



Trakken GmbH
Zirkusweg 1
20359 Hamburg

Tel.: +49 (40) 284 53 67 00
Fax.: +49 (40) 284 53 67 99

Trakken GmbH • Zirkusweg 1 • 20359 Hamburg

Freigegeben zur sofortigen Veröffentlichung

L'Oréal: Consent Mode führt zur Steigerung der Conversions von bis zu 20 Prozent

Hamburg, 10. März 2025 – Im März 2024 war es soweit: Der Digital Markets Act (DMA) der EU trat in Kraft. Um Dienste wie beispielsweise Google Analytics weiter datenschutzkonform nutzen zu können, sind Werbungtreibende seitdem verpflichtet, ihre Website-Tags entsprechend dem Einwilligungstatus (Consent Mode) der Nutzer:innen anzupassen. Konkret heisst das: über den Mechanismus – dem Consent Mode – teilen Nutzer:innen Google mit, ob und wenn ja welche Art der Nutzung (Essential, Measurement, Personalization, Advertising) von Cookies sie zugestimmt haben. Entsprechend passt Google seine Tracking-Tools an. Der Erfolg kann sich sehen lassen. Seit der Implementierung des Consent Modes sind die Conversions auf den Webseiten für die Marken „SkinCeuticals“ und „L'Oréal Paris“ um 17 bzw. 20 Prozent gestiegen.

Ein Spannungsfeld für Werbungtreibende – auch für L'Oréal, der weltweit führende Anbieter von Schönheitsprodukten. Die zentrale Herausforderung lautet: Wie können vor den regulatorischen Änderungen die relevanten Verbraucher:innen und Zielgruppen weiterhin auf den Webseiten identifiziert und priorisiert werden? Und darauf aufbauend, wie können sie auch künftig erreicht und personalisiert angesprochen werden? Ebenfalls entscheidend: Wie werden die Conversions auf den Webseiten auch in Zukunft zuverlässig getrackt? Ziel von L'Oréal ist es, unter der strikten Einhaltung aller Datenschutzvorgaben, eine exakte Conversion Messung vorzunehmen.

TRKKN, einer der führenden Google Marketing Platform Sales Partner und Google Cloud Premier Partner, stand genau vor dieser Herausforderung – und das für seinen Kunden L'Oréal. Das zur Omnicom Media Group gehörende Unternehmen übernahm dabei die fachliche Leitung und Beratung in der DACH-Region. Ziel war es, eine Lösung zu implementieren und auszurollen, die den Schutz der Privatsphäre der Nutzer:innen priorisiert und gleichzeitig präzises Conversion-Tracking ermöglicht – konkret für die Webseiten der Verbrauchermarken „L'Oréal Paris“ und „SkinCeuticals“ in der DACH-Region.

Um sowohl die regulatorischen Vorgaben des DMA als auch die Datenschutzerfordernungen zu erfüllen, setzt TRKKN auf den Google Consent Mode v2 im Basismodus. Dieser stellt sicher, dass bei ausbleibender Zustimmung der Nutzer:innen weder personenbezogene Daten erfasst noch Cookie-freie Pings an Google gesendet werden. Außerdem erfolgt die Datennutzung ausschließlich auf Grundlage der bestehenden Datenbestände von L'Oréal. Ohne Einwilligung ist die Datenverarbeitung somit deutlich eingeschränkt. Mittels des Consent Mode wird die weitere Datenverarbeitung dann automatisch und dynamisch an den Grad der Nutzerzustimmung angepasst. Um die Conversion Gap bei denjenigen zu schließen, die keinen Consent gegeben haben, setzt Google auf KI-gestützte Funktionen. Hierbei nutzt Google Machine-Learning-Modelle, um Conversion Lücken zu modellieren – basierend auf den Daten von Nutzer:innen, die ihre

Bankname: HSBC Trinkaus & Burkhardt
IBAN: DE46300308800013424004
BIC/SWIFT: TUBDDE33XXX

Amtsgericht Hamburg
HRB 104862
Firmensitz: Hamburg
USt-ID-Nr: DE260040919

Geschäftsführung:
Max Deitmer
Hannes Carl Meyer
Axel Jonuschies
Paul Remitz

Zustimmung gegeben haben. So erhalten Werbetreibende wertvolle Einblicke und können fundiertere Entscheidungen treffen – selbst wenn nicht alle Nutzer:innen das Tracking erlauben. Kurz gesagt: Googles AI hilft, das Beste aus einer unvollständigen Datenlage herauszuholen.

