



© dpa

ePrivacy statt Cookie-Monster

Von der EU geplante ePrivacy-Verordnung schränkt digitale Medien und elektronische Kommunikation ein.

WIEN. Um den Schutz der Privatsphäre von Usern zu gewährleisten, plant die Europäische Kommission eine ePrivacy-Verordnung, die sich speziell auf digitale Medien und elektronische Kommunikation bezieht. Die Verordnung verbietet von vornherein die Verarbeitung von Daten, die in irgendeiner Weise mit elektronischer Kommunikation zusammenhängen.

Zustimmung erforderlich

Grund für das Verbot ist, dass alle digitalen Endgeräte im Dialog-Marketing- und im Online-Marketing-Kontext als „personenbezogen“ eingestuft werden. Das Speichern von Cookies oder ähnlichen Techniken wird zunächst immer deaktiviert. Erst nach Zustimmung des Nutzers werden Werbekontaktaufnah-

men möglich. Dabei sollen die Methoden zur Informationserteilung und die Einholung der Zustimmung für die User möglichst einfach und transparent gestaltet sein. Die Zustimmung soll über die jeweiligen Browsereinstellungen erfolgen; daher müssen Browser so programmiert werden, dass der Datenschutz gewährleistet wird.

Die ePrivacy-Verordnung betrifft vor allem elektronische Kommunikationsanbieter. Ebenfalls betroffen sind unter anderem Anbieter öffentlicher Verzeichnisse, Direktmarketingunternehmen sowie Anbieter, die Informationen der Endnutzer von Kommunikationsdiensten verarbeiten. Die im Entwurf erwähnten Bestimmungen zu „unerbetener Kommunikation“ werden aufgrund des aktuellen

österreichischen Telekommunikations-Gesetzes keine Auswirkungen haben. Im Falle eines Verstoßes gegen die ePrivacy-Verordnung sind für Unternehmen Geldstrafen von bis zu 20

Mio. € bzw. vier Prozent des weltweiten Jahresumsatzes zu zahlen.

iab austria als Vorreiter

Das interactive advertising bureau austria widmet sich 2019 der anstehenden ePrivacy-Verordnung. Der iab-austria-Präsident André Eckert möchte mit anderen Kommunikations- und Medienverbänden in Dialog treten, um den Anforderungen an eine neue Digitalwirtschaft bestmöglich zu entsprechen. Im Fokus steht der heimische Digital-Standard. Außerdem soll auch die grenzüberschreitende „Alliance for Digital Advancement“ ausgebaut werden. (nri)



© iab/Philipp Lipiarski

Stefan Kreissler, Alexandra Vetrovsky-Brychta, André Eckert von iab (v.l.).