

Stellungnahme des iab.austria zum Entwurf einer

Verordnung des europäischen Parlaments und des Rates über die Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/58/EG (Verordnung über Privatsphäre und elektronische Kommunikation)

Allgemein zum Entwurf der ePrivacy Verordnung

Am 10. Januar 2017 hat die EU-Kommission offiziell den Entwurf für eine neue Verordnung des europäischen Parlaments und des Rates über die Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/58/EG (Verordnung über Privatsphäre und elektronische Kommunikation) vorgestellt (ePVO).

Im Herbst 2017 wurde dieser Entwurf im EU-Parlament beschlossen und an den EU-Rat zur finalen Entscheidung und Erteilung des Auftrags zum Start der Trilog Gespräche weitergeleitet. Während des österreichischen Ratsvorsitzes wurden notwendige Änderungen erarbeitet und als Diskussionsgrundlage in den Ratssitzungen besprochen. Aber leider ohne einer gemeinsamen Einigung auf ein Ergebnis. Auch unter der rumänischen Ratspräsidentschaft kam es bisher noch zu keiner Einigung. Der aktuelle Entwurf vom 13. März 2019, der derzeit vorliegt bringt nach wie vor für alle Branchen in Europa die digitale Geschäftsmodelle verfolgen enorme Risiken und bevorzugt die ohnehin schon übermächtige Konkurrenz aus Übersee. Bei der Verabschiedung des aktuellen Entwurfes besteht die Gefahr, dass große Teile der Etats für Onlinewerbung an die amerikanischen Player wie Google oder Facebook gehen könnten!

Kernaspekte

- Das Schutzniveau der im Mai 2018 in Kraft getretenen EU Datenschutz Grundverordnung (DSGVO) sollte die Grenze an zumutbaren Maßnahmen bilden, um ein Level-Playing-Field herzustellen. Die DSGVO erstreckt sich explizit auch auf den Online-Bereich und enthält weitgehende Regelungen zur Verwendung und Verarbeitung von Daten in diesem. Sie beinhaltet zudem ein wesentlich transparenteres Schutzniveau als die ePVO. Die DSGVO sieht vor, dass der User über die Art und Weise der Verwendung seiner Daten vor der Zustimmungserteilung informiert wird und jedem einzelnen Service zustimmen kann oder nicht. Die ePVO hingegen regelt die Zustimmung nur auf Basis der technischen Herkunft (direkter Bezug oder indirekter Bezug zum Webservice) mittels Browsereinstellung. Eine Kohärenz mit den Bestimmungen der DSGVO ist daher zwingend nötig um Transparenz für den User und ein Level-Playing-Field für die Wirtschaft zu gewährleisten. Daher müssen in **Art. 8 (1) der ePVO** alle rechtmäßigen Verarbeitungsgründe aus Art 6. der DSGVO aufgenommen werden, insbesondere das „berechtigte Interesse“, um die notwendige Kohärenz zur DSGVO herzustellen.
- **Art. 10 der ePVO**, der Browser zu den alleinigen „Torwächtern“ erhebt, ist kein geeignetes Schutzmittel gegenüber UserInnen und verhindert ein Level-Playing-Field“ für österreichische und europäische Unternehmen gegenüber den großen globalen Playern, die wie Google oder Apple auch Betreiber von Browsern (Google Chrome, Apple Safari) sind. Weiters verfügen die oben genannten Unternehmen aufgrund Ihrer Marktmacht auch über die Mittel die User zu Zustimmungen zu drängen. Die DSGVO beinhaltet hingegen Regelungen, dass die Zustimmung jedenfalls freiwillig erfolgen muss und nicht abhängig vom Zugang zu dem Service gemacht werden darf. Zusammengefasst würde der Entwurf zur ePVO die großen digitalen Player stärken und den Europäischen digitalen Binnenmarkt massiv treffen. Ein Wachstum im digitalen Binnenmarkt wäre dadurch verunmöglicht und es hätte massive Implikationen auf die gesamte Europäische Wirtschaft. Die Streichung des Artikel 10, wie dies von der österreichischen Ratspräsidentschaft ausbedungen wurde, ist daher unbedingt beizubehalten!

