



## **iab.austria schafft mit neuer Kampagne Aufmerksamkeit für Mehrwert von Daten für das Allgemeinwohl – BILD**

ID: LCG25002 | 06.01.2025 | Kunde: iab.austria -interactive advertising bureau | Ressort: Wirtschaft – Österreich | Medieninformation

**Mit dem Claim „Wir haben Deine Daten“ lenken iab.austria und IAB Switzerland die Aufmerksamkeit auf die Relevanz von Daten für Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © iab.austria / Katharina Schiffel

Wien (LCG) – Nicht erst seit Einführung der überbordenden EU-Datenschutzgrundverordnung ist die Skepsis gegenüber der Nutzung von Daten in Österreich besonders ausgeprägt. In der öffentlich verkürzt geführten Diskussion wird allzu oft vor „Datenkraken“ gewarnt und wenig Unterschied zwischen der sicheren Nutzung anonymisierter Daten und ihrer missbräuchlichen Verwendung gemacht. Gemeinhin wird die Verarbeitung von Daten gerne als „böse“ dargestellt und Horrorbilder des gläsernen Konsumenten im totalitären Überwachungsstaat an die Wand gemalt. Häufig wird in der zugespitzten Debatte darauf vergessen, dass Daten die Rohstoffe des Wirtschaftswachstums sind, für Forschung und Entwicklung unabdingbar sind und die Basis von Services darstellen, die der Allgemeinheit zugutekommen.

Zuverlässige Verkehrsprognosen in Navigationssystemen wären ohne anonymisierte Big Data ebenso wenig möglich wie Wettervorhersagen oder wegweisende wissenschaftliche Leistungen – beispielsweise in der Krebsforschung. Eine bürgernahe öffentliche Verwaltung wäre ohne Daten ebenso wenig möglich wie eine Vielzahl von Services, die jeder Smartphone-Nutzer täglich mehrmals für sich meist kostenfrei in Anspruch nimmt. Auch fundierter Journalismus setzt verstärkt auf Daten, um seriöse Berichterstattung zu liefern

und damit den demokratischen Diskurs zu fördern. Der Umgang mit Daten wird wesentlich über die Entwicklung des Wirtschaftsstandorts entscheiden. Populistisch propagierter Daten-Protektionismus ist ein riskantes Spiel, das Wettbewerbsfähigkeit und Arbeitsplätze gefährdet.

## **Keine Angst vor Daten: Gemeinsame Kampagne im deutschsprachigen Raum**

Nicht nur vor dem Hintergrund politischer Instabilität in Deutschland und Österreich, zunehmenden Populismus und der aktuellen US-Wahlentscheidung startet nun eine breit angelegte Kampagne, die vom iab austria in Zusammenarbeit mit dem Schwesterverband IAB Switzerland sowie der Digitalagentur e-dialog konzipiert wurde. Sie folgt in nationalen Mutationen dem Leitgedanken, Menschen für den Mehrwert von Daten zu sensibilisieren und sie dabei auf den verantwortungsvollen Umgang mit ihren persönlichen Daten aufmerksam zu machen. Die multinationale Kampagne soll eine differenzierte Diskussion über Daten fördern und Konsumenten ermächtigen.

„Daten sind der Rohstoff für Wissenschaft und Wirtschaft. Der verantwortungsvolle und gewinnbringende Einsatz von Daten entscheidet über das Wirtschaftswachstum und die Wettbewerbsfähigkeit. Daten sind für das Individuum ebenso wichtig wie für die Gesellschaft als Ganzes. Wir brauchen eine Diskussion auf breiter Basis und mündige Bürgerinnen und Bürger, die selbst zwischen Angstmache und Euphorie unterscheiden können. Um die Wettbewerbssituation zu verbessern, wird auch auf europäischer Ebene ein neues Denken für den Umgang mit Daten vonnöten sein. Als größte Interessenvertretung der Digitalwirtschaft möchte das iab austria gemeinsam mit seinen deutschsprachigen Schwesterverbänden den Anstoß für eine fruchtbringende,

ausgewogene und zukunftsorientierte Diskussion liefern“, erklärt iab-austria-Geschäftsführerin **Ursula Gastinger** .

