

#Stop SpyingOnUs Bürgerrechtsorganisationen reichen in neun Ländern Beschwerde gegen rechtswidrige Methoden der Online-Werbung ein

Am 4. Juni reichen zwölf Menschenrechts- und Digitalrechtsorganisationen, koordiniert von der Civil Liberties Union for Europe (Liberties), in neun EU-Ländern gleichzeitig bei ihren jeweiligen nationalen Datenschutzbehörden Beschwerden gegen rechtswidrige Techniken der verhaltensorientierten Online-Werbung ein. In Deutschland beteiligen sich an der Kampagne neben dem Netzwerk Datenschutzexpertise die Digitale Gesellschaft, Digitalcourage und die Deutsche Vereinigung für Datenschutz.

Die Beschwerden markieren den Beginn der Kampagne #StopSpyingOnUs. Ziel der Kampagne ist es, die Öffentlichkeit über eine anhaltende, massive Datenschutzverletzung zu informieren, die alle Nutzerinnen und Nutzer des Internets betrifft, und bei den europäischen Datenschutzbehörden darauf hinzuwirken, deren Möglichkeiten zu nutzen, um diese Praktiken zu beenden.

Liberties Rechtsexpertin, Eva Simon, erklärt: „Jedes Mal, wenn eine Person eine Website besucht und ihr `verhaltensorientierte` Werbung angezeigt wird, werden ihre persönlichen Daten, wie z. B. Browserverlauf oder Standort, aber auch sexuelle Orientierung und eindeutige ID-Codes, in Echtzeit an Tausende von Unternehmen weitergereicht. Digitale Werbeunternehmen können diese Daten durch eine `Gebotsanfrage` übertragen, um den Werbeplatz auf der von Ihnen besuchten Website zu verkaufen. Diese Werbemethode verstößt eindeutig gegen die EU-Datenschutzverordnung“ (DSGVO).

Zusätzlich zu den koordinierten Beschwerden regt #StopSpyingOnUs alle Europäerinnen und Europäer dazu an, sich der Kampagne anzuschließen, indem sie selbst über eine von Liberties eingerichtete Kampagnen-Website individuelle Beschwerden einreichen. Mittels einem vorbereiteten Beschwerdetext können sich dort alle Interessierten an ihre nationalen Datenschutzbehörden wenden und sich so am Kampf zum Schutz ihrer Online-Daten beteiligen. Orsolya Reich, Advocacy Officer bei Liberties erläutert: „Wir möchten die Menschen befähigen, die Verletzung ihrer Rechte im `Ökosystem` der Online-Werbung zu stoppen, denn dieses bietet kaum Instrumente, um uns selbst zu schützen.“

Thilo Weichert vom Netzwerk Datenschutzexpertise ergänzt: „Die personalisierte Online-Werbung verstößt gegen praktisch alle geltenden Datenschutzprinzipien, u. a. Zweckbindung, Transparenz, Datensparsamkeit, die Pflicht zu technisch-organisatorischen Sicherungsmaßnahmen, das Verbot automatisierter Entscheidungen oder den Schutz sensibler Daten. Der hoch lukrative Missbrauch unserer Internet-Nutzungsdaten für Werbezwecke durch Google sowie durch andere Unternehmen, die sich im Interactive Advertising Bureau – IAB – organisiert haben, findet seit Jahren statt und kann

und muss gestoppt werden. Mit der Datenschutzgrundverordnung besteht nun ein wirksames Instrument.“

Die aktuelle Beschwerdewelle ist bereits die dritte seit September 2018. Die ersten Beschwerden wurden von Dr. Johnny Ryan von Brave, dem privaten Webbrowser, Jim Killock, Geschäftsführer der Open Rights Group, und Michael Veale vom University College London eingereicht.

Ansprechpartner

Thilo Weichert

Waisenhofstr. 41, 24103 Kiel

0431 9719742

weichert@netzwerk-datenschutzexpertise.de

www.netzwerk-datenschutzexpertise.de

Die deutschsprachige Beschwerde finden Sie hier:

www.netzwerk-datenschutzexpertise.de/dokument/personalisierte-werbung

Für Informationen zur internationalen Kampagne:

Éva Simon

Datenschutz und Meinungsfreiheit Advocacy Officer- Liberties

eva.simon@liberties.eu

Für weitere Informationen über Liberties wenden Sie sich an:

Vanja Prokic

Head of Communications – Liberties

v.prokic@liberties.eu