Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

13.10. 2020

Cookies sollen abgeschafft werden. Ein echtes Dilemma für die Marketing-Branche

Von PPS



Bild Rechte
uhoo GmbH

Schweizer Erfindergeist bietet neue Lösung
Wie das StartUp Uhoo Cookies ablöst

(Zürich)(PPS) **Cookies sollen abgeschafft werden. Ein echtes Dilemma für die Marketing-Branche, denn eine echte Alternative gibt es nicht – bis jetzt. Die Lösung liefert nun das Schweizer StartUp Uhoo. Es setzt auf Big Data und künstliche Intelligenz und verwendet ausschliesslich öffentlich zugängliche Daten. Ganz ohne den Einsatz von Cookies können so Daten noch genauer als zuvor und anonymisiert ausgewertet werden.**

Man stelle sich vor, man hat was zu verkaufen. Zum Beispiel Sportschuhe. Dafür muss man wissen, wer wann wo Sportschuhe benötigt. Also seine Zielgruppe kennen. Und wie ermittelte man diese Sportschuh-Zielgruppe bisher am besten? Klar, mit Cookies. Sie müssen vom User inzwischen nahezu auf jeder Website akzeptiert werden. Das soll sich bald ändern.

“Wir sehen was, was du nicht siehst”

Nun dürfte mittlerweile bekannt sein, dass Cookies – momentan die wichtigsten Daten-Tools für Marketing-Zwecke – abgeschafft werden sollen. Zwar erklären Firmen wie Google, dass man “nicht das Marketing-Geschäft an und für sich gefährden wolle”, aber eine echte Alternative zu Cookies gibt es allerdings bis jetzt nicht.

Die Lösung kommt nun von einem Schweizer StartUp. Uhoo setzt auf Big Data und künstliche Intelligenz statt auf Cookies. Dank eines virtuellen Netzes über die gesamte Schweiz kann haargenau ermittelt werden, wer wo wohnt und arbeitet, was in einer Gemeinde gewählt wird und wie viele Supermärkte, die Sportschuhe verkaufen, sich dort befinden. Diese Uhoo-Daten werden in einem Verfahren entwickelt, welches in der Zusammenarbeit mit dem HSG-Spinoff Novalytica entwickelt wurde. Unter dem Motto “Wir sehen was, was du nicht siehst” liefert Uhoo ein benutzerfreundliches, leicht zugängliches Daten-Tool, welches dank GPS-Targeting zielgenau Aussagen über Standort und Präferenzen einer Region machen kann. “Die Schweiz braucht eine Lösung, die auf hiesigen Daten beruht. Ansonsten wird die Schweizer Werbewelt die nächsten Jahre Schwierigkeiten haben, akkurat und effizient Werbekampagnen zu distributionieren”, sagt Christoph Maag, Head of Sales von Uhoo.

So genau und sicher wie nie zuvor

Nun sind Daten eine sensible Angelegenheit. Natürlich hält sich Uhoo ans Schweizer Datenschutzgesetz. Schweizer Daten, unter anderem von Bund und Kantonen, wurden per künstlicher Intelligenz so genau wie nie zuvor ausgewertet – selbstverständlich anonymisiert. Dank Know-how und spezifischen Algorithmen können Kampagnen genau dann und dort gespielt werden, wo sie von echten Menschen gesehen werden.

So kommen die Sportschuhe auch ohne Cookies zu ihrer Zielgruppe. Und das allseits unbeliebte Häkchen muss beim Internetsurfen nicht mehr gesetzt werden.

Über die Organisation:

Über Uhoo:
Das StartUp bietet Schweizer Qualität und lokale Ansprechpartner, egal, ob es um

Daten, Umsetzung oder Service geht. Uhoo bietet dank Big Data, künstlicher Intelligenz und GPS-Tracking eine echte, sehr genaue Alternative zu Cookies in der Schweiz. Die Werbung wird dort geschaltet, wo sie von echten Menschen gesehen wird, die Zielgruppe da erreicht, wo sie sich befindet. Ausgesucht wird entweder aus einem der 17 bestehenden Zielgruppen-Pools – von Tourismus über Familie bis zu Nachhaltigkeit – oder die Kampagne wird ganz nach Bedürfnis massgeschneidert.
www.uhoo.ch

Pressekontakt:

uhoo GmbH
Stauffacherstrasse 96
8004 Zürich

Tel.: +41791033010
E-Mail: team @ uhoo.ch

Ferris Bühler Communications GmbH
Stadtturmstrasse 8
CH-5400 Baden, Switzerland
Tel. +41 56 209 15 15
Direct +41 56 544 61 65
christine @ ferrisbuehler.com

Kategorie
IT & Software & Neue Medien

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/cookies-sollen-abgeschafft-werden-ein-echtes-dilemma-fuer-die-marketing-branche*