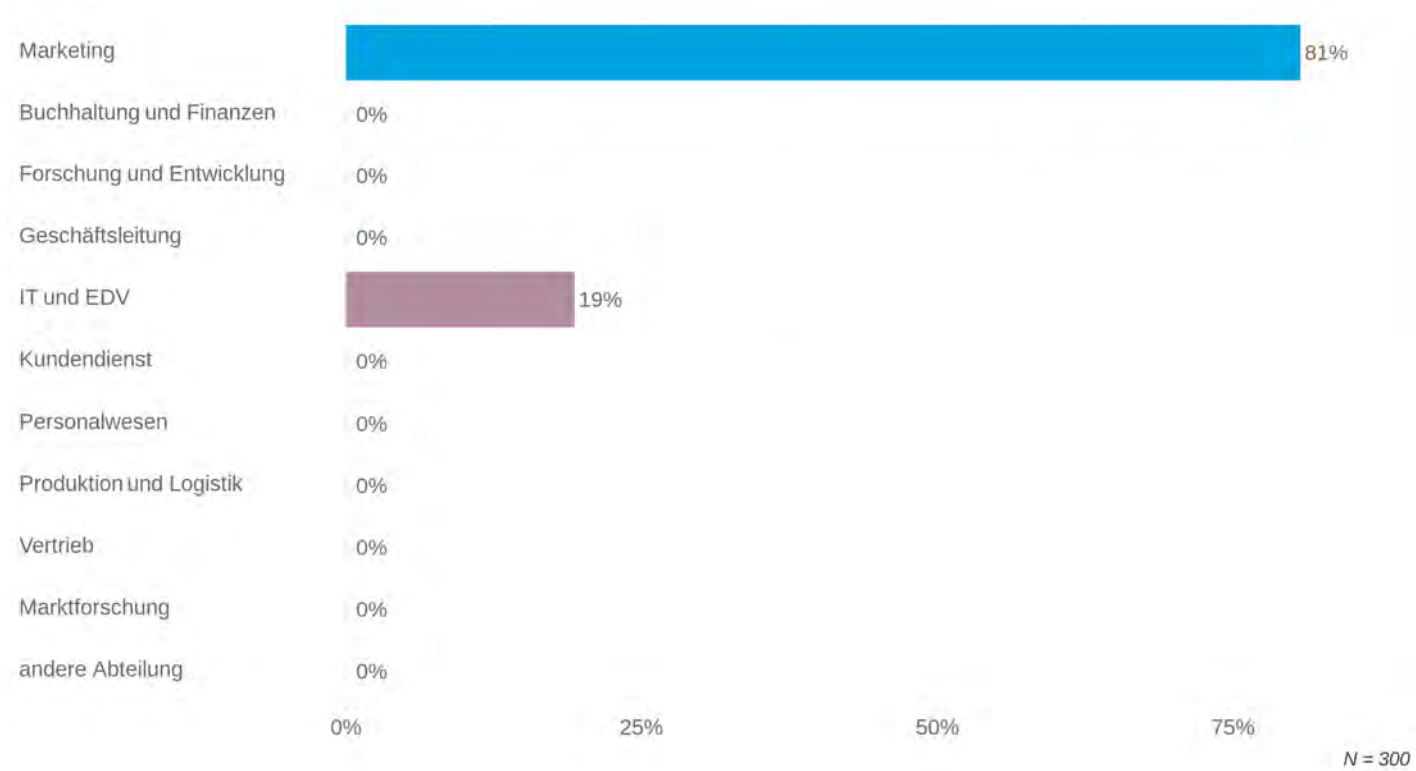
Für die Studie „Datennutzung in deutschen Unternehmen in der Post-Third-Party-Cookie-Ära“ befragte im April 2023 das Umfrageinstitut Bilendi im Auftrag von Acxiom 300 Fachleute aus dem Bereich Marketing und IT in deutschen Unternehmen befragt.

Die Studie geht unter anderem folgenden Fragen nach:

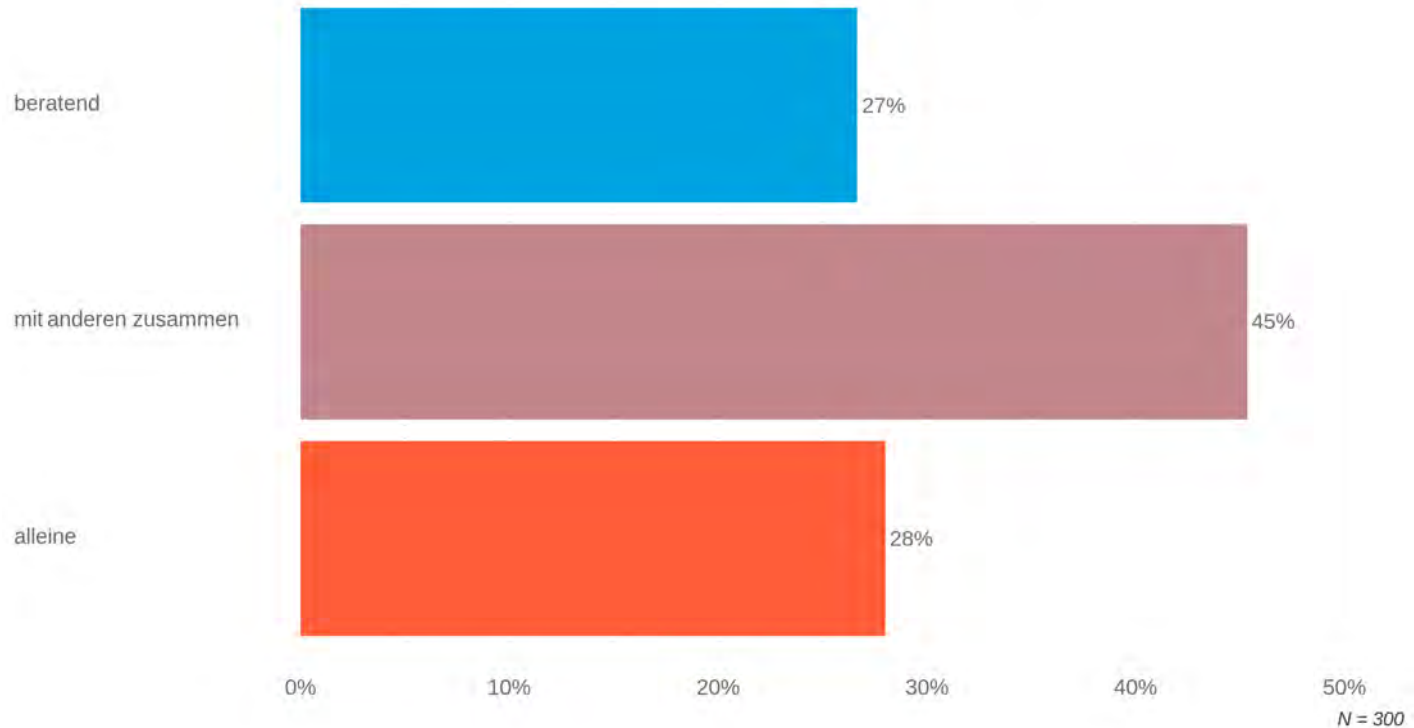
- ✓ Was sind die aktuellen Herausforderungen im Umgang mit Daten?
- ✓ Welche Bedeutung haben CDP-Lösungen und wie setzen deutsche Unternehmen diese ein?
- ✓ -Sind Unternehmen in Deutschland auf die Cookieless-Welt vorbereitet?



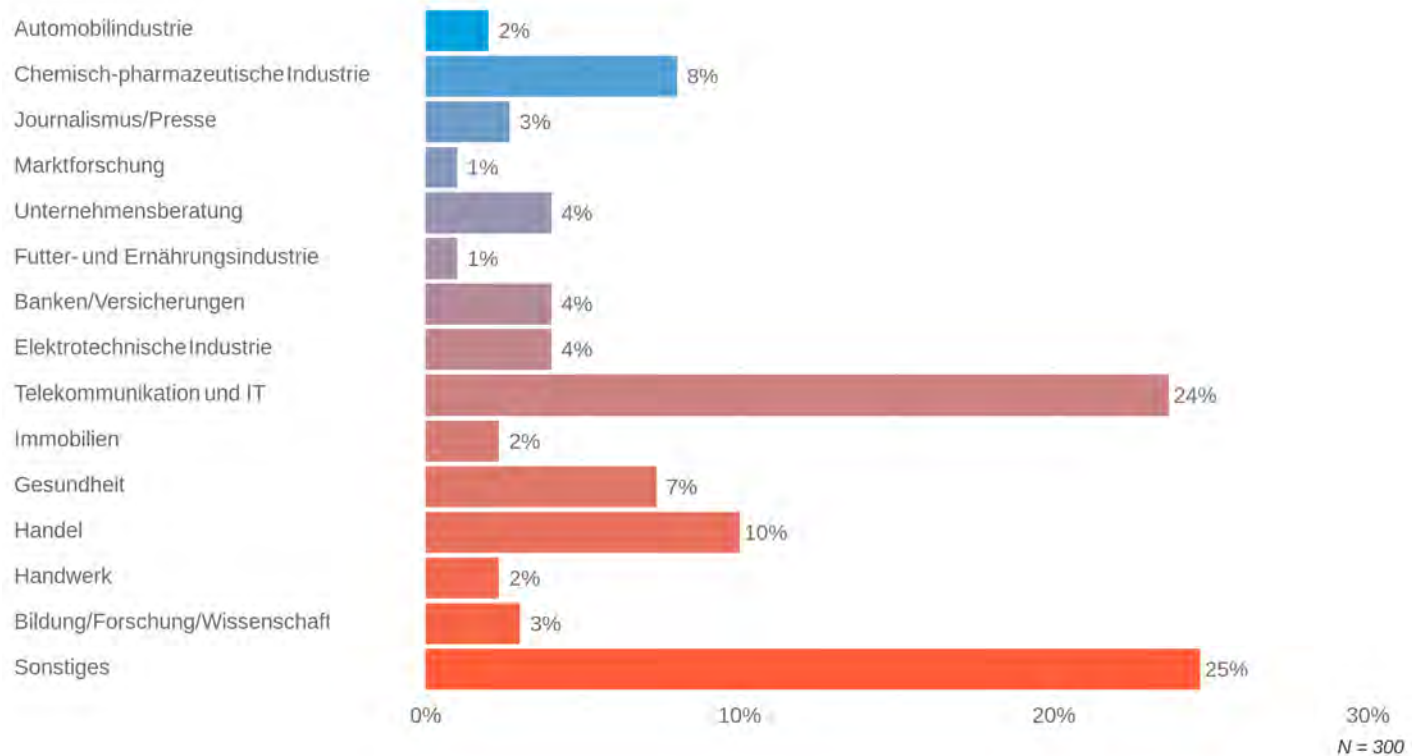
Q1: In welchem Bereich arbeiten Sie?



