



Neues zur Einwilligung – das IAB Europe-Urteil und seine Folgen

19. Österreichischer IT-Rechtstag
09.05.2025

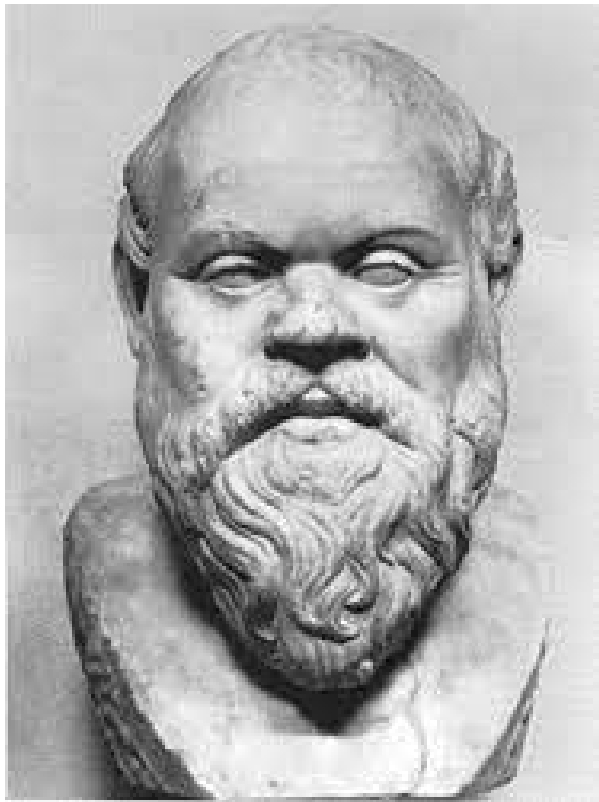


Spoileralarm:

Handout # Präsi



Fragen vs „A furchtbare Zeit!“





Um was geht es?
„Ein (globales) Systemversagen?!“

„Natirlich hob‘ i wos
aus da Kassa g‘numan!“



„Interactive Advertising Bureau Europe (IAB Europe) ist der europaweite Verband für das Ökosystem des digitalen Marketings und der digitalen Werbung. IAB hat sich zur Aufgabe gemacht, die politische Vertretung zu leiten und die Zusammenarbeit der Branche zu fördern.“

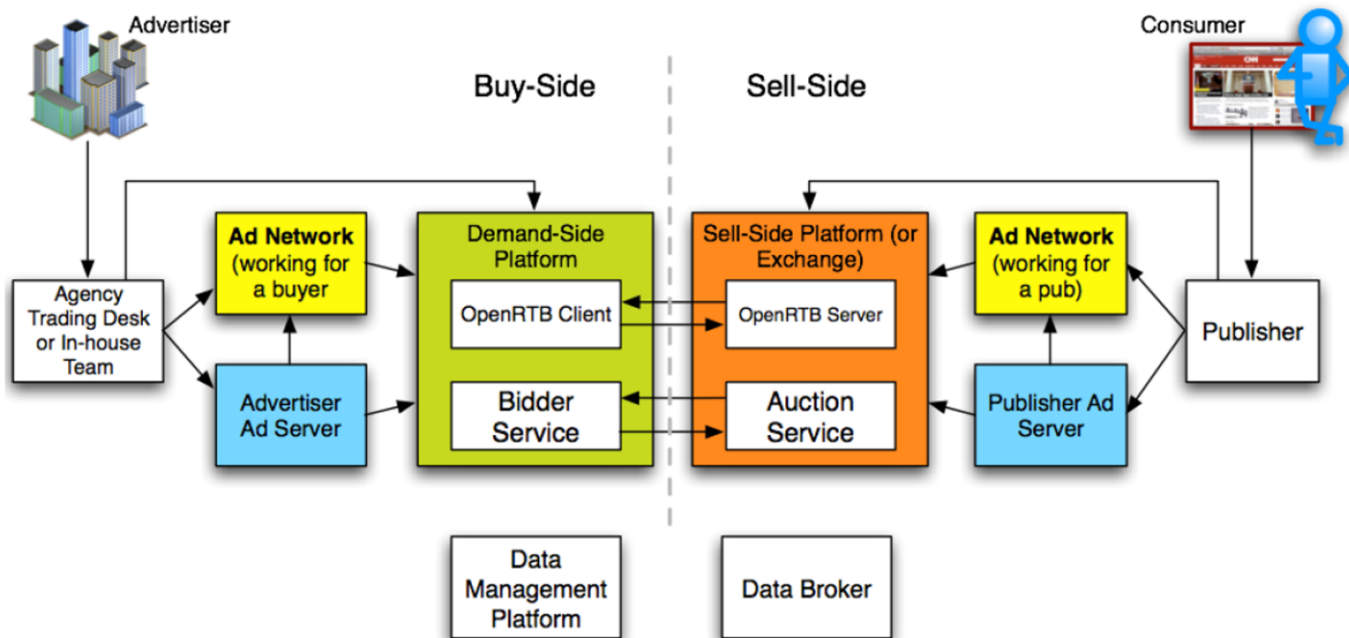


„I hob jo sunst kane
Leidenschaften –
außer den Sparverein vielleicht!“



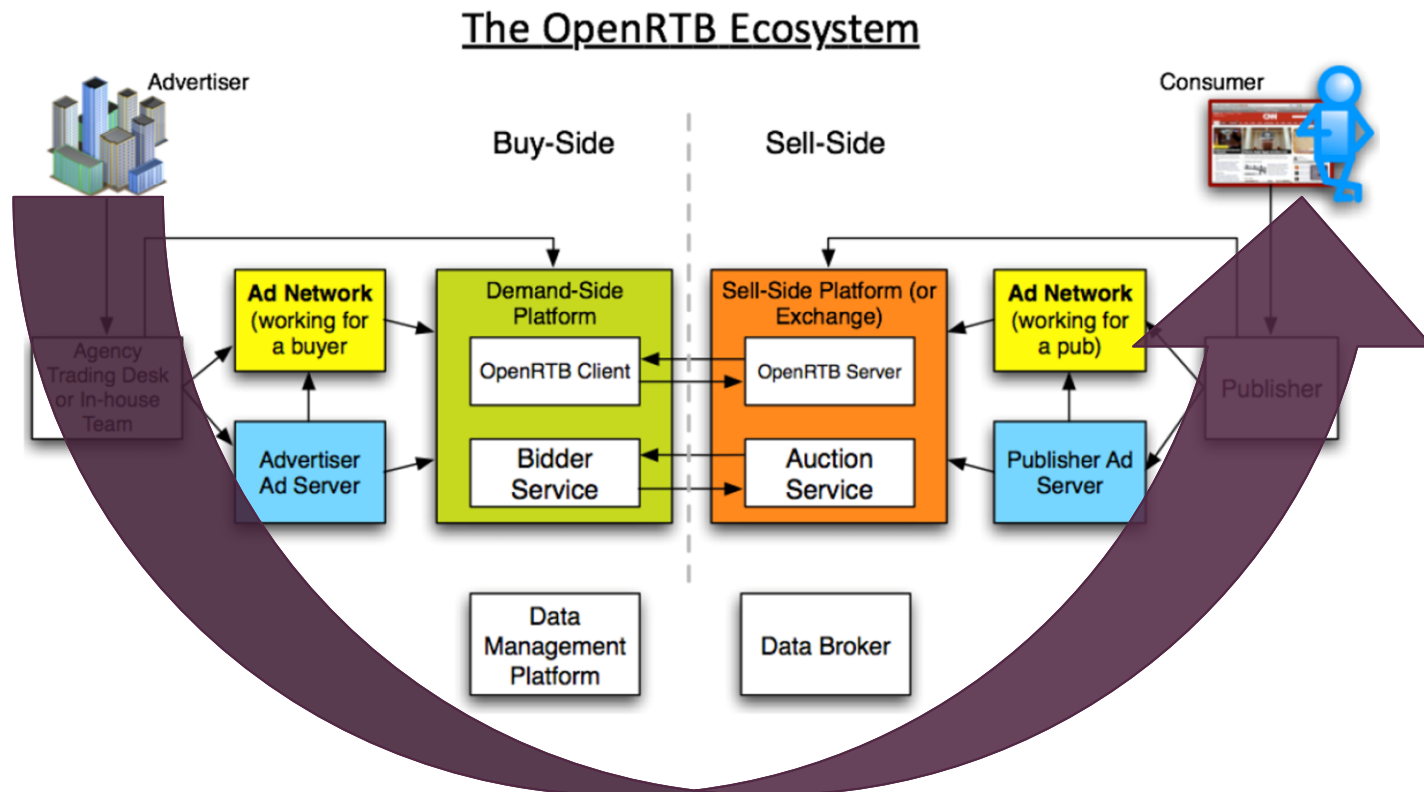
Real Time Bidding (RTB)

