AmCham Austria
American Chamber of Commerce in Austria

Datenschutz darf nicht zur Wirtschaftsbremse werden â€“ BILD

ID: LCG16020 | 22.01.2016 | Kunde: AmCham -American Chamber of Commerce | Ressort: Wirtschaft Ausland | Medieninformation

Beim Business Breakfast der American Chamber of Commerce in Austria (AmCham) gab IAB-Vizepräsident André Eckert einen Ausblick auf die Datenschutzregulierungen, die aktuell in Brüssel diskutiert werden.

Fotos aufhttp:// presse.leisuregroup.at/ amcham/ eckert_20160122

Wien (LCG) – Enge Parallelen zwischen dem Internet Advertising Bureau (IAB) und der American Chamber of Commerce (AmCham) zog IAB-Vizepräsident und Russmedia Digital-Geschäftsführer **André Eckert** am Freitag bei seiner Keynote auf Einladung von AmCham Austria-Präsident **Norbert B. Lessing** vor den Mitgliedern der US-Handelskammer im Hilton Vienna Plaza. Beide Organisationen setzen sich für prosperierende Beziehungen zwischen den Vereinigten Staaten und Europa ein. Während die Agenda der AmCham Austria derzeit stark vom transatlantischen Handelsabkommen TTIP geprägt ist, befasst sich der IAB als Gattungsinitiative derzeit intensiv mit den neuen Datenschutzrichtlinien der Europäischen Union, die künftig in Kraft treten werden.

„Nur wer sich rechtzeitig informiert, kann bei der politischen Entscheidung Einfluss nehmen und die Rahmenbedingungen für den Onlinemarkt aktiv mitgestalten", unterstreicht Eckert. Mit einem Volumen von 35 Milliarden Euro in Europa ist der Online-Werbemarkt ein relevanter Wirtschaftsfaktor, der Arbeitsplätze und Wirtschaftswachstum schafft.

Cookies sind keine Geschmacksverderber

Der gesamte Werbemarkt ist Daten getrieben, wobei Cookies die Basis darstellen, um Werbung an die gewünschte Zielgruppe auszuspielen und damit effizient zu kommunizieren. Auch die wissenschaftliche Forschung profitiert von Cookies, um die Lebensgewohnheiten der Menschen zu analysieren. Das Werbegeschäft der Zukunft ist durch Real Time Bidding (RTB) gekennzeichnet, bei dem Maschinen miteinander kommunizieren und Gebote abgeben, um die gewünschten User zu erreichen. In Großbritannien macht dieses Auktionsgeschäft bereits 50 Prozent der digitalen Werbeumsätze aus, während es in Österreich noch in den Kinderschuhen steckt.

User müssen Cookies jedoch durch die Datenschutzrichtlinien zustimmen. Website-Betreiber sind verpflichtet, sich diese Zustimmung einzuholen und riskieren andernfalls hohe Strafen. Die momentane Rechtslage lässt befürchten, dass diese Zustimmung bei jedem Besuch einer Website eingeholt werden muss. Für Minderjährige wäre theoretisch eine Zustimmung der Erziehungsberechtigten erforderlich, was sich in der Praxis jedoch kaum realisieren lässt.

Rechtliche Rahmenbedingungen dürfen Informationsfreiheit nicht einschränken

„Die Unternehmen müssen jetzt aufzeigen, damit die Gesetzgebung keinen wirtschaftlichen Nachteil für den europäischen Markt im globalen Wettbewerb darstellt", mahnt Eckert und unterstreicht, dass der IAB sich aktiv auf nationaler und europäischer Ebene für eine praxistaugliche Regulierung einsetzen wird.

Wenn Menschen künftig Werbung im Internet ablehnen können, stellt dies das Ende der kostenlosen Informationskultur im Netz dar. „Demokratiepolitisch ist es gefährlich, wenn die freie Informationskultur durch wirtschaftliche Zwänge eingeschränkt wird", betont Eckert. Auch das Recht auf Vergessen stellt Medieninhaber vor große Herausforderungen. Die EU sieht Strafen von vier Prozent des Jahresumsatzes bei Vergehen vor, die gerade für kleinere Anbieter existenzgefährdend werden können.

„Aus den Verhandlungen darf kein Wettbewerbsnachteil für Europa entstehen, der noch mehr Wertschöpfung an die Big Five im Silicon Valley abwandern lässt", so Eckert abschießend.

Wirtschaftsbosse informieren sich über die Zukunft des digitalen Werbemarkts

Auf Einladung von AmCham Austria-Präsident und Hilton Country General Manager **Norbert B. Lessing** diskutierten beim Business Breakfast unter anderem Schoellerbank-Vorstand **Franz Witt-Dörring** , Jurist**Robin Lumsden** , Generalssekretärin **Daniela Homan** , Hoteldirektor **Matthias Welzel** (Hilton Vienna Plaza), **Wilfried Krammer** (Deloitte Austria),**Tanja Lahaye** (Manpower), Unternehmer **Charles Lafond** ,**Julia Gumhalter** (Kühne + Nagel) und **Andrea Seyfried** (Vienna Region Marketing) über die Zukunft der Online-Werbung.

Über AmCham Austria

AmCham Austria setzt sich für den Ausbau und die Verstärkung der Handels-und Wirtschaftsbeziehungen zwischen Österreich und den USA ein und spielt dabei eine Doppelrolle. Zum einen übernimmt AmCham Austria die Aufgaben einer aktiven Interessensvertretung von US-Unternehmen mit Niederlassungen in Österreich sowie österreichischen Unternehmen mit wirtschaftlichen Geschäftsbeziehungen und Interessen in den USA. Zum anderen fördert die Kammer neue Geschäftsverbindungen amerikanischer Unternehmen in Österreich und umgekehrt. Weitere Informationen auf http:// www.amcham.at .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf http:// www.leisure.at. (Schluss)