



PRESSEMITTEILUNG

46. Deutscher Marketing Tag

Login-Allianzen...Goodbye GAFA Monopol?

Der Kampf um die Login-Allianzen hat begonnen: Verimi, Net-ID, aber auch MasterCard, Samsung und Microsoft versuchen, mit konkurrierenden Systemen gegen Google, Amazon, Facebook und Apple und deren Sammel-Zugangsverwaltungen anzukommen

Düsseldorf, den 14. März 2019 – **Bislang wird der digitale Registriermarkt von den Tech-Konzernen Google und Facebook dominiert. Deren Buttons sind auf vielen Websites integriert und locken Neukunden mit einer schnellen und bequemen Registrierung. Wer sich auf einer Plattform registrieren will, egal ob E-Commerce, Nachrichtenportal oder Partnerschaftsvermittlung, kann dafür seinen bestehenden Account bei Google, Amazon und Facebook nutzen.**

Solche virtuellen Zugangsschlüssel sind sehr wertvoll, schließlich baumeln Tausende wertvoller Daten am Bund. Deshalb wollen Unternehmen in Deutschland ein Gegengewicht schaffen. NetID, zu der unter anderem die RTL-Gruppe, ProSiebenSat1, Ströer Digital Media und United Internet gehören, hat so ein System (Walled Garden) gebaut und auch Verimi, die andere deutsche Registrier-Allianz, zu der sich Konzerne wie Allianz, Axel Springer, Daimler, Deutsche Bank, Deutsche Telekom und Lufthansa zusammengefunden haben.



“Plattformen wie Verimi sind für mich ein zentraler Baustein dafür, wie wir in Zukunft das Internet nutzen. Die Plattform bietet den Menschen einfache und sichere Funktionen, um ihre persönlichen Daten bei vielen Partnerunternehmen selbstbestimmt und bequem einsetzen zu können“, sagt Roland Adrian, Geschäftsführer Verimi und einer der Experten der Deep Dive Session Login-Allianzen auf dem 46. Deutschen Marketing Tag am 4. und 5. Dezember 2019 in Düsseldorf.

Die Spielregeln im Internet ändern sich gerade grundlegend. Die Zeit der Cookies läuft ab. Viele Jahre lang wurden im Auftrag der Werbeindustrie sogenannte Cookies auf Rechnern platziert, um so viele Daten wie möglich über die Kunden zu sammeln. Je mehr Daten es über den Kunden gibt, desto genauer kann er eingeschätzt werden. Und umso passgenauer ist die ausgespielte Werbung für den Kunden. Doch die Installierung wurde mit der neuen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und E-Privacy-Verordnung (EPVO) deutlich erschwert.



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

„DSGVO und die EPVO, die einen höheren Datenschutz bringen sollen, geben ausgerechnet den Werbesystemen von Facebook und Google Auftrieb. Denn in ihnen bewegt sich nur derjenige, der zuvor der Speicherung und Verwendung seiner Daten ausdrücklich zugestimmt hat“, sagt Prof. Dr. Ralf E. Strauß, Präsident Deutscher Marketing Verband. Und weiter: „Aus unternehmerischer Sicht liegen die Vorteile der Login-Allianzen auf der Hand: Die digitale Identität des einzelnen Nutzers wird geschützt, dessen sensiblen Daten nicht den EU-Rechtsraum verlassen. Durch den internen Datenaustausch vergrößern die beteiligten Unternehmen das Wissen über die eigenen Kunden und können Werbekampagnen sehr gezielt ausspielen.“

Die Deep Dive Session „Login-Allianzen...Goodbye GAFA-Monopol?“ findet am 4.12.2019 statt. Experten diskutieren intensiv dieses Thema. Fragestellungen werden u.a. sein:

- Wird sich das GAFA-Monopol absehbar weiter ausweiten und durch DSGVO und EPVO sogar noch gefördert?
- Was sind die Auswirkungen der EPVO?
- Was sind die Erfolgsaussichten für deutsche bzw. europäische Login-Datenallianzen?
- Welche Faktoren werden die weitere Entwicklung beeinflussen?

Der Deutsche Marketing Tag

Am 4. und 5. Dezember 2019 findet der 46. Deutsche Marketing Tag in Düsseldorf statt – Das Motto: #MARKETING CENTRICITY fokussiert auf die intelligente und effiziente Kundenansprache durch das Marketing.

Der Deutsche Marketing Tag ist die wichtigste Branchen-Konferenz Europas zum Thema Marketing. Knowledge Transfer und Networking stehen an erster Stelle und ist für Marketers der *place to be*. Im vergangenen Jahr nahmen 1.700 Top Experten an der zweitägigen Konferenz des Deutschen Marketing Verbandes teil: 100 Referenten, 20 Breakout Sessions, Deep Dives, Plenarvorträge, Stand Up-Presentations, Diskussionsrunden und Masterclasses beleuchteten die unterschiedlichen Themenfelder aus unterschiedlichen Branchen und Blickwinkeln.

Anmeldung und weitere Informationen unter www.deutschermarketingtag.de.

Die Marketing Agenda 2019 steht unter folgendem Link zum Download zur Verfügung: <https://www.marketingverband.de/veranstaltungen/deutscher-marketing-tag/46-deutscher-marketing-tag/>

Über den Deutschen Marketing Verband e.V.

Der Deutsche Marketing Verband (DMV) ist der Berufsverband des Marketing-Managements und die Dachorganisation der mehr als 60 Marketing Clubs in Deutschland und der Österreichischen Marke-



DEUTSCHER MARKETING VERBAND

ting-Gesellschaft. Er vertritt die Interessen von über 14.000 Führungskräften aus marketingorientierten Unternehmen. Seit 1956 sorgt der Verband für die Verbreitung des Marketingbewusstseins in Wirtschaft und Gesellschaft und sieht sich als die Institution für praxisnahe Weiterbildung und Know-how-Transfer.

Pressekontakt:

Deutscher Marketing Verband Service GmbH

Willy-Brandt-Allee 31 D

23554 Lübeck

Karin Bollo, Tel.: +49 451 160855 29

E-Mail: presse@marketingverband.de