The OpenRTB Ecosystem





Ziel: Personalisierte Werbung





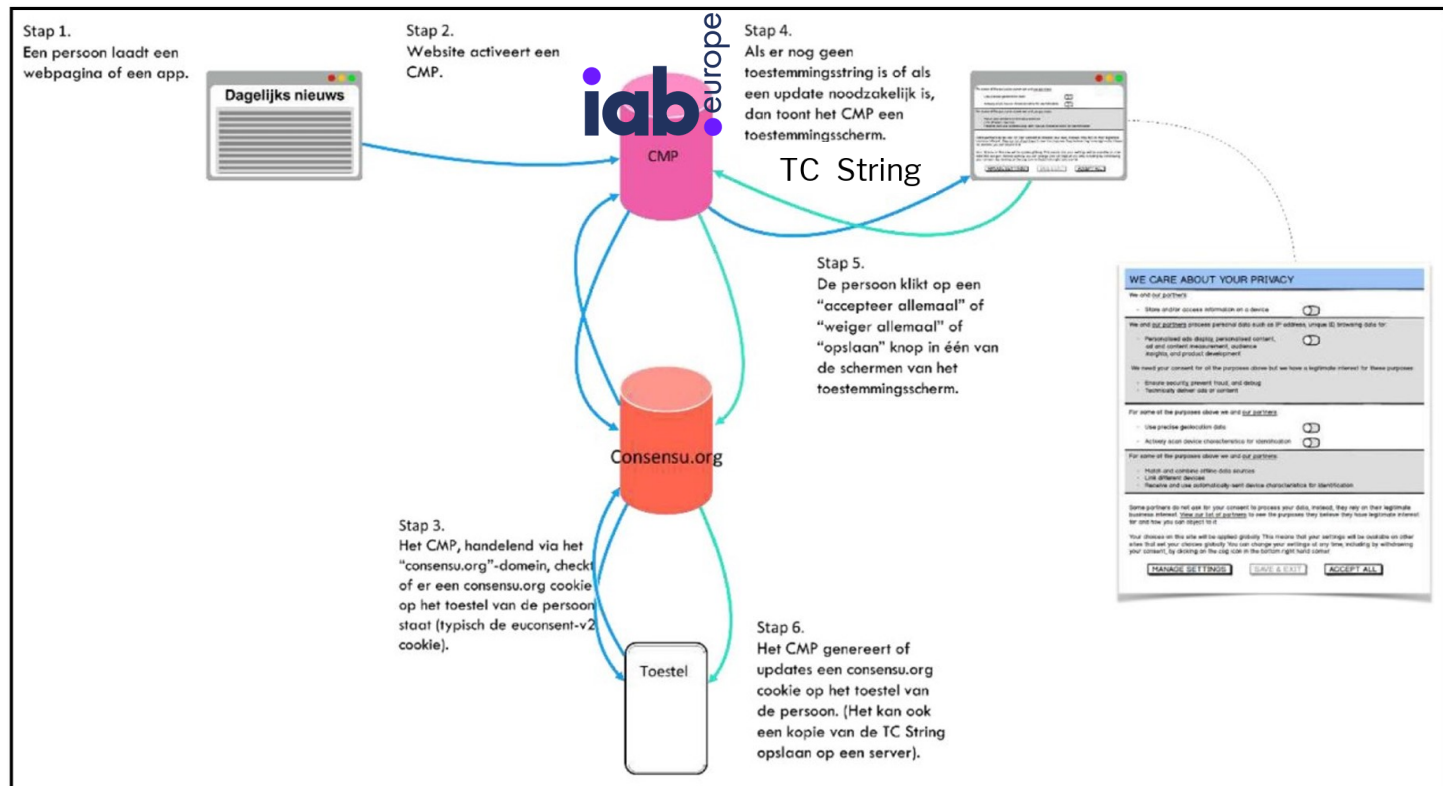
Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms

EuGH: „IAB Europe entwickelte das [...] TCF, das einen Regelungsrahmen darstellt, der aus Richtlinien, Anweisungen, technischen Spezifikationen, Protokollen und vertraglichen Verpflichtungen besteht [...].“

→ standardisiertes Datenprotokoll zur
„Durchreichung“ von Consent-Settings



Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms



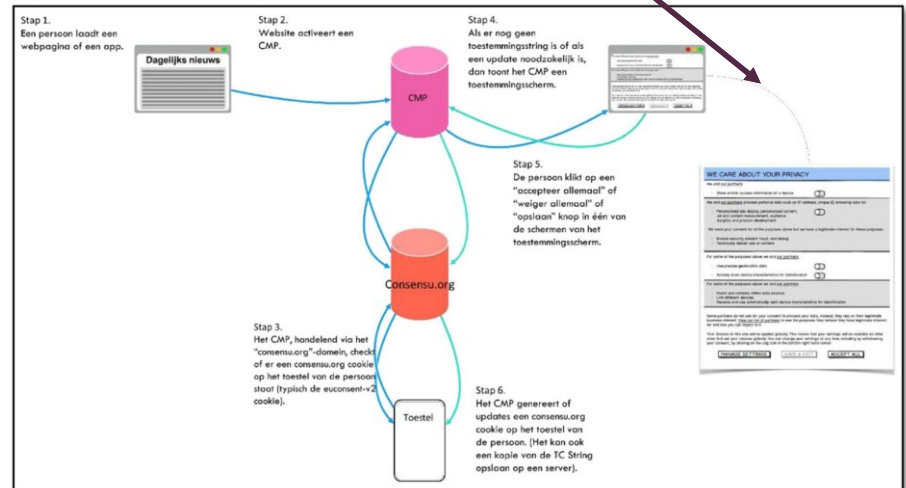
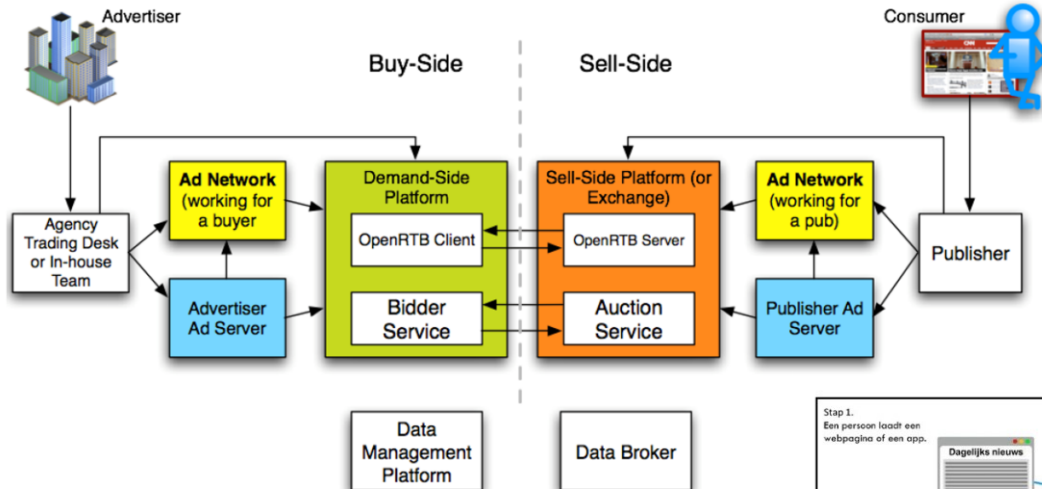


Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms

EuGH: [...] CMP [...], das es dem Nutzer [...] (i) seine Einwilligung [...] für vorher festgelegte Zwecke, wie u.a. Marketing oder Werbung, oder zum Austausch dieser Daten mit bestimmten Anbietern zu geben, und [...] (ii) Austausch von Daten aufgrund [...] geltend gemachten berechtigten Interessen [...] zu widersprechen. Diese [...] Daten betreffen insbesondere den Standort des Nutzers, sein Alter, den Verlauf seiner Suchanfragen und seine zuletzt getätigten Einkäufe.“

