

MEDIENMITTEILUNG

Zürich, 14. Februar 2022

Die IAB Switzerland Association erachtet den Entscheid der belgischen Datenschutzaufsichtsbehörde zum Marktstandard „Transparency & Consent Framework“ als problematisch.

Das IAB Europe hatte in Zusammenarbeit mit dem IAB Tech Lab im August 2019 die zweite Ausgabe des Transparency and Consent Framework (TCF) als universelles Branchentool eingeführt, welches eine breite Akzeptanz im Markt fand.

Das TCF ist ein Branchentool, welches Unternehmen innerhalb des digitalen Werbe-Ökosystems bei der Verwaltung ihrer Compliance-Verpflichtungen gemäss der DSGVO und der e-Privacy Datenschutzrichtlinie unterstützt. Diese zweite Version folgte auf einen zwölfmonatigen Überprüfungszeitraum, in dem Marktrückmeldungen aus allen Bereichen der digitalen Werbebranche, wie insbesondere von Verlagen, eingegangen waren sowie diverse Treffen mit Datenschutzbehörden in ganz Europa stattgefunden hatten.

Vor wenigen Tagen hat nun aber die belgische Datenschutzaufsichtsbehörde eine Strafe gegenüber dem IAB Europe für eine Verletzung der DSGVO ausgesprochen. Das IAB Europe wird von der belgischen Datenschutzaufsichtsbehörde als «Data Controller» deklariert und aufgrund der durch die Behörde reklamierten Möglichkeit, der Zusammenführung eines über die Consent Management Plattform übermittelten Daten Strings mit den IP Daten der User für die mögliche Erkennung von personenbezogenen Daten für eine Verletzung der DSGVO durch das TCF eingeklagt.

Die IAB Switzerland Association schliesst sich dem IAB Europa und dem deutschen Bundesverband Digital Wirtschaft, BVDW an und beurteilt die Entscheidung der belgischen Datenschutzaufsichtsbehörde (APD) zum Digitalen Marktstandard „Transparency and Consent Framework“ (TCF) kritisch.

Gemäss Martin Radelfinger, Präsident der IAB Switzerland Association ist auch unter Berücksichtigung der Privatsphäre als wertvolles und schützenswertes Gut, diese radikale Auslegung der DSGVO innovationshemmend und wirtschaftsschädigend.

Die IAB Switzerland Association begrüsst die Entscheidung, dass das IAB Europe gegen die Entscheidung der Aufsichtsbehörden gerichtlich vorgehen wird, da elementare digitale Funktionen wie die reine Ausspielung von Werbung oder die Erhebung einfachster Leistungswerte betroffen sind. Gleichzeitig bedarf es der gemeinsamen Anstrengung der nationalen wie auch internationalen Marktpartner zusammen mit den nationalen IAB Verbänden, dem BVDW und dem IAB Europe, um gemeinsam mit den Datenschutzbehörden den systematischen Ansatz des TCF so

weiterzuentwickeln, dass die Bedürfnisse und Interessen der Konsumenten, die Rechtsauslegungen der Datenschutzbehörden und die Interessen der Wirtschaft im Sinne der Intentionen des Gesetzgebers in Einklang kommen.

ENDE

Medienkontakt:

Urs Flückiger (Leiter Geschäftsstelle IAB)

urs.flueckiger@iab-switzerland.ch

Tel: +41 79 403 35 53

Information IAB Switzerland

Die IAB Switzerland Association hat sich als Vertreterin der digitalen Werbebranche in der Schweiz zum Ziel gesetzt, aktiv Gattungsmarketing für den Digitalwerbemarkt zu betreiben, Know-how zu vermitteln, die Planbarkeit der Digitalwerbung zu vereinfachen wie auch rechtliche Grundlagen und Standards zu schaffen. Zu diesem Zweck wurden Ressorts geschaffen und Arbeitsgruppen gebildet, welche in den unterschiedlichen Bereichen des Digital Marketing aktiv tätig sind und sich für die Weiterentwicklung der digitalen Werbebranche einsetzen. Die IAB ist mit der IAB Europe Teil eines internationalen Netzwerks.

Ressorts: Ausbildung, International, Marketing, Marktforschung, Recht, Standards

Arbeitsgruppen: Agenturen, Kunden, Vermarkter/Publisher, Bewegtbild, Content Marketing, Mobile, Performance, Programmatic, Search, Cookieless Future.

www.iab-switzerland.ch