## Datapositivity-Kampagne erklärt Mehrwert von Daten anhand konkreter Beispiele

Mit dem provokanten Weckruf-Claim „Wir haben Deine Daten“ ziehen die Sujets die Aufmerksamkeit der User auf sich. Sie lösen in den Themenbereichen Verkehr, Finanzen, Gesundheit und Nachrichten mit fortgesetzten Sätzen „... und bringen Dich sicher nachhause“, „... und liefern die die besten Schnäppchen“, „... und achten auf Deinen Herzrhythmus“ sowie „... und bringen Dir Breaking News“ auf.

Auf den Landing Pages erfahren die User detailliert, was verantwortungsvoll genutzte Daten für sie leisten und wie sie persönlich profitieren. Dabei wird auch gezielt auf aktuelle und künftige Anwendungsmöglichkeiten von Künstlicher Intelligenz eingegangen.

Im Mobilitätsbereich erklärt die Kampagne beispielsweise, wie dieser effizient durch Echtzeitanalysen optimiert und Staus und damit zusätzliche Umweltbelastung vermieden werden können. Ebenso erfahren User, wie Künstliche Intelligenz die Sicherheit im Verkehr steigert, autonomes Fahren ermöglichen kann oder zur Entwicklung innovativer Mobilitätskonzepte beiträgt, bei denen Kosten gespart und das Klima geschützt werden.

Entwickelt wurde das Kampagnenkonzept von der Kreativabteilung der Digitalagentur e-dialog in Zusammenarbeit mit dem iab austria. Auch die wirkungsvollen Werbemittel für Formate wie Display und Digital-Out-of-Home haben die Spezialisten für data-driven Creatives bei e-dialog umgesetzt.

„Aus dem Potenzial von Daten Mehrwert zu schöpfen ist eine zentrale Aufgabe für uns als datengetriebene Agentur. Umso spannender war die Herausforderung für unsere Kreation, dieses Wissen in starke Botschaften zu übersetzen. Jede digitale Kampagne lebt von ihren Creatives – und das Resultat spricht für sich“, ergänzt **Andrea Swift**, CEO von e-dialog.

## Multimediale Unterstützung für Datapositivity-Kampagne

Die Kampagne wird in Österreich von namhaften Medienhäusern und Vermarktern wie unter anderem Audiencz, Content Performance Group, Der Standard, Epamedia, Gewista, Goldbach, Horizont, Infoscreen, IP Österreich, Kleine Zeitung, Krone Multimedia, Kurier, Momentum Wien, OE24, Österreichische Post, ProSiebenSat.1 PULS4, Regionalmedien Austria, Willhaben und XXL Media unterstützt. Die Sujets werden in Digital- und Printmedien sowie Digital-Out-of-Home in den nächsten Wochen zu sehen sein.

Weitere Informationen zur Datapositivity-Kampagne auf [iab-austria.at/wir-haben-deine-daten](http://iab-austria.at/wir-haben-deine-daten)

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

Mit über 200 Mitgliedern aus allen Teilbereichen (Verlagshäuser und Medienunternehmen, Werbetreibende, Agenturen, technische Dienstleister und Start-ups) ist das iab austria die größte unabhängige Interessenvertretung der österreichischen Digitalwirtschaft. Das iab austria entwickelt im Dialog der spezialisierten und vernetzten Arbeitsgruppen mit allen Stakeholdern holistische Sichtweisen und vertritt die Interessen der gesamten Digitalwirtschaft konsensual. Um den Digitalstandort zu stärken, entwickelt das iab austria technische und rechtliche Standards sowie Aus- und Weiterbildungsprogramme, fördert den Wissensaustausch durch Veranstaltungen und Publikationen, veranstaltet mit dem iab webAD den wichtigsten Preis der Digitalwirtschaft und vertritt die politischen

Interessen auf nationaler und europäischer Ebene. Weitere Informationen auf [iab-austria.at](http://iab-austria.at)

**+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at)  
(Schluss)