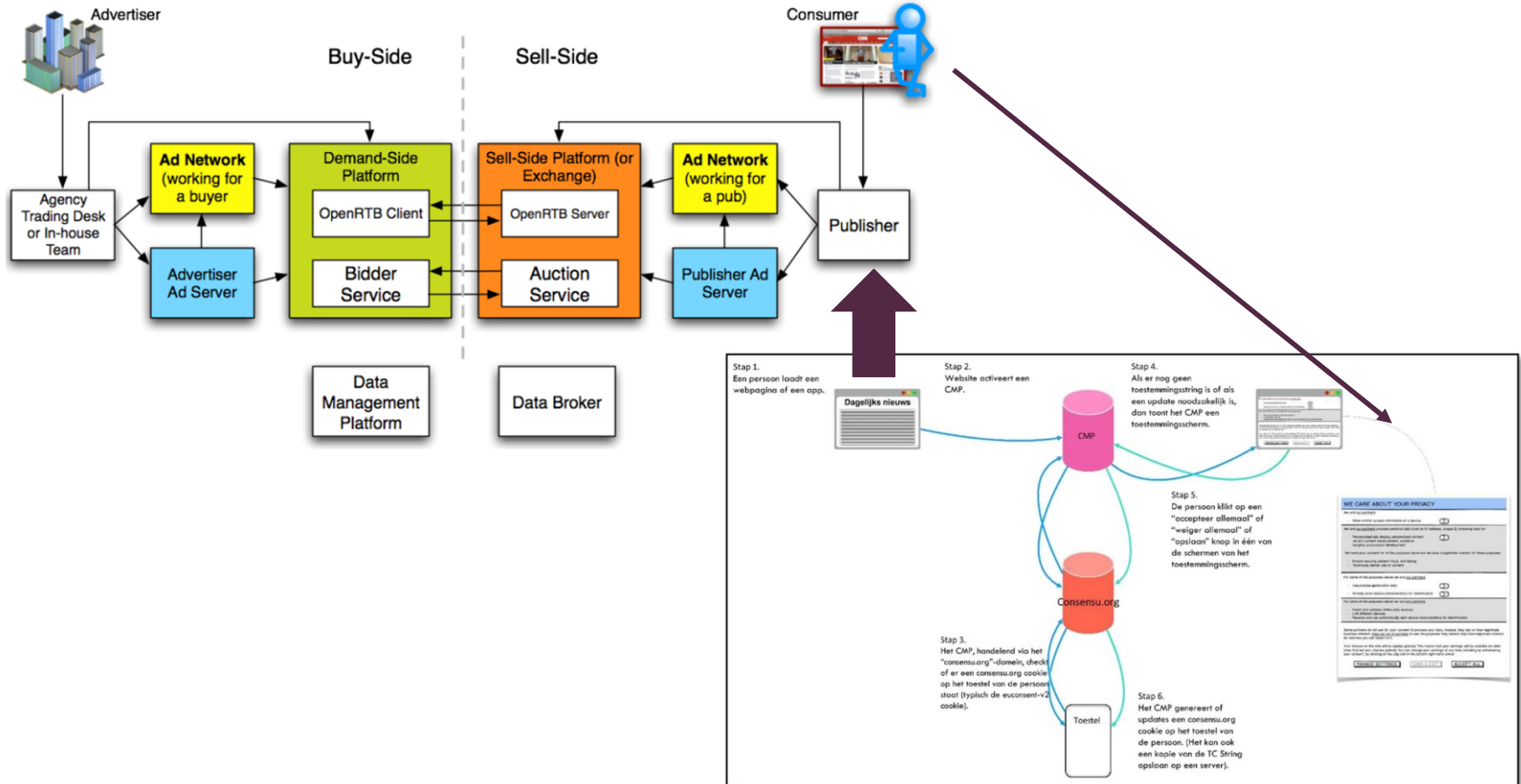


The OpenRTB Ecosystem



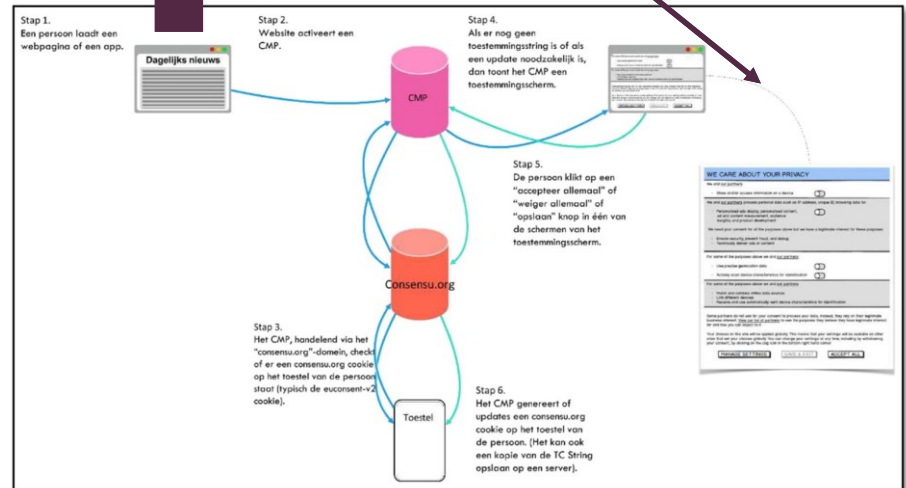
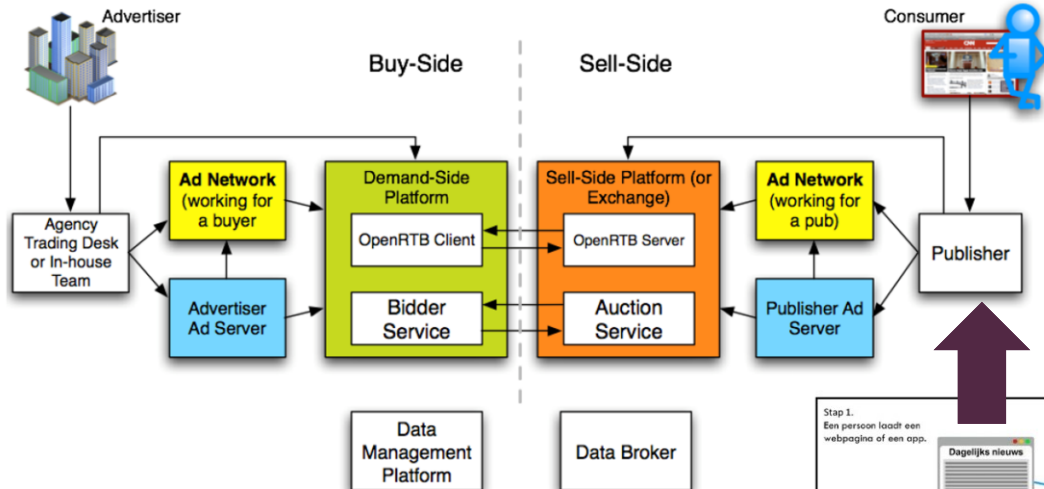


The OpenRTB Ecosystem





The OpenRTB Ecosystem







Andy Müller-Maguhn, Regierungserklärung
(<http://glasnost.de/docs00/0010maguhn.html>)



„Da kam dann die Sache mit dem Geld ins Spiel,
und wenn schon grenzenlos, dann natürlich
unendlich viel Geld.“

Andy Müller-Maguhn, Regierungserklärung
(<http://glasnost.de/docs00/0010maguhn.html>)



RTB: unendlich viel Geld?

IAB Europe, am 9.4.25:

- „Personalised Ads vs EUR 212 pa“ („Pay - Okay“)

noyb, März 25:

- „EUR 0,24 pro Nutzer pro Monat vs Abo von LeMonde EUR 12,99“
- „Personalisierte Werbung bringt nur 0,24% mehr als herkömmliche Bannerwerbung“



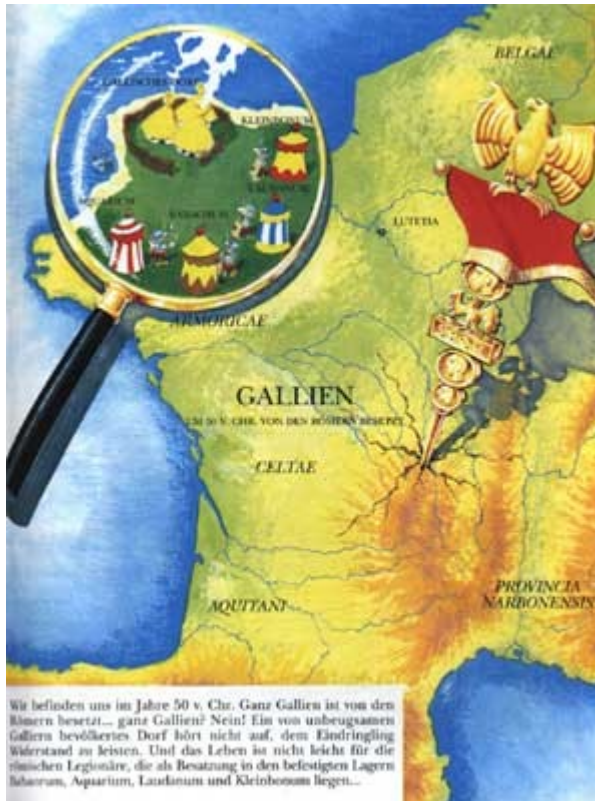
RTB: unendlich viel Geld?

