

Studie über die Auswirkungen der jüngsten Adtech-Entwicklungen und ihre Auswirkungen auf die Privatsphäre, die Verlage und Werbetreibenden

- Opening: 09 Juli 2021

-

Closing: 06 September 2021

Ziel dieser Studie ist es, der Kommission Fakten und Analysen zur Online-Werbebranche zur Verfügung zu stellen, die als Grundlage für künftige politische Optionen zum Schutz der Privatsphäre des Einzelnen und zur Unterstützung der Entwicklung eines ausgewogeneren Ökosystems für Online-Werbung dienen könnten. Dies liegt im Interesse der einzelnen Verbraucher von Online-Diensten und -Inhalten, der Online-Unternehmen und insbesondere der Verlage (Referenz der Studie: CNECT/2021/OP/0030).

Die Studie konzentriert sich auf drei spezifische Ziele:

- Beschreibung der Entwicklung von Adtech seit etwa 2005 und ihrer Auswirkungen auf Verlage und Werbetreibende in der EU;
- Bewertung der Beziehungen zwischen Verlagen und Werbetreibenden einerseits und den großen Plattformen und Online-Werbevermittlern (Ad-Netzwerke usw.) andererseits;
- Ermittlung und Bewertung von Modellen für ein transparentes, ausgewogenes und nachhaltiges Umfeld für Online-Werbung, das die Charta der Grundrechte achtet.

Wirtschaftsteilnehmer, die an dieser Aufforderung interessiert sind, werden gebeten, ein Angebot über das elektronische Einreichungssystem (eSubmission) einzureichen, das auf der TED-eTendering-Website zur Verfügung steht.

Schlusstermin für die Aufforderung zur Einreichung von Vorschlägen ist der 6.9.2020, 16:00 Uhr MEZ.

Zusätzliche Informationen sind ausschließlich schriftlich über die e-Tendering-Website von TED anzufordern.

Downloads

Zugehörige Themen

Cybersicherheit Stärkung von Vertrauen und Sicherheit

Source URL:

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/funding/study-impact-recent-developments-adtech-and-their-impact-privacy-publishers-and-advertisers>