BDZV Webmeeting

IVW UND TTDSG – WAS VERLAGE JETZT WISSEN UND UMSETZEN MÜSSEN

11. November 2021

AGENDA

15:00 – 15:15	**Rechtliche Herausforderungen** Lars Königsberg, INFOnline	
15:15 – 15:25	**Technische Herausforderungen** Lars Königsberg, INFOnline	
15:25 – 15:30	**Antworten in der Nutzungsmessung** Lars Königsberg, INFOnline	
15:30 – 15:35	**Messsystemeinsatz** Martin Krieg, IVW	
15:35 – 15:40		**Migrationsphase** Martin Krieg, IVW
15:40 – 15:50		**Migrationsprüfung** Martin Krieg, IVW
15:50 – 16:00		**(Visit)-Ausweisung** Martin Krieg, IVW
ab 16:00		**Raum für Fragen** an Martin Krieg, IVW und Lars Königsberg, INFOnline

ÜBER MICH

Lars Königsberg

Geschäftsführer INFOnline

Der 50-jährige Lars Königsberg bringt einen umfassenden Erfahrungsschatz aus Marketing, Advanced Analytics und digitaler Transformation mit.
Zuvor war Lars Königsberg Mitgründer & COO der SPAZE Innovations Lab, ein Start-up für datengetriebenes Influencer-Marketing.
Weitere Stationen waren u.a. als Managing Partner bei CARAT Germany, dentsu, Serviceplan und DDB Tribal.

LinkedIn | lkoenigsberg@INFOnline.de

DISCLAIMER

- Auf das nachfolgend Gesagte besteht kein Rechtsanspruch.
- Es erfolgt und gibt keine Rechtsberatung.
- Auch garantieren wir keine Rechtssicherheit.

Rechtliche Herausforderungen

SHORT FACTS: TTDSG (TELEKOMMUNIKATION-TELEMEDIEN-DATENSCHUTZ-GESETZ)

- tritt zum 1.12.2021 in Kraft, §§ 11 ff. Telemediengesetz (**TMG**) werden aufgehoben
- räumlicher Anwendungsbereich: weit (Herkunfts- und Marktortprinzip)
- sachlicher Anwendungsbereich: Endeinrichtung und Endnutzer

Endeinrichtung
(§ 2 Abs. 2 Nr. 6 TTDSG):

umfasst jedes informationstechnische System/Gerät mit einer Anbindung an das Telekommunikationsnetz

z.B. Computer, Smartphone, Sprachassistent, Smart-TV, IoT-Geräte, Automobile

Endnutzer
(umschrieben in § 3 Nr. 13 Telekommunikationsgesetz (**TKG**) n.F.):

umfasst jede natürliche oder juristische Person, die über die Endeinrichtung verfügt und einen Telekommunikationsdienst in Anspruch nimmt.

Quelle: "Vorstellung im Zuge eines BVDW-Seminars vom 22.07.2021", SCHÜRMANN • ROSENTHAL • DREYER

GRUNDSATZ DER EINWILLIGUNGSPFLICHT: § 25 ABS. 1 TTDSG

- **1:1-Umsetzung** des Art. 5 Abs. 3 S. 1 ePrivacy-Richtlinie
- **Einwilligungspflicht** für

  - den **Zugriff** auf oder
  - die **Speicherung**

  von „*Informationen**“ in einer „*Endeinrichtung*“ (§ 25 Abs. 1 S. 1)
- Für die **Anforderungen einer Einwilligung** wird auf die DSGVO verwiesen (§ 25 Abs. 1 S. 2)

**Informationen* = *insb. Cookies, Local Storage, Session Storage, IP-Adresse, Geräteinformationen, Werbe-ID*

Quelle: "Vorstellung im Zuge eines BVDW-Seminars vom 22.07.2021“, SCHÜRMANN • ROSENTHAL • DREYER

AUSNAHMEN VON DER EINWILLIGUNGSPFLICHT: § 25 ABS. 2 TTDSG

- Erforderlich zur Durchführung der Übertragung einer Nachricht
- „Unbedingt erforderlich“ zur Zurverfügungstellung eines Dienstes

Quelle: "Vorstellung im Zuge eines BVDW-Seminars vom 22.07.2021“, SCHÜRMANN • ROSENTHAL • DREYER

