

Allianz aus über 100 Radiosendern setzt auf Usercentrics als zentrale Consent Management Plattform (CMP)

München, 22. Oktober 2019. Die im Juli 2019 gelaunchte Audio-Datenallianz QUANTYOO kooperiert mit Usercentrics (www.usercentrics.com), um die Einwilligungen der Nutzer aller beteiligten Radiosender rechtssicher einzuholen und zu verwalten.

QUANTYOO agiert als gemeinsamer Datendienstleister für über 100 private Radio- und Audioanbieter. Das Münchner Unternehmen verarbeitet dabei in einem zentralen Datenpool die personenbezogenen adressierbaren Nutzerdaten der angeschlossenen Partner. Die datenschutzkonforme Erhebung von Nutzerdaten ab dem ersten Kontakt mit dem Nutzer ist dabei unerlässlich, um eine zukunftsfähige und rechtssichere Datenqualität sicherzustellen. Voraussetzung und oberstes Prinzip für den Zusammenschluss sind dabei Transparenz und Respekt vor der Privatsphäre der Nutzer. Die Einwilligung spielt dabei eine besondere Rolle, denn sie ist die rechtliche Grundlage für die Verarbeitung der Nutzerdaten.

QUANTYOO hat sich beim Thema Einwilligungs-Management für die führende Consent Management Plattform (CMP) Usercentrics als professionellen Anbieter entschieden. Die Lösung von Usercentrics wird auf den Webseiten der QUANTYOO-Partner eingebunden und wickelt die Einholung, Verwaltung, Dokumentation und Weitergabe der Einwilligungen für Website-Technologien, die z.B. für Personalisierung, Retargeting und Tracking genutzt werden, ab. Erst wenn der Nutzer seine Einwilligung gegeben hat, löst Usercentrics die entsprechenden Technologien wie z.B. Skripte, Cookies, Pixel oder Plugins für Marketing- und Werbezwecke aus.

So kann der Nutzer sich jederzeit einfach und transparent über seine abgegebene Einwilligungen und die verarbeiteten Daten informieren.

“Wir haben früh erkannt, dass beim Thema Einwilligung ein nutzerfreundliches Vorgehen umsatzkritisch ist: Vor der DSGVO hatten Radiosender eine Einwilligungsquote von 96%. Heute - mit freiwilliger Einwilligung - sind es noch 83% der Nutzer, die für Marketing und Werbung einwilligen. Mit dem richtigen Ansatz beim Consent Management können wir die Opt-in-Quote langfristig wieder steigern”, erklärt Matthias Ross, Geschäftsführer der QUANTYOO GmbH & Co. KG.

“Datenschutz und die technologische Verwaltung von Einwilligungen wird zum Wettbewerbsvorteil - QUANTYOO hat das sofort erkannt. Die Zusammenarbeit macht viel Spaß, denn QUANTYOO denkt Privacy, IDs und Werbung bereits jetzt viel weiter als die meisten anderen Player im Markt. Das Projekt kann somit als Vorbild für vergleichbare Datenallianzen oder ähnliche Unternehmungen dienen”, so Mischa Rürup, Gründer und Geschäftsführer der Usercentrics GmbH.

Über Quantyoo

Quantyoo ist der gemeinsame Datendienstleister privater Radio- und Audioangebote zur datenschutzkonformen Nutzerdatenerhebung. Das Leistungsspektrum reicht von der Erhebung adressierbaren Nutzerdaten, pseudonymisierter Nutzerdaten über die Visualisierung der Echtzeitdaten bis hin zu beratenden Dienstleistungen, um die Partner bei der individuellen Datenanalyse und datenbasierten Planung vollumfänglich zu unterstützen. Die zentral erhobenen Daten bilden die Grundlage für die datenbasierte Produktentwicklung, Marktforschung und Vermarktung der Audioanbieter. Die elf führenden privaten Radiogruppen und Sender haben die Datenallianz 2019 gemeinsam gegründet. Zu ihnen zählen über 100 Radiosender, darunter die reichweitenstärksten Sender, wie Antenne Bayern, FFH oder auch Radio Hamburg. Quantyoo agiert von München aus und bietet weiteren Partnern den Anschluss an den zentralen Datenpool. Weitere Informationen finden Sie unter www.quantyoo.de.

Über Usercentrics

Die Vision des im Herzen von München ansässigen Unternehmens ist es, eine neue Infrastruktur für die Einwilligungen (eng. Consent) der Nutzer über alle Daten Architekturen hinweg zu schaffen - um Datenschutz praktikabel zu machen. Als führender Anbieter im Bereich Consent Management Platform (CMP) ermöglicht die SaaS-Lösung Unternehmen die Erhebung, Verwaltung und Dokumentation von Nutzer Einwilligungen auf allen digitalen Kanälen wie Websites oder Apps. So kann die Einhaltung aktueller und zukünftiger internationaler Datenschutzvorschriften wie der DSGVO, ePrivacy-VO und CCPA gewährleistet werden. Seit seiner Gründung Ende 2017 ist das Unternehmen stark gewachsen und zählt namhafte Unternehmen wie Telefonica, Commerzbank und Fitness First zu seinen Kunden. Weitere Informationen finden Sie unter www.usercentrics.com.

Media Contact

Marion Weber, Senior Marketing Manager, Usercentrics
pr@usercentrics.com
www.usercentrics.com