- Der in das aktuelle Proposal der rumänischen Ratspräsidentschaft neu eingefügte **Erwägungsgrund 20a** ähnelt dem momentan gestrichenen Artikel 10 sehr stark. Er hält die Web-Browser-Provider dazu an, Endbenutzern eine White List zur Verfügung zu stellen, mit Hilfe welcher der Endbenutzer seine Einwilligung zur Verwendung von Cookies für spezifische Provider geben kann. Dieses „Whitelisting“ darf maximal eine Alternative zu bereits erteilten Einwilligungen des Betroffenen darstellen! Durch den Betroffenen bereits erteilte Zustimmungen dürfen von solchen White Lists keinesfalls „overruled“ werden!

Grundsätzlich ist es technisch vorstellbar, über ein standardisiertes Script die Informationen (Consent erteilt/nicht erteilt) an die Browser weiterzuleiten. Ein derartiges Script müsste jedoch erst entwickelt und global (!) ausgerollt werden. ABER – die Webseitenbetreiber und Medien werden damit wieder in eine Abhängigkeit von Browserherstellern gezwungen. Jede Fehlfunktion, mangelhafte Umsetzung, Störung, Umstellung, etc. geht zu Lasten der Websites/Medien. In der Praxis zeigt sich zudem, dass Technologie-Unternehmen, allen voran Google, auf technische Anfragen zumeist gar nicht oder nur mit großer zeitlicher Verzögerung reagieren. Dadurch kann den Websites/Medien großer wirtschaftlicher Schaden entstehen, der schließlich auch Rechtsfolgen auslösen kann.

Erwägungsgrund 20a ist demnach nachteilig für österreichische Unternehmen und hebt die Browserhersteller einmal mehr in eine Gatekeeper-Rolle. Einwilligungen müssen daher nach wie vor über die jeweilige Website oder auch im Verbund über mehrere Angebote/Websites hinweg (z.B. eine Login-Allianz) eingeholt werden können!

- Es besteht zudem ein Konflikt zwischen der von der DSGVO vorgesehenen Bestimmungen zur Einwilligung bei Direktmarketingmaßnahmen (keine ausdrückliche Einwilligung, aber jederzeitiges Widerspruchsrecht) und des **Art 16 ePVO** zu „unerbetenen Nachrichten“, welche eine ausdrückliche Einwilligung für Direktmarketingmaßnahmen einfordert. Das wäre ein unsachgemäßer und massiver Nachteil für Unternehmen, die solche Marketingmaßnahmen über elektronische Kommunikationsdienste erbringen wollen. Es sollten die Regelungen der DSGVO diesbezüglich vollumfänglich berücksichtigt werden.

Das iab plädiert daher dafür, dass Artikel 10 der ePVO weiterhin gestrichen bleibt und dass der Erwägungsgrund 20a nicht zu einem „versteckten“ Artikel 10 avanciert. Sowohl für das Einholen von Zustimmung, als auch für die Erlaubnistatbestände (z.B. berechtigtes Interesse) ist auf die Vorgaben der DSGVO zu verweisen, um zu verhindern, dass heimische Firmen Einnahmequellen aus Werbung verlieren, eine Finanzierung von heimischen Internetangeboten unmöglich wird und ehemals kostenfreie Internetangebote kostenpflichtig werden oder ganz verschwinden. Außerdem soll auch in Bezug auf Artikel 16 Kohärenz zur DSGVO hergestellt werden, um eine grobe Benachteiligung von Unternehmen zu verhindern, welche Direktmarketingmaßnahmen über elektronische Kommunikationsdienste einsetzen.

Die geplante Umsetzung der ePVO gefährdet die Digitalisierung Europas und Österreichs nachhaltig, schwächt den Standort, bedroht Arbeitsplätze und schränkt die heimische und europäische Innovationskraft signifikant ein. Auch wird das hohe Datenschutzniveau in Österreich stark durch den technischen Ansatz in der ePVO abgeschwächt. Der Entwurf der ePVO ist in dieser Form daher aus Sicht des iab weiterhin abzulehnen.

20.03.2019



Praterstraße 1/1. OG/Space 16
1020 Wien
+43 699 1 422 2877
administration@iab-austria.at

ÜBER DAS INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU

In der Österreich-Sektion des iab (interactive advertising bureau – Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft) haben sich rund 180 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. Das iab austria ist in ständigem Austausch mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessensgruppen. Weitere Informationen auf <https://www.iab-austria.at>