ZUSTÄNDIGKEIT UND BUßGELDRAHMEN: §§ 28, 29 TTDSG

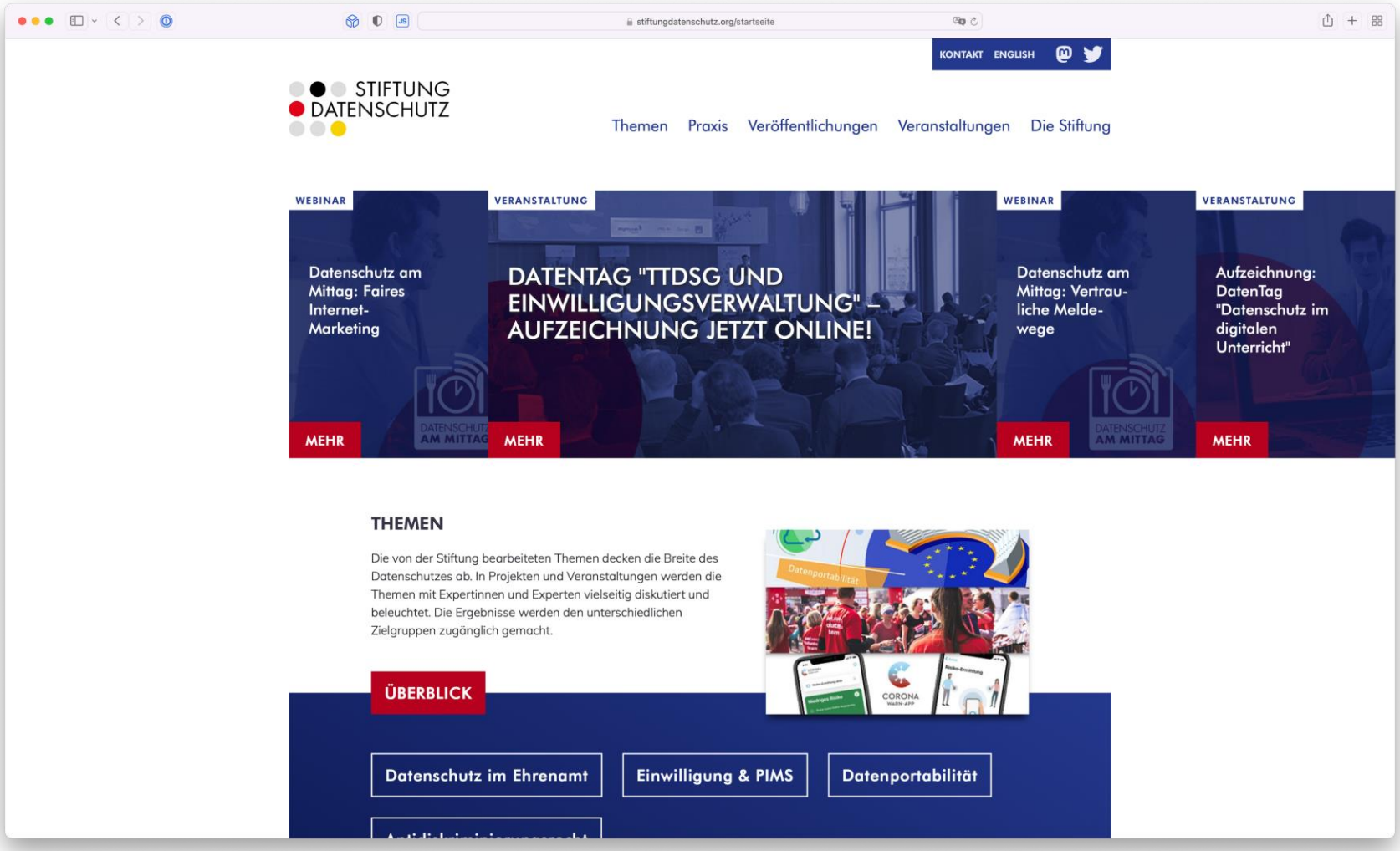
- Verstoß gegen § 25 ist mit bis zu 300.000 Euro bußgeldbewehrt (§ 28 Abs. 1 Nr. 13)
- Zuständigkeit: Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (**BFDI)**

Herausforderung: ab Dezember 2021 parallele Zuständigkeit durch Landesaufsichtsbehörden (für DSGVO) und Bundesaufsichtsbehörde (für TTDSG), sofern im Anwendungsbereich des TTDSG auch personenbezogene Daten verarbeitet werden

Allerdings ist eine **zusätzliche Ahndung** derselben Handlung nach Art. 83 DSGVO ausgeschlossen

Quelle: "Vorstellung im Zuge eines BVDW-Seminars vom 22.07.2021", SCHÜRMANN • ROSENTHAL • DREYER

VERTIEFENDE INHALTE ZUR EMPFEHLUNG: STIFTUNG DATENSCHUTZ



Link: https://stiftungdatenschutz.org/

Technische Herausforderungen

HERAUSFORDERUNGEN: HEUTE UND IN ZUKUNFT

HEUTE

u.a.

- iOS App-Tracking-Transparenz
- Firefox Enhanced Tracking Protection
- Safari Intelligent Tracking Prevention
- Ad- und Tracking-Blocker

IN ZUKUNFT

u.a.