„Durch die Implementierung des Einwilligungsmodus haben wir die Effizienz unseres digitalen Marketings weiter steigern und effizienter machen“, so Franziska Eickhoff, Chief Data and Analytics Officer von L'Oréal DACH.

„Mithilfe des Google Consent Mode können Werbungtreibende und Website-Betreiber:innen ihre Datenstrategie neu justieren. Durch die Einwilligungspflicht haben die Nutzer:innen mehr Kontrolle über ihre Daten und Unternehmen eine zukunftssichere und rechtssichere Lösung. Wie unser L'Oréal-Case zeigt, profitieren in diesem einwilligungsbasierten System Nutzer:innen wie auch Unternehmen bzw. ihre Webseiten.“, ergänzt Max Deitmer, CEO TRKKN EMEA.

Über TRKKN:

TRKKN ist einer der führenden Google Marketing Platform Sales Partner und Google Cloud Premier Partner. Als Technologiepartner für Analytics, Marketing, Cloud & UX operiert TRKKN von 30 Standorten in EMEA, APAC, Nordamerika und LATAM aus. TRKKN wurde 2008 gegründet, 2015 von der Omnicom Media Group übernommen und von Paul Remitz (CEO der Omnicom Media Group Germany GmbH) global ausgerollt. Mit seinem interdisziplinären Team aus zertifizierten Expert:innen aus den Bereichen Digital Analytics, Conversion Optimization, Ad Tech, Advanced Analytics & AI, Cloud Engineering sowie Tech & Data Strategy bietet TRKKN Beratung und Full-Service-Unterstützung für Kund:innen bei allen datengetriebenen Marketing-Herausforderungen rund um den Google Tech Stack.

TRKKN berät namhafte nationale und internationale Kund:innen aus allen Branchen. TRKKN hat es sich zur Aufgabe gemacht, seine Kund:innen mit integrierten Analytics-, Marketing-, Cloud- & UX-Lösungen zu mehr digitaler Reife im sich entwickelnden datenzentrierten Ökosystem zu befähigen.

Über L'Oréal

Seit 115 Jahren hat sich L'Oréal, der weltweit führende Anbieter von Schönheitsprodukten, einem einzigen Ziel verschrieben: die Schönheitswünsche von Verbraucher:innen auf der ganzen Welt zu erfüllen. Unser Ziel, Schönheit zu kreieren, die die Welt bewegt, definiert unsere Herangehensweise an Schönheit als essentiell, inklusiv, ethisch, großzügig und der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit verpflichtet. Mit unserem breit gefächerten Portfolio von 37

internationalen Marken und den ehrgeizigen Nachhaltigkeitsverpflichtungen unseres Programms L'Oréal for the Future bieten wir allen Menschen weltweit das Beste in Bezug auf Qualität, Wirksamkeit, Sicherheit, Aufrichtigkeit und Verantwortung, indem wir die Schönheit in ihrer unendlichen Vielfalt feiern.

Mit mehr als 90.000 engagierten Mitarbeiter:innen, einer ausgewogenen geografischen Präsenz und Verkäufen über alle Vertriebskanäle (E-Commerce, Massenmarkt, Kaufhäuser, Apotheken, Parfümerien, Friseursalons, Marken- und Reiseeinzelhandel) hinweg, hat die Gruppe im Jahr 2023 einen Umsatz von 41,18 Milliarden Euro erwirtschaftet. Mit 20 Forschungszentren in 11 Ländern weltweit und einem engagierten Forschungs- und Innovationsteam von über 4.000 Wissenschaftler:innen und 6.400 digitalen Talenten arbeitet L'Oréal daran, die Zukunft der Schönheit aktiv mitzugestalten und ein Beauty Tech Powerhouse zu werden.

Auch in Deutschland ist L'Oréal Kosmetikmarktführer. Die Gruppe ist hierzulande an vier Standorten vertreten, darunter mit einer Fabrik in Karlsruhe. In Deutschland, Österreich und der Schweiz beschäftigt L'Oréal rund 3.000 Mitarbeiter:innen.

Weitere Informationen: <https://mediaroom.loreal.com/>

Für weitere Informationen und Rückfragen:

Sonja Tabatabai

Mobil: +49 174 7641449

Email: Sonja.Tabatabai@omnicommediagroup.com

Omnicom Media Group Germany

Group Manager Corporate Communications