AT-Online-Medien-Markt sagt:

- von EUR 1,- Advertiser kommen EUR 0,40 an
- pro 1.000 Ausspielungen ca EUR 10,-
- 10-30% plus für Personalisierung
 - geografisch, Geschlecht und kontextual
 - weitere Merkmale meist für Markt nicht relevant/
verständlich



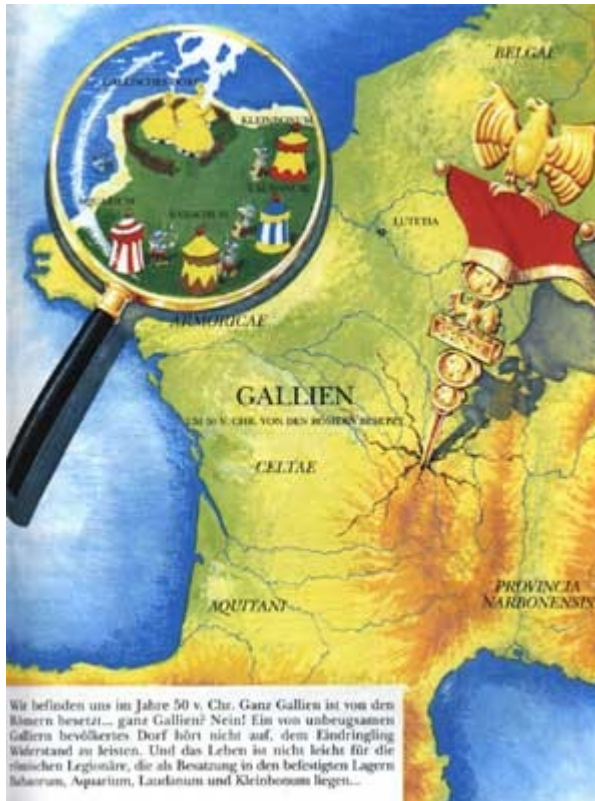
Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms



iab•europe



Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms





Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms

Die Datenschutzbehörde von Belgien stellte eine Reihe von Verstößen gegen die DSGVO durch IAB Europe fest:

- **Rechtmäßigkeit:** IAB Europe hat keine Rechtsgrundlage für die Verarbeitung des TC-Strings geschaffen, und die von der TCF für die anschließende Verarbeitung durch Adtech-Anbieter angeführten Rechtsgrundlagen sind unzureichend;
- **Transparenz und Information der Nutzer:** Die Informationen, die den Nutzern über die CMP-Schnittstelle zur Verfügung gestellt werden, sind zu allgemein und vage, um den Nutzern ein Verständnis von Art und Umfang der Verarbeitung zu ermöglichen, insbesondere angesichts der Komplexität der TCF. Daher ist es für die Nutzer schwierig, die Kontrolle über ihre personenbezogenen Daten zu behalten;
- **Rechenschaftspflicht, Sicherheit und Datenschutz durch Technikgestaltung/durch datenschutzfreundliche Voreinstellungen:** Da keine organisatorischen und technischen Maßnahmen im Einklang mit dem Grundsatz des Datenschutzes durch Technikgestaltung und durch datenschutzfreundliche Voreinstellungen getroffen wurden, einschließlich der Gewährleistung der wirksamen Ausübung der Rechte der betroffenen Person sowie der Überwachung der Gültigkeit und Integrität der Entscheidungen der Nutzer, ist die Konformität des TCF mit der DSGVO weder angemessen gewährleistet noch nachgewiesen;
- **Weitere Verpflichtungen im Zusammenhang mit einem Verantwortlichen, der personenbezogene Daten in großem Umfang verarbeitet:** IAB Europe hat es versäumt, ein Register der Verarbeitungstätigkeiten zu führen, einen DSB zu ernennen und eine „Datenschutz-Folgenabschätzung“ (DSFA) durchzuführen.



Art 4 Z 11 DSGVO

„Einwilligung“ der betroffenen Person jede freiwillig für den bestimmten Fall, in informierter Weise und unmissverständlich abgegebene Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutigen bestätigenden Handlung, mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten einverstanden ist;



Art 4 Z 11 DSGVO

„Einwilligung“ der betroffenen Person jede freiwillig für den bestimmten Fall, in informierter Weise und unmissverständlich abgegebene Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen unmissverständlichen bestätigenden Handlung, mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten einverstanden ist;



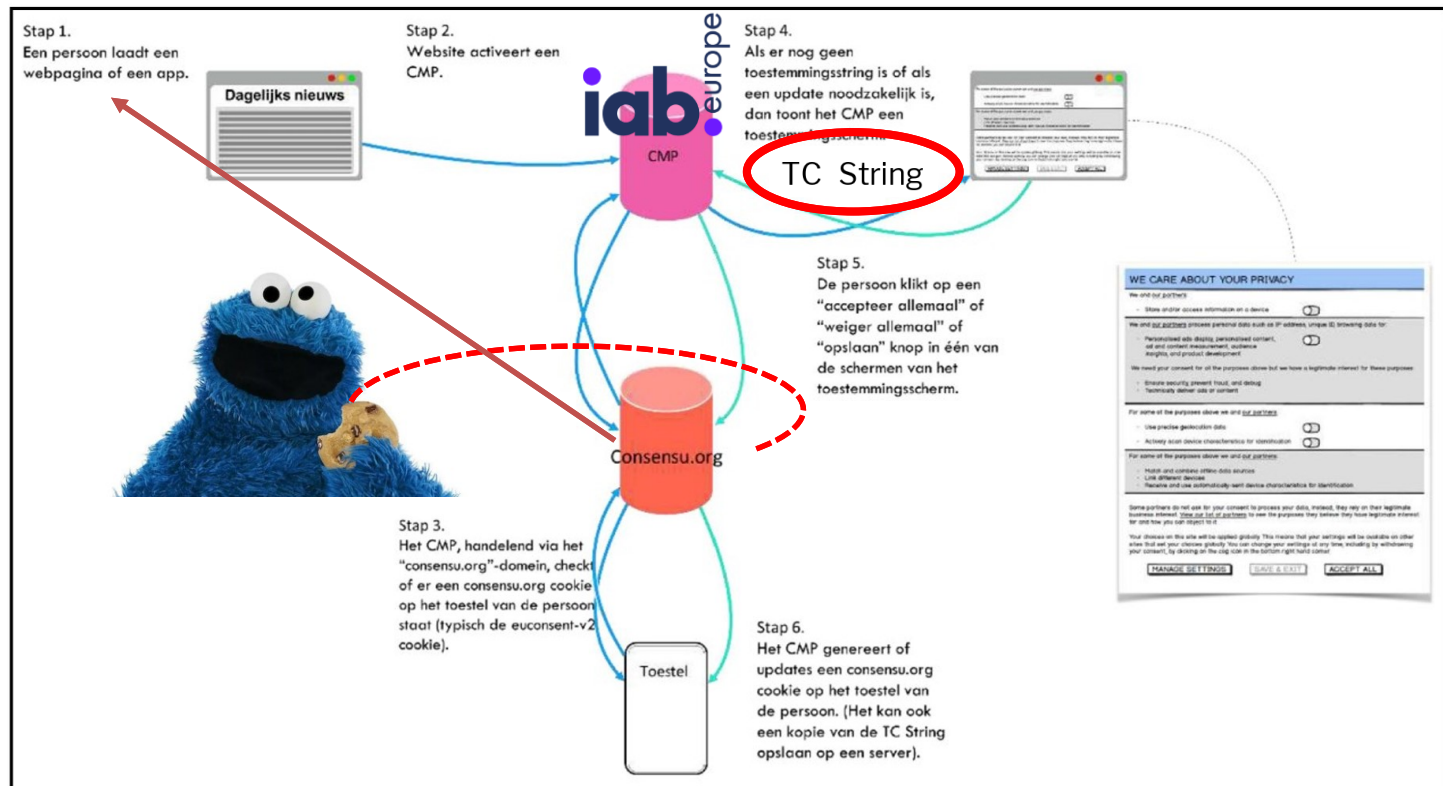
Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms