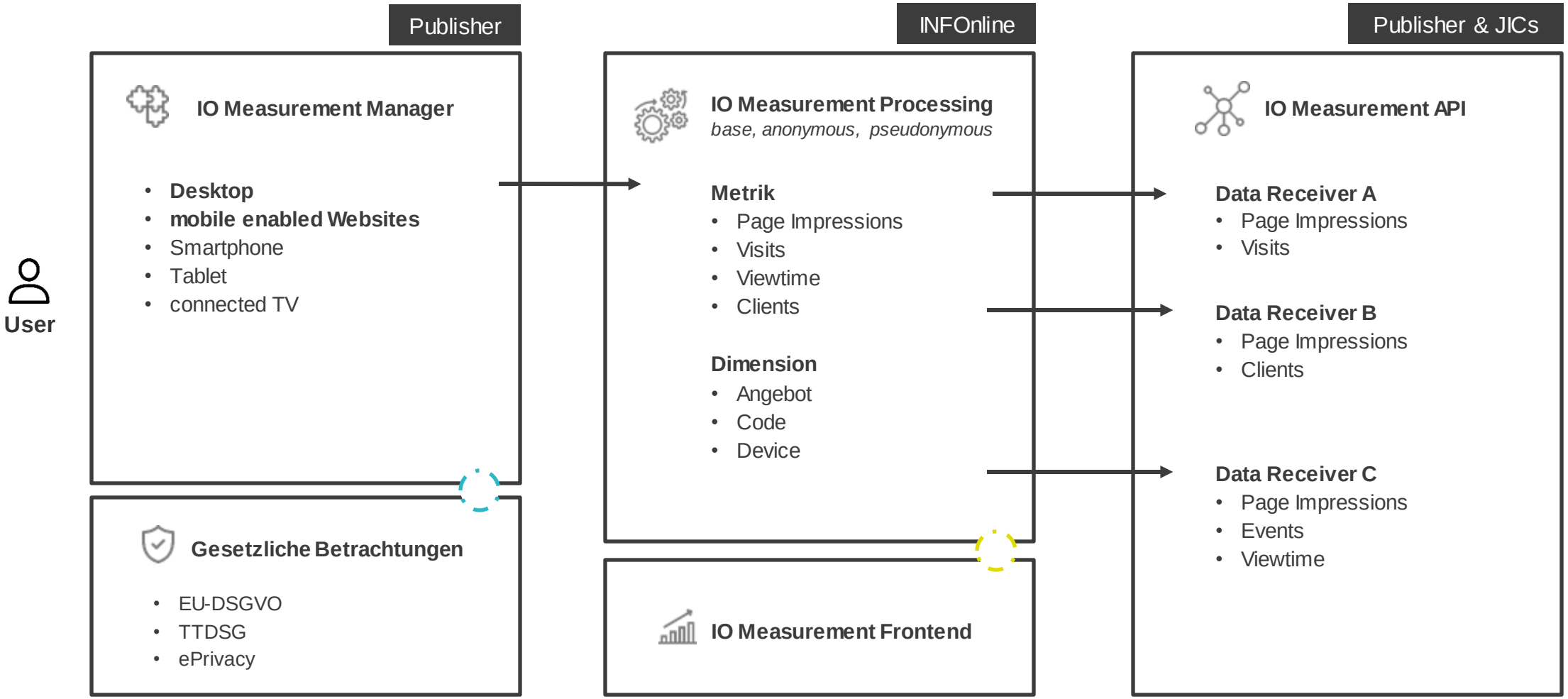
- Android ADID Einschränkung
- Google Privacy Sandbox
- Advanced Data Protection Control (ADPC)
- Personal Information Management Systems (PIMS)

RECHTLICHE BETRACHTUNG UND MARKTSPEZIFISCHE MERKMALE: ZIELSETZUNG

Dem digitalen Werbemarkt standardisierte und bedürfnisorientierte Nutzungswerte unter gewohnter Qualität zukunftssicher bereitzustellen.

Antworten in der Messung

UNSER MESSSYSTEM ALS STANDARD IMPLEMENTIERUNG



UNSER MESSSYSTEM ALS STANDALONE IMPLEMENTIERUNG

	Standalone Lösung		
	Zensusmessung	**anonyme Messung** (anonymous)	**pseudonyme Messung** (pseudonymous ehemals SZMnG)
Consentfrei	**ja**	**nein**	**nein**
Consentpflichtig	**nein**	**ja***	**ja***
Berechtigtes Interesse**	**---**	**bis 1.12.2021****	**bis 1.12.2021****
Angebotsübergreifend Die Messung eines Clients findet über mehrere Domains statt.	**nein**	**nein**	**ja**
Domaingebunden Die Messung eines Clients findet nur innerhalb einer Domain statt.	**ja**	**ja**	**nein**
Browserrestriktionen Dazu zählt unter anderem das 3rd-Party-Sterben	**nein**	**nein**	**ja**
1st- / 3rd-Party-Messung	**1st-Party**	**1st-Party**	**3rd-Party**

*Das Angebot (Publisher) muss technisch dafür sorgen, dass die Standalone Scripte nur bei positivem Consent ausgespielt werden.
Berechtigtes Interesse findet mit dem Inkrafttreten des TTDSGs zum 1.12.2021 **nach Einschätzung der INFOnline keine Anwendung mehr.

INFORMATIONSGEMEINSCHAFT ZUR FESTSTELLUNG DER VERBREITUNG VON WERBETRÄGERN E.V.

WISSEN, WAS ZÄHLT: www.ivw.de

Was müssen Verlage für Ihre Online-Angebote in der IVW jetzt tun?

WISSEN, WAS ZÄHLT

Dr. Kai Kuhlmann

Tel.: +49 30 590099-730 | E-Mail: kuhlmann@ivw.de

Seit September 2017 hat Dr. Kai Kuhlmann in der Berliner Geschäftsstelle der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW) die Leitung.

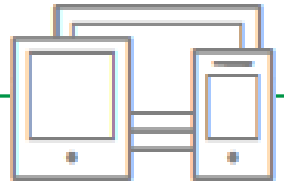
Kai Kuhlmann ist promovierter Jurist. Er wechselte Ende 2009 vom Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (Bitkom) zur IVW.

Martin Krieg

Tel.: +49 49 30 590099-758 | E-Mail: krieg@ivw.de

Seit 2019 leitet Martin Krieg in der IVW-Geschäftsstelle den Bereich zur Erhebung und Ausweisung geprüfter Kennziffern zur Werbeträgerleistung digitaler Medienangebote.

Martin Krieg ist Kommunikationswissenschaftler. Davor war Martin Krieg für die Webanalyse in der Medienforschung von ZDF Digital verantwortlich, in der Leserforschung der Stiftung Lesen und im Digitalbereich der Bertelsmann-Tochter rtv media.



Was müssen Verlage für Ihre Online-Angebote in der IVW jetzt tun?

