

An:
Österreichische Datenschutzbehörde
Wickenburggasse 8
1080 Wien



Betreff: Stellungnahme zur Black-List

IAB (Interactive Advertising Bureau) Austria -
Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft
Praterstraße 1/1 OG/Space 16, 1020 Wien
+43 699 1 422 2878
administration@iab-austria.at

www.iab-austria.at

Wien, am 8. August 2018

**Stellungnahme des Interactive Advertising Bureau Austria
zum Entwurf einer**

**Verordnung der Datenschutzbehörde über Verarbeitungsvorgänge, für die eine Datenschutz-
Folgenabschätzung durchzuführen ist (DSFA-V), „Black-List“**

Allgemein:

Wir möchten formal darauf hinweisen, dass eine Abstimmung im Europäischen Datenschutzausschuss notwendig wäre, welche aufgrund des zwingendermaßen durchzuführenden Kohärenzmechanismus nach Art. 63 DSGVO (EU-Datenschutzgrundverordnung) vorgegeben ist.

Wir möchten eindringlich die Berücksichtigung dieser Kriterien und die Abstimmung mit den deutschen Black-Lists anregen. Des Weiteren sollte Art. 35 DSGVO als Richtschnur herangezogen werden, welcher in den Abs. 1 und 3 bereits Vorgaben und Zielsetzungen enthält.

Ebenso als formalen Punkt möchten wir das problematische Zusammenspiel des Verordnungsentwurfes mit den Erläuterungen anmerken. Durch teilweise unklare und widersprüchliche Formulierungen würde Rechtsunsicherheit entstehen, obwohl genau das Gegenteil nach Art. 35 Abs. 4 und 5 DSGVO erzielt werden soll, nämlich das Verständnis der neuen datenschutzrechtlichen Vorgaben durch die DSGVO näherzubringen.

An:
Österreichische Datenschutzbehörde
Wickenburggasse 8
1080 Wien



Betreff: Stellungnahme zur Black-List

IAB (Interactive Advertising Bureau) Austria -
Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft
Praterstraße 1/1 OG/Space 16, 1020 Wien
+43 699 1 422 2878
administration@iab-austria.at

www.iab-austria.at

Kernaspekte IAB Austria

§ 2 (2)

Ziffer 1 und Ziffer 2

Z 1 und Z 2 unterscheiden sich im Wesentlichen nur durch das Kriterium der automatisierten Entscheidungsfindung. Aus unserer Sicht birgt nur die automatisierte Entscheidungsfindung ein hohes Risiko für ein hohes Diskriminierungspotential betroffener Personen.

Die bloße Bewertung von Personen, welche eventuell „negative rechtliche, physische oder finanzielle Auswirkungen“ erfahren könnte, kann nur im Einzelfall und keinesfalls standardisiert als hochriskante Datenverarbeitung eingeordnet werden. Die WP 248 gibt unter Punkt III B. 2. sogar an, dass Datenverarbeitungen mit geringen Auswirkungen nicht erfasst sein sollen: „Processing with little or no effect on individuals does not match this specific criterion“. Da dies gem. WP 248 sogar für vollautomatisierte Entscheidungsfindungen gilt, sollten sonstige allgemeine Datenverarbeitungen keinesfalls strenger beurteilt werden. Während die DSGVO weiters noch von tatsächlichen Beeinträchtigungen spricht, führt die Konjunktivformulierung des Verordnungsentwurfs („Auswirkungen haben kann“) zu einer massiven Ausuferung des Anwendungsbereichs.

Automatisierte Verarbeitung

Auch Art. 35 Abs. 3 lit. a) legt eine DSFA im Fall einer „systematischen und umfassenden Bewertung persönlicher Aspekte natürlicher Personen, die sich auf automatisierte Verarbeitung einschließlich Profiling gründet“ nahe, „die Grundlage für Entscheidungen dient, die Rechtswirkungen gegenüber natürlichen Personen entfalten oder diese in ähnlich erheblicher Weise beeinträchtigen“. Kernpunkt dieser lit. ist die „automatisierte Verarbeitung“. Ähnliches lässt sich auch in den Erläuterungen zur Z 1 erahnen, welche wiederum auf die vollautomatisierte Verarbeitung ohne menschliches Eingreifen Bezug nimmt. Sinn und Zweck des Art. 22 DSGVO und der Einordnung als spezielle Datenverarbeitung, deren Risiko als höher eingeordnet werden konnte, war einer durch technische Maßnahmen unbeabsichtigten Diskriminierung entgegenzuwirken. Diese liegt aber nach Z 1 nicht vor.