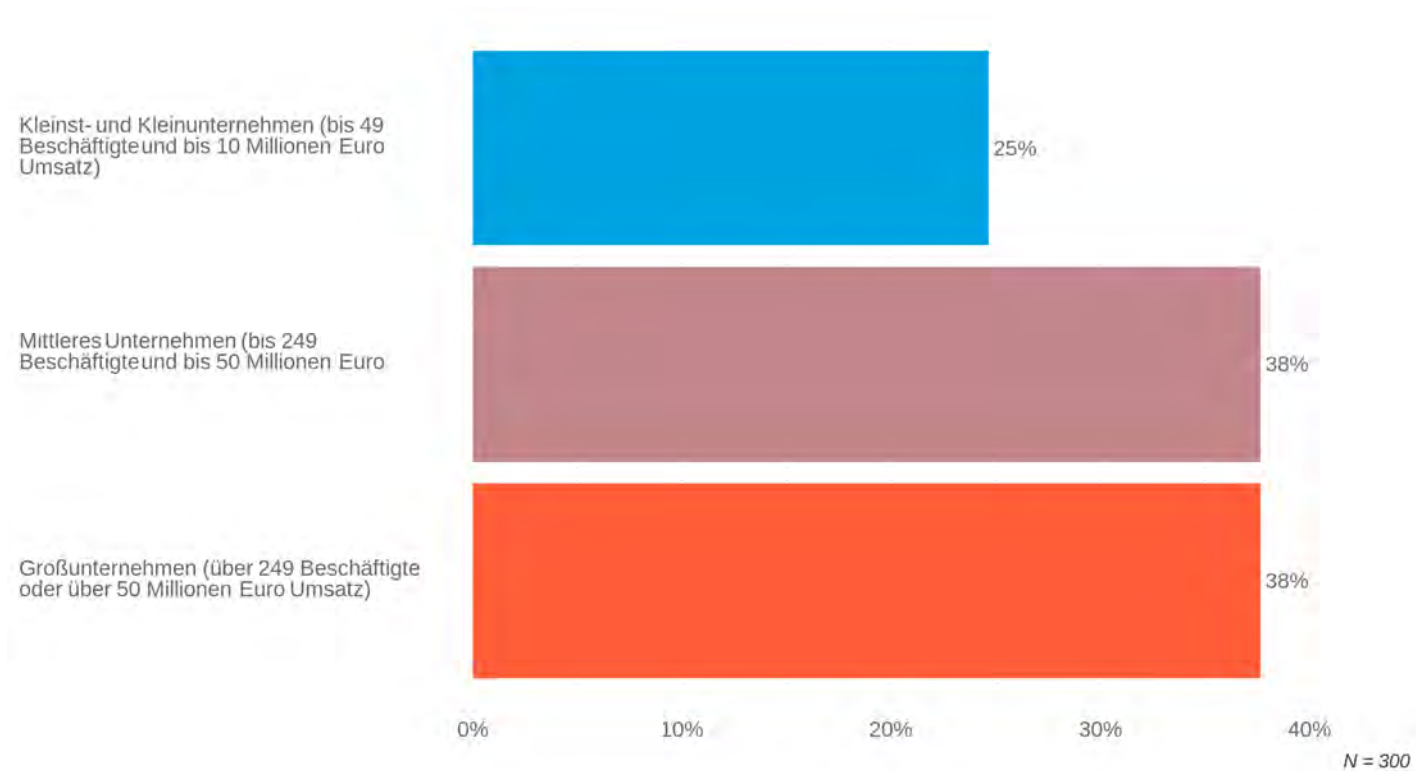
Q2: Welche Entscheidungsbefugnis haben Sie in Ihrer Position?



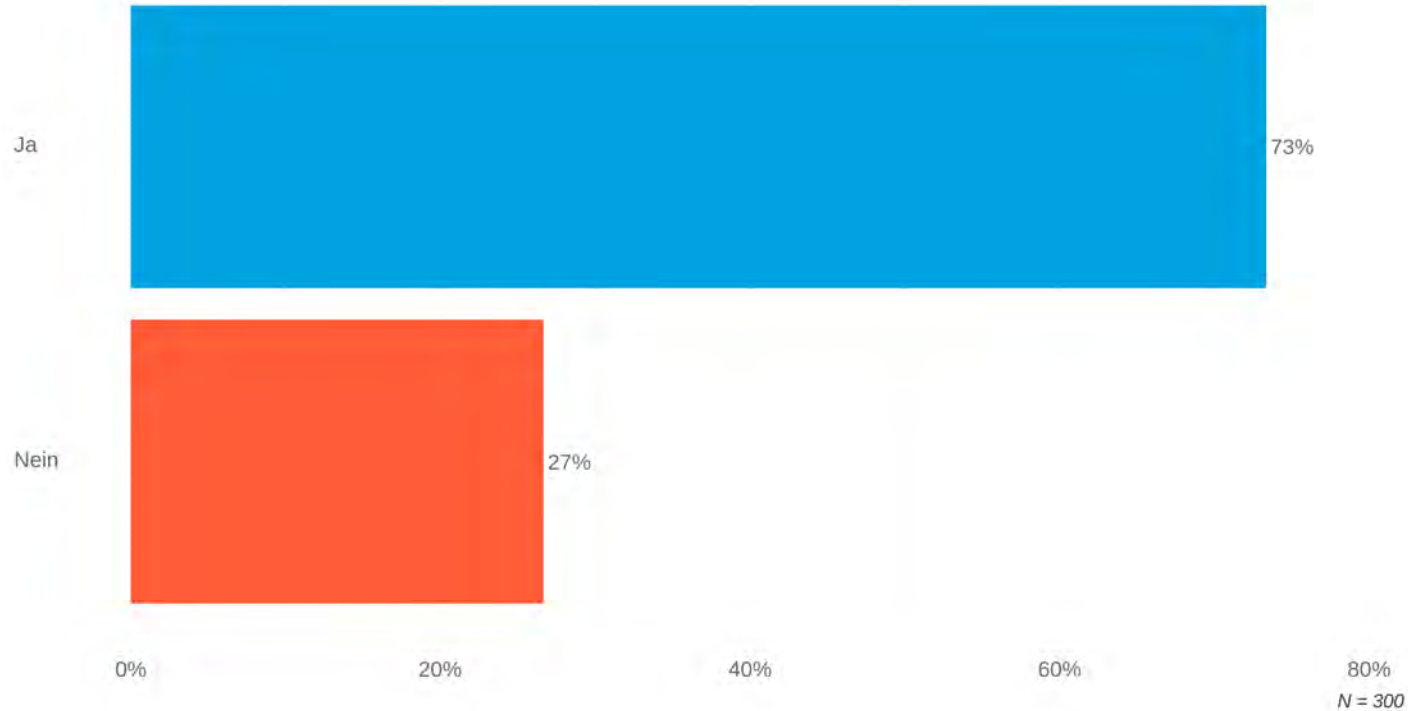
Q3: In welcher Branche arbeiten Sie?



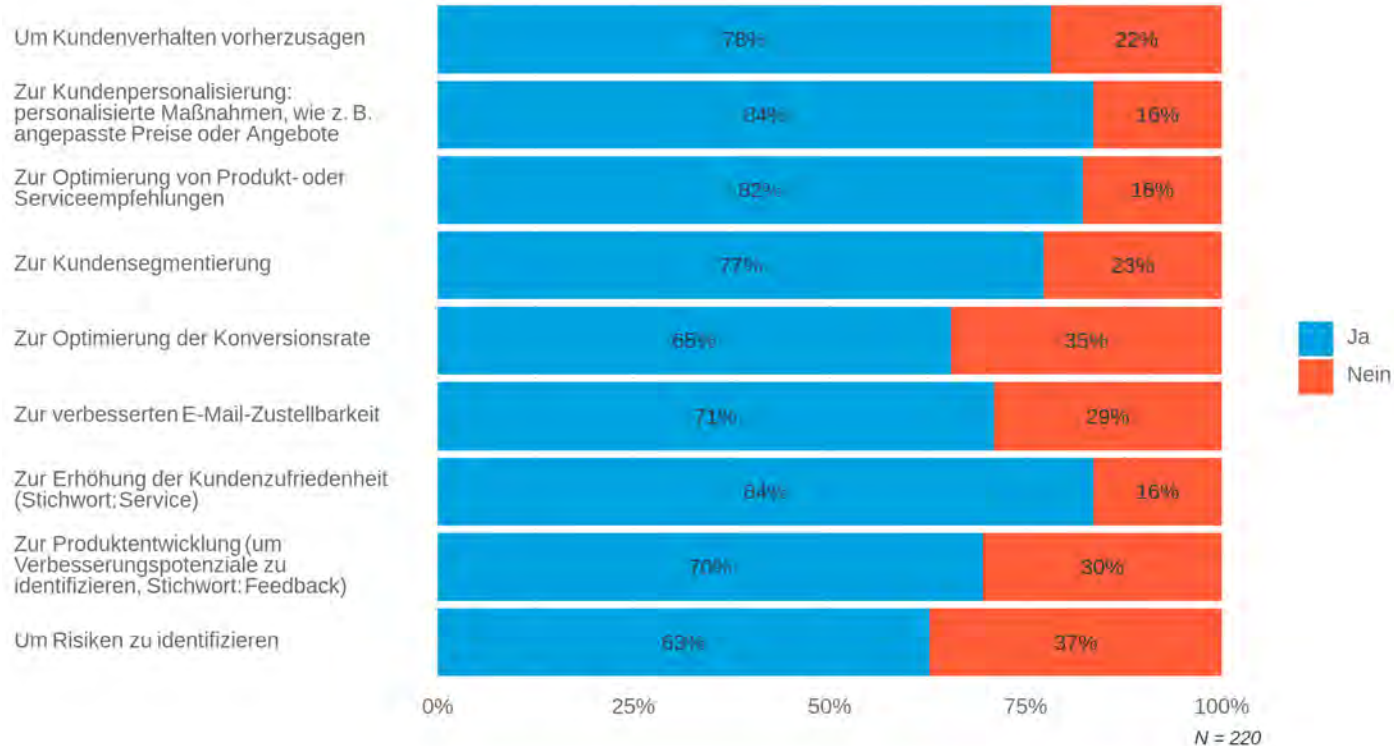
Q4: Wie groß ist Ihr Unternehmen?