WISSEN, WAS ZÄHLT

IOM in der IVW-Prüfung und -Ausweisung

I. **Messsystemeinsatz**

II. **Migrationsphase**

III. **Migrationsprüfungen**

IV. **(Visit)-Ausweisung**

Was müssen Verlage für Ihre Online-Angebote in der IVW jetzt tun?

WISSEN, WAS ZÄHLT

„Vorgeschichte“

Seit Mai

Migration auf neue (anonyme) Messung gestoppt

Juli

HORIZONT

TTDSG: Wie das neue Datenschutzgesetz die IVW...

TTDSG

Wie das neue Datenschutzgesetz die IVW-Onlinemessung ins Wanken bringt

von Roland Pimpl (/news/authors/?id=29)

Dienstag, 15. Juni 2021

Die neue Datenschutzgesetzgebung bereitet Medien und Vermarktern Kopfzerbrechen

Datendilemma: Der Name des neuen Telekommunikation- Telemedien-Datenschutzgesetzes ist sperrig – und seine Wirkung einschneidend für viele werbefinanzierte Onlinemedien. Aktuell verzerrt es die Visits mancher Websites. Doch langfristig könnte es zum Aus der bisherigen IVW-Messung führen. Und zu einem Wildwuchs wenig vergleichbarer Systeme.

Nov

Mai

20.05.2021

Bekanntwerden der Konsequenzen des TTDSG

Seit Juli

Beratungen in der IVW zu Kennziffern PI und V

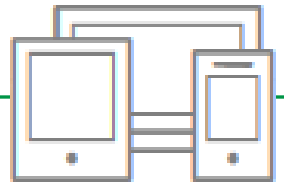
Sep

Seit Oktober

Migration auf Measurement Manager

Ziel

Abschluss Migration in Q1-2022



Messsystemeinsatz & Migrationsphase

Was müssen Verlage für Ihre Online-Angebote in der IVW jetzt tun?

WISSEN, WAS ZÄHLT

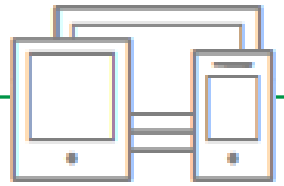
Welcher Messsystemeinsatz ist für eine IVW-Ausweisung erforderlich?

- **Ideallösung**

  Für eine IVW-Ausweisung ist eine Messsystem-Kombination von Zensus (IOMm/IOMb) und pseudonymer Messung (IOMp) notwendig.

- Eine Berechnung des Visits aus IOMb/a (anonyme Messung) ist abzulehnen, da der Visit bei IOMa nicht überschneidungsfrei ermittelt werden kann.

- Standalone IOMb, also eine PI-only-Messung ist nicht zulässig.

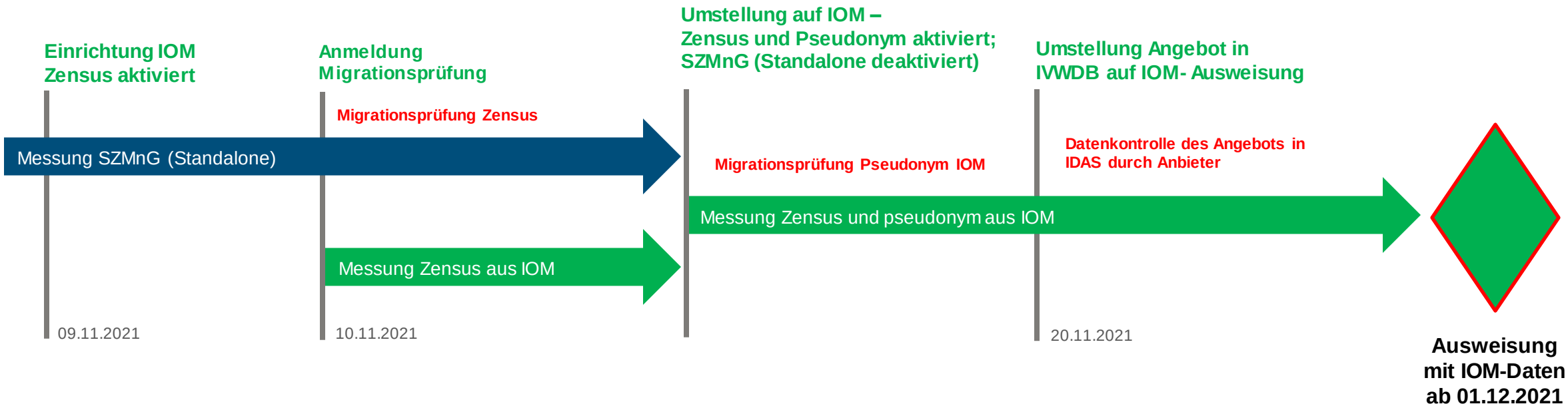


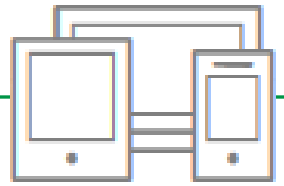
Was müssen Verlage für Ihre Online-Angebote in der IVW jetzt tun?

WISSEN, WAS ZÄHLT

Wie erfolgt die Umstellung aus SZMnG auf IOMb bei der IVW?

- Eine Ausweisung aus dem neuen System kann immer nur zum Monatsbeginn erfolgen.
- Daher sollten Angebote den Vormonat für die Migrationsprüfung einplanen:
  1/3 = 10 Tage Implementierung | 10 Tage IVW-Prüfung | 10 Tage Abstimmung





WISSEN, WAS ZÄHLT

Visit-Fortführung & Ausweisung

Was müssen Verlage für Ihre Online-Angebote in der IVW jetzt tun?