iab•europe



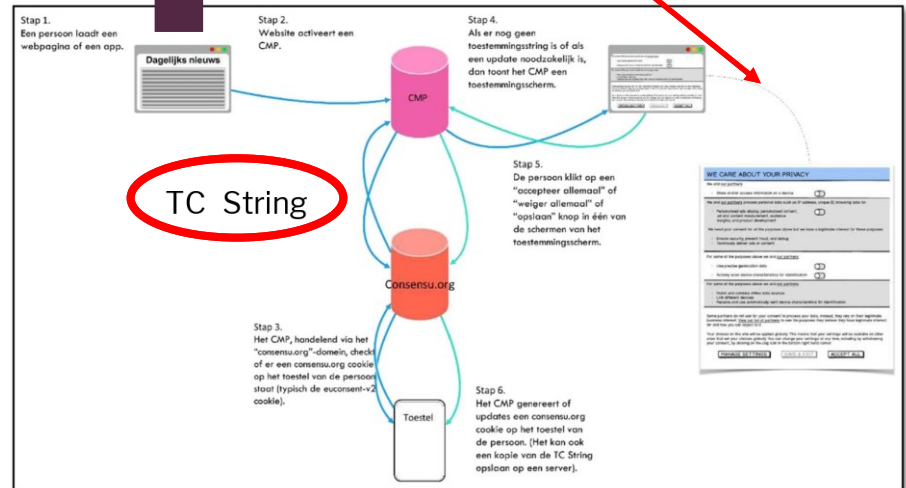
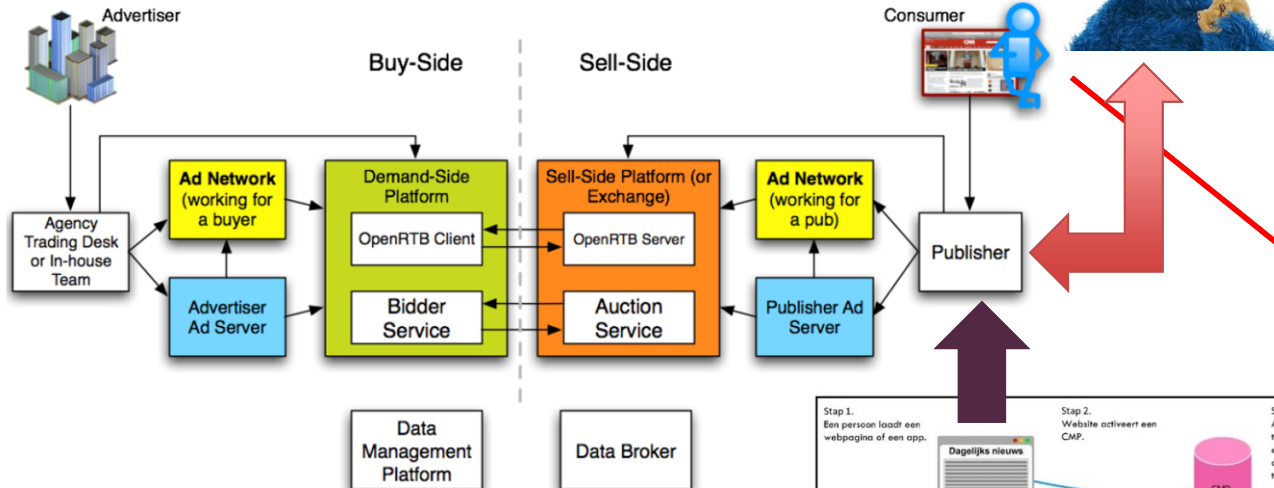


Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms



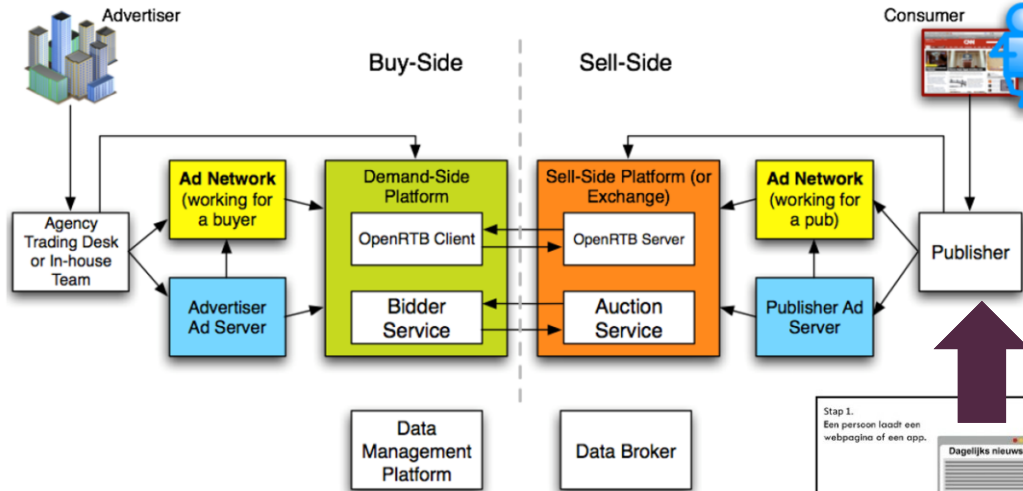


The OpenRTB Ecosystem

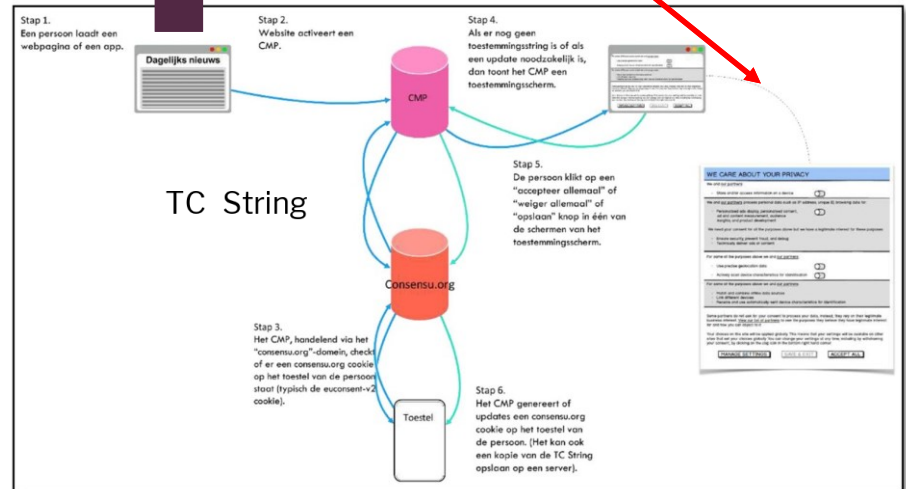




The OpenRTB Ecosystem



Publisher-,
Advertiser- und
Plattform
übergreifend!!





Belg DSB: „TCF-Systemversagen“

- Personenbezug des TC-Strings
- (Gemeinsame) Verantwortlichkeit IAB
- (logisch) unzureichende Information
 - >840 Advertiser
- (logisch) unwirksame Einwilligung
- (logisch) Datenschutzrechtsverletzung
- d



„A furchtbare Zeit! [...]

Nach allem, was man geleistet hat!

[...]

Sie ist schiach, fett, direkt ungustiös!“

vs

„Stellen wir dem EuGH Fragen?!“



EuGH 7.3.24, C-604/22

„[...] „personenbezogene Daten“ [...] umfasst] auch alle Informationen über eine identifizierte oder identifizierbare Person, die aus einer Verarbeitung personenbezogener Daten resultieren [...] F]estzustellen, dass [...] der TC-String [...] solcher Daten enthält. Aber auch wenn ein TC-String selbst keine Elemente enthielte, [...]“



„Rollenverteilung“ oder: die „Kapperl-Frage“





Die „Kapperl-Frage“

- Rollenverteilung ist „organisationsbezogen“:



Auftragsverarbeiter



Verantwortlicher



**gemeinsamer
Verantwortlicher**



Gemeinsam Verantwortliche

EuGH: „[...] Person, die aus Eigeninteresse auf die Verarbeitung personenbezogener Daten Einfluss nimmt und damit an der Entscheidung über die Zwecke und Mittel dieser Verarbeitung mitwirkt, als Verantwortlicher im Sinne von Art. 4 Nr. 7 DSGVO angesehen werden kann. [...] “

→ EuGH 4.10.24, C-621/22 - Sportverband



Bewegliches System?

EuGH: „[...] doch hat das Bestehen einer gemeinsamen Verantwortlichkeit nicht zwangsläufig eine gleichwertige Verantwortlichkeit [...] zur Folge. Vielmehr können [...] in verschiedenen Phasen und in unterschiedlichem Ausmaß einbezogen sein, so dass der Grad der Verantwortlichkeit eines jeden von ihnen unter Berücksichtigung aller maßgeblichen Umstände des Einzelfalls zu beurteilen ist.“



TCF?