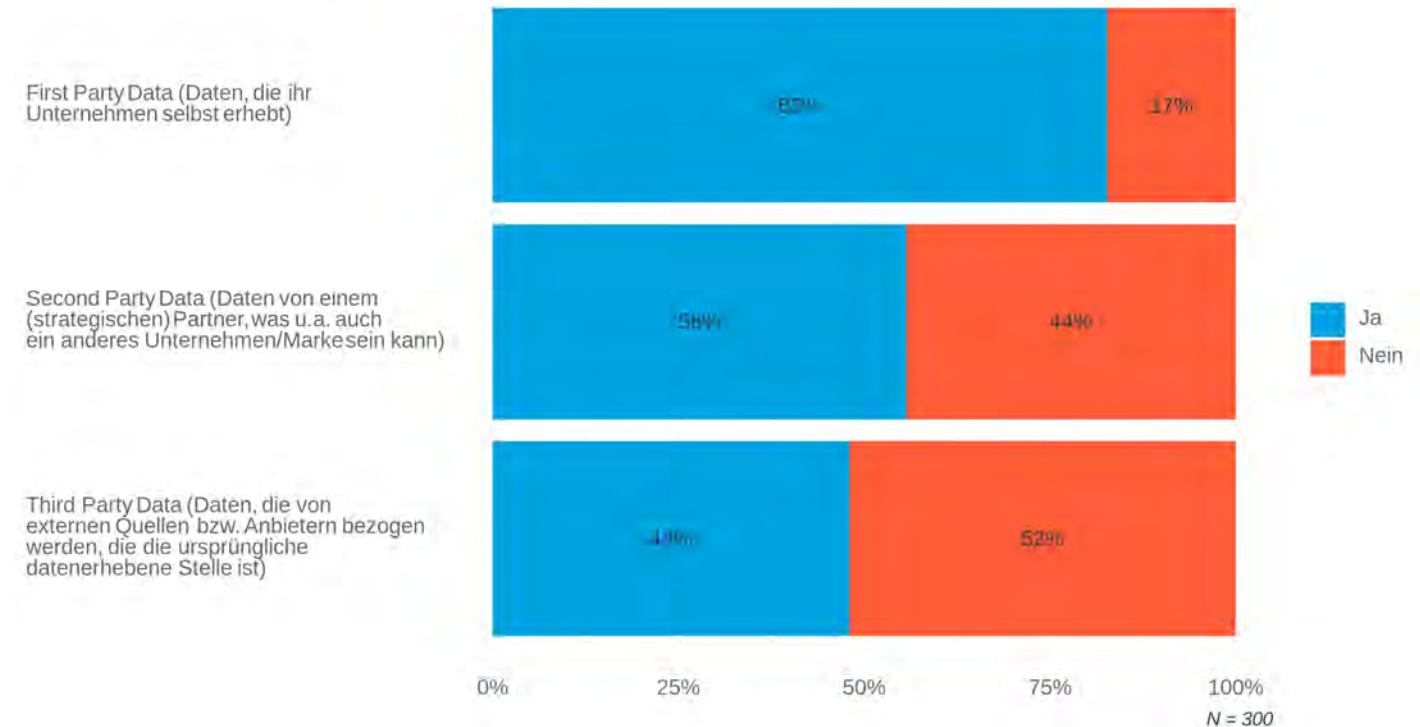
Q4A: Nutzen Sie die Ihnen vorliegenden Kundendaten aktiv? (zB. Für Kundenpersonalisierung oder Kundensegmentierung)



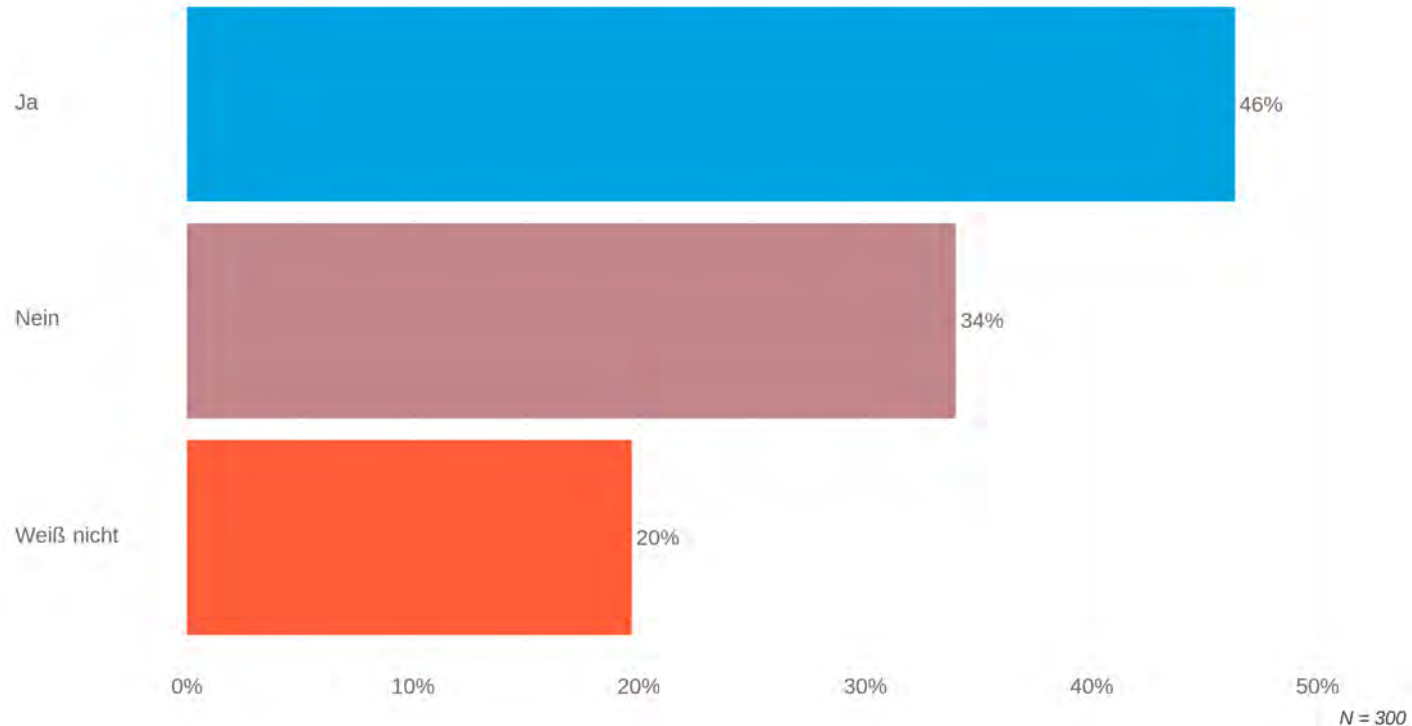
Q5: Wofür nutzen Sie die Ihnen vorliegenden Kundendaten aktiv?



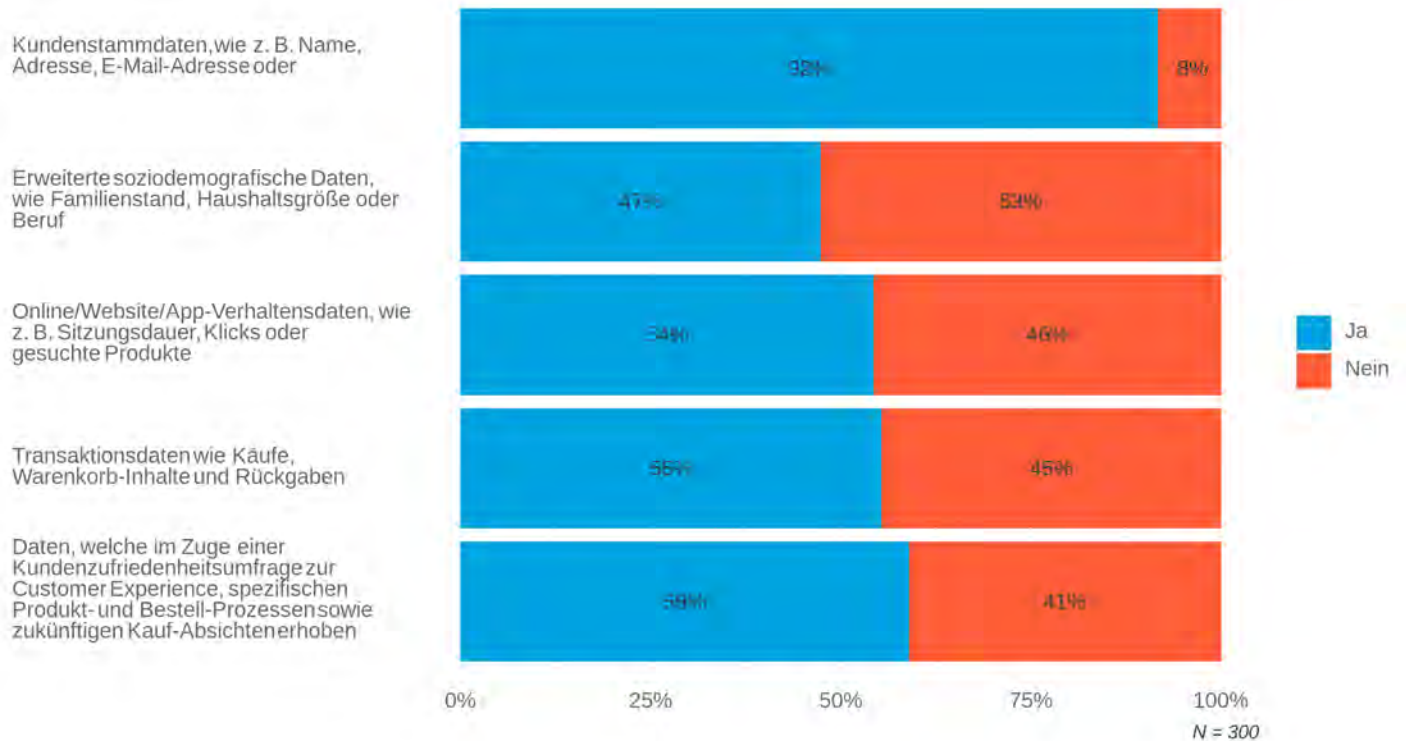
Q6: Welche Daten werden in Ihrem Unternehmen erhoben/verwendet?



