



A1



E-Privacy Verordnung

Agenda

1. Historie
2. Aktuelle Diskussionspunkte und Fortschritt der E-Privacy Richtlinie
3. Kompatibilität mit der EU DSGVO
4. Problemstellungen

Historie

- E-Privacy-Richtlinie (2002/58/EG)
- „Cookie-Richtlinie“ (2009/136/EG)
- EU-VO über die Maßnahmen für die Benachrichtigung von Verletzungen des Schutzes personenbezogener Daten (511/2013/EG)
- Umgesetzt in Österreich im 12. Abschnitt des TKG, insbesondere
 - § 93: Telekommunikationsgeheimnis
 - § 95a: Sicherheitsverletzungen (EU-VO?)
 - § 96 (3): Cookies
 - § 99: Verkehrsdaten
 - § 107: Unerbetene Nachrichten
- Aktueller Diskussionsstand: Entwurf des Europäischen Rates vom 4. Mai 2018
- Erster Entwurf: Dezember 2016



Zielsetzung ePrivacy Verordnung

- VERORDNUNG DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES über die Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/58/EG (Verordnung über Privatsphäre und elektronische Kommunikation)
- Stärkung des Datenschutzes im Onlinebereich
- Anpassung der ePrivacy-RL an neue Technologien (WhatsApp, ...)
- Vereinfachung der Regeln für den Umgang mit Cookies

Geltungs- und Regelungsbereich

- Sachlich:
 - auch für juristische Personen
 - auch für Machine2Machine
 - für alle Kommunikationsservices (d.h. auch OTT-Services wie WhatsApp, Facebook Messenger, ...)
 - (zumindest in Teilbereichen) **nicht** für Social Networks, Blogs, Fitness Apps, ...
 - Cookies
 - Terminal Equipment
 - Telefonverzeichnisse
 - Direct Marketing Communications to end-users
- Räumlich:
 - Wie DSGVO – für Services an Nutzer in der Union

Statements

1. Rechtssicherheit und klare Harmonisierung zwischen e-Privacy und DSGVO
2. Gleiche Wettbewerbsbedingungen, der digitale Binnenmarkt und die Förderung von Innovationen
3. M2M Anrufsperrern (Artikel 12 und 14)
4. Öffentlich verfügbare Verzeichnisse (Artikel 15)
5. Direktmarketing (Artikel 16)

1. Rechtssicherheit und klare Harmonisierung zwischen e-Privacy und DSGVO

- Unklarheiten bezüglich der Anwendung der DSGVO oder der e-Privacy Verordnung
- Es drohen hohe Geldstrafen ohne klar definierte Anforderungen wie sich ein Unternehmen gesetzeskonform zu verhalten hat
- Klarstellungen zu Erwägungsgrund 2a, 3 und Artikel 1 notwendig – Schutz von juristischen Personen
- Widerspruch zwischen Erwägungsgrund 2a und 3?

2. Gleiche Wettbewerbsbedingungen, der digitale Binnenmarkt und die Förderung von Innovationen

Einschränkungen für Telekommunikationsunternehmen durch e-Privacy im Verhältnis zu anderen digitalen Unternehmen:

- Nur pseudonymisierte Daten dürfen verarbeitet werden
- Natürlichen Personen muss ein einfacher und günstiger Widerspruch ermöglicht werden
- Metadaten dürfen nicht zur Erstellung von Profilen von Endnutzern verwendet werden
- Verpflichtende Datenschutz-Folgeabschätzung
- Verpflichtende Konsultierung der Datenschutzbehörde

2. Gleiche Wettbewerbsbedingungen, der digitale Binnenmarkt und die Förderung von Innovationen

Verbesserungsvorschläge:

- Eine weitere Verarbeitung müsste unter ähnlichen Bedingungen wie in der DSGVO möglich sein
- Das Konzept des berechtigten Interesses sollte grundsätzlich eingeführt werden
- Keine verpflichtende automatische Erinnerung zur Ausübung des Widerspruchsrecht alle 6-12 Monate

3. M2M

Erwägungsgrund 12 betont die Geltung im machine-to-machine Bereich



Keine Unterscheidung nach Inhalt: Wird menschliche Kommunikation übertragen?



Nicht praktikabel (z.B. Verkehrsinformationen), DSGVO-Schutz ohnehin bereits vorhanden



M2M sollte generell ausgenommen werden

4. Anrufsperrren (Artikel 12 und 14)

- Teilweise bereits im EECC geregelt
- Teilweise veraltet und daher nicht mehr notwendig
- Die beschriebenen Features werden regelmäßig schon durch die Endgeräte sichergestellt, eine Netzwerklösung ist nicht notwendig



Kein Bedarf für eine erneute Regelung

5. Öffentlich verfügbare Verzeichnisse (Artikel 15)

- Informationen über Suchmethoden können nur von Anbietern von öffentlichen Verzeichnissen geliefert werden
- Anbieter von interpersoneller Kommunikation sollten Korrekturen nur an Anbieter öffentlicher Verzeichnisse weiterleiten müssen
- Die einzelnen Mitgliedsstaaten sollten die Sanktionen selbst bestimmen dürfen (vergleiche Artikel 23.4)

6. Direktmarketing (Artikel 16)

- Eine Zeitbegrenzung gemäß Artikel 16.2 steht im Widerspruch zur DSGVO und bereitet Unannehmlichkeiten für Anbieter und Kunden
- Eine Erinnerung zum Widerspruch trotz Zustimmung zum Direktmarketing ist in der DSGVO nicht vorgesehen
- Die einzelnen Mitgliedsstaaten sollten die Sanktionen selbst bestimmen dürfen (vergleiche Artikel 23.4)

A1

Danke