WISSEN, WAS ZÄHLT

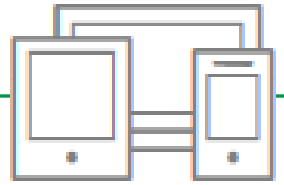
Visit-Fortführung (Berechnung)

- Der Visit war schon immer ein „Konstrukt“: wurde er bislang ermittelt (Zusammenfassung von Nutzung zu einem Vorgang), wird zukünftig nur für den „Rest“ (vor Consent) berechnet.

- Auch nach Inkrafttreten des TTDSG wird in der IVW-Ausweisung ein berechneter Visit ausgewiesen.

- Der Visit wird nach der Formel auf der nächsten Folie für alle Ausspielkanäle (stationäre Webseite, MEW, App und CTV) in derselben Weise berechnet.

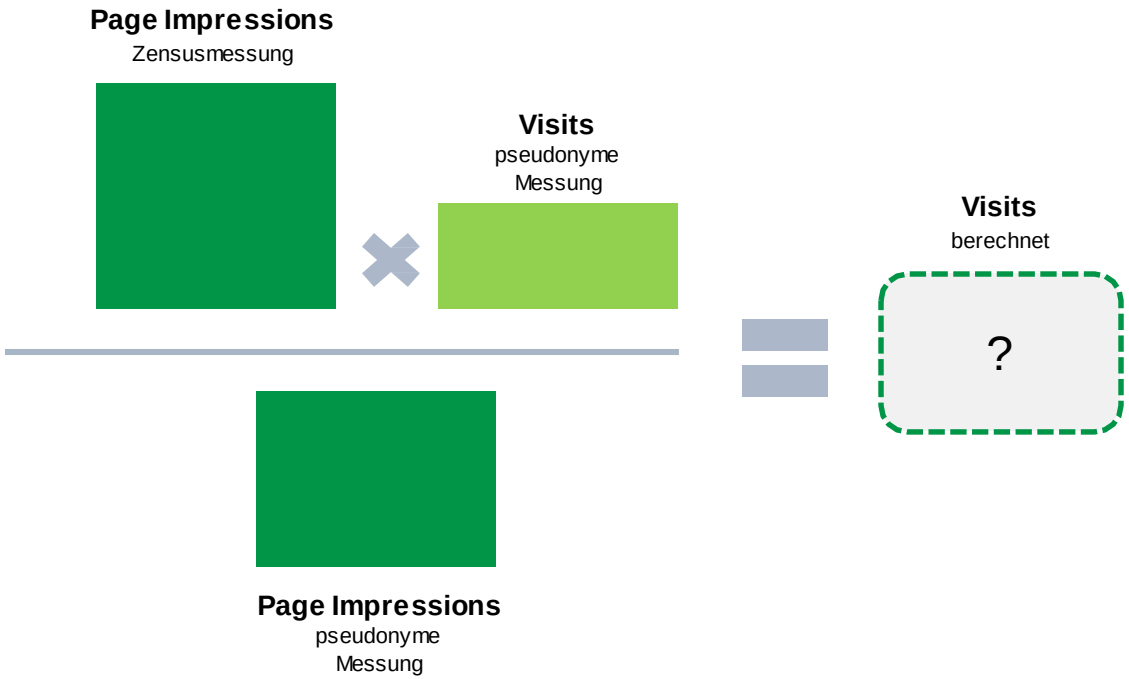
- Die Berechnung per Dreisatz des Visits erfolgt nur in einer Übergangsphase.



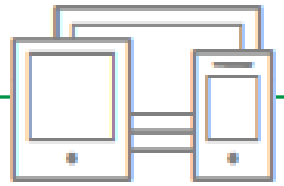
Was müssen Verlage für Ihre Online-Angebote in der IVW jetzt tun?

WISSEN, WAS ZÄHLT

(Visit)-Ausweisung | Berechnungsformel
Berechnung des Leistungswerts „Visit“ nach dem 01.12.2021 (TTDSG)