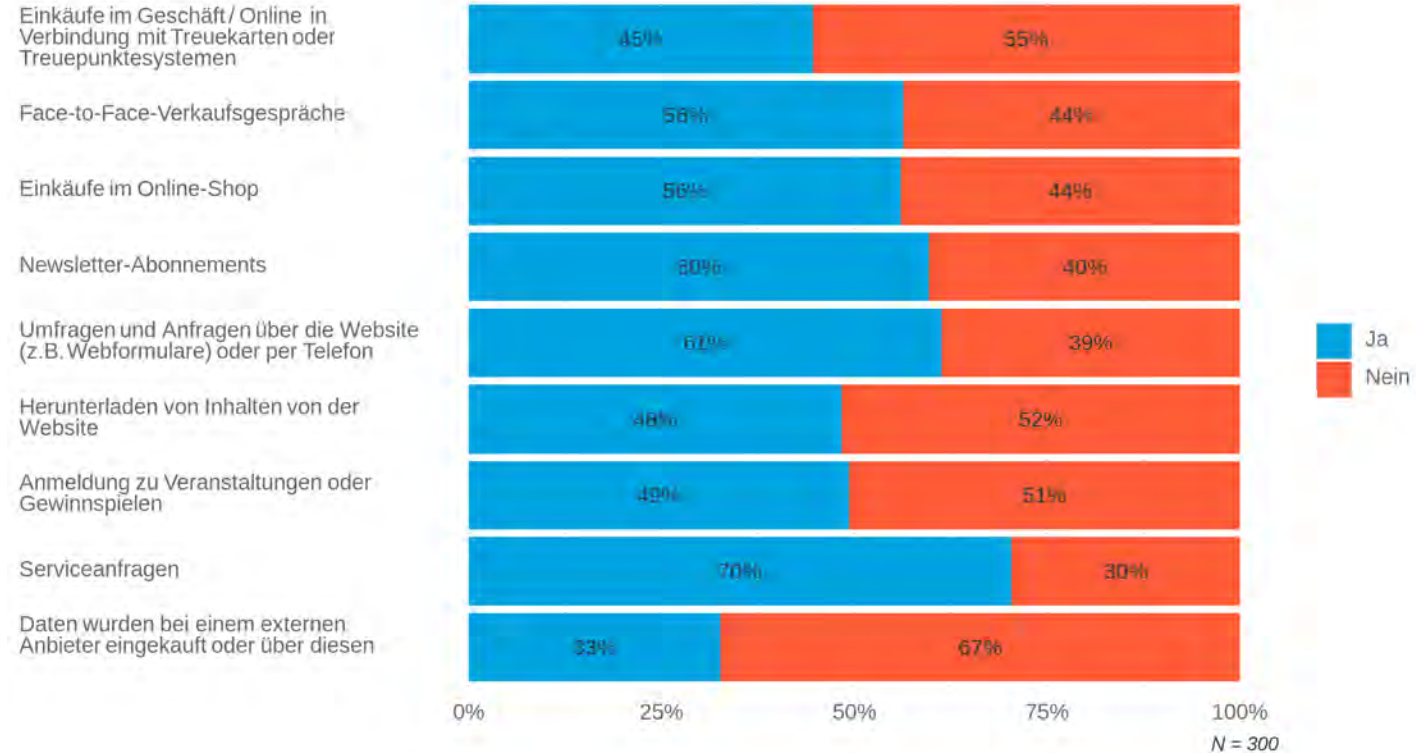
Q7: Werden in Ihrem Unternehmen auch Daten auf Basis von third party cookies verwendet, z.B. für das Targeting, die personalisierte Ansprache oder um die Zielgruppe auf externen Quellen zu prüfen?



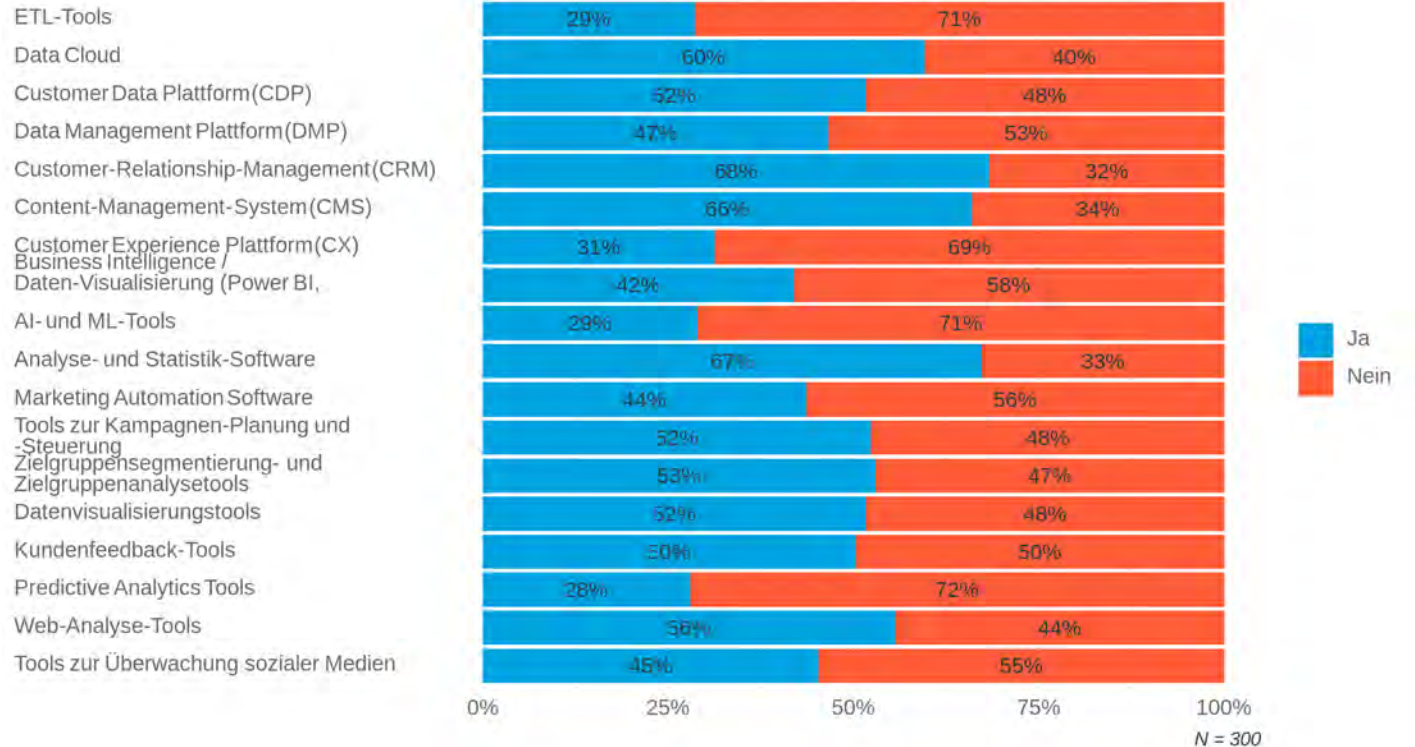
Q8: Welche Daten erhebt/speichert Ihr Unternehmen?



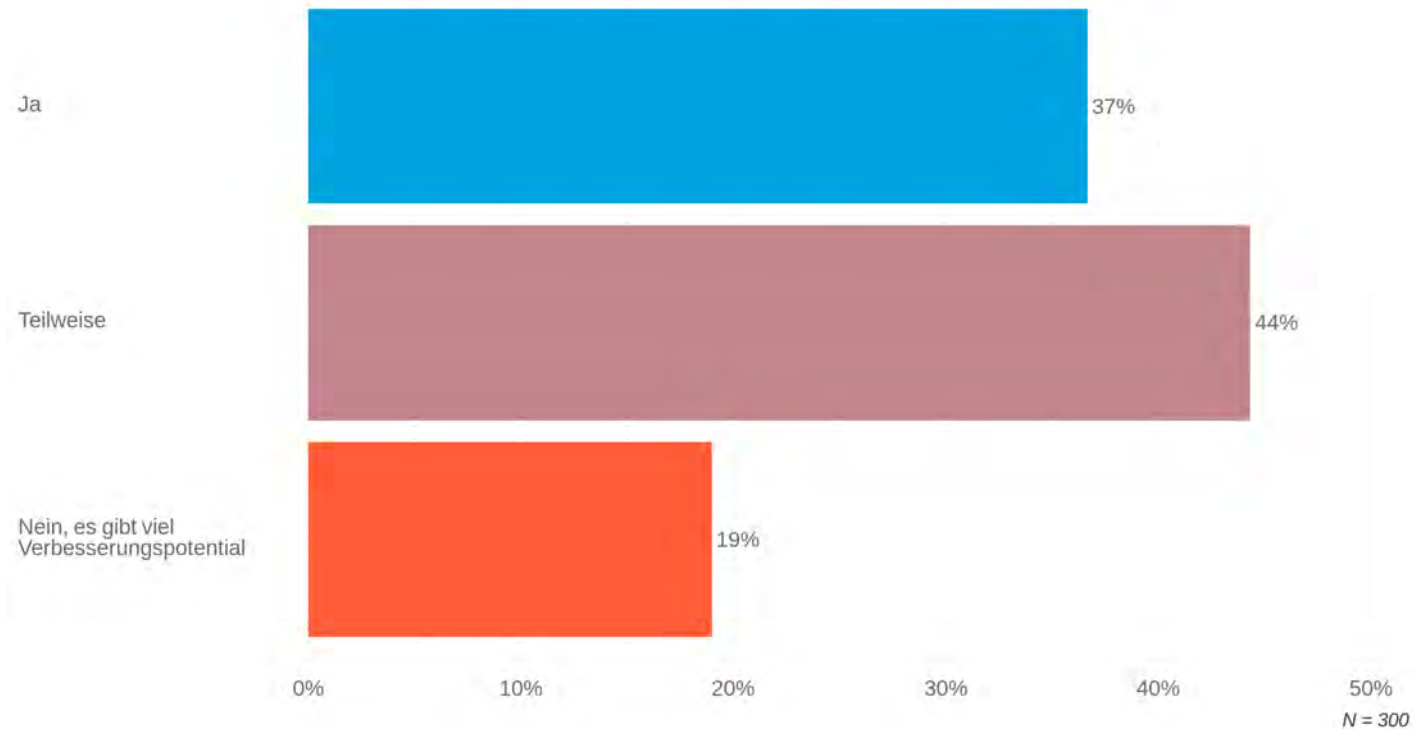
Q9: Wie werden in Ihrem Unternehmen Daten erhoben?



