

Presseinformation

Wien, 1. Juni 2021

DMVÖ fordert Transparenz Aufklären statt automatisch beschweren

Max Schrems und seine Datenschutzorganisation haben eine grundsätzlich sehr begrüßenswerte Software entwickelt, die rechtswidrige Cookie-Banner erkennt und das Unternehmen nach einem Monat bei der Datenschutzbehörde anzeigt. Österreichische Unternehmen stehen mehr denn je vor großen Herausforderungen. Sie warten immer noch auf eine Verordnung samt Regeln und Rechtssicherheit. Der Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) setzt auf Selbstregulierung und wünscht sich eine Nachbesserung der Initiative, die nicht nur automatisch Beschwerden generiert, sondern eine automatische Überprüfung mit einer Anleitung zur Nachbesserung erzeugt.

„Mein Appell an alle Beteiligten des digitalen Daten-Ökosystems ist es, transparente und praktikable Lösungen für die heimische und europäische Digitalwirtschaft aufzuzeigen und dabei nicht nur in Rechtstexten, sondern auch in der praktischen Umsetzung zu denken. Denn auch Technologie kann beispielsweise dabei helfen, DSGVO-konform Cookies oder andere Identifier zu nutzen“, erklärt Alexandra Vetrovsky-Brychta, Präsidentin des DMVÖ.

Seit Inkrafttreten der Datenschutz-Grundverordnung sind Cookie-Banner, mit denen Websitebetreiber*innen eine Zustimmung zum Datensammeln einfordern, im Netz allgegenwärtig. Unternehmen stehen vor einer großen Herausforderung. Denn nach wie vor fehlt es an transparenten und praktikablen Lösungen für die heimische und europäische Digitalwirtschaft. Durch die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und die darauffolgenden Urteile, wie das „EuGH Cookie-Urteil“ im Herbst 2019 oder jüngst der Fall des Privacy Shields, haben Unternehmen begonnen lästige, oft unübersichtliche Cookie-Banner zu implementieren. Uneinheitliche Standards führen dabei oftmals zur Überforderung der User*innen. Zeitgleich gibt es den Kampf gegen die Windmühlen der „Digital Giants“ wie beispielsweise Google und Facebook, die trotz oder gerade wegen dieser untauglichen Mitteln der Einwilligung mehr Daten denn je in ihren geschlossenen Plattformen ernten. Das ist Datenschutz wie er nicht sein soll – mit mangelnder Transparenz für die User*innen und mangelnder Rechtssicherheit für Websitebetreiber*innen.

Mangelnde Rechtssituation

Helfen sollte die ePrivacy-Verordnung – als Sondergesetz für die Verarbeitung digitaler Daten. Hier erweist sich gut gemeint, als das Gegenteil von gut. „Denn bereits 2016 initiiert, lässt diese Verordnung samt Regeln für Rechtssicherheit immer noch auf sich warten. Somit kann sich die Branche derzeit nur selbst helfen. Initiativen die Unternehmen auf etwaige mangelnde Umsetzung der derzeitigen Rechtssituation hinweisen, sind grundsätzlich begrüßenswert. Denn Datenschutz ist ein wichtiges Gut und muss ernst genommen werden“, so Alexandra Vetrovsky-Brychta, Präsidentin des DMVÖ. Jede*r hat ein Recht auf den Schutz der eigenen Privatsphäre, besonders im digitalen Raum. Aber noch begrüßenswerter wäre eine Initiative, die nicht nur automatisch Beschwerden generiert, sondern eine automatische Überprüfung mit einer Anleitung zur Nachbesserung. Wirklich helfen kann hier – solange es keine beschlossene ePrivacy-Verordnung gibt – nur Selbstregulierung. Diese sollte die derzeit unklare Situationen im Zusammenhang mit Consent Management auf Websites regeln, vergleichbar mit den Codes of Conduct, die nach einer Initiative des Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) von der Datenschutzbehörde genehmigt wurden und bereits in der Praxis zum Einsatz kommen. An deren Erweiterung für den digitalen Raum wird gerade gearbeitet.

Fehlende Transparenz bei „Digital Giants“

Während Europas datengetriebene Kommunikationswirtschaft damit beschäftigt ist ihre Cookie-Banner laufend zu adaptieren, und oft aufgrund der Notwendigkeit, noch unübersichtlicher zu gestalten, entwickeln die „Digital Giants“ munter weiter neue Produkte, die auf den Daten der europäischen User*innen basieren und von Transparenz oder einfachem Widerspruch weit entfernt sind.

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 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

Foto, Abdruck honorarfrei

Bild 1: Alexandra Vetrovsky-Brychta DMVOE © Niklas Schnaubelt

Rückfragen:

nadine.wanko@himmelhoch.at

Nadine Wanko

Himmelhoch GmbH

Tel. +43 676 775 1977