All jene in Z 1 Buchstabe a – e der Erläuterungen aufgezählten Beispiele können nur für eine vollautomatisierte Entscheidungsfindung gelten. Widrigenfalls wären Buchstabe d (Verhaltens- oder Marketingprofile) jedenfalls abzulehnen, da in die täglichen, bislang unproblematischen Geschäftsprozesse eingegriffen werden würde.

An:
Österreichische Datenschutzbehörde
Wickenburggasse 8
1080 Wien



Betreff: Stellungnahme zur Black-List

IAB (Interactive Advertising Bureau) Austria -
Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft
Praterstraße 1/1 OG/Space 16, 1020 Wien
+43 699 1 422 2878
administration@iab-austria.at

www.iab-austria.at

Es würden auch Personalisierungs-, Content- und Analysetools auf Websites erfasst werden, die keine „negative[n] rechtliche[n], physische[n] oder finanzielle[n] Auswirkungen“ haben. Inwiefern zudem eine DSFA im Hinblick auf Verhaltens- und Marketingprofile notwendig, personalisierte Werbung aber ausgenommen sein kann, ist nicht verständlich und strikt abzulehnen.

Systematische und umfangreiche Bewertung

Des Weiteren wird in Art. 35 Abs. 3 lit. a DSGVO auf die „systematische und umfangreiche“ Bewertung hingewiesen, in der vorliegenden Liste allerdings nicht mehr. Der konkrete Umfang einer Datenverarbeitung hat demnach keinen Einfluss auf die Frage, ob mit ihr ein hohes Risiko verbunden ist oder nicht.

Es wird sich weiters einer unbestimmten Abgrenzung und Unterscheidung eines analytischen Profilings und einer „Prognose“ bedient. Der Begriff der „Prognose“ ist nicht definiert und sollte daher mangels näherer Erläuterung gestrichen werden.

Ebenfalls unklar ist, welche Bedeutung der Ergänzung „und von Dritten dazu genutzt werden können“ zukommt. Die Pflicht zur DSFA sollte, wenn überhaupt, nur dann bestehen, wenn es auch tatsächlich zu einer Nutzung durch Dritte kommt und nicht bereits dann, wenn die theoretische Möglichkeit dazu besteht.

Big Data

Der Begriff „Big Data“ kann weder technisch noch im Allgemeinen definiert werden. Daher ist es unklar, was hiermit gemeint ist und wie der Umfang des Begriffs interpretiert werden kann. Auch in der DSGVO wird dieser Begriff nicht verwendet. Da der Begriff Big-Data-Technologie zu unklar ist, fordern wir seine Streichung.

Ziffer 3

Z 3 erfasst wiederum nicht nur die „systematische umfangreiche Überwachung öffentlich zugänglicher Bereiche“, wie in Art. 35 Abs. 3 lit. c DSGVO ausgewiesen, sondern weist lit. a zudem auch „über Netzwerke erfasste Daten“ aus. Da es keine näheren Ausführungen oder Einschränkungen dieser Formulierung gibt, kann auch ein einfaches Kontaktformular auf einer Homepage darunterfallen, da auch in diesem Fall über ein Netzwerk personenbezogene Daten erfasst werden können. Als weiteres Beispiel führen wir das WLAN auf. Naturgemäß erfasst ein WLAN über Netzwerke Daten. Alle technischen Tools, die notwendig sind, den von der betroffenen Person angeforderten Dienst über ein Netzwerk zu erbringen, könnten im weitest möglichen Auslegungssinne erfasst sein. Auch hier fordern wir, dass die Black-List auf tatsächlich hochriskante Datenverarbeitungsvorgänge beschränkt wird.

