

Samba TV führt den Smart TV Privacy Manager ein, die erste schlüsselfertige Datenschutzlösung für Smart TVs

Gemeinsam mit großen Marken, Publishern und Plattformen werden innovative Datenschutzprotokolle eingeführt, die Konsumenten Kontrolle über ihre Daten geben

BERLIN, GERMANY, February 10, 2021 /EINPresswire.com/ -- [Samba TV](#), der weltweit führende Anbieter von bildschirmübergreifenden TV-Daten und Analysen, gab heute die Einführung des Smart TV Privacy Managers bekannt, der fortschrittliche Verbraucherschutz-Funktionen bei Smart TVs bietet. Der Privacy Manager, der auch das weltweit anerkannte [Transparency and Consent Framework](#) (TCF) des IAB umfasst, wird gemeinsam mit großen, globalen Marken, Publishern und Plattformen integriert, um Konsumenten neuartige Datenschutzsteuerungen auf Smart TVs zu bieten.

Der Samba TV Privacy Manager führt eine fortschrittliche Steuerung der Datenschutzeinstellungen ein, um die Compliance-Lücke bei Smart TVs zu schließen. Die dafür notwendigen Datenschutzlösungen sind fest in Branchenstandards verankert und wurden gemeinsam mit Geräteherstellern, Branchenverbänden und zuständigen Behörden formuliert. Die benutzerfreundliche Schnittstelle ist vom Einstellungsmenü des Fernsehgeräts aus abrufbar. Sie umfasst eine Reihe von innovativen Bedienelementen für den Datenschutz, die Konsumenten eine beispiellose Kontrolle über die personenbezogenen Daten ihres Haushalts verleihen.

Seit Gründung des Unternehmens hat sich Samba TV für das Recht auf Datenschutz eingesetzt und Smart TV Opt-in-Lösungen und Datenschutzrichtlinien eingeführt, die der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), dem California Consumer Privacy Act (CCPA) und dem California Privacy Rights Act (CPRA) einen Schritt voraus waren. Jetzt erweitert das Unternehmen seine Prozesse und Benutzerschnittstelle durch eine umfängliche Consent Management Platform (CMP) für Smart TVs. Sie wird als offener Standard bereitgestellt, den andere Akteure im Ökosystem kostenfrei übernehmen können.

"Lange bevor globale regulatorische Rahmenbedingungen eingeführt wurden, war der Schutz der Privatsphäre der Verbraucher eine nicht verhandelbare Anforderung in den Partnerschaften von Samba TV mit TV-Herstellern, Werbetreibenden und Marken", sagt Ashwin Navin, CEO und Mitbegründer von Samba TV. "Es ist erfreulich zu sehen, dass Regierungen und Selbstregulierungsgremien auf der ganzen Welt das 21. Jahrhundert und die Komplexität, mit der

Verbraucher bei Technologieentscheidungen konfrontiert sind, erreicht haben. Wir werden auch weiterhin Transparenz und Entscheidungsfreiheit in den Mittelpunkt unserer Produktentwicklungen stellen."

Samba TV hat Partnerschaften mit weltweit führenden Fernsehgeräte-Herstellern wie Vestel geschlossen – zu dem unter anderem Marken wie Toshiba und Hitachi zählen – um als Erster am Markt fortschrittliche Datenschutzfunktionen für Verbraucher über den anwenderfreundlichen Privacy Manager anzubieten.

„Personalisierte und hochwertige Erlebnisse und zugleich leicht zugängliche Datenschutzsteuerungen für unsere Konsumenten anzubieten, ist für die Vestel Group von zentraler Bedeutung“, sagte Barış Altinkaya, Vestel Group VP of Product Management and Marketing. „Samba TV hat Datenschutz bei allen Technologien stets an erste Stelle gesetzt. Wir freuen uns, Teil dieser Initiative zu sein und die erweiterten Optionen zur Verwaltung der Datenschutzeinstellungen für unsere Konsumenten einzuführen.“

Samba TV bot bereits umfassende Datenschutzfunktionen an, als diese noch nicht gesetzlich vorgeschrieben waren – Konsumenten konnten die Erfassung von Zuschauerdaten jederzeit aktivieren oder deaktivieren, den Verkauf personenbezogener Daten ablehnen und grundlegende Datenschutzrechte ausüben.

