

# „Sind angetreten, um Lösungen zu bieten“

Alexandra Vetrovsky-Brychta blickt als Präsidentin des Dialog Marketing Verbandes (DMVÖ) auf das Jahr zurück.

•••von Petra Stückler

**E**s war kein einfaches Jahr, 2022 hatte so einiges zu bieten: Pandemie, Krieg, Energiekrise und für den Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) auch noch tiefgreifende Veränderungen für die gesamte Branche. Die Präsidentin des DMVÖ, Alexandra Vetrovsky-Brychta, spricht mit medianet über ihr erstes volles Jahr im Amt und über die Anliegen, die die Mitglieder beschäftigen.

**medianet:** *Das Jahresende naht – Zeit, Bilanz zu ziehen. Was waren die großen Themen des Jahres im DMVÖ?*

**Alexandra Vetrovsky-Brychta:** Inhaltlich hat das Jahr sehr turbulent gestartet durch die Bescheide der Datenschutzbehörde zur Verwendung von Google Analytics. Das hat die Data Driven Marketing-Community wirklich erschüttert. Weil hinlänglich klar wurde, dass der Fall des Privacy Shields – welches bereits im Sommer 2020 vom EuGH gekippt wurde – ein massives Thema auslöst, und zwar jetzt nicht ein Thema mit Google Analytics, sondern ein Thema mit der Übermittlung personenbezogener Daten in die USA.

**medianet:** *Das bedeutet eine radikale Veränderung für Data Driven Marketer. Wie reagiert man darauf?*

**Vetrovsky-Brychta:** Es bedeutet, dass sehr viele Marketing-Tools, die man verwendet, um Data Driven Marketing zu machen, dadurch ein Problem haben und hatten. Wir konnten da-

rauf sehr schnell reagieren und haben sehr rasch einen Online Talk zu dem Thema gemacht. So konnten wir unseren Mitgliedern und der gesamten Branche wichtiges Wissen vermitteln. „Was bedeutet das jetzt?“ „Was bedeutet dieser Bescheid?“ All das zu übersetzen und es auch gleichzeitig in Lösungen, wie etwa den Tools Day, münden zu lassen, das war uns sehr wichtig und es ist uns gelungen.

**medianet:** *Der Bedarf an Aufklärung war also immens. Wie haben Sie die Mitglieder in diesen ersten Monaten '22 optimal erreichen können? Mit Kontaktbeschränkungen, einmal ja, dann wieder nein ...*

**Vetrovsky-Brychta:** Die Live-Events wurden ab April wieder möglich. Und auch das haben wir gleich genutzt, mit dem Tools Day, der auch schon konkrete Lösungen vorgestellt hat.

Sprich, welche europäischen Alternativen gibt es und welche sonstigen Maßnahmen kann man ergreifen, um Google Analytics doch wieder legal nutzbar zu machen. Wir haben damit die Wissensoffensive, die wir gleich im Jänner gestartet haben, als wir in Windeseile den Talk organisiert haben, logisch durch ein Angebot an konkreten Lösungen erweitert und fortgeführt – auch gemeinsam mit anderen Organi-



© Martina Berger