EuGH: „[...] d.h. Anbieter von Websites oder Anwendungen sowie Datenbroker oder auch Werbeplattformen, bei [... (i)] Regeln [...] und [(ii)] der Weiterverarbeitung personenbezogener Daten durch diese Wirtschaftsteilnehmer und durch Dritte auf der Grundlage dieser Präferenzen, [...]“

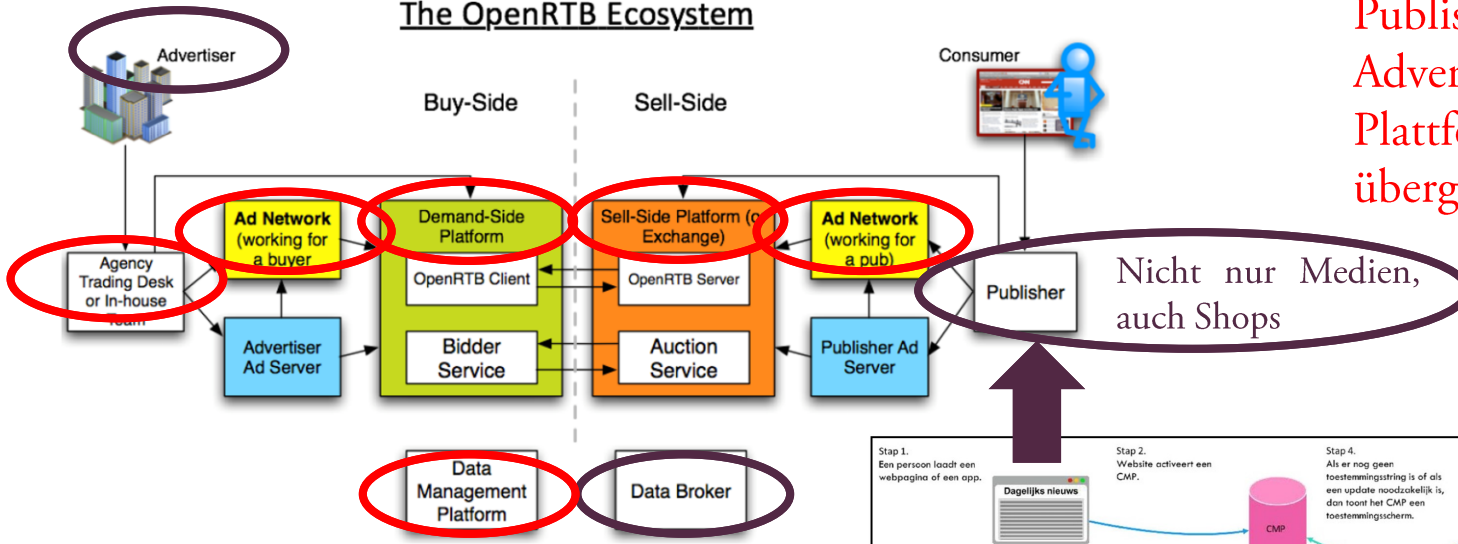


TCF?

EuGH: „Somit [...] IAB Europe nur dann als für solche Weiterverarbeitungen verantwortlich angesehen werden, wenn feststeht, dass sie Einfluss auf die Festlegung der Zwecke und Modalitäten dieser Weiterverarbeitungen ausgeübt hat, [...].“

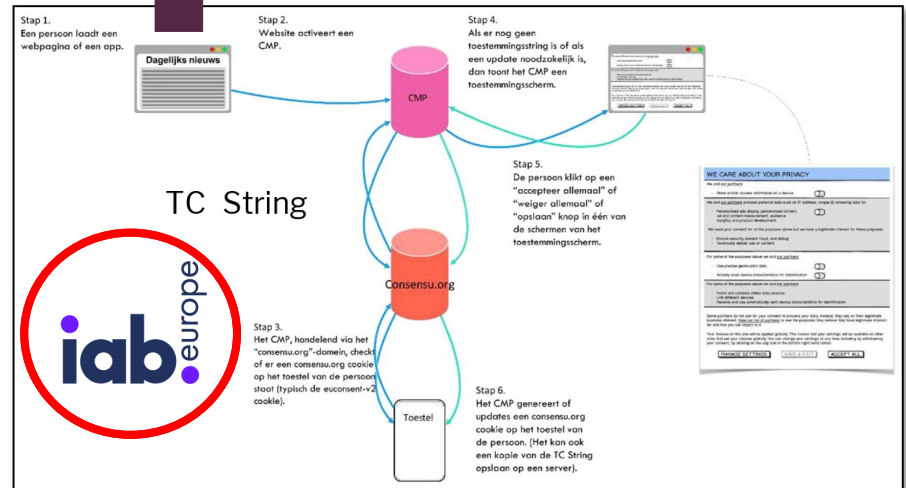


The OpenRTB Ecosystem



Publisher-,
Advertiser- und
Plattform
übergreifend!!

Nicht nur Medien,
auch Shops





Reminder: „TCF-Systemversagen“

- Personenbezug
- Verantwortlichkeit
- (logisch) unzureichende Information
 - >840 Advertiser
- (logisch) unwirksame Einwilligung
- (logisch) Datenschutzrechtsverletzung

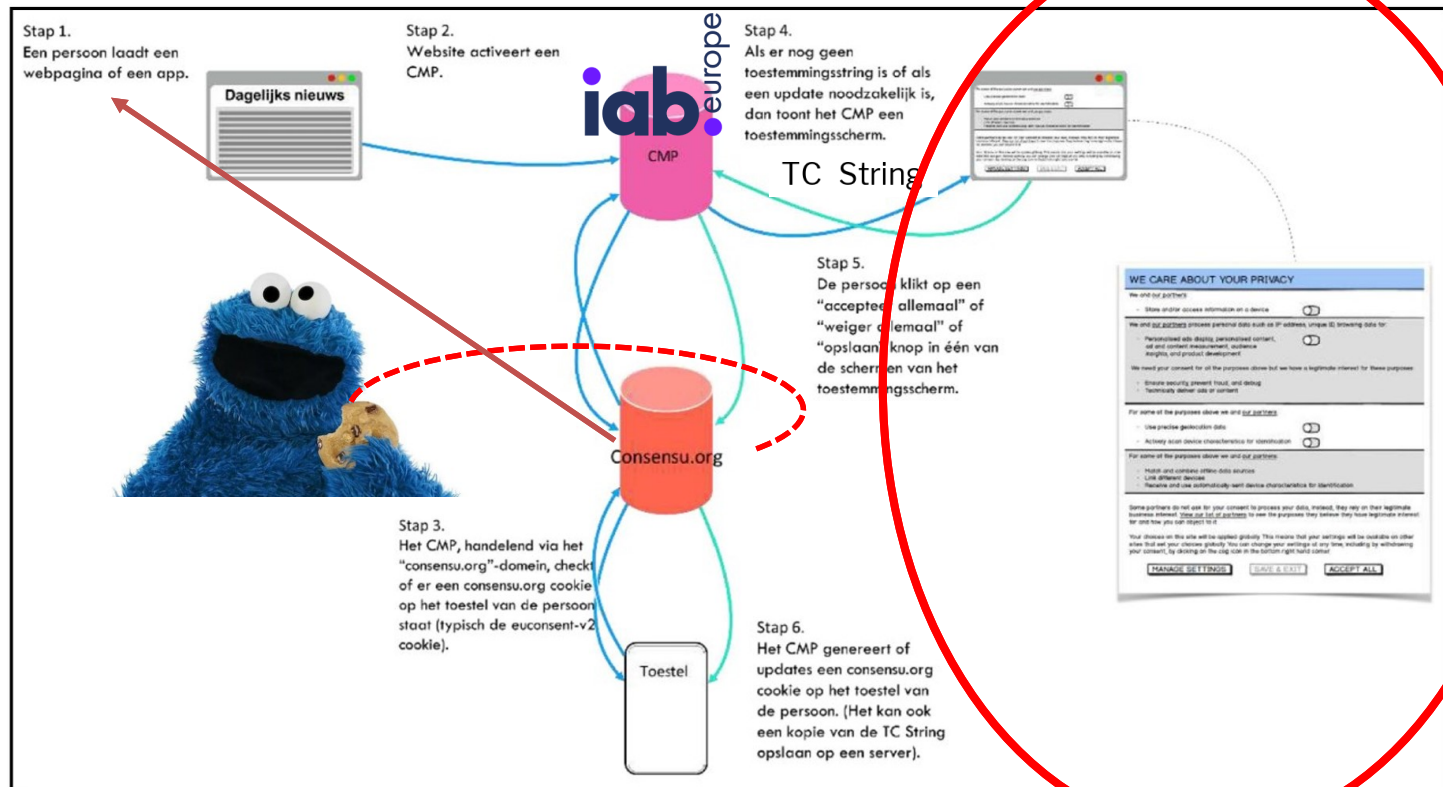


„Wenn i ena des azö, dann homs wos
für's Leben!“

Die Realität überholt die
Entscheidungen?



