



## Pressemitteilung

### **Nutzungsbasierte Online-Werbung**

## **Selbstregulierung der Online-Werbewirtschaft durch Koalitionsvertrag gestärkt**

### **DDOW sieht wichtige Eckpfeiler einer modernen Datenpolitik verankert**

**Berlin, 28. November 2013. Der Deutsche Datenschutzrat Online-Werbung (DDOW) wird als freiwillige Selbstkontrolleinrichtung der digitalen Werbewirtschaft durch den Koalitionsvertrag ausdrücklich gestärkt. Gleichzeitig trägt das Papier an vielen Stellen einer nachhaltigen Datenpolitik Rechnung und sieht vor, Methoden zur Anonymisierung, Pseudonymisierung und Datensparsamkeit europaweit zu verbindlichen Regelwerken auszubauen.**

„Im Bereich Online-Werbung unterstützen wir die Selbstregulierungsansätze der Branche“, heißt es im Koalitionsvertrag. „Damit erfährt der DDOW mit seiner freiwilligen Selbstkontrolle der digitalen Werbewirtschaft eine sehr erfreuliche Anerkennung“, begrüßt Matthias Wahl, Sprecher des DDOW, das politische Signal.

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 zu befähigen, ihre informationelle Selbstbestimmung wirksam wahrzunehmen. Die zentrale Einrichtung hierfür ist der europäische Präferenzmanager für Cookies unter [www.youronlinechoices.com/de/](http://www.youronlinechoices.com/de/), mit dem Verbraucher nutzungsbasierte Online-Werbung bzw. die dazu erforderliche Datenerhebung und -verarbeitung leicht und nachhaltig steuern können. Der DDOW steht für die Nutzer in Deutschland zudem als die Beschwerdestelle zur Verfügung und betreibt ein aktives Konfliktmanagement. Eine inhaltliche Weiterentwicklung sichert zudem die marktnahe und für Nutzer relevante Ausgestaltung der Selbstregulierung.

Die durch den DDOW initiierte Stärkung der informationellen Selbstbestimmung im Netz hat damit nach der Europäischen Kommission (Generaldirektion Kommunikationsnetze, Inhalte und Technologien) und der alten Bundesregierung nun auch die Anerkennung der designierten Regierungsfractionen erfahren.

In diesem Kontext hebt der DDOW auch das starke Bekenntnis des Koalitionsvertrags für eine nachhaltige Datenpolitik hervor. Die Tatsache, dass „die Nutzung von Methoden zur Anonymisierung, Pseudonymisierung und Datensparsamkeit zu verbindlichen Regelwerken werden“ sollen, gibt die Richtung der möglichen neuen Bundesregierung für den Datenschutz im Netz vor. „Wir begrüßen als DDOW, dass dieser aus dem deutschen Recht bekannte Ansatz für die Verhandlungen einer europäischen Datenschutzgrundverordnung aufgegriffen werden soll. Die Schutzinteressen der Nutzer und die Interessen der Unternehmen können so praktisch harmonisiert werden“, so Wahl weiter.

**Über den DDOW:** Der DDOW ([www.ddow.de](http://www.ddow.de)) ist eine Institution der 41 vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft ZAW vertretenen Organisationen der Werbewirtschaft in Deutschland. Der DDOW wird von allen relevanten Marktbeteiligten - den Unternehmen der digitalen Werbewirtschaft - anerkannt: Werbende Unternehmen, Webseitenbetreiber (Publisher), Online-Media-Agenturen, und die Unternehmen, die die Technologie für OBA zur Verfügung stellen (OBA-Dienstleister). Die folgenden Organisationen sind Träger des DDOW:



### Anlagen (Bildmaterial)

Logo DDOW

Piktogramm

### Weitergehende Informationen zur Kampagne (FAQs)

#### Kontakt DDOW / ZAW

Matthias Wahl, Sprecher DDOW

E-Mail: [presse@ddow.de](mailto:presse@ddow.de)

Thomas Schauf, Leiter AG Implementierung DDOW

E-Mail: [technik@ddow.de](mailto:technik@ddow.de)

Dr. Bernd Nauen, Geschäftsführer ZAW

E-Mail: [ddow@ddow.de](mailto:ddow@ddow.de)