



Aktuelles zum Datenschutz beim Online-Targeting (Cookies, Einwilligung etc.)

MICHAEL M. PACHINGER

6. ÖSTERREICHISCHER IT-RECHTSTAG
Wien, 10.05.2012



AUSTRIA BELGIUM BULGARIA CHINA CZECH REPUBLIC
GERMANY HUNGARY POLAND ROMANIA SLOVAKIA TURKEY

scwp.com

AD PERSONAM

- RA, Partner und geschäftsführender Gesellschafter
- Schwerpunkte
 - Allg. Wirtschaftsrecht, (Internat.) Vertragsgestaltung
 - **IP & IT, Datenschutzrecht**
 - E-Commerce-, Software-, Telekomm-, Wettbewerbsrecht
 - Asset: Beratung in Englisch, Französisch und Spanisch
- Internationale Ausbildung
 - Studium in Strasbourg (Frankreich)
 - Internships bei mmmm Abogados Barcelona, SOFFAL Paris
 - Cambridge ILEC, DALF, Diploma Universität de Barcelona
- FH-Lektor (FH OÖ, IMC FH Krems), EuroPriSe Legal Expert
- seit 2012: auch bei Pariser Anwaltskammer eingetragen

ARS ELECTRONICA CENTER LINZ



RA Dr. Michael M. Pachinger

AKTUELL



<http://www.aec.at/center/ausstellungen/ausser-kontrolle/>

...wirklich?

... NEIN!



www.micheletaugustin.com

RA Dr. Michael M. Pachinger

... ODER DOCH?

<http://cookiedemosite.eu/index.html>

(IAB Europe)

ÜBERBLICK

- Allgemeines zu Online-Targeting & Cookies
 - Cookie & personenbezogene Daten
 - Die Akteure beim Online-Targeting
- Die „EU-Cookie-RL“
 - Auslegung Art-29-Datenschutzgruppe
 - Selbstverpflichtungsinitiativen & Status quo der Umsetzung
- Gesetzliche Regelung in Österreich
 - § 96 Abs 3 TKG 2003 idF BGBl I 2011/102
 - Praktikable Umsetzung?!
- Datenschutz-Grundverordnung

Internet Timeline

„Trotz aller erhellenden Instruktionen Savoy sprach die Maschine so
daneben hinweg, daß es deutlich sei, den Befehl von irgendwelchen
Beobachtern solchen Personen die Hände zu spielen, von denen bei
der Polizei versichert wäre, [...] und auch in dem Jahre 1751 hat
die Wortwahl der „petite police“ mit dem Argument, daß die Polizei
Mittel brauche, um et die Absichten von den / gegen vorzugehen.“
Zitiert nach Sloper, abgedruckt in: Helge Knauth (Hg.) Berlin, Co

Allgemeines zu Online-Targeting und Cookies

ONLINE-TARGETING

- Technik, die individuelle, auf den Nutzer abgestimmte Werbung ermöglicht
- Optimale Ansprache der Zielgruppe
- geringe Streuverluste
- Es gilt:
 - Je mehr man von einem Internetuser weiß, desto besser kann man ihm **Werbung** liefern, die **interessant** ist und **angeklickt** wird.
 - Reaktion auf verhaltensorientierte Kriterien (Produkteinstellung, Markenwahl, Preisverhalten, Lebenszyklus (Teenager, Geschäftsmann))

ZIEL

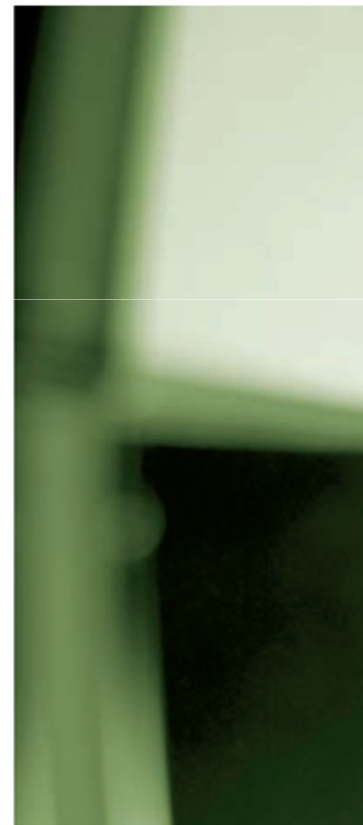
INNOVATION

Remarketing – Werbung ohne Streuverluste

Remarketing – Werbung ohne Streuverluste

Unternehmen investieren Millionen an Werbegeldern, um Interessenten für ihre Produkte zu gewinnen. Heute manifestiert sich dieses Interesse der Konsumenten größtenteils im Internet auf den Websites der Unternehmen. Remarketing bietet die Möglichkeit, genau mit diesen Konsumenten weiter zu kommunizieren. Der Traum jedes Werbers wird wahr – 100 % Zielgruppe, 0 % Streuverlust.

*Von Mag. Ernst Haslinger,
DI Christian Hartl und
RA Dr. Michael M. Pachinger*



COOKIES ALS PERSONENBEZOGENE DATEN?

- Verwender von Cookies (z.B.: Online-Werbeagentur)
 - = Auftraggeber iSd DSGVO
- Cookies als bloße Zahlenkombination
 - zB amazon.de, session-id: 969231388
 - kein unmittelbarer Personenbezug erkennbar
 - nur Bezug zu bestimmtem Computer
- **Kriterium:** Zu gespeicherten Daten (mit rechtlich zulässigen Mitteln) Personenbezug herstellbar?
- **Achtung:** Auslesung, Verknüpfung, zB mit **IP-Adresse!**
- Daten aus Cookies iVm IP-Adresse personenbezogen!
 - so auch explizit zB die französische Datenschutzbehörde CNIL

PERSONENBEZOGENE DATEN IM INTERNET

- Definition in Art 2 lit a Datenschutz-RL
 - „Informationen über bestimmte oder bestimmbare Person... Zuordnung zu speziellen Elementen...“
- Art-29-Datenschutzgruppe (WP 188):
 - *„...behavioural advertising involves the processing of unique identifiers be that achieved through the use of cookies or any kind of device fingerprinting. The use of such **unique identifiers** allows for the tracking of users of a specific computer even when IP addresses are deleted or anonymised. In other words, such unique identifiers enable data subjects to be **‘singled’ out** for the purpose of tracking user behaviour while browsing on different websites and thus **qualify as personal data.**“*
- Nuancierung Definition: **Individualisierung**, persönliche Merkmale

DIE AKTEURE BEIM ONLINE-TARGETING

- Werbetreibende
 - Unternehmen, die ihre Produkte online bewerben möchten
- Anbieter von Online-Inhalten
 - diejenigen, die über ihre Websites Content anbieten
 - Online-Werbeflächen zur Verfügung stellen
- Betreiber eines Werbenetzwerks
 - diejenigen, die Kontakt zu Werbetreibenden/-partnern herstellen
 - zB Online-(Marketing-)Agenturen

→ Art-29-Datenschutzgruppe: Zusammenarbeit!

VERHÄLTNIS BETREIBER – ANBIETER

Werbetreibender



Betreiber

- Kontrolle über Zwecke & Mittel der Verarbeitung
- lesen Cookie-bezogene Informationen
- mieten Werbeplatz

→ Auftraggeber (Verarbeitung Verantwortliche)

Anbieter

- ua Übermittlung der IP-Adresse
- Teil der Verantwortung

→ Zuteil. Verantwortung DL- Vertrag?!

VERHÄLTNIS BETREIBER - WERBETREIBENDE

- Betreiber als AG
 - entscheidet (allein) über Datenverarbeitung
 - Herr der Daten im Verhältnis zu Werbetreibendem
 - Verfügungsgewalt über erhobene Daten
 - Rechtewahrung der Betroffenen
- Betreiber als DL
 - vom Werbetreibenden beauftragt
 - bestimmte Daten zur Herstellung des Werkes verarbeitet
 - bestimmte Daten selbst ermittelt

→ auch Werbetreibender als AG?!

VERANTWORTLICHKEITEN

René Johan Bogendorfer (Hrsg)

Datenschutzgespräche 2011 – Datenschutz im Unternehmen

Das Spannungsfeld der einzelnen Interessen

 Jan Sramek Verlag

RA Dr. Michael M. Pachinger

IX

Inhaltsverzeichnis

Prolog	V
Vorwort	VII
Abkürzungsverzeichnis	XV
Michael M. Pachinger	
Online-Targeting – Wirksames Tool oder Gefahr für die Privatsphäre?	1
A. Einleitung	1
B. Online-Targeting	2
C. Cookies & IP-Adresse	3
D. Die Akteure beim Online-Targeting	4
I. Zum Verhältnis zwischen Betreibern von Werbenetzwerken und Anbietern von Online-Inhalten ...	5
II. Zum Verhältnis zwischen Betreibern von Werbenetzwerken und Werbetreibenden	8
1. Betreiber des Werbenetzwerks als (datenschutzrechtlicher) Auftraggeber	9
2. Betreiber eines Werbenetzwerks als (datenschutzrechtlicher) Dienstleister	10
3. Schlussfolgerung	13
E. Schutzbereich des DSGVO 2000	14
I. Personenbezogene Daten	14
II. Indirekt personenbezogene Daten	14
III. Cookies und personenbezogene Daten	16
F. Zulässigkeit der Datenverwendung	17
I. Indirekt personenbezogene Daten	18
II. (Bestimmbare) personenbezogene Daten	18
G. Informations-, Einwilligungspflicht	19
H. Resumée	21

1975 Microsoft

Microsoft

Das Betriebssystem Betriebssystem wurde entwickelt, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt. Microsoft Office wurde entwickelt, das die ersten Versionen von Word, Excel und PowerPoint umfasste.

Microsoft

Das Betriebssystem wurde entwickelt, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt. Microsoft Office wurde entwickelt, das die ersten Versionen von Word, Excel und PowerPoint umfasste.



Trojaner

Das Trojaner Virus wurde entwickelt, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

Trojaner

Das Trojaner Virus wurde entwickelt, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

1976



Apple

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

Apple

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

1977



Nintendo Konsole

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

Nintendo console

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.



BSD

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

BSD

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

1978

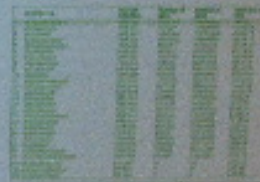


ARS-Electronica

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

ARS-Electronica

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.



Usenet

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

Usenet

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

1980



Instant Messaging

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

Instant Messaging

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

Password

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

Password

Das Unternehmen wurde gegründet, das den ersten Personal Computer ermöglichte, den IBM PC. Es wurde von Bill Gates und Paul Allen entwickelt.

„EU-Cookie-RL“

FUTUREZONE ORF.at Suchen
Tipps Newsletter

PRIVACY 19.04.2010 | 06:00

Verschärfter Streit über Browser-Cookies

Viele Angebote im Internet sind auf Werbung angewiesen. Über Cookies, kleine Datenpakete, die auf den Rechnern der Nutzer platziert werden, können diese von Werbern im Netz verfolgt werden. Doch dafür gelten nach einer EU-weiten Neuregelung nun verschärfte Bedingungen. Werbeindustrie und Datenschützer ringen jetzt um eine Lösung.

Im Dezember ist das Telekomreformpaket der EU in Kraft getreten. Es sieht in der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation verschärfte Regelungen zu Cookies vor, die Internet-Anbietern die gezielte Schaltung von Anzeigen ermöglichen. Möglich ist das, weil Cookies Nutzerinformationen auswerten und die Informationen an die Werbetreibenden zurückmelden. Die kleinen Informanten speichern, welche Webseiten wir anklicken - und sie wissen, an welchem Ort wir uns ins Internet eingewählt haben. Diese Cookies werden von Websites an den Rechner des Nutzers geschickt und dort abgelegt - manchmal nur für die Dauer des Website-Besuchs, manchmal aber auch auf unbestimmte Zeit.

