

## **Positionspapier Causa Schrems II - EuGH Urteil vom 16. Juli 2020 in der Rechtssache C-311/18 Data Protection Commissioner / Maximilian Schrems und Facebook Ireland**

### **Präambel**

Seit dem 16. Juli 2020 ist das EU-US Privacy Shield ungültig. Der Nachfolger von „Safe Harbor“ ist somit ebenfalls gefallen. Es gibt keinen Angemessenheitsbeschluss zwischen der EU und den USA mehr und etwaige Datenübermittlungen in die USA sind somit ohne Übergang und Schonfrist rechtswidrig geworden. Der EuGH sah die Probleme im nicht DSGVO-konformen Schutzniveau der USA, da ein direkter behördlicher Zugriff durch FISA (Foreign Intelligence Surveillance Act) jederzeit möglich ist und dann kein ausreichendes Rechtsschutzsystem für Nicht-US-Bürger vorliegt.

### **Europäische Wirtschaft kriminalisiert**

Das führt zum Problem, dass fast die gesamte europäische Wirtschaft, insbesondere die datengetriebene Kommunikationsindustrie, über Nacht kriminalisiert wurde. Aufgrund der Bemängelung des Schutzniveaus wurde auch die Rechtsbasis der Standardvertragsklauseln (SCC) als unzureichend eingestuft. Der EuGH fordert zusätzliche Maßnahmen über z.B. sogenannte Binding Corporate Rules, die ein gleichwertiges Schutzniveau wie in der Europäischen Union sicherstellen und vor einem Zugriff oder einem Absaugen der Daten durch US-Regierungsbehörden schützen.

Das Ergebnis dieses Urteils besagt schlichtweg, dass ein Datentransfer in die USA bzw. die Nutzung von Applikationen, die Daten in den USA hosten, nicht mehr DSGVO-konform und somit sofort zu stoppen sind.

In der Theorie bedeutet dies, dass all jene Anwendungen, die betroffen sind, sofort zu beenden sind oder auf eine europäische Alternative umzusteigen ist. Die Praxis sieht jedoch nicht ganz so trivial aus. Denn einerseits gibt es Anwendungen die alternativlos sind – etwa Microsoft Office 365 – und andererseits sind die Nutzungen dieser Tools oft mit vertraglichen Laufzeitbindungen verbunden. Von den Investitionen in die Implementierung und Schulung zur Nutzung dieser Tools mal ganz abgesehen.

### **Exekution des Urteils praxisfremd**

Es ist der europäischen und insbesondere der österreichischen Wirtschaft derzeit nicht zumutbar dieses Urteil in seiner Rechtsprechung ohne eine adäquate Übergangsfrist zu exekutieren. Wie wohl wir darauf hinweisen das ein fairer und transparenter Datenschutz ein unabdingbares Gut der Gesellschaft ist und sich alle Player am Markt daran zu halten haben. Datenschutz per se muss gewährleistet sein, aber in einer wirtschaftlich vertretbaren Form. Gerade jetzt wo Europas Wirtschaft am Boden liegt und die Digitalisierung der KMUs der stärkste Antrieb für den Wiederaufbau ist, gilt es praktikable Lösungen zu finden die von der Wirtschaft getragen werden können.

## **Forderungen der Wirtschaft**

Wir, der DMVÖ - Dialog Marketing Verband Österreich – als größter Interessensverband der datengetriebenen Kommunikationswirtschaft mit über 1.000 Mitglieder, fordern daher:

1. Sofortige Aufnahme der Verhandlungen der EU mit den USA für eine nachhaltige Lösung, wobei das Ergebnis nicht wieder ein „Pflaster“ einer populistisch geführten Verhandlungsrunde sein darf, das dann wieder ähnliche Angriffsflächen bietet. Die Unternehmen und Organisationen benötigen eine langfristige, verlässliche Rechtssicherheit.
2. Ein zeitnahes Bekenntnis der Datenschutzbehörden zu einer wirtschaftlich vertretbaren Vorgangsweise bis ein neues Abkommen vorliegt – Stichwort „Übergangsregel mit Fair Play“ und Evaluierung einer Schonfrist, basierend auf einer weniger strengen Auslegung des Art 49 Abs 1 UAbs 2 DSGVO.

Der DMVÖ setzt sich gemeinsam mit anderen Interessensvertretungen mit Nachdruck dafür ein, dass hier so schnell wie möglich Rechtssicherheit geschaffen wird. Wir stehen für den Dialog und konkrete Gesprächstermine mit Behörden und Politik jederzeit zur Verfügung und bieten die Expertise der Unternehmenspraxis der datengetriebenen Kommunikationswirtschaft an.

### Über den DMVÖ

Der DMVÖ fördert jede Art von personalisierter Kommunikation – in digitaler wie in analoger Form. Er versteht sich dabei als Vordenker und Wegbereiter technologischer Neuheiten, die Kommunikation für Konsumenten individueller und nützlicher macht – und die Unternehmen erlaubt, persönlicher und effizienter zu kommunizieren. Seine 1.000 Mitglieder teilen ihre Erfahrungen und lernen im Austausch voneinander. Dazu bietet der DMVÖ unterschiedlichste Formen von agiler Projektarbeit, Informations- und Veranstaltungsreihen. Die Einhaltung der Datenschutz- und Verbraucherrichtlinien ist ihm dabei ebenso wichtig wie die Mitgestaltung dieser Materie, um Unternehmen und Konsumenten in diesem Bereich Sicherheit zu geben. [www.dmvoe.at](http://www.dmvoe.at)