

16.12.2009 - Yahoo! führt Ad Interest Manager auch in Deutschland ein

Mehr Transparenz und bessere Steuerung von Online-Werbung für Verbraucher

München, 16. Dezember 2009 ? Yahoo! Inc. (NASDAQ:YHOO) hat heute auch in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien und Spanien die Beta-Version des neuen Tools Ad Interest Manager veröffentlicht. Das Online-Tool, das bereits Anfang des Monats in den USA an den Start ging, bietet Verbrauchern deutlich mehr Transparenz im Hinblick auf die Auslieferung von Online-Werbung und eröffnet damit völlig neue Wege zum Aufbau einer vertrauensvollen Nutzerbeziehung. Ad Interest Manager (privacy.yahoo.com/de/aim) liefert Besuchern von Yahoo! eine präzise Übersicht über ihre eigenen Online-Aktivitäten und ermöglicht ihnen, zu entscheiden, ob und welche interessenbasierte Online-Werbung für sie über das Yahoo! Network eingeblendet werden soll.

"Anzeigenwerbung, die genau auf die Nutzerinteressen abgestimmt ist, vermittelt ein noch attraktiveres und individuelleres Online-Erlebnis. Das heute eingeführte neue Tool von Yahoo! stellt detailliert dar, wie interessenbasierte Werbung von Yahoo! funktioniert", erläutert Terry von Bibra, Vice President Advertising Marketplaces Yahoo! Europe und Geschäftsführer Yahoo! Deutschland. "Für Yahoo! haben die Themen Transparenz und Kontrolle für die Nutzer höchste Priorität. Ad Interest Manager zeigt Nutzern an, welche Werbung unserer Meinung nach thematisch für sie relevant sein könnte. Diese Übersicht kann beliebig nach persönlichem Interesse bearbeitet oder geändert werden. So sind die Informationen stets aktuell und wir erfüllen unser Ziel, dem richtigen Nutzer zur richtigen Zeit die richtige Botschaft zu vermitteln. Nutzer, die gar keine interessenbasierte Werbung wünschen, können diese Option natürlich auch deaktivieren."

Der Yahoo! Ad Interest Manager...



Heiko Genzlinger Commercial Director Yahoo! Deutschland © 2009 Yahoo! Inc. Alle Rechte vorbehalten. ? ...ist eine zentrale Anlaufstelle, von der aus Besucher der Yahoo!-Seiten ihr

Online-Erlebnis persönlich noch besser steuern können.

? ...gibt Besuchern einen völlig neuen Einblick in die Informationen, die zur Übermittlung interessenbasierter Werbung dienen.

? ...zeigt Usern sowohl eine Übersicht über die von Yahoo! gesammelten Informationen und Aufzeichnungen zu potenziellen Nutzerinteressen als auch eine Zusammenfassung eigener übermittelter Angaben.

? ...stellt Nutzern eine Liste bestimmter eventuell passender Interessenskategorien zur Verfügung, die auf Wunsch deaktiviert werden können.

? Interessenbasierte Anzeigenwerbung lässt sich auf Wunsch vollständig

deaktivieren.

"Dank unseres werbefinanzierten Geschäftsmodells stellen wir unseren Nutzern die meisten Produkte und Services kostenlos zur Verfügung. Für unsere Nutzer ist dies ein gelerntes Modell, das sie akzeptieren. Aus zahlreichen Untersuchungen wissen wir, dass ein Nutzer mit höherer Wahrscheinlichkeit Werbung anklickt, die ihn und seine Interessen direkt anspricht", erläutert Heiko Genzlinger, Commercial Director Yahoo! Deutschland. "Mit der Einführung des Ad Interest Managers können Nutzer nun nicht nur besser nachvollziehen, wie der Prozess der Auslieferung interessenbasierter Werbung abläuft, sie haben gleichzeitig auch bessere Möglichkeiten mit Yahoo! und unseren Werbekunden direkt zu kommunizieren, indem sie ihre speziellen Vorlieben konkretisieren und so selbst dafür sorgen, dass Werbung für sie relevanter wird."

Einen Einblick in Ad Interest Manager und seine Funktionen vermittelt die folgende Website: privacy.yahoo.com/de/aim.

Yahoo! Ad Interest Manager ist bereits als Beta-Version für Nutzer in den USA verfügbar. In einer künftigen Produktversion werden Nutzer auch die Möglichkeit erhalten, individuell relevante Interessenkategorien selbst hinzuzufügen, die in der von Yahoo! bereit gestellten Übersicht bisher nicht berücksichtigt sind.

Als eines der ersten Unternehmen hat Yahoo! vor über acht Jahren ein mehrstufiges Datenschutzmodell <http://info.yahoo.com/privacy/us/yahoo/details.html> entwickelt. In diesem Datenschutz-Center können Nutzer ihre Einstellungen zur Privatsphäre sowie die mögliche Verwendung ihrer persönlichen Daten selbst bequem steuern und kontrollieren. Diese Informationen unterliegen unserer branchenweit führenden Datenschutzrichtlinien (<http://ycorpblog.com/2008/12/17/your-data-goes-incognito/>), die vorsieht, dass die meisten Online-Daten innerhalb von 90 Tagen gelöscht werden. Die Richtlinie regelt außerdem, dass Daten von Yahoo! nur solange gespeichert werden, wie diese für geschäftliche Zwecke und zur Optimierung der Nutzererfahrung benötigt werden. Weiterhin hat Yahoo! aber die Möglichkeit, Betrug zu bekämpfen, die Systeme zu sichern und rechtliche Vorgaben zu erfüllen.

Neues von Yahoo! erfahren Sie auch auf Twitter: <http://twitter.com/YahooDE>

Quelle: Yahoo! Deutschland GmbH



[Diesen Beitrag als Email an einen Freund senden](#)