Cookies dürfen künftig aber nur dann eingesetzt werden, wenn der Nutzer darüber umfassend informiert wird und seine Einwilligung erteilt hat. Zuvor galt die Regelung, dass der Nutzer vom Anbieter nur informiert werden muss und die Verwendung von Cookies verweigern kann.

Information der Nutzer

Derzeit zeigt beispielsweise die Internet-Suche nach einem Auto nicht

Links:

- Google über personalisierte Werbung

Callout boxes:

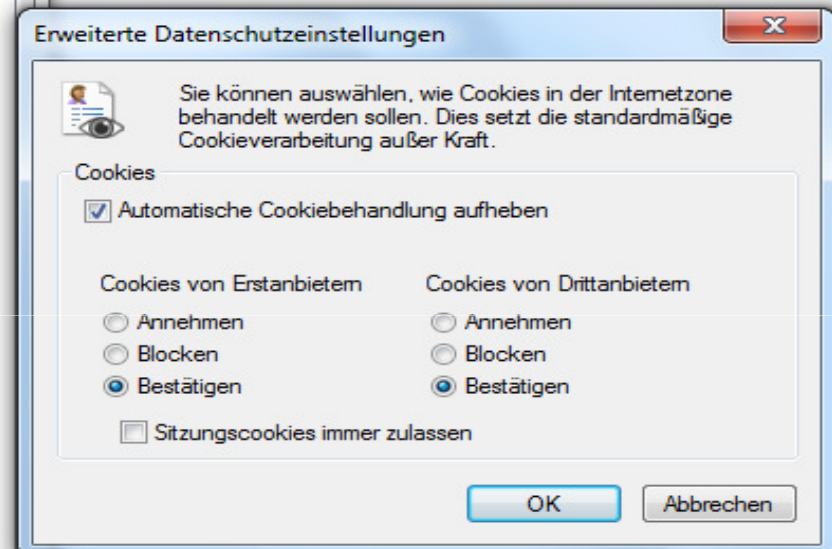
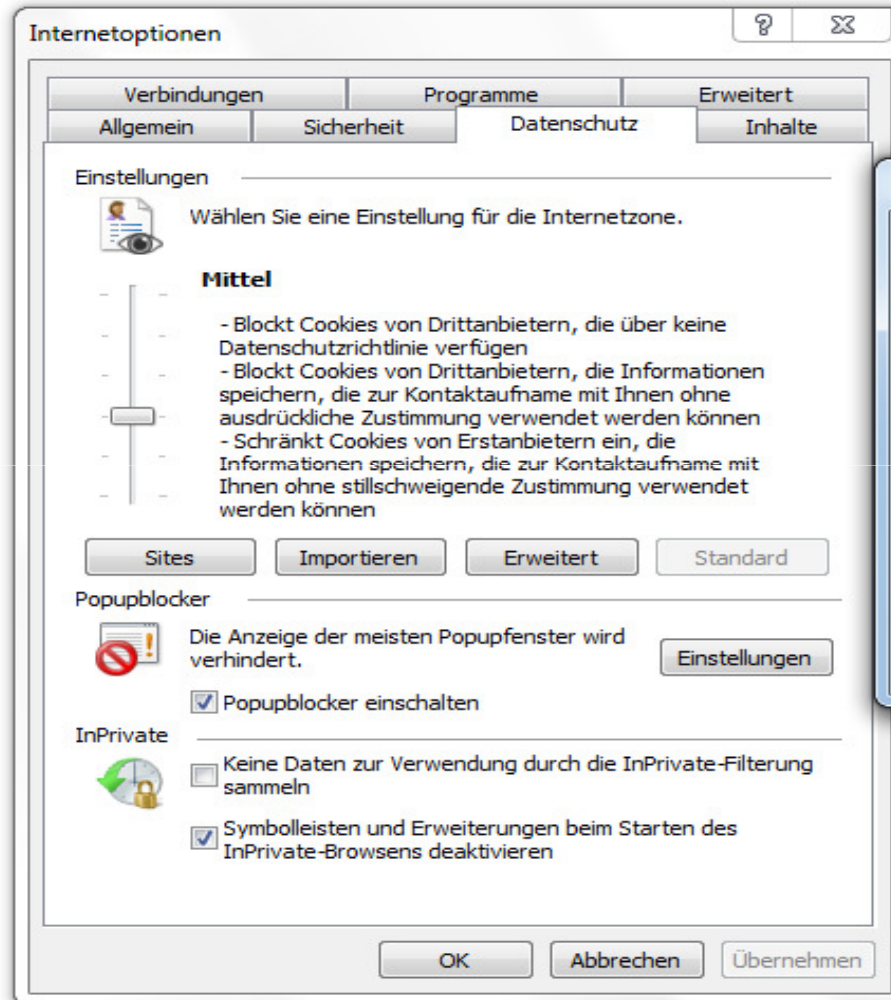
- ...verschärfte Regelungen zu Cookies...
- ... künftig nur dann eingesetzt ...
- ... wenn Einwilligung erteilt

DIE „EU-COOKIE-RL“

- DSRL-eK („E-Privacy-RL“ 2002/58/EG) idF RL 2009/136/EG!
- Art 5 Abs 3:

*„Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die Speicherung von Informationen oder der Zugriff auf Informationen, die bereits im Endgerät eines Teilnehmers oder Nutzers gespeichert sind, nur gestattet ist, wenn der betreffende Teilnehmer oder Nutzer auf der Grundlage von **klaren und umfassenden Informationen**, die er gemäß der RL 95/46/EG u.a. über die Zwecke der Verarbeitung erhält, seine **Einwilligung** gegeben hat. [...]“*

BROWSEEREINSTELLUNGEN



AUSLEGUNG ART-29-GRUPPE

- Umfassende Informationen
 - Verarbeitende Stelle
 - Empfänger & Rechteausübung
- Symbole, Icons
- Benutzerfreundlichkeit
- Befristung
- **Einwilligung!**
 - Opt-in (kein Opt-out wie bisher!)
 - Möglichkeit zur Zurückziehung
- Adressat: Zusammenarbeit der Akteure!



Checklist (I)

SELBSTVERPFLICHTUNG?!

- Zahlreiche Vorschläge der Werbeindustrie
- zB IAB (Internet Advertising Bureau Europe)
 - European Framework for Online Behavioural Advertising
 - Erhöhung von Transparenz und Kontrolle
 - Icons!
 - Unterstützt von ua nugg.ad, Google, Microsoft, Yahoo, ...
- zB BVDW (meine-cookies.org)
 - Cookies verwalten, „Präferenzmanager“
- Wichtig:
 - mit gesetzlichen Vorgaben (RL) in Einklang!
 - „Accountability“

IAB EUROPE EU FRAMEWORK FOR OBA

Principles

- Notice of data collection
 - Indication if „personal data“ or „**sensitive** personal data“
 - Enhanced notice – icon in or around the ad
- User choice (OBA User Choice Site)
 - Obtain Explicit Consent, easy to withdraw
- Data Security & Data storage
- Sensitive Segmentation
 - no targets specifically designed to children (< 12)
 - Segments using sensitive data → explicit consent prior to use
- Compliance & Enforcement Programs

IAB EUROPE: NEGATIVE IMPACT!

Overly strict consent requirement

- Serious consequences for consumer's surf experience
 - Half of the Cookies would be captured
 - Explicit consent goes far beyond objective of e-Privacy-Directive
 - result in pop-ups or registration-like process
 - „feel and look like experience“:

→ <http://cookiedemosite.eu/index.html>

- Transparent consumer information
- Meaningful controls
 - e.g. new improved browser settings!
 - Better privacy in pragmatic way

UMSETZUNG E-PRIVACY-RL

Richtlinie bereits umgesetzt:

Finnland	umgesetzt	25.5.2011 in Kraft	Act on the Protection of Privacy in Electronic Communications (Section 7 :365/2011)	<i>[...] cookies [...] If the user has given his/her consent.</i>
Schweden	umgesetzt	01.7.2011 in Kraft	Electronic Communications Act (2003:389)	<i>[...] actively consent to [...] storing cookies on their computer. [...]</i>
Irland	umgesetzt	1.7.2011 in Kraft	Electronic Communications Networks and Services + Privacy and Electronic Communications	Text nicht bekannt!
UK	umgesetzt	26.5.2011 in Kraft	The Privacy and Electronic Communications 2011: regulation 6 (2) (b) and regulation 7 (3) (b)	<i>[...] given his or her consent. [...] given his consent.</i>

Stand: Ende 2011

RA Dr. Michael M. Pachinger

UMSETZUNG E-PRIVACY-RL

Richtlinie bereits umgesetzt:

Deutschland	Gesetzesentwurf (156/11)	17.06.2011	§ 13 Abs 2 Telemediengesetz	<i>[...] Einwilligung [...] bewusst und eindeutig erteilt [...]</i>
Niederlande	Gesetzesvorlage	21.06.2011	Dutch Data Protection Act Article 11.7a	<i>Pursuant to the new “cookie law”, incorporated in the Dutch Telecommunications Act (article 11.7a under 1), website operators will be to obtain prior consent from users before they can store or gain access to cookies on the user’s computer (i.e. opt-in). As a consequence, current browser settings are insufficient to obtain consent.</i>
Frankreich	umgesetzt	04.11.2011	Ordonnance n° 2011-1012 du 24 août 2011 relative aux communications électroniques	<i>Ces accès ou inscriptions ne peuvent avoir lieu qu'à condition que l'abonné ou la personne utilisatrice ait exprimé, après avoir reçu cette information, son accord qui peut résulter de paramètres appropriés de son dispositif de connexion ou de tout autre dispositif placé sous son contrôle.</i>

Stand: Ende 2011

RA Dr. Michael M. Pachinger

UMSETZUNG E-PRIVACY-RL

EU Mitgliedsstaaten	Datum für nationale Umsetzung bzw. Status Quo	Zustimmung via Browser möglich?	Nationale Leitlinien erhältlich?
Belgien	Gesetzentwurf	Ja	
Bulgarien	Gesetzentwurf		
Dänemark	Entwurf Durchführungsverordnung		
Deutschland	Gesetzentwurf	Ja	
Estland	25. Mai 2011		
Finnland	25. Mai 2011		
Frankreich	Ende September 2011	Ja	
Griechenland	Gesetzentwurf		
Großbritannien	26. Mai 2011 (12 Monate Schonfrist)	Ja	Ja
Irland	1. Juli 2011	Ja	Ja
Italien	Gesetzentwurf		
Lettland	8. Juni 2011		
Litauen	1. August 2011		
Luxemburg	13. August 2011	Ja	
Malta	24. Juni 2011		
Niederlande	erwartet für Januar 2012		
Österreich	Gesetzentwurf		
Polen	öffentliche Anhörung	Ja	
Portugal	Gesetzentwurf		
Rumänien	Gesetzentwurf		
Slowakei	wirksam ab 1. Oktober 2011		
Slowenien	Gesetzentwurf		
Spanien	Gesetzentwurf	Ja	
Schweden	1. Juli 2011 (Schonfrist)	Ja	Ja
Tschechische Republik	Gesetzentwurf		
Ungarn	20. Juli 2011		
Zypern	Gesetzentwurf		

<http://www.twoqubes.com/2011/08/neues-online-gesetz-in-den-niederlanden-keine-cookies-ohne-zustimmung>

Stand: 26.08.2011

RA Dr. Michael M. Pachinger

ZAHLREICHE DISKUSSIONEN...

Targeting



Michael Burst
UIM Austria



Lilian Meyer-Janzek
GroupM



Volker John
nugg.ad



Michael M. Pachinger
Rechtsanwalt



Heiko Schmidl
TradeDoubler



Ronald Schwärzler
Kurier



Alexander Tauchhammer
Dr. Oetker



Moderation
Marcela Atria
Atrium Consulting



... AUCH IN ÖSTERREICH!