Zusätzlich zu diesen standardmäßigen Datenschutzfunktionen schließt der Privacy Manager nun auch die Compliance-Lücken bei Smart TV-Werbung von Dritten. Dies erfolgt durch die Integration des IAB TCF in weltweite TV-Plattformen und indem dieses Rahmenwerk für Publisher und Ad-Verkäufer zugänglich gemacht wird. In den USA geht Samba TV noch einen Schritt weiter – hier werden ähnliche Rahmenbedingungen implementiert, die die Herausforderungen rund um CCPA und CPRA angehen.

Diese innovativen Datenschutzsteuerungen sind besonders für Publisher und Unternehmen von Bedeutung, die grenzübergreifend auf Millionen von Smart TVs operieren und ihrem Publikum wirkungsvolle Werbung ohne Kompromisse beim Datenschutz bieten wollen.

Um dem IAB TCF in Europa zu entsprechen, hat sich Samba TV mit Sourcepoint zusammengetan, einer Plattform für Datenschutz-Compliance im digitalen Marketing und zertifiziertes Mitglied des IAB EU.

„Die Datenschutzlandschaft ist komplex. Wir wollen es dem digitalen Marketing einfacher machen, Kontrolle über die geltenden Standards zu erlangen und Compliance auf allen Kanälen zu gewährleisten“, sagte Ben Barokas, Mitgründer und CEO von Sourcepoint. „Wir freuen uns über die Partnerschaft mit Samba TV für diese Initiative, um die Branche voranzubringen und den ‚digitalen Bürger‘ zu stärken.“

„Samba TVs Privacy Manager sorgt beim Datenschutz auf Connected TVs (CTVs) für einen

Durchbruch“, sagte Leigh Freund, President und CEO von Network Advertising Initiative (NAI), dem führenden Branchenverband für die Online-Werbebranche. „Die Branche sollte sich einen klaren, intuitiven Prozess zu eigen machen, der Konsumenten Transparenz und detaillierte Wahlmöglichkeiten bei der Nutzung ihrer Zuschauerdaten bietet, da CTVs zu einer immer wichtigeren Plattform für die Digitalwerbung werden. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit Samba TV und anderen Akteuren, um diesen Ansatz auch in den USA zu integrieren.“

Über Samba TV

Samba-TV ermöglicht das Fernseherlebnis der nächsten Generation auf Grundlage von First-Party-Daten. Dadurch werden Zuschauer angeregt, sich mit relevanten Inhalten zu beschäftigen, und Vermarkter haben die Möglichkeit, dieses Engagement zu quantifizieren. Die Erkenntnisse von Samba TV basieren auf der weltweit umfangreichsten Quelle von Echtzeit-Zuschauerdaten, die über Antennen- und Kabelfernsehen, Over-the-Top (OTT) und digitale Medien erhoben werden. Die 2011 von Samba TV erfundene ACR-Technologie ist auf Chipset-Ebene in 20 der weltweit führenden Smart-TV-Marken (den meisten in der Branche) integriert und analysiert den Bildschirminhalt in Echtzeit, unabhängig von der Quelle. Samba TV liefert objektive, umfassende Zuschauerdaten, die durch über eine Milliarde Geräte in aller Welt adressierbar sind. Die größten Marken der Welt nutzen Samba TV, um ihre Media-Investitionen zu quantifizieren und auf alle Bildschirme, auf denen Videos geschaut werden, auszuweiten. Weitere Informationen finden Sie auf www.samba.tv.

Katie North-Fisher

Samba TV

+1 408-506-4568

[email us here](#)

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/535373755>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2021 IPD Group, Inc. All Right Reserved.