Transparency and Consent Framework für Consent Management Platforms





TCF 2.2 – Action Plan

- 1) Removal of the legitimate interest legal basis for advertising & content personalisation: within the scope of the TCF, Vendors can only select consent as an acceptable legal basis for purposes 3, 4, 5 and 6 at registration level;
- 2) Improvements to the information provided to end-users: the purposes and features' names and descriptions changed. The legal text was removed and replaced by user-friendly descriptions - supplemented by examples of real-use cases (illustrations);
- 3) Standardisation of additional information about Vendors: Vendors are required to provide additional information about their data processing operations - so that this information can in turn be disclosed to end-users;
 - Categories of data collected
 - Retention periods on a per-purpose basis
 - Legitimate interest(s) at stake - where applicable
- 4) Transparency over the number of Vendors: CMPs are required to disclose the total number of Vendors seeking to establish a legal basis on the first layer of their UIs;
- 5) Specific requirements to facilitate users' withdrawal of consent: Publishers and CMPs will need to ensure that users can resurface the CMP UIs and withdraw consent easily.



Einwilligung DSGVO & TKG

Einwilligung nur gültig, wenn vollständig erfüllt
(EDSA-Leitlinien 05/2020):

- Freiwilligkeit;
- Bestimmtheit;
- Informiertheit;
- unmissverständlich abgegebene Willensbekundung



IAB Europe
Transparency & Consent Framework – Policies
Version 2025-01-16.5.0.a

Appendix A: Definitions of Purposes, Features and Categories of data

A. Purposes

Purpose 1 - Store and/or access information on a device

Purpose 2 - Use limited data to select advertising

Purpose 3 - Create profiles for personalised advertising

Purpose 4 - Use profiles to select personalised advertising

Purpose 5 - Create profiles to personalise content

Purpose 6 - Use profiles to select personalised content

Purpose 7 - Measure advertising performance

Purpose 8 - Measure content performance



IAB Europe
Transparency & Consent Framework – Policies
Version 2025-01-16.5.0.a

Purpose 9 - Understand audiences through statistics or combinations of data from different sources

Purpose 10 - Develop and improve services

Purpose 11 - Use limited data to select content

B. Special Purposes

Special Purpose 1 - Ensure security, prevent and detect fraud, and fix errors

Special Purpose 2 - Deliver and present advertising and content

Special Purpose 3 - Save and communicate privacy choices



Einwilligung DSGVO & TKG

- Freiwilligkeit → „Pay or Okay or GoAway“?!
- Mehrere TCF-Zwecke → „Granularität“, d.h. Trennung Zwecke und Einwilligung für jeden Zweck (Spannungsfeld zu DMA-Pflichten für jeden einzelnen Gatekeeper?!)
- TCF-Informiertheit über „Joint Controllershship“
- „Layered TCF-Info/ Granulares Opt-In“
 - 2% User auf zweite Ebene



Industriestandard?!

- TCF 2.2 bis TCF xyz?!
- „Special Purposes“ → „berechtigtes Interesse“?!
- „Verbesserung der Services und Angebote“?!
- Kontextuale Werbung = Personenbezug?!
- Berechtigtes Interesse & DMA-Pflicht?!
- Gemeinsame Verantwortlichkeit?!
- Information überhaupt möglich?!

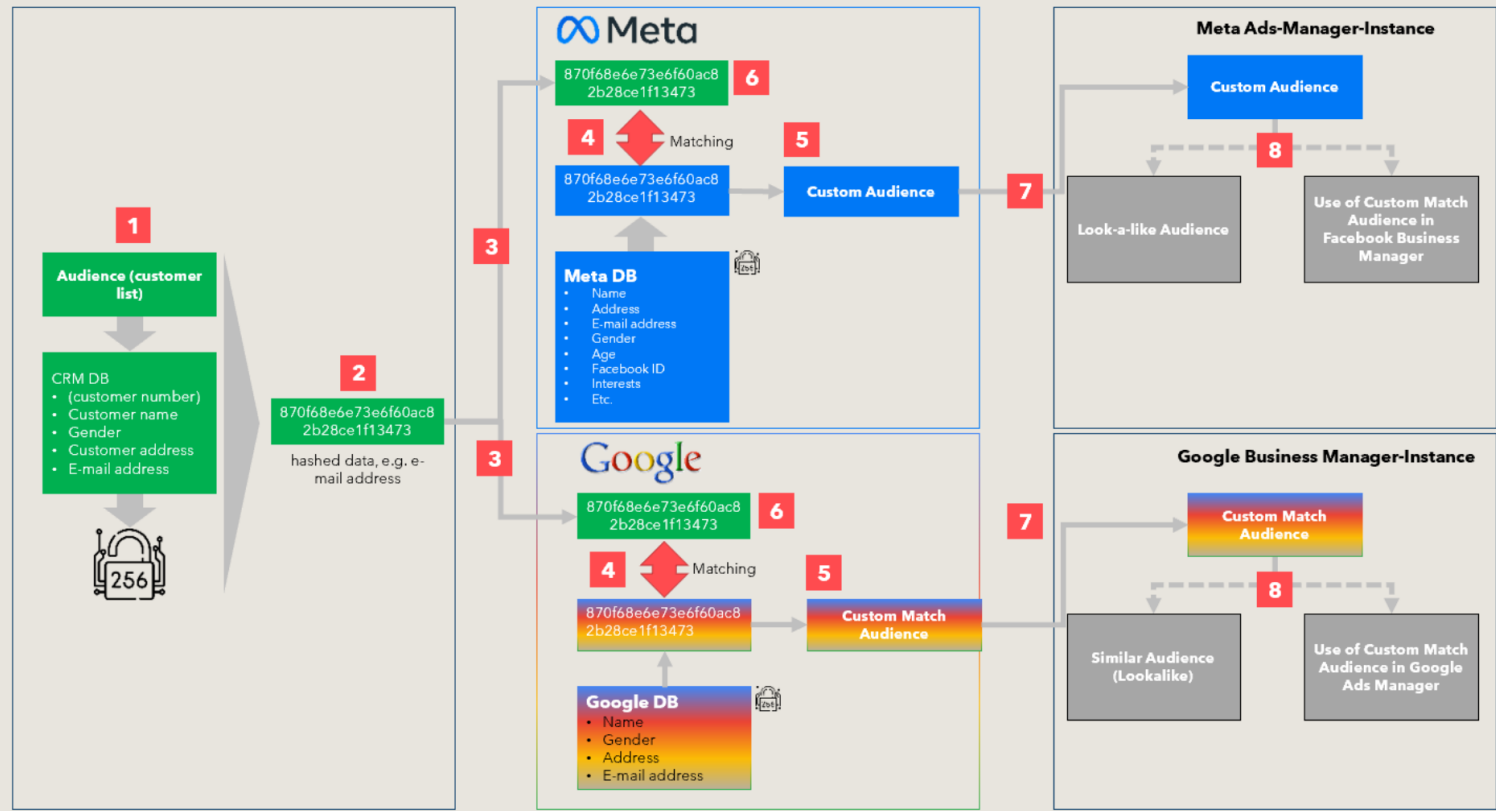


„Hear i die Rettung, sog i imma:
„Karl, Du bist's net!““



Was schert mich IAB?

Meta Custom Audience & Google Customer Match services





„A furchtbare Zeit:
Man hat sich net entscheiden kenan,
welche Partei die stärkere is!“



Was schert mich IAB?



- ÖWebAnalyse: TCString als Voraussetzung
 - Einwilligung in Reichweitenmessung
- ORF-G Personalisierung verboten
 - dennoch Einholung Einwilligung
 - Reine Reichweitenmessung?!



Was schert mich IAB?