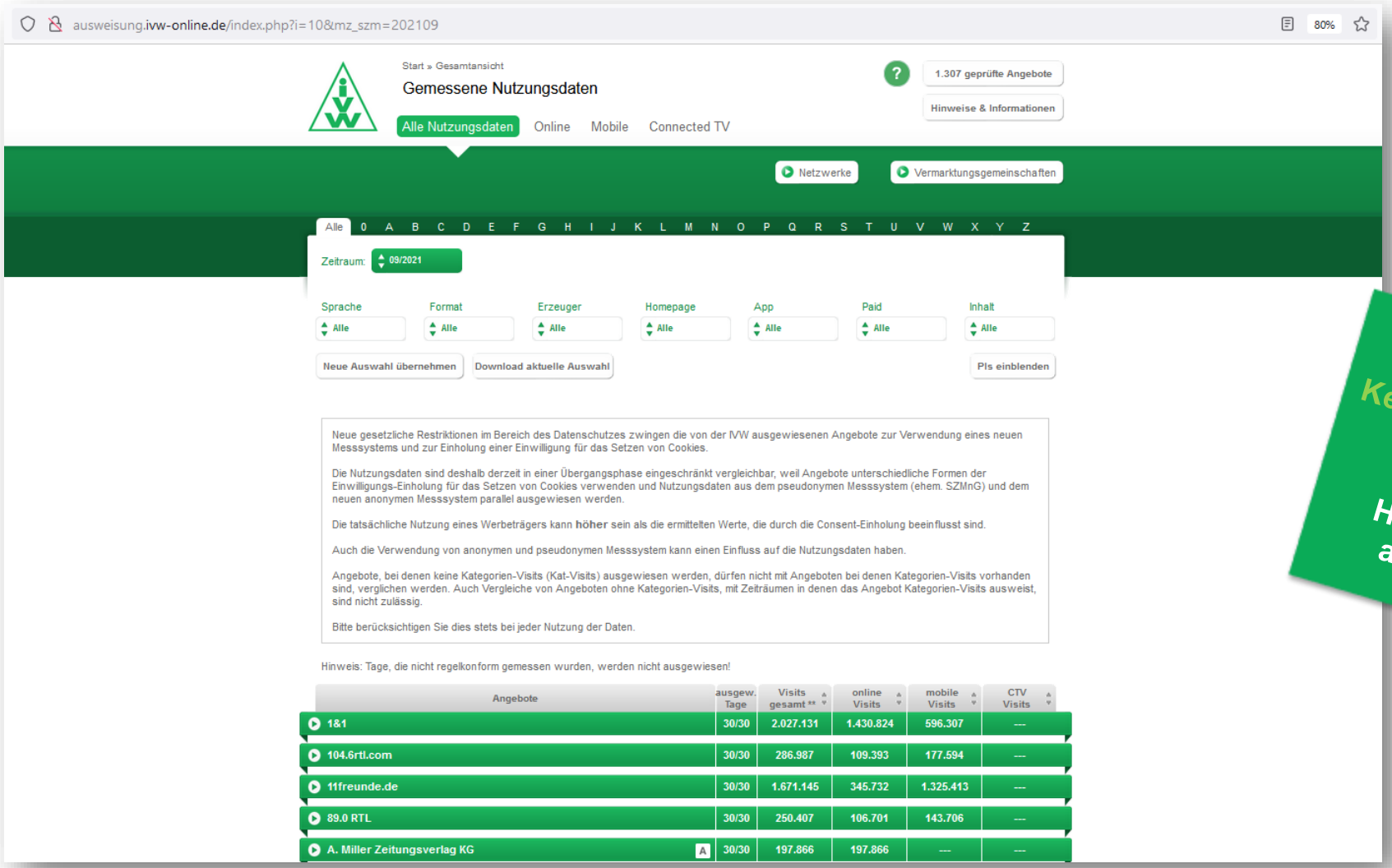


	Page Impressions	Visits
Zensusmessung	ja	**nein**
anonym unter Consent	ja	ja
pseudonym unter Consent	ja	ja



Was müssen Verlage für Ihre Online-Angebote in der IVW jetzt tun?

WISSEN, WAS ZÄHLT



Keine Kennzeichnung am Angebot

Hinweis wird angepasst

Raum für Fragen

Danke.