The screenshot shows a Firefox browser window with the address bar displaying <http://www.medien-tage.at/referenten/artikel/michael-pachinger/>. The website content includes:

- Header:** "18. Österreichische Medientage" on September 27-29, 2011, at the Wiener Stadthalle, Halle F. Logos for "Österreichische Medientage" and "Online Day Austria" are present.
- Navigation:** A sidebar menu with links for "Medientage", "Online Day Austria", "Medien.Messe:Migration", "MUT - Der Film", "Medienservice", "Sponsoren", "Referenten", "Anmeldung", "Newsletter", and "Location". A button "Finde uns auf Facebook" is at the bottom.
- Profile:** "MICHAEL M. PACHINGER" with a link to "Forum Bildung und Migration >". His title is "Rechtsanwalt (SCWP Schindhelm), Plattform IT-Law.at". A photo of him is shown. Text below reads: "RADr. Michael M. Pachinger, Junior Partner bei Saxinger Chalupsky & Partner Rechtsanwälte GmbH (SCWP), Online-Datenschutz-Experte, Plattform It-Law.at".
- Sponsors:** A grid of logos including groupm, CASINOS AUSTRIA, united internet, medialis, RMA, ÖSTERREICH, Heute, and KLEINE ZEITUNG.

RA Dr. Michael M. Pachinger





news  ORF.at

TV-Programm TVthek Radio Österreich Wetter IPTV Sport News ORF.at im Überblick

HELP  Verhaltenskodex für Onlinewerbung

 Bald Surfen ohne Spuren möglich

HELP  Mehr Schutz gegen Telefonkeilerei

Zustimmung zu Browser-Cookies

Auf den ersten Blick machen Browser-Cookies das Leben leichter. Als Erinnerungshilfe ermöglichen die kleinen Textdateien, die von vielen Websites auf dem Computer des Nutzers gespeichert werden, dass sich beispielsweise Onlinehandelsplattformen den Inhalt des virtuellen Warenkorbs des Einkäufers merken. Als Späher im Dienste von Werbekonzernen können sie aber auch das Surfverhalten der User über weite Strecken hinweg verfolgen. Eine EU-Richtlinie soll die Privatsphäre der Nutzer stärken, auch in Österreich. Doch die Bundesregierung wird nicht fristgerecht mit der heimischen Umsetzung fertig - und die Werbewirtschaft protestiert heftig.

EINWILLIGUNG – ABER WIE?

Kleine Cookie-Kunde

Die Europäische Kommission unterscheidet vier Arten von Cookies:

1. Session-Cookies für die aktuelle Sitzung: Sie werden gelöscht, wenn der User den Browser schließt.
2. Permanente Cookies bleiben erhalten, auch wenn die Sitzung geschlossen wurde. Sie sind auf der Festplatte des Users gespeichert, bis sie ablaufen (Verfallsdatum) oder bis der User sie löscht. Sie werden verwendet, um persönliche Informationen über den Benutzer, wie etwa Surfverhalten und Nutzereinstellungen für eine bestimmte Website zu speichern.
3. Erstanbieter-Cookies stammen von jener Website, auf der man sich gerade befindet.
4. Drittanbieter-Cookies sind jene, die von Dritten auf einer Website – also nicht vom Websitebetreiber selbst – gesetzt werden.

Umfassende Informationspflicht

Ansonsten gilt laut EU, dass der Zugriff nur gestattet ist, wenn „der Nutzer auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen (...) seine Einwilligung gegeben hat“. Die Wirtschaftskammer (WKO) vertritt die Position, dass das Akzeptieren von Cookies in den Browser-Einstellungen bereits als Zustimmung bewertet werden soll. „Sollte der Nutzer keine Cookies mehr akzeptieren, kann er jederzeit die Einstellungen entsprechend anpassen“, so der Fachverband Werbung und Marktkommunikation in seiner Stellungnahme zum TKG-Entwurf.

„Die Behandlung von Cookies sollte von den Gedanken der **Transparenz, Auswahlmöglichkeiten der User und deren Einwilligung** getragen werden“, meinte hingegen der **Jurist und Onlinedatenschutz-Experte Michael Pachinger** gegenüber ORF.at. Die **Standardeinstellungen der Browser müssten dahingehend abgeändert werden, dass Cookies aktiv zugestimmt werden muss - anstatt einer Opt-out-Lösung.**

Die **Einwilligungsoption in ein Pop-Up-Fenster einzubetten, wäre aufgrund der Vielzahl an Cookies nicht praktikabel, meint der Jurist. Ein anderer Ansatz wäre der Vorschlag für**

das „i-Logo“. Ein im Werbebanner integriertes „i-Logo“ würde darauf hinweisen, dass „das Userverhalten die Werbebotschaft bestimmt“. Wird das Logo vom User angeklickt, dann könne dieser selbst auswählen, welche Werbebotschaften er erhalten möchte bzw. diese akzeptieren oder auch ablehnen.

„Die Behandlung von Cookies sollte von den Gedanken der **Transparenz, Auswahlmöglichkeiten der User und deren Einwilligung** getragen werden“, meinte hingegen der **Jurist und Onlinedatenschutz-Experte Michael Pachinger** gegenüber ORF.at.

Ansatz **„i-Logo“** ... selbst auswählen....
Werbebotschaften...

HARDWARE

DAS BÖSE / BAD STUFF

USER

1983



Freie Software

Der 1. Oktober ist das Geburtsdatum der GNU-PL (GNU Public License). Die Lizenz ermöglicht die Kopierung, Verbreitung und Modifikation von Software, solange die Rechte der ursprünglichen Autoren erhalten bleiben.

Free Software

Am 28. September 1983 veröffentlichte Richard Stallman die GNU-PL (GNU Public License). Die Lizenz ermöglicht die Kopierung, Verbreitung und Modifikation von Software, solange die Rechte der ursprünglichen Autoren erhalten bleiben.

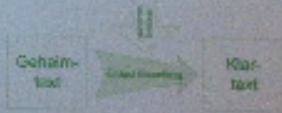


DRM

DRM (Digital Rights Management) ist ein System zur Kontrolle der Nutzung digitaler Inhalte. Es soll verhindern, dass Kopien erstellt werden können.

DRM

DRM (Digital Rights Management) ist ein System zur Kontrolle der Nutzung digitaler Inhalte. Es soll verhindern, dass Kopien erstellt werden können.



RSA-Kryptosystem

Das RSA-Kryptosystem ist ein Verfahren zur Verschlüsselung von Nachrichten. Es basiert auf der Schwierigkeit, große Primfaktoren zu finden.

RSA Encryption System

Das RSA-Kryptosystem ist ein Verfahren zur Verschlüsselung von Nachrichten. Es basiert auf der Schwierigkeit, große Primfaktoren zu finden.

1984



Videokonferenzen

Videokonferenzen ermöglichen die Kommunikation zwischen mehreren Teilnehmern über Videoverbindungen.

Videokonferenzen

Videokonferenzen ermöglichen die Kommunikation zwischen mehreren Teilnehmern über Videoverbindungen.



Akustikkoppler

Akustikkoppler ermöglichen die Kommunikation zwischen einem Computer und einem Modem über eine Telefonleitung.

1981

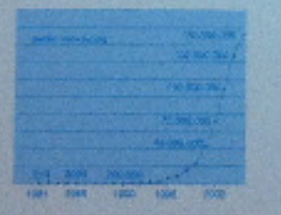


MS-DOS

MS-DOS (Microsoft Disk Operating System) ist ein Betriebssystem für IBM-PC-kompatible Computer.

MS-DOS

MS-DOS (Microsoft Disk Operating System) ist ein Betriebssystem für IBM-PC-kompatible Computer.



IPv4

IPv4 (Internet Protocol Version 4) ist ein Protokoll zur Adressierung von Computern im Internet.

IPv4

IPv4 (Internet Protocol Version 4) ist ein Protokoll zur Adressierung von Computern im Internet.

1982



E-Mail

E-Mail (Electronic Mail) ist ein System zur Übertragung von Nachrichten über ein Netzwerk.

E-Mail

E-Mail (Electronic Mail) ist ein System zur Übertragung von Nachrichten über ein Netzwerk.



MUPID

MUPID (Music User Preference Index) ist ein Algorithmus zur Bewertung von Musik.

MUPID

MUPID (Music User Preference Index) ist ein Algorithmus zur Bewertung von Musik.

1979

ars electronica



ARS Electronica ist ein Festival für elektronische Musik und Kunst.

ARS Electronica ist ein Festival für elektronische Musik und Kunst.

1980



Instant Messaging

Instant Messaging (IM) ist ein System zur Übertragung von Nachrichten in Echtzeit.

Instant Messaging

Instant Messaging (IM) ist ein System zur Übertragung von Nachrichten in Echtzeit.



Gesetzliche Regelung in Österreich

MINISTERIALENTWURF (269/ME XXIV. GP)

§ 96 Abs 3 TKG 1 2003:

„**Betreiber öffentlicher Kommunikationsdienste sind** verpflichtet, den Teilnehmer oder Benutzer darüber zu informieren, welche personen-bezogenen Daten er ermitteln, verarbeiten und übermitteln wird, auf welcher Rechtsgrundlage und für welche Zwecke dies erfolgt und für wie lange die Daten gespeichert werden. **Eine Ermittlung dieser Daten ist nur zulässig, wenn der Teilnehmer oder Nutzer seine Einwilligung dazu erteilt hat.** Dies steht einer technischen Speicherung oder dem Zugang nicht entgegen, wenn der alleinige Zweck die Durchführung der Übertragung einer Nachricht über ein Kommunikationsnetz ist oder, **wenn** dies unbedingt erforderlich ist, **damit der Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft, der vom Teilnehmer oder Benutzer ausdrücklich gewünscht wurde, diesen Dienst zur Verfügung stellen kann.** [...]“

http://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXIV/ME/ME_00269/imfname_210873.pdf (07.05.2012)

Mehr Schutz vor „Spionage“ im Internet

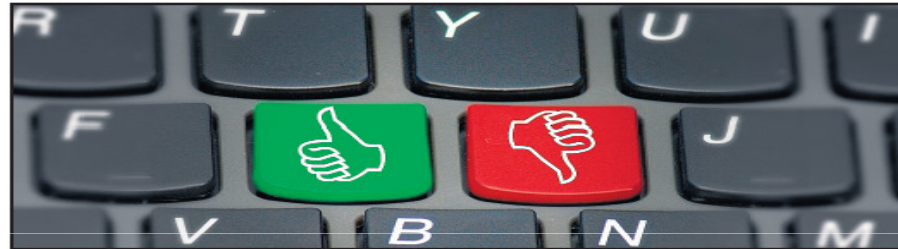
Cookies. Die EU schreibt vor, dass User erst zustimmen müssen, bevor die Werbeindustrie Daten über sie sammelt. Doch Österreich könnte weniger umsetzen, als es müsste: Für viele Unternehmen würden die neuen Regeln nicht gelten.

VON MICHAEL M. PACHINGER

[WIEN] Je mehr man über einen Internetautzer weiß, desto besser kann Werbung, die als interessant wahrgenommen werden soll, platziert werden. Das sogenannte Online-Targeting (siehe Info-Kasten) setzt auf das Online-Verhalten der User und versucht jene, die bereits einmal eine Website besucht haben, wieder „zurückzugewinnen“. So könnte man beim morgendlichen Klick auf seine E-mail-Seite überrascht sein, ganz „zufällig“ den Werbebanner genau jenes Unternehmens angezeigt zu bekommen, dessen Website man am Vorabend besucht, aber unverrichteter Dinge wieder verlassen hat.