An:
Österreichische Datenschutzbehörde
Wickenburggasse 8
1080 Wien



Betreff: Stellungnahme zur Black-List

IAB (Interactive Advertising Bureau) Austria -
Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft
Praterstraße 1/1 OG/Space 16, 1020 Wien
+43 699 1 422 2878
administration@iab-austria.at

www.iab-austria.at

Ziffer 6

Z 6 ist von uns konsequent abzulehnen. Das bloße Zusammenführen oder Abgleichen von Datensätzen aus unterschiedlichen Verarbeitungen kann noch kein hohes Risiko für die Rechte und Freiheiten betroffener Personen darstellen. Es handelt sich hier um übliche Anwendungen in Unternehmen (z.B. Abgleich der Newsletter-Empfänger mit Kundenlisten in Unternehmen). Es ist nicht nachvollziehbar, wo hier konkret ein potentiell hohes Risiko gesehen wird, da dies eine weitergehende Definition als die so genannten „Scoringmethoden“ darstellt. Zudem ist nicht jede Scoringmethode gleichsam derart invasiv wie „Fraud-Prevention-Systeme“. Scoring wird durchaus auch für legitime, von betroffenen Personen gewünschte Systeme - wie etwa Contentsysteme von Verlagen - verwendet. Zu großer Rechtsunsicherheit wird außerdem die Frage führen, welche Zwecke bezüglich der Formulierung „über die von einem Betroffenen üblicherweise zu erwartenden Verarbeitungen hinausgehen“ verfolgt werden. Im Unterschied zu Z 6 lit. b, bei der zumindest eine „erhebliche Beeinträchtigung“ der betroffenen Person gefordert wird, fehlt bei Z 6 lit. a eine derartige Risikobewertung außerdem erneut gänzlich.

§ 2 (3)

Ziffer 1 und 2

Diese Ziffern erfassen die schlichte Verarbeitung von besonderen Kategorien personenbezogener Daten nach Art. 9 DSGVO bzw. strafrechtlich relevanter Daten nach Art. 10 DSGVO. Wir fordern, dass das Kriterium „umfangreich“ (Art. 35 Abs. 3 lit. b DSGVO) in die bestehende Formulierung aufgenommen wird. Auch bisher wurde dies für die Abschätzung einer riskanten oder nicht riskanten Datenverarbeitung verwendet.

Andernfalls müssten Verantwortliche bereits bei Vorliegen eines besonderen Datensatzes oder eines strafrechtlich relevanten Datensatzes in einer Datenverarbeitung eine DSFA durchführen. Auch abseits der klassischen Unternehmen würden Verarbeitungen damit beeinträchtigt, beispielsweise in Schulen oder Kindergärten, in welchen Religionsbekenntnis, Muttersprache, Gesundheitsdaten (wie Unverträglichkeiten, Impfungen) von unmündigen Minderjährigen erfasst werden.

Wir fordern die Berücksichtigung unserer Stellungnahme und sorgfältige Überarbeitung, im Sinne einer Kohärenz mit der DSGVO und den bisherigen Leitlinien der Artikel-29-Datenschutzgruppe.

An:
Österreichische Datenschutzbehörde
Wickenburggasse 8
1080 Wien



Betreff: Stellungnahme zur Black-List

IAB (Interactive Advertising Bureau) Austria -
Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft
Praterstraße 1/1 OG/Space 16, 1020 Wien
+43 699 1 422 2878
administration@iab-austria.at

www.iab-austria.at

Über IAB (Interactive Advertising Bureau) Austria – Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft

In der Österreich-Sektion des „IAB (Interactive Advertising Bureau) – Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft“ haben sich rund 150¹ führende Unternehmen der digitalen Wirtschaft organisiert. Sie setzen Maßstäbe für die digitale Kommunikation, unterstützen die werbetreibenden Unternehmen mit Expertise, sorgen für Transparenz und fördern den Nachwuchs. Durch die Vielfalt der Mitglieder aus allen Bereichen der digitalen Wirtschaft, ist der ganzheitliche Blick auf die für die Branche relevanten Themen gewährleistet.

¹ Für eine Auflistung aller IAB Austria Mitglieder
s. <https://www.iab-austria.at/internet-advertising-bureau/mitglieder-2/>