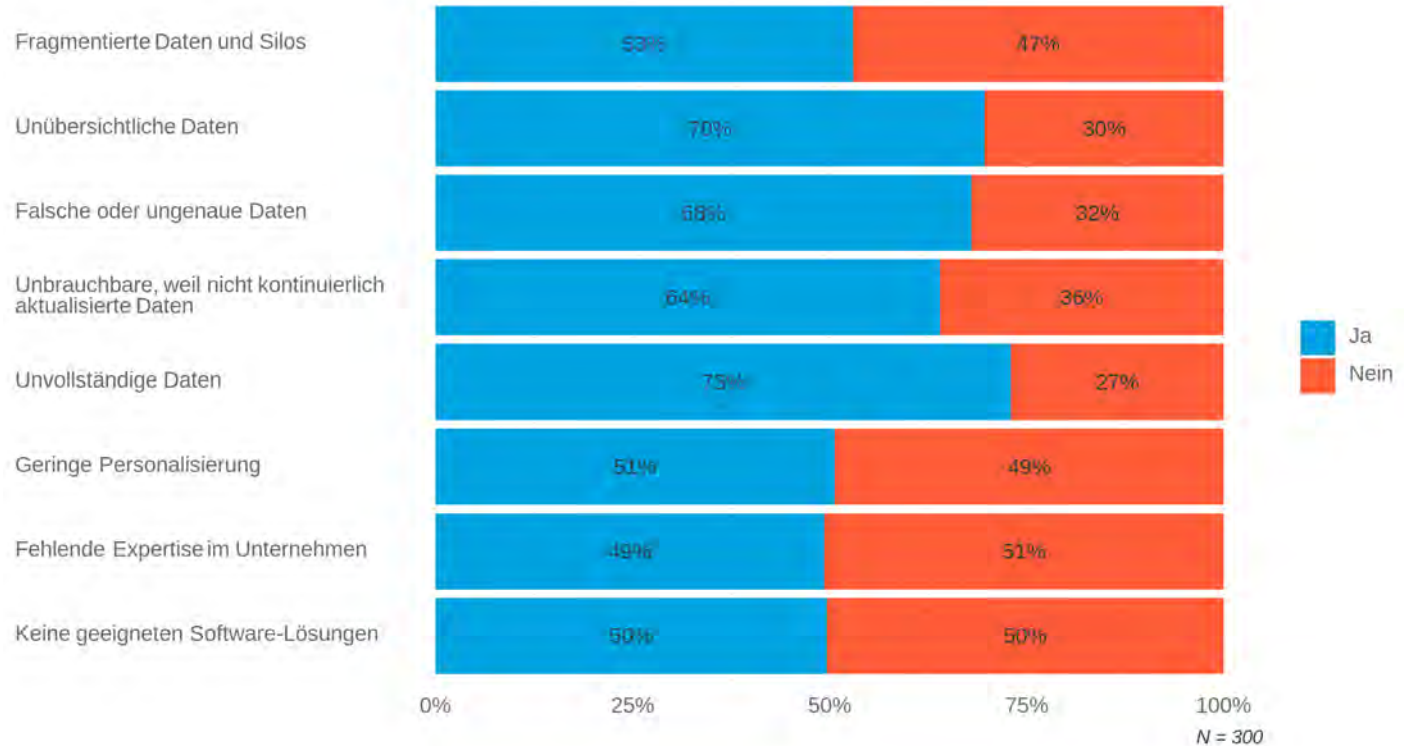
Q10: Welche Tools werden in Ihrem Unternehmen eingesetzt?



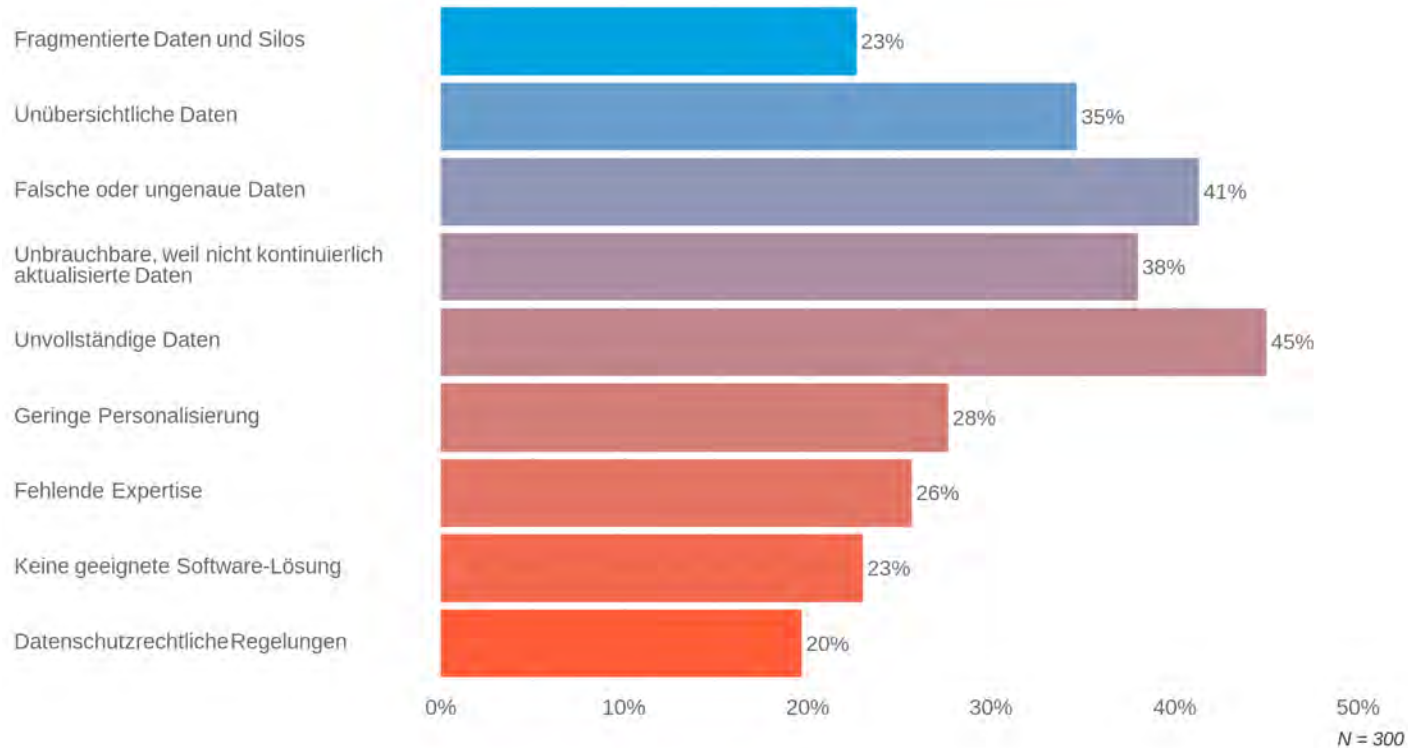
Q11: Haben Sie den Eindruck, dass Ihr Unternehmen das Potenzial von Kundendaten ausschöpft?



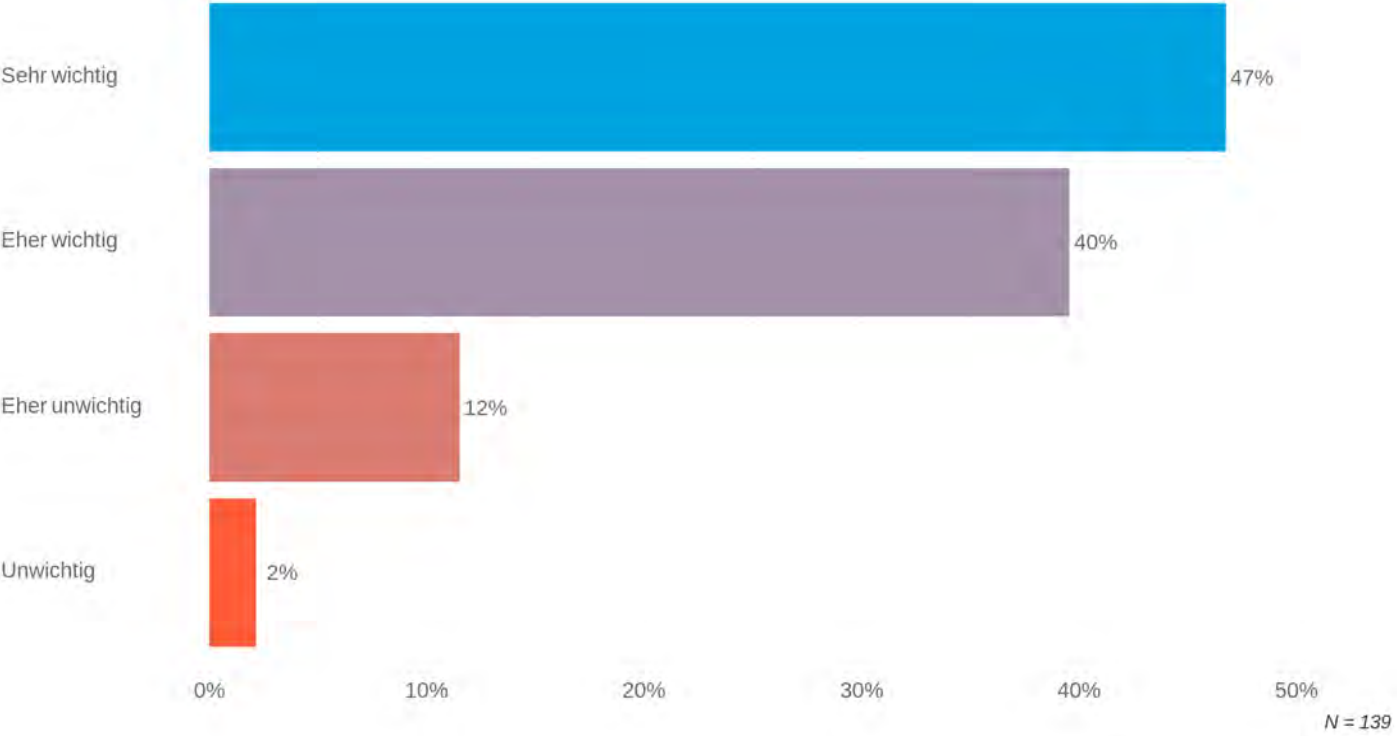
Q12: Wo liegen Ihrer Meinung nach die Herausforderungen beim Umgang und der Nutzung von Daten überhaupt?