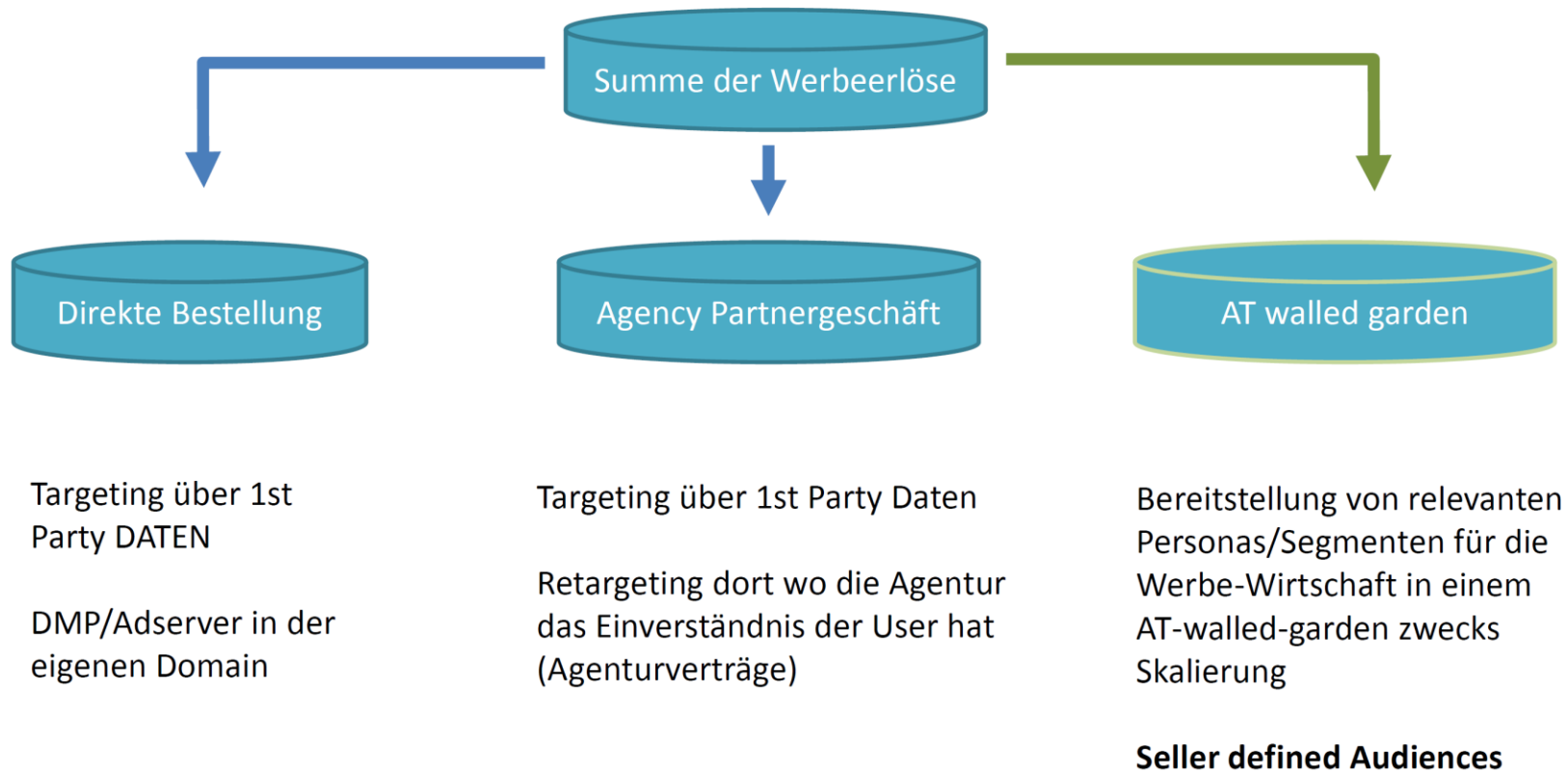
Wettbewerb durch Bequemlichkeit (insb für Advertiser)

Google Limited Ads

TCF-Wegfall/ Limitierung → Stärkung der Publisher, weil „persönlicher Kontakt an Werbebranche überschrieben“?



AT-Online-Werbewirtschaft neu?!





AT-Online-Werbewirtschaft neu?!

- Definition von für die Werbewirtschaft relevanten Personas/Segmenten, die von allen Publishern in AT nach denselben Spielregeln verkauft werden. (Definition zB. in der ÖWA)
- Jeder Publisher holt Consent nur für seine Domain ein.
- Keine Notwendigkeit den Consent weiter zu reichen.
- ÖWA spielt jedem Publisher die Segmente der Personas in die jeweilige DMP retour.
- Zentrale Orderplattform für die Agenturen, Einzelvertrag entsteht mit jedem Publisher





Datenschutz-Grundverordnung

Univ Prof Thomas Hoeren:

“[...] eines der schlechtesten Gesetze des 21.
Jahrhunderts!”

“[...] überbordend [...]”

“[...] hirnlos [...]”



DSGVO neu?!

Vom

„Brüssler Effekt auf die
Weltregulierung“

zur

„Wettbewerbs- & Innovationsbremse“



Brussels, 25.7.2024
COM(2024) 357 final

**COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN
PARLIAMENT AND THE COUNCIL**

Second Report on the application of the General Data Protection Regulation



... areas of concern:

“[...] the legal basis of legitimate interest and consent [...]”

→ 21.05.2025: EU-Komm „neuer Vorschlag“ mit „Vereinfachungsplan für Unternehmen mit weniger als 500 Mitarbeitern“

→ „Büchse der Pandora“?! DSGVO hatte 3.000 Änderungsanträge im Europäischen Parlament

Europe's GDPR privacy law is headed for red tape bonfire within 'weeks'

Long seen as untouchable in Brussels, the GDPR is next on the list of the EU's crusade against overregulation.

▶ LISTEN

🔗 SHARE

POLITICO PRO

Free article usually reserved for subscribers



Slashing regulation is a key focus for Commission President Ursula von der Leyen. | Frederick Florin/Getty Images



Deutscher Koalitionsvertrag

Vereinen, kleine und mittelständische
Unternehmen und risikoarme
Datenverarbeitungen sollen vom
Anwendungsbereich ausgenommen werden

→ ÖAMTC, ÖGB, ...

→ „Investigativ-Consultants“, ...

→ „risikoarm“ im Laufe der Zeit ...



vs „Rute“ Art 9 Abs 2 DSGVO?

Die betroffene Person hat in die Verarbeitung der genannten personenbezogenen Daten für einen oder mehrere festgelegte Zwecke ausdrücklich eingewilligt, es sei denn, nach Unionsrecht oder dem Recht der Mitgliedstaaten kann das Verbot nach Absatz 1 durch die Einwilligung der betroffenen Person nicht aufgehoben werden,



“Just because you’re paranoid
doesn't mean they're not out
to get you.”

(Agent Mulder, The X-Files)







KI und Einwilligung

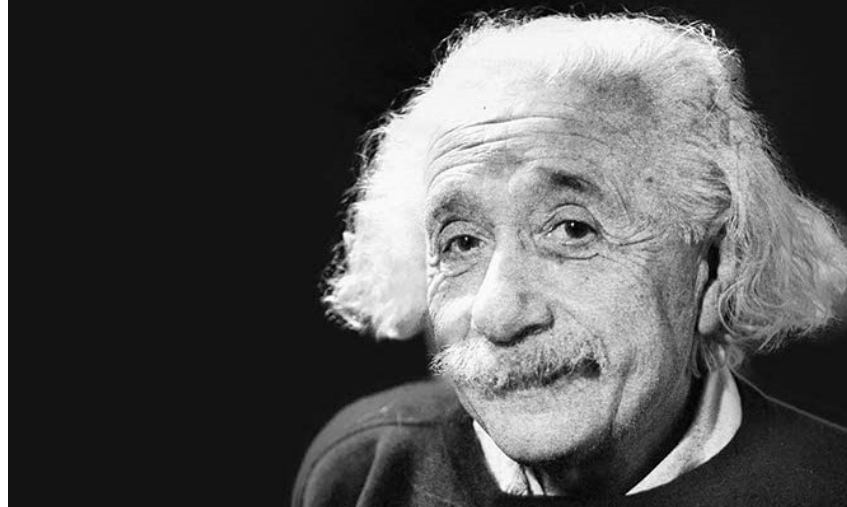
PWC Hopes & Fears Survey 2024:
52 Prozent von 1000 befragten
Arbeitnehmern in Österreich nutzen
generative KI im Berufsalltag. Bei der
Gen Z sind es 67 Prozent, sechs
Prozent davon täglich.

<https://www.pwc.at/de/dienstleistungen/workforce-transformation/hopes-and-fears-2024.html?ref=nl>



Do not worry about
your difficulties in
mathematics. I can
assure you mine are
still greater.

ALBERT EINSTEIN





GEISTWERT
RECHTSANWÄLTE LAWYERS AVVOCATI

Dr., LL.M. (IT-Law), LL.M. (Strathclyde)

MAX W. MOSING
Partner

tel +43 1 585 03 03-30
fax +43 1 585 03 03-99
Linke Wienzeile 4
1060 Wien · Vienna · Austria
max.mosing@geistwert.at
www.geistwert.at