Ausgangspunkt für die Analyse des Nutzerverhaltens sind Cookies, die die Surfgeohnheiten protokollieren und Informationen auf dem Rechner des Internetautzers speichern, ohne dass sich dieser vorab selbst registriert oder persönliche Daten eingegeben hat. Dadurch können auch heikle, ganz persönliche Informationen gesammelt werden. Dies birgt die Gefahr eines Eingriffs in die Privatsphäre. Je nach Inhalt können Cookies daher datenschutzrechtlich problematisch sein. Dennoch akzeptieren die meisten Browser diese von vornherein. Um sie abzulehnen, müssen die Standardeinstellungen deaktiviert werden.

Vor diesem Hintergrund kam es im Jahr 2009 im Rahmen der sogenannten „EU-Telekom-Reform“ zu einer Änderung der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation, der „E-Privacy-Richtlinie“. Diese sieht vor, dass der Nutzer um seine Einwilligung zur Speicherung von Cookies gefragt werden muss. Dadurch soll die Privatsphäre der User gestärkt werden. Bis Ende Mai müssen die EU-



Staaten die Richtlinie umsetzen. In Österreich liegt bisher ein Ministerialentwurf vor, mit dem unter anderem das Telekommunikationsgesetz (TKG) geändert werden soll. In der Neufassung wird eine Einwilligung des Teilnehmers gefordert, die auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen getroffen werden muss. Wird dieser Vorschlag zum Gesetz, erscheinen aber Anwendungs-, Auslegungs- und Abgrenzungsprobleme absehbar.

Regeln nur für Service-Provider?

Denn nach dem derzeitigen Wortlaut des Ministerialentwurfs wäre die Informations- und Einwilligungspflicht – wegen der Umsetzung im TKG – auf Betreiber eines öffentlichen Kommunikationsdienstes beschränkt. Das heißt, die neuen Regeln würden nur für die öffentlichen Internet-Service-Provider oder Telekommunikationsanbieter gelten. Andere Unternehmen (also Firmen, die im Internet Content bieten) wären von den neuen strengen Regeln nicht umfasst. Eine Einschränkung, die nach den EU-Vorgaben wohl nicht gedeckt

ist. Denn die Richtlinie schränkt den Anwendungsbereich nicht auf öffentliche Kommunikationsnetze ein, sondern nimmt allgemein auf die Speicherung von Informationen im Endgerät des Teilnehmers oder Nutzers Bezug.

Zudem stellt die EU-Richtlinie generell auf Informationen ab, die auf dem Endgerät des Betroffenen gespeichert sind. Dabei geht es laut der „Art-29-Datenschutzgruppe“, dem unabhängigen Beratungsgremium der EU in Fragen des Datenschutzes, um den Schutz der Privatsphäre. Nicht erforderlich ist, dass es sich unbedingt um personenbezogene Daten im Sinne der Definition der Datenschutzrichtlinie handelt. Demgegenüber stellt der Ministerialentwurf ausdrücklich auf personenbezogene Daten ab. Cookies bzw. die in Cookies gespeicherten Informationen können aber sowohl personenbezogen als auch nicht personenbezogen sein. Vor diesem Hintergrund müsste zwischen verschiedenen Cookies bzw. deren Inhalt differenziert werden, was in der Praxis zu Auslegungsschwierigkeiten führen könnte. Beachtlich ist zudem, dass die

Einwilligungspflicht nach dem Wortlaut des Ministerialentwurfs nur auf die Ermittlung der Daten, nicht jedoch auch auf sonstige Datenverarbeitungsschritte, wie etwa Verwendung, Verarbeitung, Übermittlung etc., abstellt. Gerade beim Online-Targeting kommt es aber auch zur Verarbeitung und Übermittlung der ermittelten Daten.

Wahlmöglichkeiten nötig

Um die unionsrechtlichen Vorgaben zu erfüllen sind bei der künftigen Behandlung von Cookies Transparenz, Auswahlmöglichkeiten sowie die Einholung der Einwilligung der Nutzer zu gewährleisten. Bei Anklicken eines „i-Logos“ könnten dem User Informationen über die Cookies angezeigt werden, auf deren Basis er eine Interessen-

Lexikon

Online-Targeting bedeutet zielgerichtete, auf Internetautzer zugeschnittene Online-Werbung.

Cookies sind Dateien, die das Surfverhalten protokollieren und Informationen auf dem Rechner des Internetautzers speichern, ohne dass dieser selbst persönliche Daten eingibt.

„i-Logo“ bietet dem Nutzer bei Anklicken Infos über Cookies sowie Möglichkeiten, Interessengebiete anzugeben.

einordnung vornehmen kann. Damit werden Cookies von der bloßen Zahlenkombination zu „Klartext-Cookies“, die Auswahlmöglichkeiten bieten. Für eine praktikable Einwilligung erscheint es nötig, die Standardeinstellungen der Browser so abzuändern, dass Cookies von vornherein zugestimmt werden muss.

Sollte Österreich die EU-Richtlinie nicht fristgerecht umsetzen, könnte sie aber auch unmittelbar anwendbar werden. Schon deswegen sollten Unternehmen Usern den Schutz der Privatsphäre im Internet gewähren.

RA Dr. Michael M. Pachinger
ist Junior Partner und geschäftsführender Gesellschafter der Saxinger Chalupsky & Partner Rechtsanwältin GmbH.

Blöd, feig, ahnungslos – eine Erregung



reichs Politiker bisher gemacht haben. „Durchführen“ bedeutet

STATEMENT

Anwendungs-, Auslegungs- und Abgrenzungsprobleme

- Beschränkung auf „Betreiber eines öffentlichen Kommunikationsdienstes“
- Nur Internet-Service-Provider, Telefonanbieter,...?
- Art 5 Abs 3 der RL 2009/136/EG: „Speicherung von Informationen im Endgerät des Teilnehmers Bezug“
- Schutz der Privatsphäre; kein Bezug auf personenbezogene Daten. Differenzierung → unpraktikabel?!
- Nur „Ermittlung“ der Daten, nicht Verarbeitung, Verwendung und Übermittlung?

RV (1389 ZU XXIV.GP) VOM 31.08.2011

§ 96 Abs 3 TKG 2003:

„Betreiber öffentlicher Kommunikationsdienste und Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft im Sinne des § 3 Z 1 E-Commerce-Gesetz, BGBl. I Nr. 152/2001, sind verpflichtet, den Teilnehmer oder Benutzer darüber zu informieren, welche personenbezogenen Daten er ermitteln, verarbeiten und übermitteln wird, auf welcher Rechtsgrundlage und für welche Zwecke dies erfolgt und für wie lange die Daten gespeichert werden. Eine Ermittlung dieser Daten ist nur zulässig, wenn der Teilnehmer oder Nutzer seine Einwilligung dazu erteilt hat. Dies steht einer technischen Speicherung oder dem Zugang nicht entgegen, wenn der alleinige Zweck die Durchführung der Übertragung einer Nachricht über ein Kommunikationsnetz ist oder, wenn dies unbedingt erforderlich ist, damit der Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft, der vom Teilnehmer oder Benutzer ausdrücklich gewünscht wurde, diesen Dienst zur Verfügung stellen kann. [...]“

http://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXIV/I/I_01389/index.shtml (07.05.2012)

BGBL I 2011/102 VOM 21.11.2011

§ 96 Abs 3 TKG 2003:

„Betreiber öffentlicher Kommunikationsdienste und Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft im Sinne des § 3 Z 1 E-Commerce-Gesetz, BGBl. I Nr. 152/2001, sind verpflichtet, den Teilnehmer oder Benutzer darüber zu informieren, welche personenbezogenen Daten er ermitteln, verarbeiten und übermitteln wird, auf welcher Rechtsgrundlage und für welche Zwecke dies erfolgt und für wie lange die Daten gespeichert werden. **Eine Ermittlung dieser Daten ist nur zulässig, wenn der Teilnehmer oder Nutzer seine Einwilligung dazu erteilt hat. Dies steht einer technischen Speicherung oder dem Zugang nicht entgegen, wenn der alleinige Zweck die Durchführung der Übertragung einer Nachricht über ein Kommunikationsnetz ist oder, **wenn dies unbedingt erforderlich ist, damit der Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft, der vom Teilnehmer oder Benutzer ausdrücklich gewünscht wurde, diesen Dienst zur Verfügung stellen kann. [...]“****

http://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXIV/I/I_01389/index.shtml (07.05.2012)

ERLÄUTERUNGEN RV

E zu § 96 Abs 3 TKG 2003:

„In der Neuformulierung wird nun eine Zustimmung bzw. eine Einwilligung des Teilnehmers gefordert, die auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen getroffen werden muss. Damit wird im Wesentlichen sicher gestellt, dass die allgemeinen Bestimmungen des Datenschutzgesetzes durch das Telekommunikationsgesetz 2003 nicht abgeschwächt werden. Der Informationspflicht kann für Dienste der Informationsgesellschaft etwa durch Aufnahme einer Datenschutzerklärung im verpflichtenden Impressum nachgekommen werden. Wenn dies technisch durchführbar ist, kann die Einwilligung des Nutzers zur Verarbeitung über die Handhabung der entsprechenden Einstellungen eines Browsers oder einer anderen Anwendung ausgedrückt werden.“

http://www.parlament.gv.at/PAKT/VHG/XXIV/I/I_01389/index.shtml (07.05.2012)

PROBLEMBEREICHE (I)

- Personenbezogene Daten
 - Art 5 Abs 3 der RL 2009/136/EG: „Speicherung von Informationen im Endgerät des Teilnehmers“ → Schutz der Privatsphäre
- Art-29-Datenschutzgruppe (WP 188)
 - *„... Art 5 (3) of the revised e-Privacy Directive is applicable independently of whether the information stored or accessed in the user’s terminal equipment consists (of) personal data or not.“*
 - *„... such unique identifiers enable data subjects to be ‚singled‘ out for the purpose of tracking user behaviour while browsing on different websites and thus qualify as personal data.“*
 - *„secure login session cookie, shopping basket cookie, security cookie“*
→ von der Einwilligungspflicht ausgenommen!

PROBLEMBEREICHE (II)

- Einwilligungspflicht auch, wenn
 - Benutzer nach persönlichen Verhaltensmerkmalen ausgewählt
 - Cookies eindeutige Individualisierungsmerkmale („unique identifiers“) für Online-Targeting enthalten
- Einwilligung zur „Ermittlung“
 - Verarbeitung, Verwendung und Übermittlung?!
- Achtung bei Formulierung **Einwilligungserklärung**
 - auch Verarbeitung, Übermittlung und Speicherung aufnehmen!
 - ... damit ausreichend klargestellt, wozu Benutzer Einwilligung erteilt!
- Sanktion
 - bei Fehlen von Informationen und/oder Einwilligung?!

EINWILLIGUNG („OPT-IN“)



IT-Recht
Rechtsinformation
Datenschutz

1/2012

jusit.lexisnexis.at

Herausgeber:

Dietmar Jahnel

Peter Mader

Elisabeth Staudegger

Beiträge

Clemens Thiele:

Schadenersatz bei vereitelter Domainpfändung

Elisabeth Staudegger:

Die urheberrechtliche Relevanz von Hyperlinks

Michael M. Pachinger:

Der neue „Cookie-Paragraph“ – Erste Gedanken zur Umsetzung des Art 5 Abs 3 E-Privacy-RL in § 96 Abs 3 TKG 2003 idF BGBl I 2011/102

Birgit Strauß-Koscher:

Online-Gesetzeskommentare (Teil II)

EINWILLIGUNG („OPT-IN“)

der zahlreichen „Pop-Ups“ hält die Art-29-Datenschutzgruppe fest, dass eine einmal gegebene Einwilligung zu Cookies, die demselben Zweck dienen bzw. von demselben Werbenetzwerk stammen, auch auf anderen Seiten der Website und anderen Websites desselben Werbenetzwerks gültig sein. Schon jetzt gebe es Websites, auf denen der Benutzer seine Auswahl für einzelne Werbenetzwerke im Einzelfall treffen könne. Wenn eine Website mehrere Werbenetzwerke nutze, könnte auf einer einzigen Seite oder in einem einheitlichen Informationsbereich das Zustimmungserfordernis vorgesehen und so die Anzahl von „Pop-Ups“ und Info-Bereichen reduziert werden. Dies würde mE der Gebrauchstauglichkeit der jeweiligen Website entgegenkommen, denn „Pop-Up“-Fenster stellen nach wie vor einen „schlimmen Verstoß gegen die Usability“⁵⁷⁾ von Websites dar.