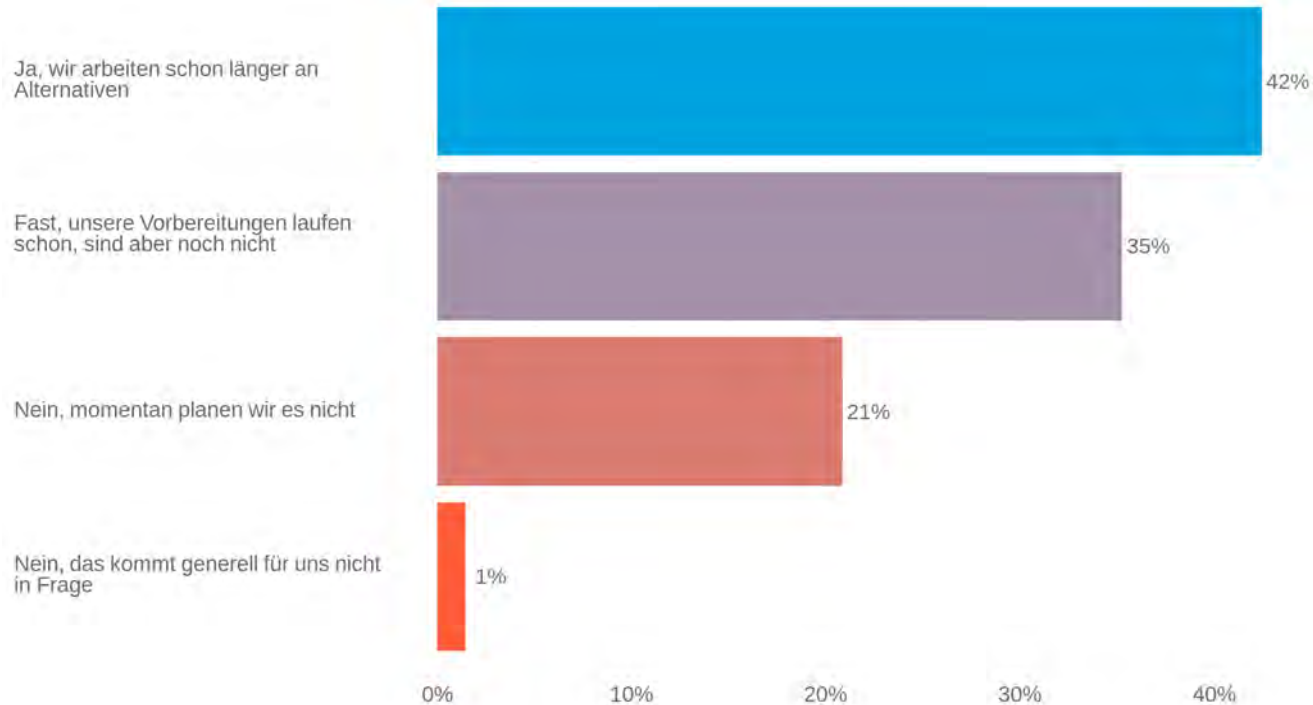
Q13: Und welche Herausforderungen sehen Sie konkret in Ihrem Unternehmen?



Q14: Wie wichtig sind Cookies von Drittanbietern für Ihr Unternehmen bisher gewesen?

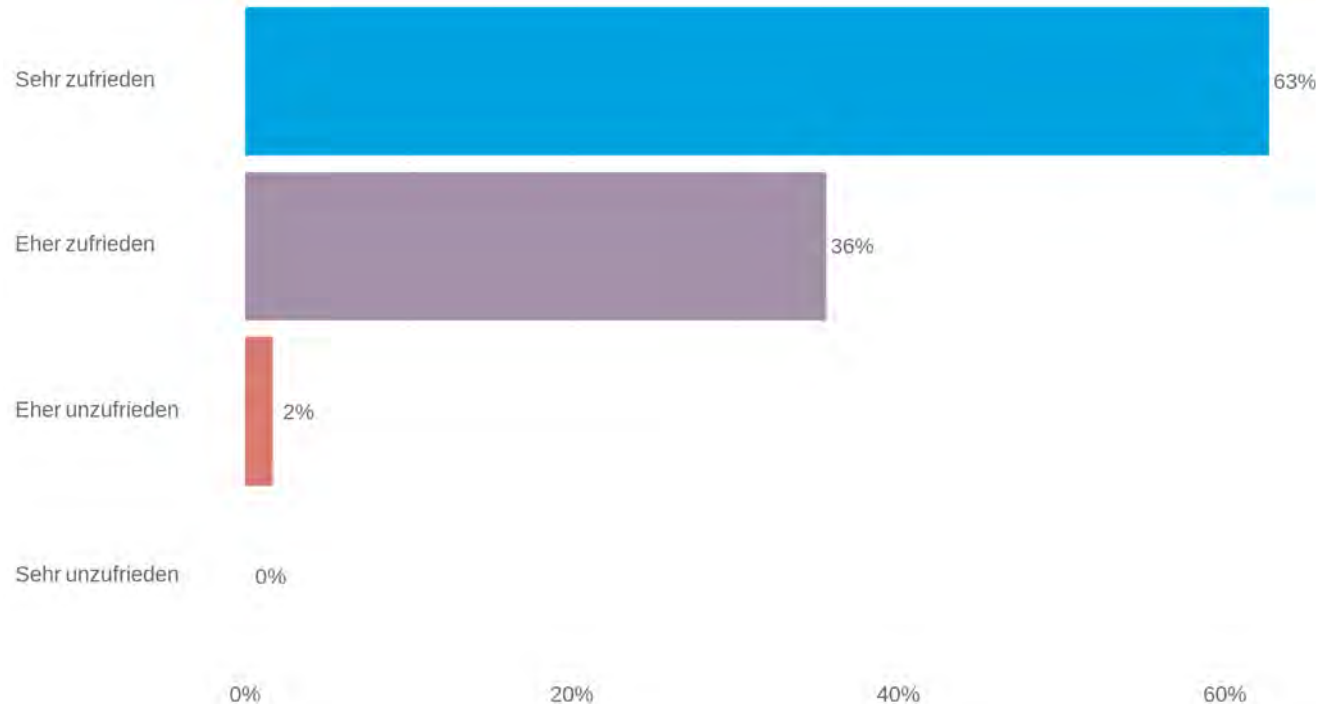


Q15: Hat sich Ihr Unternehmen oder Ihre Agentur bereits auf die Abschaffung von Third-Party-Cookies vorbereitet?



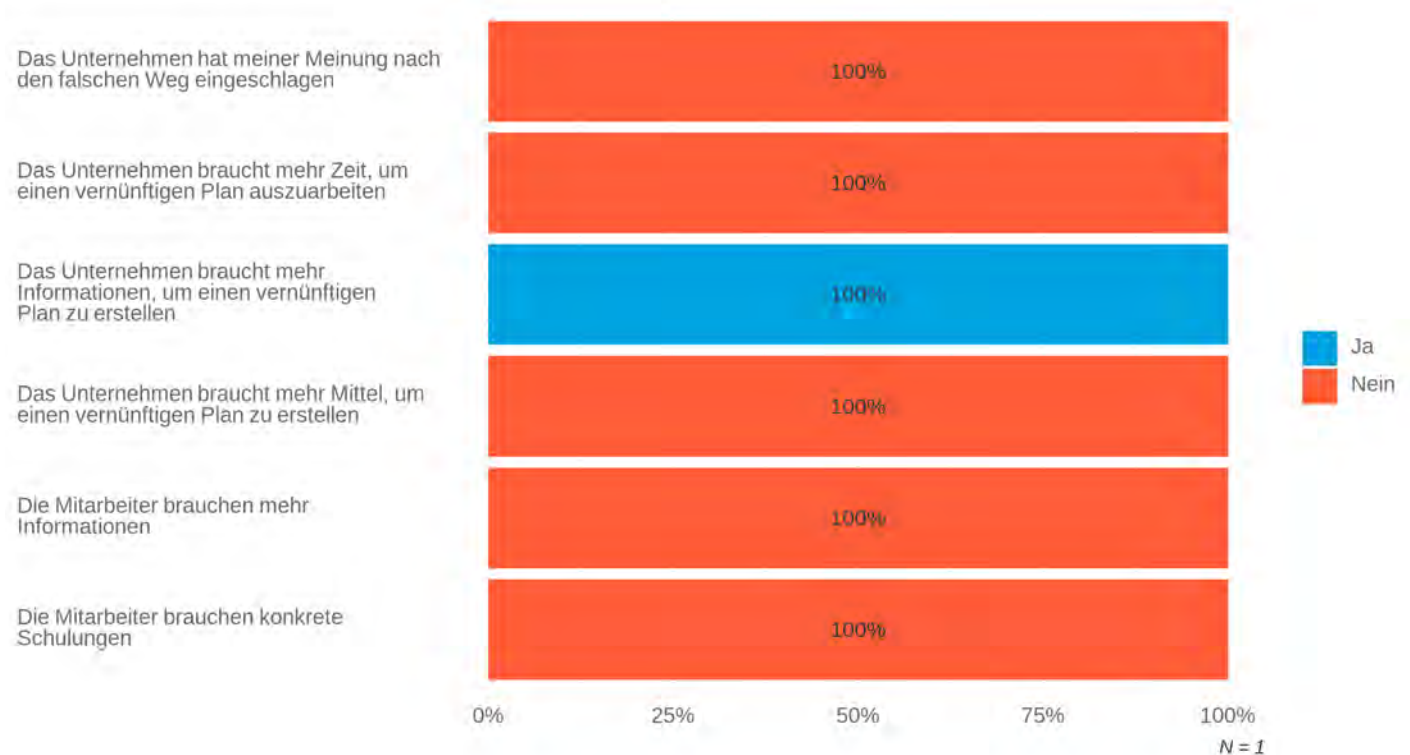
N = 139

Q16: Wie zufrieden sind Sie mit dem Plan bzw. den neuen Lösungen, die das Unternehmen für eine Third-Party-Cookies-freie Welt eingeführt haben?

