



Auch in 2019 heißt's weiter dranbleiben

Auch heuer wird sich niemand in der Branche eine längere Verschnaufpause erlauben dürfen.

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

VERÄNDERUNG. Von einem neuen ORF-Gesetz über das Thema Hass im Netz bis zu einer Abgabe für die Digitalgiganten: Auch heuer werden uns jene Themen, die uns schon in den Jahren zuvor beschäftigt haben, weiter beschäftigen. Die Frage ist nur, ob es bei der einen oder anderen dringlich zu lösenden Frage auch endlich zu einem zufriedenstellenden Ergebnis kommen wird.

Kommt die sogenannte Google-Steuer?

Für ein halbes Jahr hatte Österreich nun die EU-Präsidentschaft inne – und genau so lange hat man auch die Chance vertan, in einer der drängendsten Fragen der Medienbranche eine Lösung zu finden.

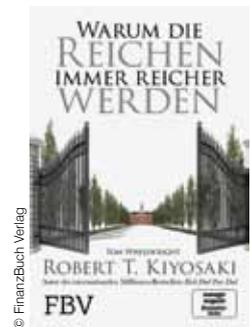
Was übrig blieb, waren lediglich vollmundige, aber am Ende dann doch nur leere Ankündigungen, man stehe innerhalb der Europäischen Union kurz vor einer Einigung in der so wichtigen Frage der Besteuerung der Internetgiganten auf europäischem Boden.

Und während in Europa nur leere Phrasen gedroschen werden, machen Facebook & Co. Milliarden Gewinne, de facto kaum besteuert, und die Google-Mutter Alphabet transferiert etwa in 2017 satte 20 Milliarden Euro dank legaler Steuerschlupflöcher auf die Bermudas. (2016 waren es übrigens ‚lediglich‘ 16 Milliarden.)

Steuerschlupfloch Lizenzgebühren

Die Einnahmen stammen vor allem aus Lizenzgebühren eines irischen Ablegers, über den das Unternehmen dank der dort besonders konzernfreundlichen Steuergesetzgebung laufen lassen kann.

Apropos Irland: Gerade dieses EU-Mitgliedsland ist in dieser Sache seit Jahren *mehr* als nur ein Ärgernis. Egal ob es um die niedrigen Steuern für globale Digitalgiganten auf der einen Seite oder die laxen und vor allem für Konsumenten ungünstigen Datenschutzregelungen auf der anderen Seite geht: Es reicht *ein* Land innerhalb der EU, um die jahrelangen Bemühungen aller anderen, endlich mehr Marktfairness in der Medienbranche herzustellen, zunichtezumachen.



© FinanzBuch Verlag

BUCHTIPP

Finanzielle Bildung für alle

REICHTUM. Zur Schule gehen, hart arbeiten, sparen, ein Haus kaufen, Schulden begleichen und langfristig investieren – das ist für viele der schlechteste Weg, um reich zu werden! Was Bildung in Sachen Finanzen wirklich ist, wie Sie diese erlangen und für sich nutzen können, zeigt Robert T. Kiyosaki in seinem neuen Bestseller.

Finanzbuchverlag; 320 Seiten; ISBN: 9783959720755

Power-Konferenz

Big Data Marketing Days gehen in die fünfte Runde.

MÜNCHEN/WIEN. Im Februar 2019 finden zum fünften Mal die von SM:ILE Communication veranstalteten Big Data Marketing Days in München und Wien statt. Erwarten dürfen sich die Besucher des jeweils eintägigen Events am 14.2. in München und am 19.2. in Wien Vorträge über brandaktuelle Produktinnovationen und praxistaugliche Lösungen für datengetriebenes Marketing. Dabei teilen führende Branchenexperten aus Agenturen und Unternehmen ihr Know-how mit den Besuchern.

Ein Tag – viel Programm

Die Big Data Marketing Days dauern zwar jeweils nur einen Tag, die Informationsladung ist dafür umso geballter: Neben der Zukunft des Marketings auf

Blockchain-Basis diskutieren Experten über Video-Strategien, die Suchtgefahr von Marketing und Sales Automation, die Orientierung im Omnichannel-Chaos und vieles mehr.

Experten am Podium

Nähergebracht werden die Themen den Besuchern von Experten aus verschiedenen Branchen, so etwa von Mike Klinkhammer, Managing Director von eBay Advertising, und Isabel Marcin, Measurement und Attribution Specialist bei Google Germany.

Auch agenturseitig werden auf datengetriebenes Marketing spezialisierte Referenten vertreten sein, darunter Siegfried Stepke, Eigentümer und CEO von e-dialog. Abgerundet wird das Konferenzprogramm der



Martin Szugat, CEO der Datentreiber GmbH, beim Big Data Marketing Day 2018.

Die Big Data Marketing Days

Wann & wo
14.2.2019 – München municon Conference Center

19.2.2019 – Wien Austria Trend Hotel Schloss Wilhelminenberg

Tickets gibt es unter:

www.marketing-on-tour.de/konferenzen/

Big Data Marketing Days durch zahlreiche Best Practice-Beispiele führender Unternehmen, wie etwa der Post AG, YouTube oder Payback.

Wer sich also einen Überblick über die neuesten Entwicklungen im datengetriebenen Marketing verschaffen möchte, dem bieten die Marketing Days eine optimale Gelegenheit. (ls)