Technologien, die momentan Auswahlmöglichkeiten der Benutzer in Form von „Opt-Out“ vorsehen, könnten auch in einen tatsächlichen „Opt-In“-Ansatz umgeändert werden.⁵⁸⁾ So wird ein Ablauf skizziert, wonach bei erstmaligem Kontakt mit der Website eines Werbenetzwerks (noch) kein Cookie gesetzt wird, sondern der Benutzer die Wahl haben soll, entweder ein „Opt-In“-Cookie oder „Refuse“-Cookie zu akzeptieren oder aber überhaupt keine Cookies gespeichert werden dürfen. Im Falle des erneuten Website-Besuches könnte das Werbenetzwerk – je nach Wahl des Benutzers – entweder Cookies für personalisierte Online-Werbung setzen und speichern (bei „Opt-In“-Cookie), nicht personalisierte Werbung schalten (bei „Refuse“-Cookie) oder, wenn kein Cookie gesetzt wurde bzw. werden durfte, dem Benutzer wie

im Falle des Erstkontakts die Wahlmöglichkeiten geben.

3.4. Checklist Opt-In

Die vorstehenden Ausführungen zeigen, dass die Einwilligung („Opt-In“), um rechtsgültig zu sein („valid and effective consent“), bestimmte Voraussetzungen erfüllen muss, die sich in Form der folgenden Checklist zusammenfassen lassen:⁵⁹⁾

- **Aktiv** („affirmative action“): Der Benutzer hat seine Einwilligung aktiv und nicht implizit zu geben.⁶⁰⁾
- **Eindeutig, ohne jeden Zweifel** („clear and unambiguous“): Neben der ausdrücklichen Einwilligung scheinen auch Mechanismen zulässig, die keinen Zweifel an der Einwilligungsbasis lassen, somit Handlungen, mit denen die Zustimmung (absieht) eindeutig und ohne jeden Zweifel zum Ausdruck gebracht wird.
- **Nicht standardmäßig** („not by default“): Die Einwilligung darf nicht in Form von Standardeinstellungen erfolgen, die alle Cookies ohne Unterscheidung nach dem jeweiligen Zweck akzeptieren und vom Benutzer erst geändert werden müssen, um die Verarbeitung abzulehnen.
- **Nicht untätig/stillschweigend** („not tacitly/inactively“): Eine durch Untätigkeit oder Stillschweigen erschließbare Einwilligung ist unzulässig.
- **Im Einzelfall** („on an individual basis/case by case basis“): Die Einwilligung

59) Diese Checklist Opt-In könnte im Aspekt des Opt-In als Ergänzung bzw. Verfeinerung der bereits in Pachinger, *justIT* 2011/10, 18 (21 f), Punkt 3.4., dargestellten Checklist für die Gestaltung von Online-Targeting dienen, wobei jedoch die Aspekte der Information, Befristung und Zurückziehungsmöglichkeit nicht übersehen werden dürfen.

60) Vgl hierzu die Checklist in *justIT* 2011/10, 18 (21 f), Punkt 3.4., wonach der Benutzer aufgefordert werden soll, dass er positiv bejahend – etwa durch (aktives) Anbringen eines Häkchens in einer dafür vorgesehenen Checkbox – darin einwilligt, dass Cookies gesetzt und gespeichert werden sowie sein Surfverhalten überwacht wird.

ist für den konkreten Fall zu geben; nur so ist garantiert, dass der Benutzer in Kenntnis der Sachlage ist.

- **Vorherig** („prior“): Die Einwilligung muss vor Beginn der Datenverarbeitung, dh vor erstmaliger Verwendung von Cookies für die Zwecke von Online-Targeting, eingeholt werden.
- **Freiwillig/ohne Zwang** („by choice/without force“): Der Benutzer hat aus freien Stücken einzuwilligen; ein Abhängigmachen der Einwilligung von anderen Handlungen des Benutzers ist demnach unzulässig.
- **Nachweisbar** („verifiable“): Die vom Benutzer erteilte Einwilligung muss vom Auftraggeber entsprechend nachgewiesen werden können.

4. Resümee

Seit Einführung der Verpflichtung zur Einwilligung bei Verwendung von Cookies auf Unionsrechtsebene wurde europaweit die Umsetzung in die jeweiligen nationalen Rechtsordnungen erwartet und – vor allem in der Online-Marketing-Branche – diskutiert, wie die Einwilligung auf möglichst praktikable Weise gestaltet werden kann. Nunmehr liegt mit § 96 Abs 3 TKG 2003 neu die Umsetzung in Österreich vor, die allerdings – wie oben dargelegt – einige Unklarheiten beinhaltet. Der Gesetzestext gibt vor allem auch keine Hinweise über die Gestaltung des Einwilligungsvorganges. In dieser Hinsicht ist daher wiederum auf die zitierten Stellungnahmen zu rekurrieren. Daraus können die Eckpunkte und Kriterien abgeleitet werden, die das nunmehr erforderliche „Opt-In“ erfüllen muss. Verstärkte Transparenz, Auswahlmöglichkeiten sowie die Einwilligung der Benutzer bleiben nach wie vor die Kernelemente. Es ist abzuwarten, wie die nunmehr gesetzlich vorgesehene Einwilligung von der Online-Werbe-Branche möglichst benutzerfreundlich verwirklicht wird.

Checklist Opt-In (II)

- aktiv
- eindeutig, ohne jeden Zweifel
- nicht standardmäßig
- nicht untätig/stillschweigend
- im Einzelfall
- vorherig
- freiwillig/ohne Zwang
- nachweisbar

a version free of advertising.

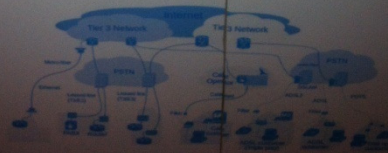


WWW

Das „World Wide Web“ (WWW) wird als weltweites Netzwerk aufgebaut, um auf miteinander verknüpfte Textinformationen zugreifen zu können.

WWW

The World Wide Web is set up to enable users to access interlinked text information.



HTML

1990

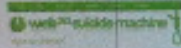


Suchmaschine

Die Suchmaschine ist ein Programm, das die Suche nach Informationen im Internet erleichtert. Sie durchsucht die Webseiten und liefert die relevanten Ergebnisse.

Search Engine

The search engine is a program that searches for information on the Internet. It scans web pages and returns relevant results.



Virtuelle Identität

Die virtuelle Identität ist die digitale Repräsentation einer Person oder einer Organisation im Internet.

Virtual Identity

Virtual identity is the digital representation of a person or organization on the Internet.



Adware

Adware ist eine Software, die Werbung auf dem Computer des Benutzers anzeigt.

Adware

Adware is software that displays advertisements on the user's computer.



1989



Webserver

Der Webserver ist ein Computer, der Webseiten speichert und über das Internet bereitstellt.

1993



MP3

MP3 ist ein Dateiformat für komprimierte Audiodateien.

MP3

MP3 is a file format for compressed audio files.

1992



BBSnet

BBSnet ist ein Netzwerk von Bulletin Board Systemen.

Linux

Linux ist ein Betriebssystem für Personal Computer.

Linux

Linux is an operating system for personal computers.



HTTP

HTTP ist ein Protokoll für den Transfer von Webseiten.

1994

amazon.com

Amazon

Amazon.com ist ein Online-Händler für Bücher und andere Produkte.

Amazon

Amazon.com is an online retailer of books and other products.



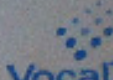
WordPress

Blog

Ein Blog ist eine Website, auf der regelmäßig neue Einträge veröffentlicht werden.

Blog

A blog is a website where new entries are regularly published.



Voice

Voice ist eine Technologie für die Sprachübertragung über das Internet.

Voice

Voice is a technology for voice transmission over the Internet.



199

e

OPT-IN & USABILITY

- direkt bei Aufruf der Website
 - Link, der auf Datenschutzerklärung verweist
 - Rückkehr auf Website → mit Cookiesetzung einverstanden
- Pop-Up-Fenster
 - Info über Setzung der Cookies; Opt-out-Box
- Browsereinstellungen
 - generalisierende Einwilligung denkbar
 - derzeitige Standardeinstellungen zur Cookieverwendung genügen Anforderungen nicht
- Art-29-Datenschutzgruppe WP 187, **WP 188**
 - kein Zweifel an Einwilligungsabsicht
 - gegen momentan gängige Browsereinstellungen

„STATIC INFORMATION BANNER“

The ICO would like to place cookies on your computer to help us make this website better. To find out more about the cookies, see our [privacy notice](#).

You must tick the 'I accept cookies from this site' box to accept.

I accept cookies from this site.

ico.
Information Commissioner's Office

Fransais Espaol Cymraeg

Quick links [select a destination] Go Search

- Home >>
- For the public >>
- For organisations >>
- What we cover >>
- About the ICO >>
- News and events >>
- Tools & resources >>
- Complaints >>
- Jobs >>

Site tour
Site A to Z
Sitemap
ICO's publication scheme compliance

you can opt out!
find out how to stay in control

The Information Commissioner's Office is the UK's independent authority set up to uphold information rights in the public interest, promoting openness by public bodies and data privacy for individuals.

We can help you

- Find out what personal information is held about you
- Access information from a public body
- Prevent unwanted sales calls and spam emails
- Find out information about the environment

Find out how to request CCTV footage under the Data Protection Act Go

> Latest news

- 2 April - ICO statement: Response to concerns around government plans to monitor online communications**
An ICO spokesperson said: "The Information Commissioner's role in this Home Office project, both under this government and the ..."
- 30 March - Company directors use council employee to illegally access tenants' details**
A Slough letting agent and one of its directors who unlawfully obtained details about their tenants ...

> Information for organisations

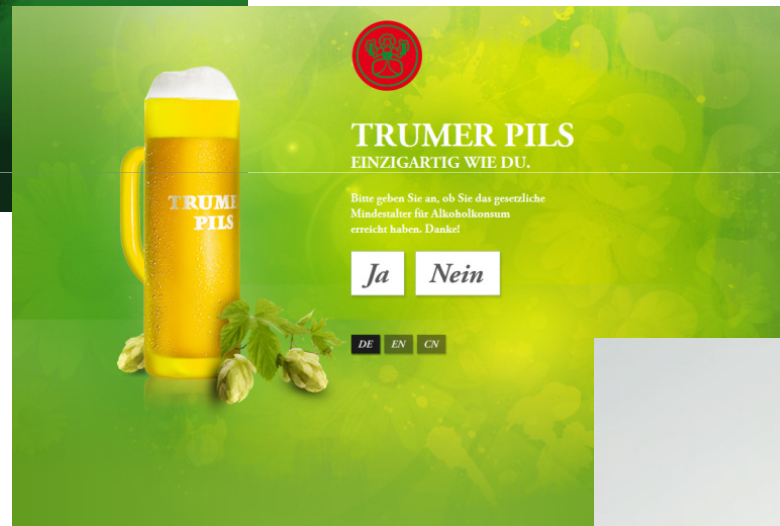
- Data Protection Act
- Privacy and electronic communication
- Freedom of Information Act
- Environmental information
- Decision notices
- Guidance index
- Register of data controllers
- Do I need to notify and how do I maintain register entry?

