



## Online-Vermarkterkreis zum Privacy Shield: Wichtiger Schritt für den Medienstandort darf nicht zur Bürokratie Falle werden – BILD

ID: LCG20261 | 21.07.2020 | Kunde: iab.austria - interactive advertising bureau | Ressort: Medien – Österreich | Medieninformation

### Online-Vermarkterkreis begrüßt Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs, warnt aber vor Wildwuchs der Bürokratie. Digital- und Medienstandort braucht Rechtssicherheit.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © AboutMedia

Wien (LCG) – Während sich österreichische und europäische Medienanbieter und Vermarkter verantwortungsbewusst an die strikten Auflagen der EU-Datenschutzgrundverordnung halten, genossen US-Digitalgiganten wie Facebook durch das „Privacy Shield“ eine Sonderstellung. Es ließ die Übertragung europäischer Daten in die Vereinigten Staaten zu, wo gesetzlich kein vergleichbarer Datenschutz vorgesehen ist.

„Die Europäische Union bietet mit der Datenschutzgrundverordnung klare Rahmenbedingungen, die für alle Anbieter gelten müssen. Das Ende des ‚Privacy Shields‘ ist ein richtiger Schritt, um Wettbewerbsgleichheit und -fairness zu schaffen. Für Facebook und Co. müssen die gleichen Spielregeln wie für alle anderen Medienanbieter gelten“, betont **Eugen Schmidt** (AboutMedia), Leiter des Online-Vermarkterkreises in der größten Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft.

**Österreichische Medien und Vermarkter brauchen Rechtssicherheit**

Während die Entscheidung des EuGH aus Mediensicht absolut richtig und begrüßenswert ist, warnt der Online-Vermarkterkreis vor neuen bürokratischen Hürden, die österreichischen und europäischen Unternehmen nun drohen. Es dürfe nicht sein, dass für den Einsatz gängiger Software wie beispielsweise der Werbetechnologie von Amazon oder Google AdManager nun die Unternehmer in die Pflicht genommen werden und hohe Summen in juristischen Beratungsaufwand für neue Vereinbarungen mit ihren Kunden investieren müssen. Das betrifft nahezu den gesamten Medienbereich und die Digitalwirtschaft, die aufgrund der Vormachtstellung der US-Digitalgiganten großteils mit deren Produkten arbeitet.

Wie stark Google AdManager in Österreich verbreitet ist, zeigt der kürzlich veröffentlichte **Ad-Stack** des Online-Vermarkterkreises.

„Die Europäische Union ist gefordert, mit den Vereinigten Staaten eine Lösung zu erarbeiten, die zu keiner Mehrbelastung europäischer und österreichischer Unternehmen, insbesondere Klein- und Mittelunternehmen, führt. Datenschutz ist ein hohes Gut, das die Europäische Union jetzt mit Weitsicht verteidigen muss, ohne den Digitalstandort zu schwächen. Der rechtliche Disput zwischen der EU und den USA darf nicht zum Hemmschuh für die heimische Werbewirtschaft werden“, sagt Schmidt abschließend.

## Über den Online-Vermarkterkreis

Der Online-Vermarkterkreis Austria (OVK Austria) ist die Interessenvertretung der österreichischen Digitalvermarkter und -Publisher im Rahmen des iab austria. Sein Zweck ist die nachhaltige und wirtschaftliche Entwicklung des digitalen Werbemarktes in Österreich. Die obersten Ziele sind die Initiierung und Durchführung von Maßnahmen sowie deren Kommunikation im Bereich Markttransparenz, Werbequalität, Planungseffizienz, Standardisierung von Werbeformaten, mit dem Augenmerk auf stetig veränderte und wachsende Anforderungen für

Vermarkter – jedoch abgestimmt mit den Bedürfnissen von Werbetreibenden. Darüber hinaus engagiert sich der OVK auch in nationalen und internationalen Gremien für die Weiterentwicklung der Branche. Leiter des OVK im iab austria ist **Eugen Schmidt**, Geschäftsführer von AboutMedia. Teilnehmer am OVK Austria sind **Michael Buchbinder** (ProSiebenSat.1 PULS 4), **Pierre Greber** (styria digital one), **Hannes König** (Shpock), **Alexander Leitner** (Goldbach Austria), **Bernd Platzer** (Purpur Media), **Maximilian Pruscha** (YOC), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Christopher Sima** (Krone Multimedia). Weitere Informationen auf <https://www.iab-austria.at/iab-austria/arbeitsgruppen/onlinevermarkterkreis-ovk>.

## Über das interactive advertising bureau austria (iab austria)

In der Österreich-Sektion des interactive advertising bureau haben sich über 200 führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert. Sie setzen Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs. Durch die Vielfalt der Mitglieder aus allen Bereichen der Digitalwirtschaft, ist der ganzheitliche Blick auf die für die Branche relevanten Themen gewährleistet. Das iab austria ist in ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Weitere Informationen auf <https://www.iab-austria.at>.

### +++ BILDMATERIAL +++

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