Backlog

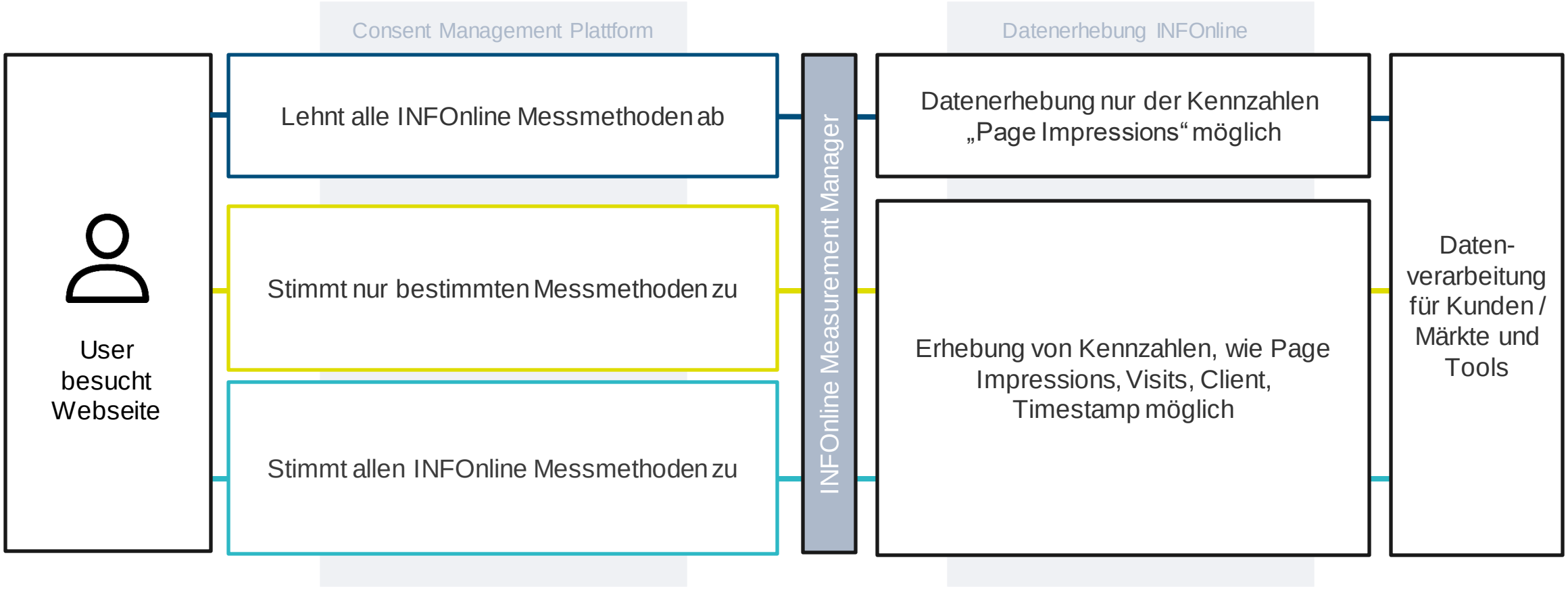
MESSMETRIKEN

	Standalone Lösung		
	Zensus Messung (base)	**anonyme Messung** (anonymous)	**pseudonyme Messung** (pseudonymous ehemals SZMnG)
Page Impressions (Pis)	**ja**	**ja**	**ja**
Visits	**nein**	**ja, je Domain**	**ja**
Clients	**nein**	**ja, je Domain**	**ja**
Codes	**ja**	**ja**	**ja**
URLs	**nein**	**ja**	**ja**
Events	**ja, Apps**	**ja**	**ja**
Viewtime	**nein**	**nein**	**ja**
Unique User für agof	**nein**	**nein**	**ja**

MESSUMFELDER

	Standalone Lösung			
	Zensus Messung (base)	**anonyme Messung** (anonymous)	**pseudonyme Messung** (pseudonymous ehemals SZMnG)	**Measurement Manager**
Desktop	**ja**	**ja**	**ja**	**ja**
mobile enabled websites	**ja**	**ja**	**ja**	**ja**
Newsletter	**ja**	**ja**	**ja**	**nein**
iOS	**ja, nur Standalone**	**ja**	**ja**	**ja, in Planung** (Q4/2021 oder später)
Android	**ja, nur Standalone**	**ja**	**ja**	**ja, in Planung** (Q4/2021 oder später)
Google AMP	**ja, nur Standalone**	**ja**	**ja**	**nein**
facebook instant article	**In Klärung**	**ja**	**ja**	**nein**
Streaming	**In Klärung**	**In Klärung**	**ja**	**In Klärung**

CONSENTABHÄNGIGE MESSMETHODEN



ANTWORTEN IN DER MESSUNG

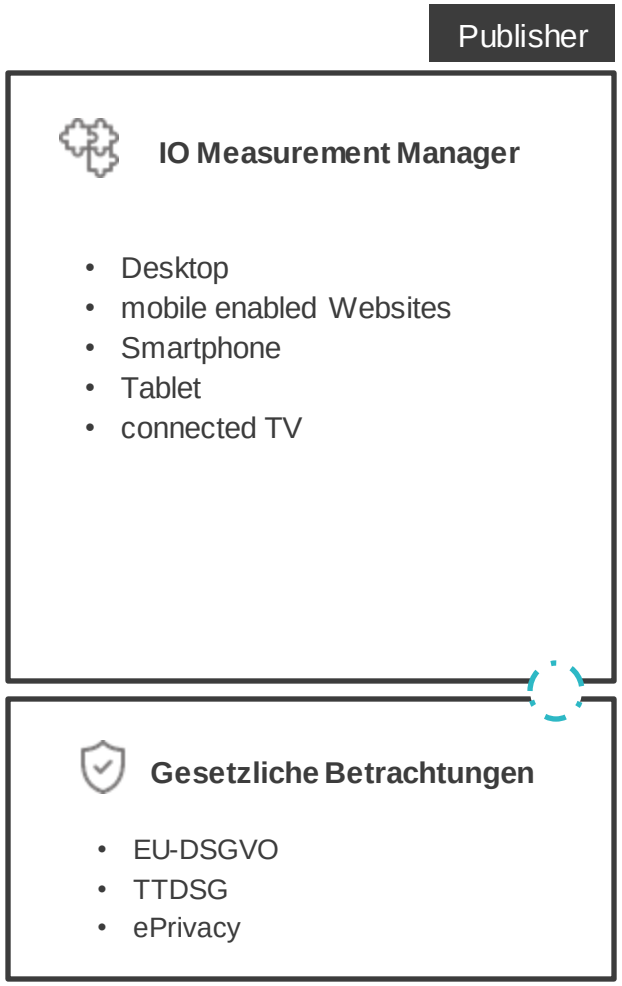
FUNKTIONALITÄT DES MANAGERS

Der Measurement steht für folgende Umgebungen zur Verfügung:

- Text, Bild
- Audio
- Video

Der Measurement Manager verarbeitet den übermittelten Consent und wählt automatisch die passende Methode zur Datenerhebung aus. Hierbei werden grundlegende Daten (Page Impression pro Angebot und Code) ohne Consent des Nutzers erhoben. Liegt ein Consent des Nutzers vor, werden weiterführende Daten erhoben (Visits, etc.).

Je nach eingesetztem Verfahren können unterschiedliche Metriken und Dimensionen erhoben werden.

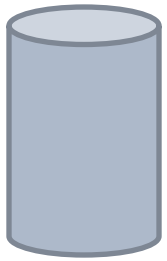


ANTWORTEN IN DER MESSUNG

PROCESSING

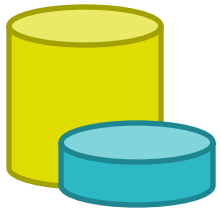
Im Processing werden die in der Messung gewonnenen Daten weiterverarbeitet. Den Rahmen bilden hierbei die Daten, die ohne Consent ermittelt worden sind. Sie bilden die Außenvorgabe für die methodische Aufbereitung der mit Consent ermittelten Daten.