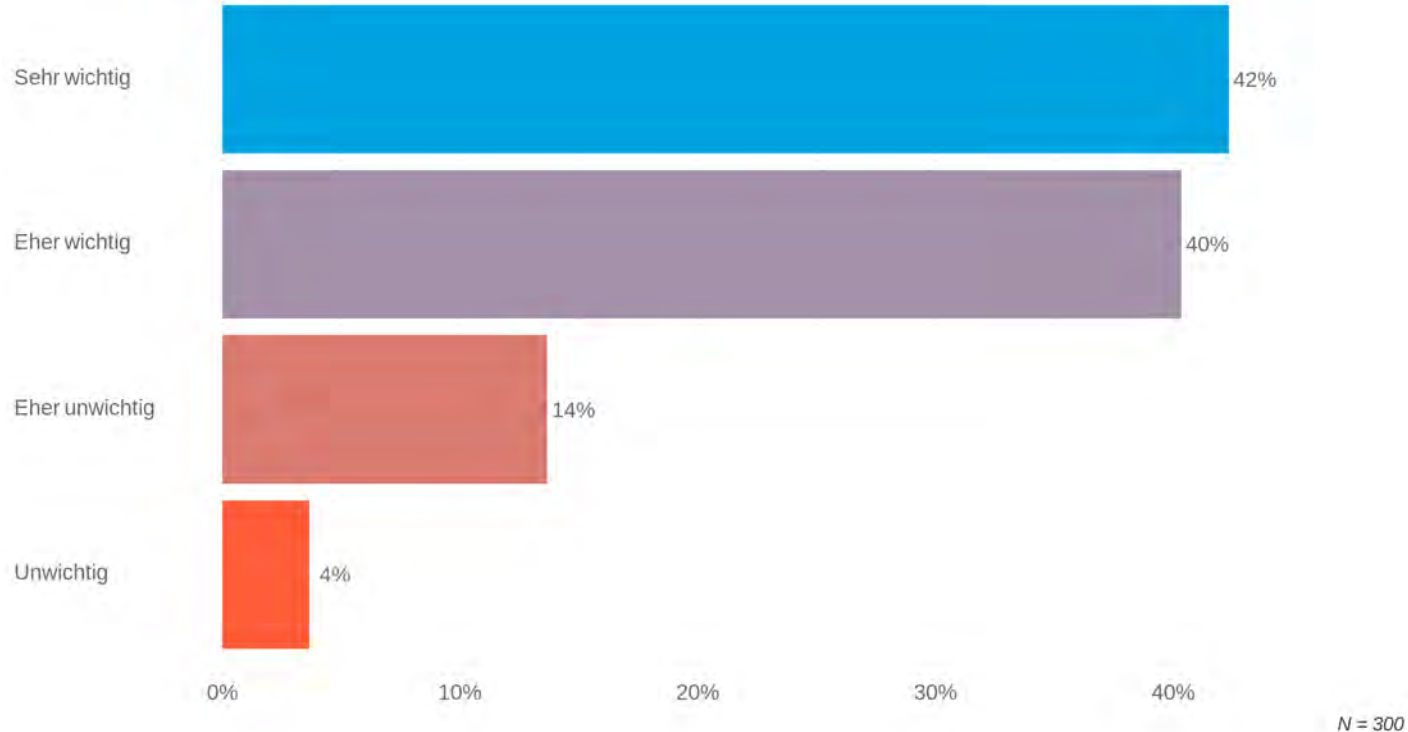


N = 59

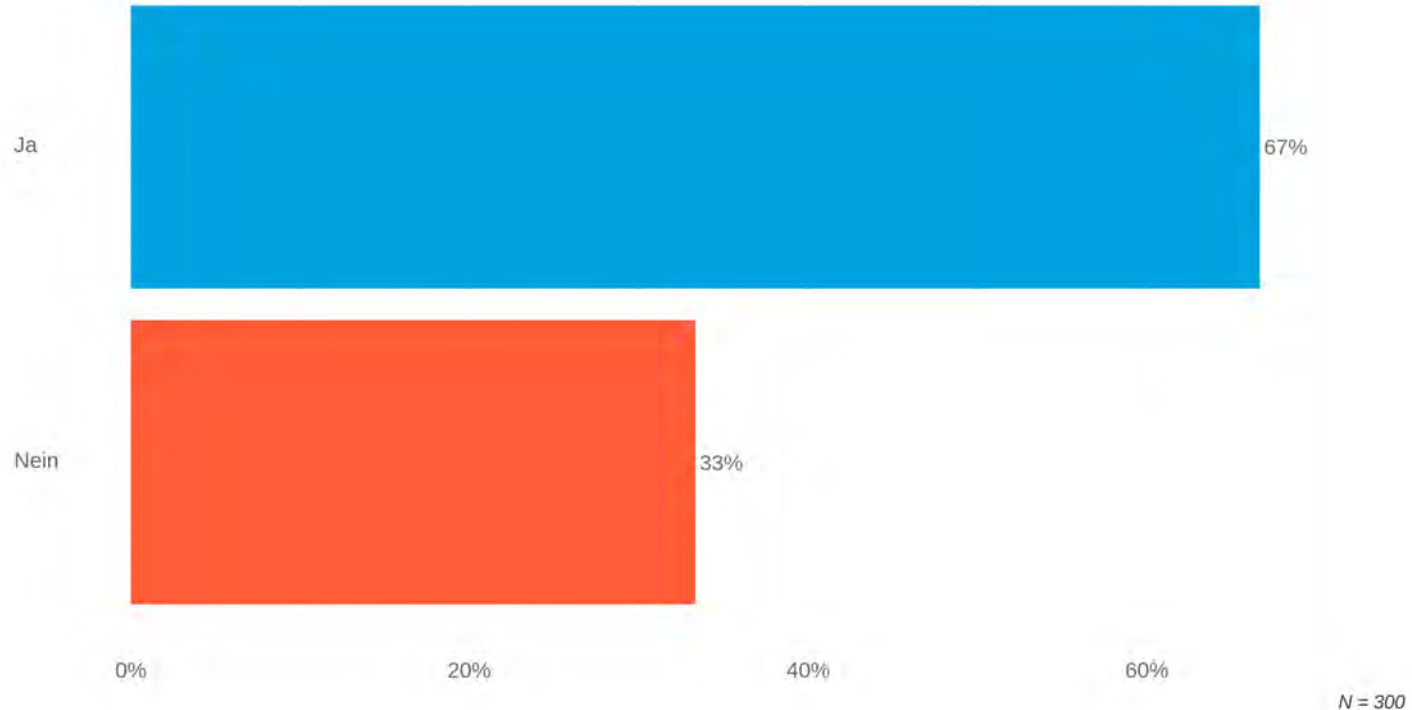
Q17: Warum sind Sie unzufrieden mit dem Plan oder den neuen Lösungen?



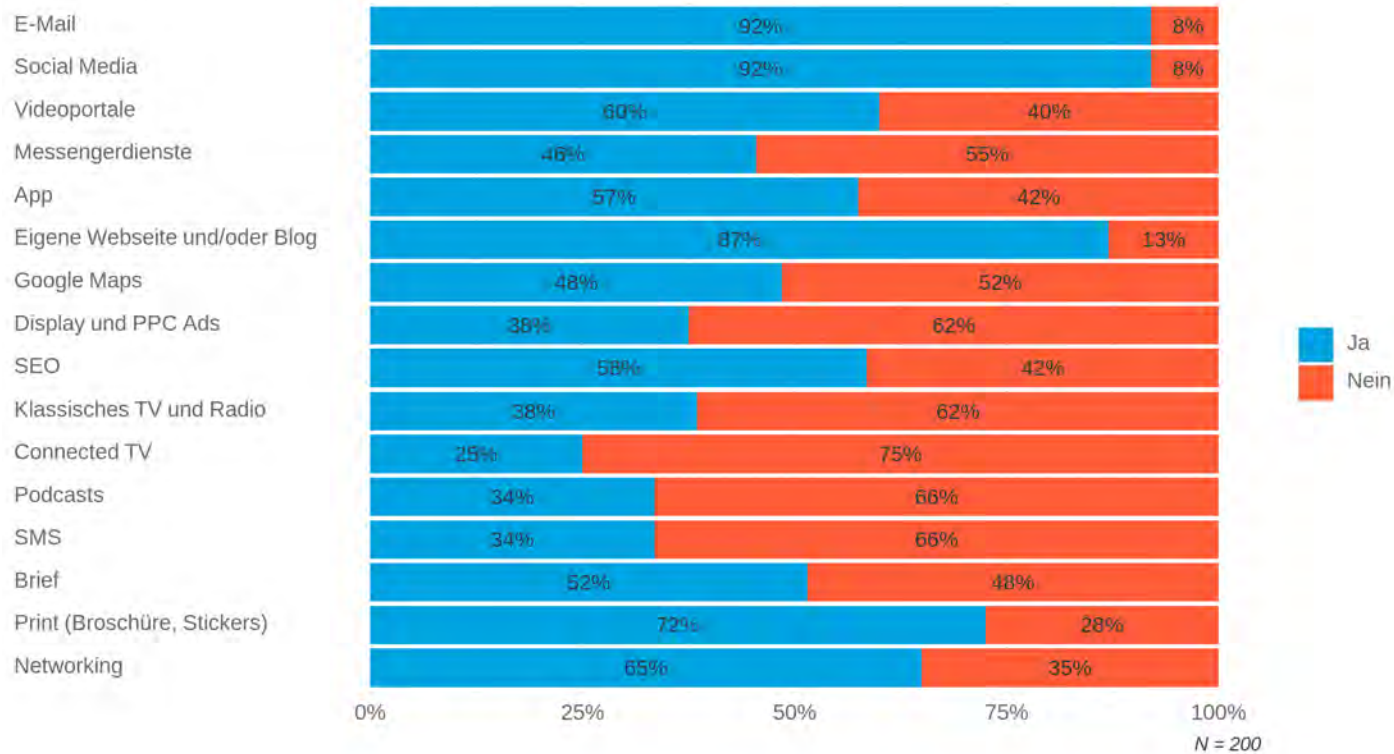
Q18: Welchen Stellenwert hat die personalisierte Ansprache bei Ihren Marketingaktivitäten?



