



Stop den Datenstrip! netID startet erste groß angelegte TV- und Online-Kampagne

Montabaur, 18.02.2021 – Die European netID Foundation, Initiator des Log-in-Standards netID, geht in die Endverbraucherkommunikation: Erstmals seit Gründung im Jahr 2018 startet die anbieterunabhängige Stiftung eine groß angelegte B-to-C-Kampagne. „Stop den Datenstrip“, heißt es in den beiden humorvollen Spots, die ab Mitte Februar auf den Sendern der ProSiebenSat.1 Media-Gruppe sowie der Mediengruppe RTL zu sehen sind. Ergänzend kommen Ads auf den Online-Angeboten der Mediengruppe RTL sowie den United Internet-Portalen WEB.DE und GMX zum Einsatz. Ein Erklärvideo im netID Kundenportal (netID.de) rundet das Package ab.

Mit dem Auftritt positioniert die European netID Foundation die Marke netID sowie ihren netID Single Sign-on als universelle Lösung für ein transparentes und userfreundliches Datenmanagement bei den Nutzern. Zusätzlich sensibilisiert sie diese für das Thema Datenschutz: „Ein Klick. Ein Login. Volle Kontrolle“, ist das Motto, das für mehr Awareness bei den Nutzern sorgen soll. Für die kreative Idee und das gesamte Kampagnenkonzept zeichnet die Münchner Agentur Golden Gate verantwortlich, die Umsetzung der TV Spots lief über Neon Groen, ebenfalls mit Sitz in München. Beide setzten sich in einem Pitch um den Auftrag durch. Die Online Ads wurden von United Internet erstellt.

„Mit der landesweiten Branding-Kampagne setzen wir ein klares Zeichen für Datenschutz. Ein Thema, das weltweit immer mehr an Bedeutung gewinnt – Googles Privacy Sandbox, das Ende der Third Party Cookies und zahlreiche Gesetzesinitiativen bestimmen aktuell die Debatte. Die Datenhoheit der Nutzer, ohne dabei die Interessen der Wirtschaft aus den Augen zu verlieren – das ist unser Ziel“, sagt Sven Bornemann, CEO der European netID Foundation. „Wir möchten deshalb First Mover sein und uns als Login-Anbieter klar bei den wichtigsten Akteuren im Werbe-Ökosystem positionieren: den Nutzern selbst. Nur so können wir unsere netID Produkte weiter als Marktlösung etablieren.“

Über die European netID Foundation

Die European netID Foundation wurde im März 2018 von Mediengruppe RTL Deutschland, ProSiebenSat.1 und United Internet mit den Marken WEB.DE und GMX gegründet. Mit einer unabhängigen Marktlösung unterstützt die Stiftung Internet-Angebote aller Branchen bei der Umsetzung des neuen europäischen Datenschutzrechts und hat dazu den offenen Login-Standard netID geschaffen. Die Initiatoren der Stiftung erreichen zusammen monatlich rund 50 Millionen Unique User und verfügen gemeinsam über mehr als 38 Millionen aktive Accounts. Die Stiftung ist explizit offen für weitere Partner und andere Initiativen. Weitere Informationen unter www.enid.eu.