<http://www.glimpsemedia.co.uk/blog/wp-content/uploads/2012/04/icosite1.jpg>

„FILTER SCREENS“



<http://www.goesser.at/>



<http://www.trumer.at/>



<http://www.zipfer.at/intro.html>

„DEFAULT SETTINGS“

- Heise online: „2 Klicks für mehr Datenschutz!“



<http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-1333879.html?view=print>

„API“, „PLUG-IN“, „EXTENSIONS“

- „Do not track“-Tools
 - Einwilligung im Einzelfall?!
 - Von Websites respektiert?!
- Opt-out → Opt-In-Ansatz
 - erstmaliger Kontakt mit Website: kein Cookie gesetzt
 - Möglichkeit:



- erneuter Besuch: je nach Wahl des Benutzers!

ICONS

Swiss Pass Spezial:
1. Klasse reisen, 2. Klasse zahlen

Schweiz.

Dossiers
> Techzone
> Motor
> History
> Klimaschutz
> eBusiness

WirtschaftsBlatt
Freitag, 15. Oktober 2010 14:40

portfolio deluxe digital-paper

ÖSTERREICH INTERNATIONAL BÖRSE MEINUNG SERVICE & TOOLS SCHWERPUNKT

Suche Artikel Aktie

Unternehmen | Wirtschaftspolitik | Osteuropa | Nachrichtenüberblick | KMU in Osteuropa | People

Sie befinden sich auf > Startseite > INTERNATIONAL

Wirtschaftspolitik
Klares EZB-Signal - wir steigen aus

EZB-Chefvolkswirt Jürgen Stark plädiert trotz möglicher Probleme einzelner Banken dafür, den Weg des allmählichen Ausstieges aus der expansiven... mehr >

EZB denkt Reform des Weltwährungssystems an

EU knüpft sich die Wirtschaftsprüfer vor

Den Bezugsberechtigten in einem Lebensversicherungsvertrag trifft die Pflicht zur Prämienzahlung.

richtig
 falsch

Wirtschaftspolitik
Höhere Lkw-Maut rückt näher

EU-Staaten dürfen Lkw erstmals für Lärm, Luftverschmutzung und Staus zur Kasse bitten. Richtlinie hat wichtige Etappe im Rat genommen, jetzt ist... mehr >

Wirtschaftspolitik
Deutsche Konjunktur: Wachstum rauf - Defizit runter

Deutschland wird nach Erwartung der führenden Wirtschaftsforscher bereits 2011 wieder den Euro-Stabilitätspakt einhalten und damit zwei Jahre... mehr >

FOTOGALERIEN mehr Fotogalerien>

Stresstest
Die Tops und Flops

Börse Tokio
Der größte Handelsplatz Asiens

Ranking
Die reichsten Russen

Top 10
Die größten Aktienbörsen

AMD Opteron
HP ProLiant Server der nächsten Generation mit AMD Opteron™ Prozessor der Serie 6100.
ROI in gerade einmal zwei Monaten.
Outcomes that matter.

PROFITIEREN

Berechnen Sie Ihren ROI und holen Sie sich das CIO White Paper

yoondo
remarketing

Remarketing hat jetzt eine Plattform

www.yoondo.com

„KLARTEXT“-COOKIES ALS LÖSUNG?

Geschlecht: Männlich Weiblich

Keine Angabe

Ich hätte gerne Werbung die Inhalte zu meine folgenden Interessen beinhaltet:

- Angebots/Reklame/Gutscheine
- Autokäufer
- Autokäufer - Cabrio
- Autokäufer - Ccupé
- Autokäufer - Diesel
- Autokäufer - Gebrauchtwagen
- Autokäufer - Kcmpakt
- Autokäufer - Limousine
- Autokäufer - Luxus
- Autokäufer - Minivan
- Autokäufer - Sportautos
- Autokäufer - SUV
- Beruf - Eaugewerbe
- Beruf - Euchhaltung/Finanzwesen
- Beruf - Eürotätigkeit/Administration
- Beruf - Fertigung/Procuktion
- Beruf - Forschung
- Beruf - Gesundheitspersonal
- Beruf - Hausangestellte/Bedienstete
- Beruf - Hochbau/Architektur
- Beruf - Immobilien/Gebäudeerhaltung
- Beruf - IT Fachpersonal
- Beruf - Kundenbetreuung
- Beruf - Management/Business
- Beruf - Marketing/Werbung
- Beruf - Media/PR
- Beruf - öffentlicher Service
- Beruf - Personalentwicklung
- Beruf - Rechtsdienste
- Beruf - Reisen/Gastronomie/Restaurant

- Beruf - Transport/Logistik
- Beruf - Verkauf/Verkauf Management
- Beruf - Versicherung
- Bildung
- Casual Gaming
- Eltern
- Ernährung und Fitness
- Finanzwesen
- Finanzwesen - Aktien
- Gesundheit
- Haustiere
- Heimwerken
- Immobilien
- Kochen
- Life Style, Hausbesitzer
- Life Style, ländlich
- Life Style, Mieter
- Life Style, mit Kindern
- Life Style, ohne Kinder
- Life Style, Stadt
- Reisen
- Reisen - Afrika
- Reisen - China
- Reisen - Europa
- Reisen - USA
- Shopping
- Shopping - Auto Teile/Reparatur
- Shopping - Babies/Kinder
- Shopping - Beleuchtung
- Shopping - Blumen/Geschenke

- Shopping - Bücher
- Shopping - Business/Bürozubehör
- Shopping - Computer
- Shopping - Damenmode
- Shopping - Dekoration
- Shopping - Gesundheit/Schönheit
- Shopping - Haushaltsgeräte
- Shopping - Haustiere
- Shopping - Heim und Garten
- Shopping - Kameras
- Shopping - Kleidung
- Shopping - Küche
- Shopping - Laptops
- Shopping - Männermode
- Shopping - Möbel
- Shopping - Mobiltelefone
- Shopping - Mode
- Shopping - Musik
- Shopping - Musikinstrumente
- Shopping - Outdoor
- Shopping - Schmuck/Uhren
- Shopping - Schuhe
- Shopping - Software
- Shopping - Spielzeug
- Shopping - Sport/Erholung
- Shopping - Technologie
- Shopping - TV
- Shopping - Video Spiele
- Singles
- Unterhaltung

Ö-NORM „DIGITALES MARKETING“

Austrian Standards Institute
Setting Standards. Creating Value.



- Experte im Komitee der ON-K 264
- Aufgabe
 - Normung von Anforderungen an die Verwendung personenbezogener Daten oder online erhobener Daten des digitalen Marketings
 - Verhaltensregeln im Umgang mit Daten in und durch digitale Medien
- Ziel
 - Sicherstellung der Anwendbarkeit nationaler Gesetze und europarechtlicher Vorgaben („Selbstregulierung“)
 - Einbindung aller interessierten Kreise im Rahmen des Austrian Standards Institutes
 - Schaffung einer ÖNORM „Digitales Marketing“

1996



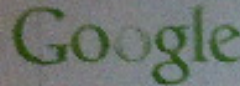
www.geizhals.net

Geizhals

Geizhals ist ein Online-Preisvergleichsdienst, der den Nutzern ermöglicht, die Preise für verschiedene Produkte in verschiedenen Online-Shops zu vergleichen.

Geizhals

Geizhals ist ein Online-Preisvergleichsdienst, der den Nutzern ermöglicht, die Preise für verschiedene Produkte in verschiedenen Online-Shops zu vergleichen.



Google

Google ist ein Suchmaschinen-Gigant, der die meisten Suchergebnisse weltweit liefert. Die Suchmaschine ist bekannt für ihre schnelle und genaue Suche.

Google

Google ist ein Suchmaschinen-Gigant, der die meisten Suchergebnisse weltweit liefert. Die Suchmaschine ist bekannt für ihre schnelle und genaue Suche.

1997



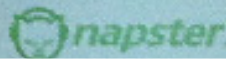
NMORPG

NMORPG ist ein Online-Spiel, das den Nutzern ermöglicht, in einer virtuellen Welt zu spielen. Das Spiel ist bekannt für seine hohe Qualität und seine vielfältigen Spielmodi.

NMORPG

NMORPG ist ein Online-Spiel, das den Nutzern ermöglicht, in einer virtuellen Welt zu spielen. Das Spiel ist bekannt für seine hohe Qualität und seine vielfältigen Spielmodi.

1998



Napster

Napster ist ein Online-Musikdienst, der den Nutzern ermöglicht, Musik zu streamen und herunterzuladen. Der Dienst ist bekannt für seine große Musikbibliothek.

Napster

Napster ist ein Online-Musikdienst, der den Nutzern ermöglicht, Musik zu streamen und herunterzuladen. Der Dienst ist bekannt für seine große Musikbibliothek.

1999



Peer-to-Peer

Peer-to-Peer ist ein Netzwerkmodell, bei dem die Teilnehmer (Peers) sowohl Daten senden als auch empfangen können. Dieses Modell ermöglicht eine dezentrale Speicherung und Verteilung von Daten.

Peer-to-Peer

Peer-to-Peer ist ein Netzwerkmodell, bei dem die Teilnehmer (Peers) sowohl Daten senden als auch empfangen können. Dieses Modell ermöglicht eine dezentrale Speicherung und Verteilung von Daten.

IPV5

IPV5 ist ein Protokoll für die Kommunikation zwischen Computern im Internet. Es ermöglicht eine effizientere und flexiblere Kommunikation als das ältere IPV4-Protokoll.

IPV5

IPV5 ist ein Protokoll für die Kommunikation zwischen Computern im Internet. Es ermöglicht eine effizientere und flexiblere Kommunikation als das ältere IPV4-Protokoll.

2000



Google AdWords

Google AdWords ist ein Werbedienst, der es Unternehmen ermöglicht, ihre Werbung gezielt zu platzieren. Die Werbung wird basierend auf den Suchanfragen der Nutzer angezeigt.

Google AdWords

Google AdWords ist ein Werbedienst, der es Unternehmen ermöglicht, ihre Werbung gezielt zu platzieren. Die Werbung wird basierend auf den Suchanfragen der Nutzer angezeigt.



Computer- und Mediensicherheit

Computer- und Mediensicherheit bezieht sich auf die Maßnahmen, die ergriffen werden müssen, um die Sicherheit von Computern und Medien zu gewährleisten. Dies umfasst die Verwendung von Antivirenprogrammen, Firewalls und anderen Sicherheitsmaßnahmen.

Computer- und Mediensicherheit

Computer- und Mediensicherheit bezieht sich auf die Maßnahmen, die ergriffen werden müssen, um die Sicherheit von Computern und Medien zu gewährleisten. Dies umfasst die Verwendung von Antivirenprogrammen, Firewalls und anderen Sicherheitsmaßnahmen.



UMTS

UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) ist ein Mobilfunkstandard, der die Kommunikation zwischen Mobiltelefonen und Netzwerken ermöglicht. Er bietet eine hohe Datenrate und eine flexible Netzwerktopologie.

UMTS

UMTS (Universal Mobile Telecommunications System) ist ein Mobilfunkstandard, der die Kommunikation zwischen Mobiltelefonen und Netzwerken ermöglicht. Er bietet eine hohe Datenrate und eine flexible Netzwerktopologie.

Table with 2 columns: Name, Beschreibung. Rows include: eMail, Instant Messaging, Weblogs, Podcasting, RSS, etc.

„DoS“-Attacken

„DoS“-Attacken (Denial of Service) sind Angriffe auf die Verfügbarkeit von Diensten. Sie zielen darauf ab, die Ressourcen eines Systems zu überlasten und so den Zugriff auf den Dienst zu verhindern.

