

SPERRVERMERK:
Freigegeben ab Montag,
den 11.11.2013



Pressemitteilung

Nutzungsbasierte Online-Werbung

Umsetzung der Selbstregulierungsvorgaben von unabhängiger Seite bestätigt

- EDAA Trust Seal an erste Unternehmen verliehen
- Selbstregulierung nutzungsbasierter Online-Werbung vollzieht erfolgreich nächste Ausbaustufe

BERLIN, 11. November 2013 – Am heutigen Tag hat die European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA) die ersten Gütesiegel „EDAA Trust Seal“ an Unternehmen verliehen, die sich der europäischen Selbstregulierung für nutzungs-basierte Online-Werbung unterworfen haben. Das EDAA Trust Seal wird zentral verliehen, wenn Unternehmen nutzungs-basierte Online-Werbung in Übereinstimmung mit den selbstregulativen Standards des European Online Behavioral Advertising Frameworks („FW OBA“) betreiben – und dies durch eine umfassende Überprüfung durch unabhängige Zertifizierer belegt ist. Der Deutsche Datenschutzrat Online-Werbung (DDOW) als deutsche Kontroll- und Beschwerdeinstanz der europäischen OBA-Selbstregulierung erhält damit ein zusätzliches Instrument zur Überprüfung der Einhaltung in Deutschland. Für Werbetreibende wie Nutzer ist dies eine weitere Erhöhung der Transparenz bei der Nutzung von Daten und ergänzt die vorhandene Kennzeichnung nutzungs-basierter Online-Werbung sowie das industrieweit einheitliche Steuerungsinstrument unter youronlinechoices.eu.

Zu den ersten Unternehmen, die das „EDAA Trust Seal“ erhalten, zählen: Kupona, Next Audience, nugg.ad, OMS, Rocket Fuel, Serviceplan und United Internet Media. Die Zertifizierung vorgenommen hat die ePrivacyconsult GmbH (Hamburg), die bei der EDAA als ein unabhängiger Zertifizierer für das FW OBA akkreditiert ist.

„Wir begrüßen es sehr, dass die zentrale Koordinierungsinstanz für die freiwillige Selbstregulierung von nutzungs-basierter Online-Werbung in Europa das Zertifizierungsprogramm erfolgreich auf den Weg gebracht hat. Die verliehenen Zertifikate belegen valide die Einhaltung der über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehenden Selbstregulierungsstandards in der Praxis durch die Unternehmen. Damit steht ein weiteres effektives Mittel zur Verwirklichung der Ziele der Selbstregulierung zur Verfügung“, bemerkt Dr. Bernd Nauen, Geschäftsführer des Zentralverbands der deutschen Werbewirtschaft (ZAW), unter dessen Dach der Deutsche Datenschutzrat Online-Werbung (DDOW) die Koordinierung und Überwachung der Selbstregulierung in Deutschland übernommen hat.

Nach diesen ersten erfolgreichen Zertifizierungen werden bald weitere folgen. Das Selbstregulierungsprogramm ist eine umfassende europäische Initiative der digitalen Werbewirtschaft. Europaweit haben mehr als 200 Unternehmen die Verhaltensregeln unterzeichnet, wozu auch die Überprüfung ihrer Einhaltung durch unabhängige Dritte gehört. „Die erfolgreiche Zertifizierung verdeutlicht, dass die Erhebung und Nutzung von Daten durch die

digitale Werbewirtschaft und ein Höchstmaß an Datenschutz in der Praxis harmonisiert werden können“, erläutert Thomas Schauf, Leiter Europa und Internationales beim BVDW und Leiter der AG Implementierung des DDOW. „Zugleich können Werbetreibende hierüber ihre Marktpartner verlässlich einschätzen – ein effektiver, wettbewerbsorientierter Ansatz, der dadurch verstärkt wird, dass die Überprüfung turnusmäßig erfolgt und der DDOW darauf hinwirken kann, das Zertifikat bei Verfehlungen zu entziehen“, so Schauf weiter.

Zweck der Selbstregulierung für nutzungsbasierte Online-Werbung ist es, die Transparenz in Bezug auf die Datenerhebung und -verarbeitung zu stärken, den Verbrauchern nachvollziehbare Informationen hierüber zu geben und sie auf dieser Basis dazu anzuhalten, ihre informationelle Selbstbestimmung wahrzunehmen. Die zentrale Einrichtung hierfür ist der europäische Präferenzmanager für Cookies unter www.youronlinechoices.com/de/, mit dem Verbraucher nutzungsbasierte Online-Werbung bzw. die dazu erforderliche Datenerhebung und -verarbeitung leicht und nachhaltig steuern können.

Über den DDOW: Der DDOW (www.ddow.de) ist die freiwillige Selbstkontrollereinrichtung der digitalen Werbewirtschaft für nutzungsbasierte Online-Werbung in Deutschland. Er ist eine Institution der 41 vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW vertretenen Organisationen der Werbewirtschaft in Deutschland. Der DDOW wird von allen relevanten Marktteilnehmern anerkannt: Werbende Unternehmen, Websitebetreiber (Publisher), Online-Media-Agenturen und Unternehmen, die die Technologie für OBA zur Verfügung stellen (OBA-Dienstleister). Die folgenden Organisationen sind Träger des DDOW:



Anlagen

Logo DDOW

Logo EDAA Trust Seal

Piktogramm

Kontakt DDOW / ZAW

Matthias Wahl, Sprecher DDOW

E-Mail: presse@ddow.de

Thomas Schauf, Leiter AG Implementierung DDOW

E-Mail: technik@ddow.de

Dr. Bernd Nauen, Geschäftsführer ZAW

E-Mail: ddow@ddow.de