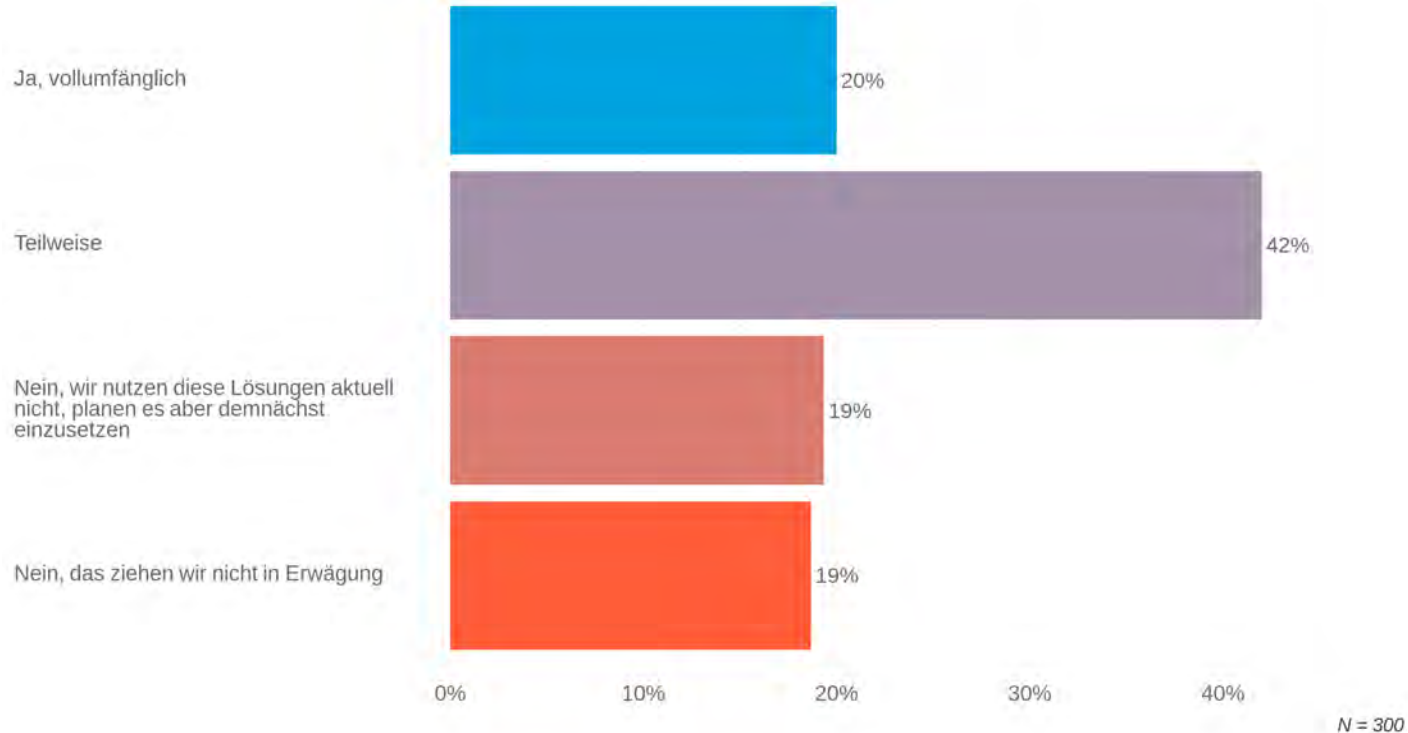
Q19: Werden in Ihrem Unternehmen kanalübergreifende Marketingaktivitäten durchgeführt?



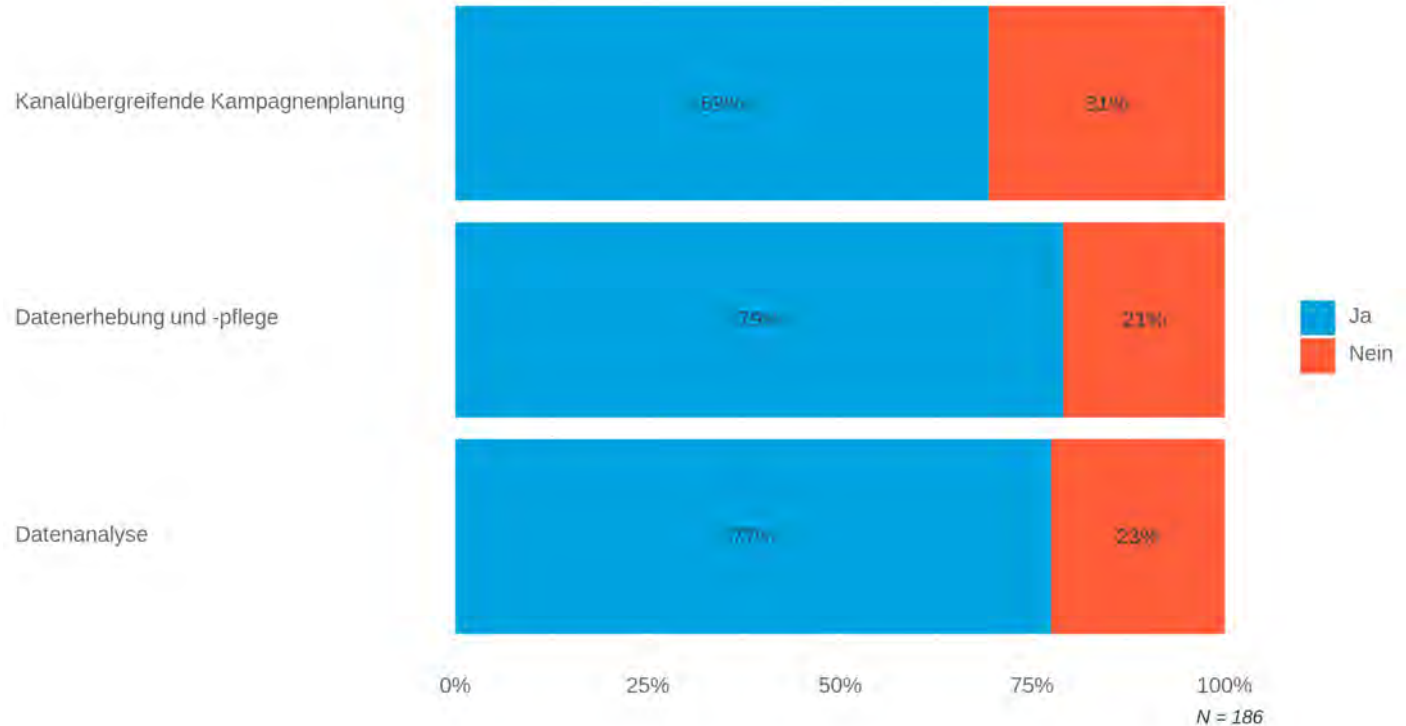
Q20: Welche Kanäle werden benutzt?



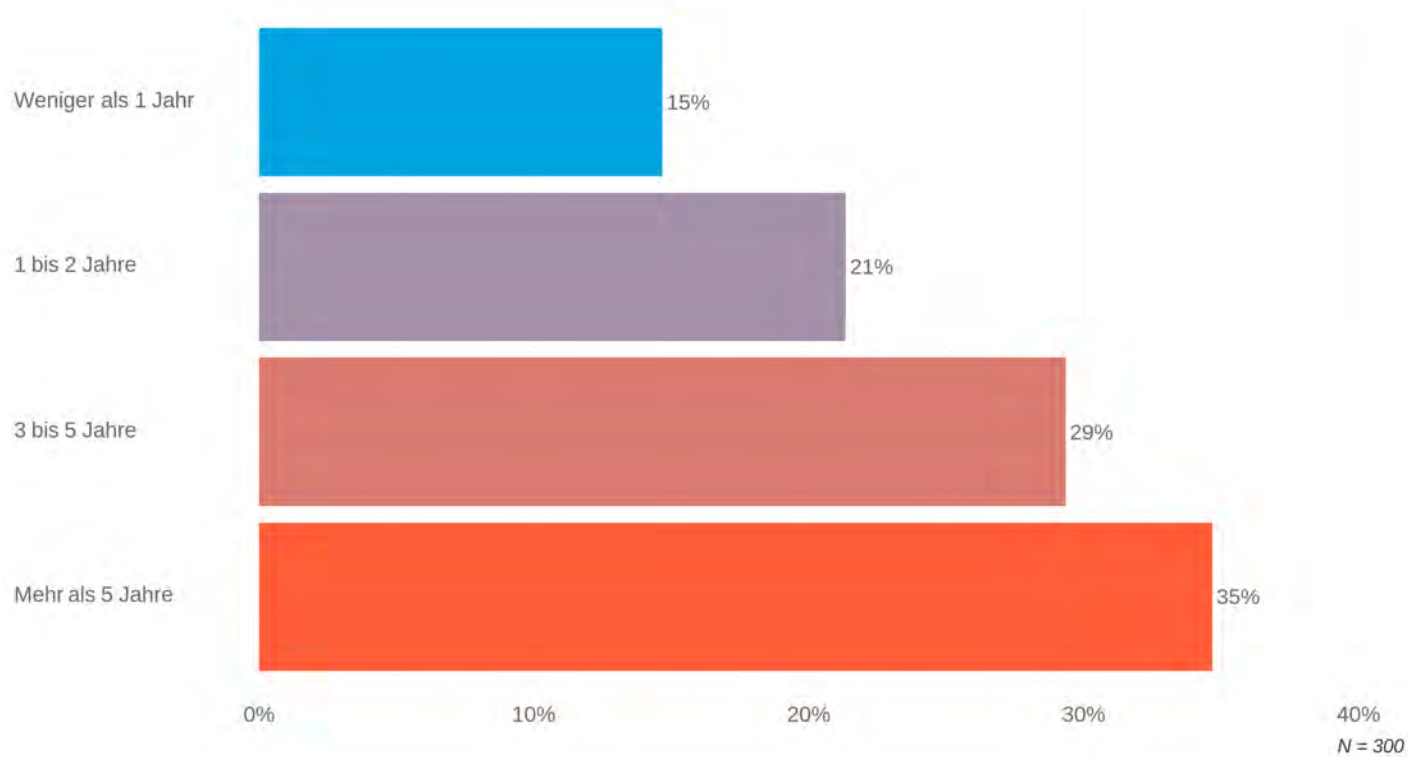
Q21: Setzen Sie CDP-Lösungen in Ihrem Unternehmen ein?



Q22: Für welche Zwecke setzen Sie CDP-Lösungen ein?



Q23: Wie lange arbeiten Sie im Marketing/IT Bereich?





ACXIOM