2001



WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

Wikipedia

Wikipedia ist eine freie Enzyklopädie, die von einer Gemeinschaft von Freiwilligen erstellt und gepflegt wird. Sie ist bekannt für ihre umfassende und aktuelle Inhalte.

Wikipedia

Wikipedia ist eine freie Enzyklopädie, die von einer Gemeinschaft von Freiwilligen erstellt und gepflegt wird. Sie ist bekannt für ihre umfassende und aktuelle Inhalte.



Stunde der

Stunde der ist ein Projekt, das darauf abzielt, die Aufmerksamkeit auf die Probleme der Umwelt zu lenken. Es wird durch verschiedene Aktivitäten und Kampagnen durchgeführt.

Stunde der

Stunde der ist ein Projekt, das darauf abzielt, die Aufmerksamkeit auf die Probleme der Umwelt zu lenken. Es wird durch verschiedene Aktivitäten und Kampagnen durchgeführt.



Google Earth

Google Earth ist ein virtuelles Globus-Programm, das es den Nutzern ermöglicht, die Welt von oben zu betrachten. Es bietet eine detaillierte Ansicht der Erdoberfläche.

Google Earth

Google Earth ist ein virtuelles Globus-Programm, das es den Nutzern ermöglicht, die Welt von oben zu betrachten. Es bietet eine detaillierte Ansicht der Erdoberfläche.

1995



eBay

eBay ist ein Online-Marktplatz, der es den Nutzern ermöglicht, Waren zu kaufen und zu verkaufen. Der Markt ist bekannt für seine große Auswahl an Produkten.

eBay

eBay ist ein Online-Marktplatz, der es den Nutzern ermöglicht, Waren zu kaufen und zu verkaufen. Der Markt ist bekannt für seine große Auswahl an Produkten.



Yahoo

Yahoo ist ein Suchmaschinen-Gigant, der auch einen E-Mail-Dienst und andere Online-Dienste anbietet. Die Suchmaschine ist bekannt für ihre schnelle und genaue Suche.

Yahoo

Yahoo ist ein Suchmaschinen-Gigant, der auch einen E-Mail-Dienst und andere Online-Dienste anbietet. Die Suchmaschine ist bekannt für ihre schnelle und genaue Suche.



VPN

VPN (Virtual Private Network) ist ein Netzwerk, das über das Internet funktioniert. Es ermöglicht eine sichere Kommunikation zwischen Computern, die über ein öffentliches Netzwerk verbunden sind.

VPN

VPN (Virtual Private Network) ist ein Netzwerk, das über das Internet funktioniert. Es ermöglicht eine sichere Kommunikation zwischen Computern, die über ein öffentliches Netzwerk verbunden sind.



Smartphone

Smartphone ist ein Mobiltelefon, das über eine große Anzahl von Funktionen verfügt. Es ermöglicht die Nutzung von Internet, E-Mail und anderen Diensten.

Smartphone

Smartphone ist ein Mobiltelefon, das über eine große Anzahl von Funktionen verfügt. Es ermöglicht die Nutzung von Internet, E-Mail und anderen Diensten.



Netflix

Netflix ist ein Online-Film- und Fernsehserienanbieter. Die Nutzer können Filme und Serien über das Internet streamen.

Netflix

Netflix ist ein Online-Film- und Fernsehserienanbieter. Die Nutzer können Filme und Serien über das Internet streamen.



Blockies

Blockies ist ein Online-Spiel, das den Nutzern ermöglicht, in einer virtuellen Welt zu spielen. Das Spiel ist bekannt für seine hohe Qualität und seine vielfältigen Spielmodi.

Blockies

Blockies ist ein Online-Spiel, das den Nutzern ermöglicht, in einer virtuellen Welt zu spielen. Das Spiel ist bekannt für seine hohe Qualität und seine vielfältigen Spielmodi.



IPV5

IPV5 ist ein Protokoll für die Kommunikation zwischen Computern im Internet. Es ermöglicht eine effizientere und flexiblere Kommunikation als das ältere IPV4-Protokoll.

IPV5

IPV5 ist ein Protokoll für die Kommunikation zwischen Computern im Internet. Es ermöglicht eine effizientere und flexiblere Kommunikation als das ältere IPV4-Protokoll.

Datenschutz- Grundverordnung 2012/0011 (COD)

ERWÄGUNGSGRUND

(24) Bei der Inanspruchnahme von Online-Diensten werden dem Nutzer unter Umständen Online-Kennungen wie IP-Adressen oder Cookie-Kennungen, die sein Gerät oder Software-Anwendungen und -Tools oder Protokolle liefern, zugeordnet. Dies kann Spuren hinterlassen, die zusammen mit eindeutigen Kennungen und anderen beim Server eingehenden Informationen dazu benutzt werden können, um Profile der betroffenen Personen zu erstellen und sie zu identifizieren. Hieraus folgt, dass Kennnummern, Standortdaten, Online-Kennungen oder sonstige Elemente als solche nicht zwangsläufig und unter allen Umständen als personenbezogene Daten zu betrachten sind.

- Zuordnung von Cookie-Kennungen
- Erstellung von Profilen der betroffenen Person
- nicht zwangsläufig als personenbezogene Daten zu betrachten

ERWÄGUNGSGRUND

- (25) Die Einwilligung sollte explizit mittels einer geeigneten Methode erfolgen, die eine ohne Zwang, für den konkreten Fall und in Kenntnis der Sachlage abgegebene Willensbekundung der betroffenen Person in Form einer Erklärung oder einer eindeutigen Handlung ermöglicht, die sicherstellt, dass der betreffenden Person bewusst ist, dass sie ihre Einwilligung in die Verarbeitung personenbezogener Daten gibt, etwa durch Anklicken eines Kästchens beim Besuch einer Internetseite und durch jede sonstige Erklärung oder Verhaltensweise, mit der die betroffene Person in dem jeweiligen Kontext klar und deutlich ihr Einverständnis mit der beabsichtigten Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten signalisiert. Eine stillschweigende Einwilligung ohne Zutun der betroffenen Person stellt daher keine Einwilligung dar.

Die Einwilligung sollte sich auf alle zu demselben Zweck oder denselben Zwecken vorgenommene Verarbeitungsvorgänge beziehen. Wird die betroffene Person auf elektronischem Weg zur Einwilligung aufgefordert, muss die Aufforderung in klarer und knapper Form und ohne unnötige Unterbrechung des Dienstes, in dessen Bereitstellung eingewilligt wird, erfolgen.

- explizite Einwilligung
- Anklicken eines Kästchens, sonstige Erklärung oder Verhaltensweise
- klare und deutliche Abgabe des Einverständnisses
- Stillschweigende Einwilligung nicht möglich

ERWÄGUNGSGRUND

(58) Eine natürliche Person braucht sich keiner Maßnahme unterwerfen lassen, die auf Profiling im Wege der automatischen Datenverarbeitung basiert. Eine solche Maßnahme sollte allerdings erlaubt sein, wenn sie ausdrücklich per Gesetz genehmigt wurde, bei Abschluss oder in Erfüllung eines Vertrags durchgeführt wird oder wenn die betroffene Person ihre Einwilligung hierzu erteilt hat. In jedem Fall sollte eine solche Verarbeitung mit angemessenen Garantien verbunden werden wie der Unterrichtung der betroffenen Person oder dem Anspruch auf direkten persönlichen Kontakt sowie dem generellen Ausschluss von Kindern von einer solchen Maßnahme.

- Profiling
- auf Basis von Gesetz, Vertrag oder Einwilligung!
- Kinder sind von Profiling generell ausgeschlossen
- → siehe auch Artikel 20!

ARTIKEL 4 - BEGRIFFSBESTIMMUNGEN

- (2) „personenbezogene Daten“ alle Informationen, die sich auf eine betroffene Person beziehen;
- (8) "Einwilligung der betroffenen Person" jede ohne Zwang, für den konkreten Fall und in Kenntnis der Sachlage erfolgte explizite Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutigen Handlung, mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten einverstanden ist;
- Bezugnahme auf Person
 - Einwilligung
 - ohne jeden Zwang
 - für den konkreten Fall
 - explizite Willensbekundung
 - in Kenntnis der Sachlage
 - Erklärung oder sonstige eindeutige Handlung ... einverstanden.

ARTIKEL 7 – EINWILLIGUNG

1. Der für die Verarbeitung Verantwortliche trägt die Beweislast dafür, dass die betroffene Person ihre Einwilligung zur Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten für eindeutig festgelegte Zwecke erteilt hat.
2. Soll die Einwilligung durch eine schriftliche Erklärung erfolgen, die noch einen anderen Sachverhalt betrifft, muss das Erfordernis der Einwilligung äußerlich erkennbar von dem anderen Sachverhalt getrennt werden.
3. Die betroffene Person hat das Recht, ihre Einwilligung jederzeit zu widerrufen. Durch den Widerruf der Einwilligung wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt.
4. Die Einwilligung bietet keine Rechtsgrundlage für die Verarbeitung, wenn zwischen der Position der betroffenen Person und des für die Verarbeitung Verantwortlichen ein erhebliches Ungleichgewicht besteht.
 - Einwilligung – keine Rechtsgrundlage für Verarbeitung
 - wenn erhebliches Ungleichgewicht

ARTIKEL 20 – AUF PROFILING BASIERENDE MAßNAHMEN

1. Eine natürliche Person hat das Recht, nicht einer auf einer rein automatisierten Verarbeitung von Daten basierenden Maßnahme unterworfen zu werden, die ihr gegenüber rechtliche Wirkungen entfaltet oder sie in maßgeblicher Weise beeinträchtigt und deren Zweck in der Auswertung bestimmter Merkmale ihrer Person oder in der Analyse beziehungsweise Voraussage etwa ihrer beruflichen
 2. Unbeschadet der sonstigen Bestimmungen dieser Verordnung darf eine Person einer Maßnahme nach Absatz 1 nur unterworfen werden, wenn die Verarbeitung
 - a) im Rahmen des Abschlusses oder der Erfüllung eines Vertrags vorgenommen wird und der Abschluss oder die Erfüllung des Vertrags auf Wunsch der betroffenen Person erfolgt ist oder geeignete Maßnahmen ergriffen wurden, um die berechtigten Interessen der betroffenen Person zu wahren, beispielsweise durch das Recht auf direkten persönlichen Kontakt, oder
 - b) ausdrücklich aufgrund von Rechtsvorschriften der Union oder der Mitgliedstaaten gestattet ist und diese Rechtsvorschriften geeignete Maßnahmen zur Wahrung der berechtigten Interessen der betroffenen Person enthalten oder
 - c) mit Einwilligung der betroffenen Person nach Maßgabe von Artikel 7 und vorbehaltlich entsprechender Garantien erfolgt.
- Ablehnungsrecht
 - Einwilligung als maßgebliche Rechtfertigung

2000

Google
AdWords

Google AdWords
Google AdWords ist ein Werbetreibenden dienendes System, das es ermöglicht, Werbeflächen auf der Google-Suchmaschine zu kaufen.

Google AdWords
Google AdWords ist ein Werbetreibenden dienendes System, das es ermöglicht, Werbeflächen auf der Google-Suchmaschine zu kaufen.



Copyright- und Mediensicherheit
Die Digitalisierung von Medien führt zu neuen Herausforderungen für die Urheberrechte. Die Digitalisierung ermöglicht es, Medien leicht zu kopieren und zu verbreiten, was die Rechte der Urheber gefährdet.

Computer- & Media Security
Die Digitalisierung von Medien führt zu neuen Herausforderungen für die Urheberrechte. Die Digitalisierung ermöglicht es, Medien leicht zu kopieren und zu verbreiten, was die Rechte der Urheber gefährdet.



2001



WIKIPEDIA
Nicht-kommerzielles Onlinelexikon

Wikipedia
Wikipedia ist ein nicht-kommerzielles Onlinelexikon, das von einer Gruppe von freiwilligen Autoren erstellt und gepflegt wird. Es ist das größte freie Lexikon der Welt.

