



”

Als größter privater Nachrichtenvermarkter haben wir ein Premium-Contentumfeld, in dem wir sehr gezielt ausspielen können.

Karina Wundsam

Geschäftsstellenleiterin und Prokuristin austriacom/plus

“

Cookieless? Na und?

Karina Wundsam, austriacom/plus, im Interview über das Thema Age of Collaboration & User-Centricity und eine Zukunft ohne Third Party Cookies.

Daten sind das Gold, wenn es um das Thema Marketing und Kundenansprache geht. Die Digitalisierung hat dem ganzen Thema aber erst den richtigen Boost verliehen. Hier spielt die austriacom/plus als Österreichs führender Premiumvermarkter mit einer nationalen Reichweite von rund zehn Mio. Unique Clients pro Monat eine wesentliche Rolle. Zum

Vermarktungsportfolio zählen unter anderem VOL.at, Vienna.at, wienerzeitung.at, noen.at, bvz.at, Online-Medien der Salzburger Nachrichten und Oberösterreichischen Nachrichten und der AT-Traffic von zeit.de, wirtschaftswoche.de, handelsblatt.com, sueddeutsche.de und nzz.ch.

Im Interview gibt Karina Wundsam, Geschäftsstellenleiterin und Prokuristin, einen

Überblick zum viel diskutierten Thema „Die Zukunft ohne Third Party Cookies“, wie die Alternativen aussehen und was ihr Unternehmen hier für Kunden als Lösung anbieten kann.

medianet: *Frau Wundsam, die DSGVO und deren Folgen haben viel Bewegung beim Thema Tracking, Targeting & Co gebracht, und es gab viel Innovation. Braucht es Third Party Cookies*

für die Zukunft des datengetriebenen Marketings? Welche Alternativen gibt es und was ist überhaupt am Markt verfügbar?
Karina Wundsam: Als größter privater Nachrichtenvermarkter haben wir ein Premium-Contentumfeld, in dem wir sehr gezielt ausspielen können. Regionale Nachrichtenportale bieten aus ihrer Natur heraus exzellente Targetingmöglichkeiten, bei denen Third Party Data nicht zwin-