

Innovationswettbewerb „Sicherheit mit und für KI“ Baden-Württemberg (2023)

## Projektsteckbrief

# AdPrivacy: KI zur Auflösung von Rechtsunsicherheit (Privacy) bei Unternehmen



**Worum geht es:** Mit ihrem Projekt AdPrivacy trägt die DEFINE MEDIA GmbH dazu bei, den Datenschutz (Privacy) im Digital Marketing zu erhöhen. Hintergrund ist die seit Jahren wachsende Rechtsunsicherheit bezüglich des nutzerdatenbasierten Marketings. Mit Hilfe neuer KI-gestützter Methoden, die auf den Einsatz von Nutzerdaten verzichten, soll hier eine datenschutzkonforme Alternative zu etablierten Modellen des Digital Marketing entwickelt werden.

**Projektkonsortium:** DEFINE MEDIA GmbH



---

### **Innovationswettbewerb „Sicherheit mit und für KI“ Baden-Württemberg**

In einer zunehmend digital vernetzten und von Künstlicher Intelligenz (KI) beeinflussten Welt wird die Sicherheit und die Vertrauenswürdigkeit von Produkten und Dienstleistungen immer wichtiger.

Um die Entwicklung sicherer und vertrauenswürdiger KI-Produkte und KI-Dienstleistungen zu forcieren, hat das Wirtschaftsministerium Baden-Württemberg den Innovationswettbewerb „Sicherheit mit und für KI“ ausgeschrieben. Mit dem Wettbewerb werden Unternehmen in Baden-Württemberg in der Entwicklung innovativer Sicherheitslösungen gefördert, bei der KI-Technologien zum Einsatz kommen oder die dazu dienen KI-Anwendungen sicherer zu machen. Sicherheit umfasst hierbei die drei Dimensionen Security (Cybersicherheit), Safety (Betriebssicherheit) und Privacy (Datenschutz).

Der Innovationswettbewerb „Sicherheit mit und für KI“ ist eine Maßnahme im Rahmen des Aktionsprogramms „KI für den Mittelstand“ des Ministeriums.

---

## KI für ein rechtssicheres und datenschutzkonformes Digital Marketing

Werbetreibende Unternehmen verlassen sich in der Prognose von Umsatzerwartungen und potenziellen Umsatzzuwächsen auf den Einsatz etablierter und zielgruppenspezifischer Maßnahmen des Digital Marketing. Grundlage hierfür ist die Analyse konkreter Nutzerdaten. Allerdings wächst für den Einsatz nutzerdatenbasierter Maßnahmen seit Jahren die Rechtsunsicherheit, da die vielen Anwendungen in der verteilten Infrastruktur des Digital Marketing rechtliche Grauzonen eröffnen, zu denen es noch keine höchstrichterliche Entscheidung gibt. Insbesondere die Rechtsunsicherheit, ob mittels der weit verbreiteten Nutzung von Consentlayern (alias Cookiebannern) auf Webseiten und in Apps tatsächlich eine rechtsgültige Einwilligung zum Tracking des Nutzerverhaltens gegeben wird, stellt für viele Unternehmen ein stetiges und nicht unerhebliches finanzielles Risiko dar. Gemäß DSGVO können hier beispielsweise Strafen von bis zu 4% des weltweiten Konzernumsatzes verhängt werden.

Um dieses Risiko für Unternehmen aufzulösen, sollen im Rahmen von AdPrivacy mittels KI neue und rechtssichere Methoden der Werbeaussteuerung entwickelt werden, die keinen Nutzerbezug aufweisen, werbetreibenden Unternehmen, aber gleichzeitig analoge Performance-Kennzahlen zu etablierten Methoden der Werbeaussteuerung bieten.





## **KI-gestützte Verfahren für eine nutzerdatenfreie Zielgruppenerzeugung**

Im Rahmen des Projekts soll als Alternative zu der auf nutzerdatenbasierten Werbeaussteuerung an der Erstellung von KI-erzeugten Zielgruppen gearbeitet werden. Diese können ebenfalls für eine gezielte Werbeaussteuerungen genutzt werden ohne dabei die so genannten Streuverluste zu vergrößern. Als Streuverlust versteht man hierbei die unbeabsichtigte Ansprache von Personen, die nicht zur Zielgruppe der Kampagne gehören und dementsprechend weniger Interesse an dem beworbenen Produkt oder der Dienstleistung haben.

Anstatt der Analyse von Nutzerdaten werden für die Zielgruppenerstellung die Inhalte des jeweiligen Werbemittels selbst mit den Inhalten der Webseiten, auf denen das Werbemittel potenziell ausgeliefert werden könnte, korreliert. Die Korrelation wird dabei über die maschinelle Bewertung von Text- und Bildinhalten im Werbemittel selbst wie auch auf den Webseiten analysiert. Zudem werden bei der Korrelation auch die impliziten Emotionen sowie die Sentiments berücksichtigt, also die über das geschriebene Wort hinausgehende Tonalität des Textes etwa in Bezug auf explizite oder implizite Meinungsäußerung.

Durch diese Kombination wird es ermöglicht, auch komplexere Zielgruppen für spezifische Produkte zu erstellen, wie sie häufig auch das Ergebnis von Marktforschungsstudien in diesem Bereich sind.



## Kontakt

DEFINE MEDIA GmbH  
Andreas Kühner  
An der Raumfabrik 31 a  
D-76227

## Gefördert durch

Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und  
Tourismus Baden-Württemberg  
Postfach 10 01 41  
Schlossplatz 4 (Neues Schloss)  
70001 Stuttgart  
Tel: 0711 123-2869  
Fax: 0711 123-2871  
pressestelle@wm.bwl.de  
www.wm.baden-wuerttemberg.de

## Weitere Informationen

<https://definemedias.de>



## Quellenhinweis

S. 1, © sakkmasterke, istockphoto.com  
S. 2, © photon\_photo, stock.adobe.com  
S. 3, © Anttto-AI, stock.adobe.com  
S. 4, © Andrey Popov, stock.adobe.com



Weitere Informationen zum Innovationswettbewerb finden Sie unter:

[www.wirtschaft-digital-bw.de](http://www.wirtschaft-digital-bw.de)



Baden-Württemberg  
Ministerium für Wirtschaft,  
Arbeit und Tourismus



**W4.0**  
Initiative Wirtschaft 4.0 BW