Wikipedia
Wikipedia ist ein nicht-kommerzielles Onlinelexikon, das von einer Gruppe von freiwilligen Autoren erstellt und gepflegt wird. Es ist das größte freie Lexikon der Welt.



Studenblöcke
Studenblöcke sind ein wichtiger Bestandteil der Hochschulbildung. Sie ermöglichen es, dass Studierende in kleinen Gruppen zusammenarbeiten und sich gegenseitig unterstützen.

Studenblöcke
Studenblöcke sind ein wichtiger Bestandteil der Hochschulbildung. Sie ermöglichen es, dass Studierende in kleinen Gruppen zusammenarbeiten und sich gegenseitig unterstützen.

2002



Windows Mobile
Windows Mobile ist eine mobile Betriebssystemumgebung, die von Microsoft entwickelt wurde. Sie ermöglicht es, dass Software für mobile Geräte entwickelt werden kann.

2003



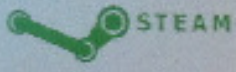
Android
Android ist ein Betriebssystem für mobile Geräte, das von Google entwickelt wurde. Es ist das führende Betriebssystem für Smartphones.

Android
Android ist ein Betriebssystem für mobile Geräte, das von Google entwickelt wurde. Es ist das führende Betriebssystem für Smartphones.



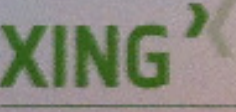
Second Life
Second Life ist eine virtuelle Welt, in der Nutzer in Avataren interagieren können. Es ist eine der größten virtuellen Welten.

Second Life
Second Life ist eine virtuelle Welt, in der Nutzer in Avataren interagieren können. Es ist eine der größten virtuellen Welten.



Steam
Steam ist eine digitale Vertriebsplattform für Videospiele, entwickelt von Valve. Sie ermöglicht es, dass Spiele digital gekauft und heruntergeladen werden können.

Steam
Steam ist eine digitale Vertriebsplattform für Videospiele, entwickelt von Valve. Sie ermöglicht es, dass Spiele digital gekauft und heruntergeladen werden können.



Xing
Xing ist ein professionelles Netzwerk, das es Nutzern ermöglicht, Kontakte zu knüpfen und sich gegenseitig zu unterstützen. Es ist ein wichtiges Werkzeug für die Karriereentwicklung.

2004



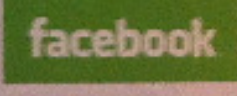
World of Warcraft
World of Warcraft ist ein Massively Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG), entwickelt von Blizzard Entertainment. Es ist das erfolgreichste MMORPG aller Zeiten.

World of Warcraft
World of Warcraft ist ein Massively Multiplayer Online Role-Playing Game (MMORPG), entwickelt von Blizzard Entertainment. Es ist das erfolgreichste MMORPG aller Zeiten.



Vimeo
Vimeo ist eine Videoplattform, die es Nutzern ermöglicht, Videos hochzuladen und zu teilen. Sie ist bekannt für ihre hohe Videoqualität.

Vimeo
Vimeo ist eine Videoplattform, die es Nutzern ermöglicht, Videos hochzuladen und zu teilen. Sie ist bekannt für ihre hohe Videoqualität.



Facebook
Facebook ist eine soziale Medien-Plattform, die es Nutzern ermöglicht, mit Freunden zu kommunizieren und Inhalte zu teilen. Sie ist eine der größten sozialen Medien-Plattformen der Welt.

2005

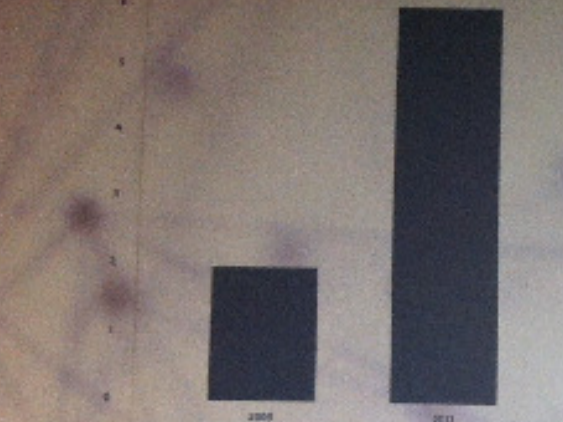


Youtube
YouTube ist eine Videoplattform, die es Nutzern ermöglicht, Videos hochzuladen und zu teilen. Sie ist eine der größten Videoplattformen der Welt.

Youtube
YouTube ist eine Videoplattform, die es Nutzern ermöglicht, Videos hochzuladen und zu teilen. Sie ist eine der größten Videoplattformen der Welt.



9



Mobilfunkanschlüsse/ mobile phone subscriptions 2009 - 2011

2010



DNSSEC
The DNSSEC System is a security protocol that...
It is designed to protect the integrity of DNS data...
by using cryptographic signatures to verify the authenticity of the data.

DNSSEC
The DNSSEC System is a security protocol that...
It is designed to protect the integrity of DNS data...
by using cryptographic signatures to verify the authenticity of the data.

2011



Office 365
Microsoft's Office 365 is a cloud-based productivity suite...
It includes Word, Excel, PowerPoint, and Outlook...
and is designed to work seamlessly across different devices.

Office 365
Microsoft's Office 365 is a cloud-based productivity suite...
It includes Word, Excel, PowerPoint, and Outlook...
and is designed to work seamlessly across different devices.

2012



Windows 8
Microsoft's Windows 8 is a major update to the Windows operating system...
It features a new user interface designed for touchscreens...
and is designed to work seamlessly across different devices.

Windows 8
Microsoft's Windows 8 is a major update to the Windows operating system...
It features a new user interface designed for touchscreens...
and is designed to work seamlessly across different devices.

2008



identi.ca
identi.ca is a social networking site...
It is designed to be a decentralized and open social network...
where users can share content and connect with others.

identi.ca
identi.ca is a social networking site...
It is designed to be a decentralized and open social network...
where users can share content and connect with others.



2009



DE-CIX
DE-CIX is a large Internet exchange point...
It is designed to facilitate the exchange of traffic between different networks...
and is a key component of the Internet infrastructure.

DE-CIX
DE-CIX is a large Internet exchange point...
It is designed to facilitate the exchange of traffic between different networks...
and is a key component of the Internet infrastructure.



Datendiebstahl
Data theft is a major security concern...
It involves the unauthorized access and theft of sensitive information...
and is a significant threat to organizations and individuals.

Data theft
Data theft is a major security concern...
It involves the unauthorized access and theft of sensitive information...
and is a significant threat to organizations and individuals.



iPad
Apple's iPad is a tablet computer...
It is designed to be a portable and easy-to-use device...
for entertainment, productivity, and communication.

iPad
Apple's iPad is a tablet computer...
It is designed to be a portable and easy-to-use device...
for entertainment, productivity, and communication.



Google+
Google+ is a social networking site...
It is designed to be a decentralized and open social network...
where users can share content and connect with others.

Google+
Google+ is a social networking site...
It is designed to be a decentralized and open social network...
where users can share content and connect with others.



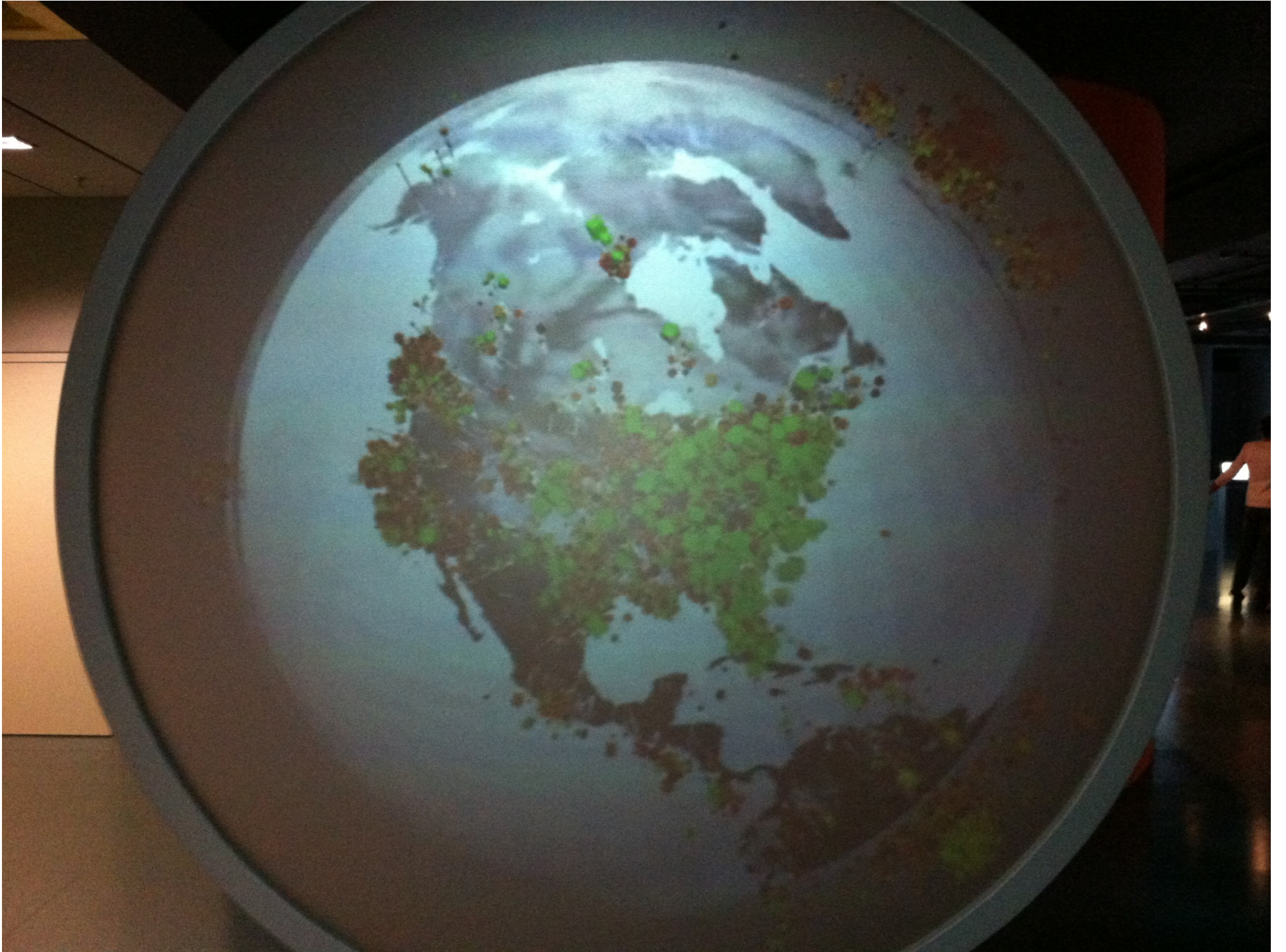
Vorratdatenspeicherung
Data retention is a controversial practice...
It involves the storage of data for a long period of time...
for legal and law enforcement purposes.

Telecommunications Data Retention
Telecommunications data retention is a controversial practice...
It involves the storage of data for a long period of time...
for legal and law enforcement purposes.



*„Datenschutzkonformität ist nichts anderes
als eine besondere Form der
Bürger(Kunden)freundlichkeit.“*

(Thilo Weichert, Datenschutzbeauftragter von Schleswig-Holstein)





DANKE!

MICHAEL M. PACHINGER

A-4600 Wels, Edisonstraße 1

T: +43/7242/65290-0,

F: +43/7242/65290-333,

m.pachinger@scwp.at



AUSTRIA BELGIUM BULGARIA CHINA CZECH REPUBLIC
GERMANY HUNGARY POLAND ROMANIA SLOVAKIA TURKEY

scwp.com