Daten, bei deren Erhebung der Consent des Nutzers eingeholt werden muss, sind für das Angebot nicht repräsentativ, weil Daten fehlen. Um diese Daten zu vervollständigen, werden Korrekturen anhand der Daten gemacht, die ohne Consent erhoben worden sind. Die Korrektur wird auf Codeebene durchgeführt.



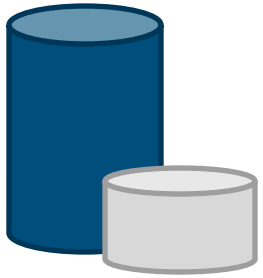
Datenerhebung ohne Consent

- Code ABC
- 100 PIs



Datenerhebung mit Consent

- Code ABC
- 70 Pis, 20 Visits
- Pi / V Ratio: 3,5



Datenerhebung nach Aufbereitung

- Code ABC
- 100 Pis, 29 Visits

INFOnline

IO Measurement Processing
base, anonymous, pseudonymous

Metrik
- Page Impressions
- Visits
- Viewtime
- Clients

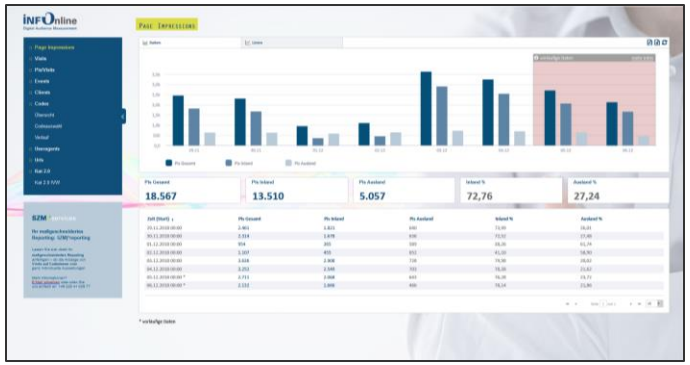
Dimension
- Angebot
- Code
- Device

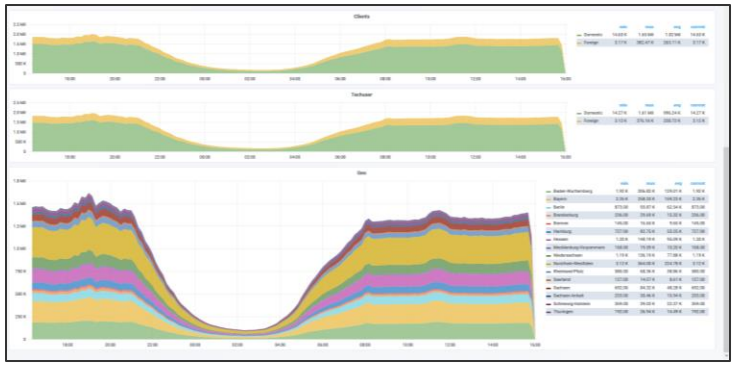
IO Measurement Frontend

ANTWORTEN IN DER MESSUNG

FRONTEND

Die Daten werden an das Frontend weitergeleitet und können dort direkt vom Publisher eigesehen werden. Je nach Einstellung kann eine unterschiedliche Detailtiefe eingestellt werden, so dass eine absolute Transparenz gewährleistet ist.



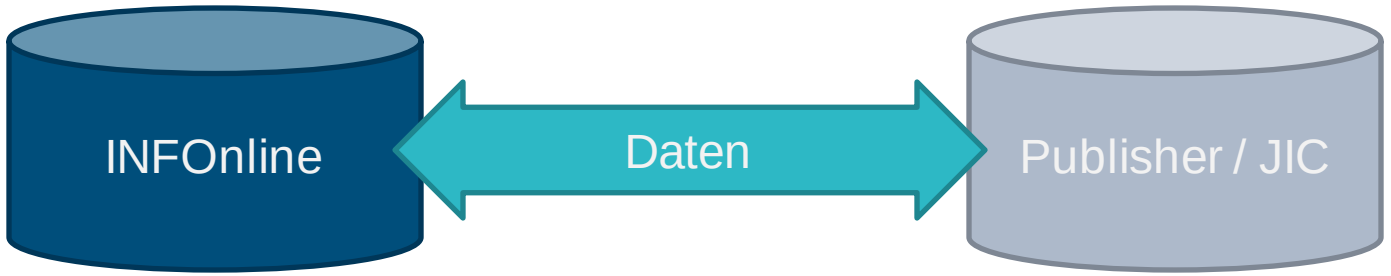


ANTWORTEN IN DER MESSUNG

API

Über die API kann der Publisher auf seine Daten bei der INFOnline zugreifen und sie in eigene Prozesse einbinden.

Weiterhin kann er die INFOnline damit beauftragen, seine Daten an andere Organisationen weiterzuleiten.



Publisher & JICs

IO Measurement API

Data Receiver A
- Page Impressions
- Visits

Data Receiver B
- Page Impressions
- Clients

Data Receiver C
- Page Impressions
- Events
- Viewtime

UMSETZUNG BEIM PUBLISHER

1

ANMELDUNG

Anmeldung des Digital-Angebots zur Messung bei INFOnline

2

INTEGRATION

Einbindung des INFOnline Measurement Managers ins Digital-Angebot

3

SICHERSTELLUNG

Korrekte Übertragung des Nutzerconsents an den INFOnline Measurement Managers sicherstellen

4

API-BEAUFTRAGUNG

Optional

Datenweitergabe via API beauftragen