POSITIONSPAPIER

VAUNET
Verband Privater Medien

VAUNET-Stellungnahme

zum Vorschlag der Europäischen Kommission vom 19. November 2025 für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Verordnungen (EU) 2016/679, (EU) 2018/1724, (EU) 2018/1725, (EU) 2023/2854 und der Richtlinien 2002/58/EG, (EU) 2022/2555 und (EU) 2022/2557 hinsichtlich der Vereinfachung des digitalen Rechtsrahmens und zur Aufhebung der Verordnungen (EU) 2018/1807, (EU) 2019/1150, (EU) 2022/868 und der Richtlinie (EU) 2019/1024 (Digital-Omnibus-Verordnung) – COM(2025) 837 final

Datum 17. März 2026

1. Allgemeine Vorbemerkungen

Der VAUNET – Verband Privater Medien e. V. bedankt sich für die Gelegenheit, zum Vorschlag der Europäischen Kommission (EU-KOM) für eine „Digital-Omnibus-Verordnung“[1] Stellung nehmen zu können. Dabei fokussieren sich nachfolgende Anmerkungen auf die Vorschläge zur Änderung der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

Der VAUNET ist der deutsche Spitzenverband privater Medienanbieter. Er vertritt über 160 Unternehmen, die privatwirtschaftlich journalistisch-redaktionell gestaltete Radio-, Fernseh- und Onlinemedien veranstalten. Mit ihren Angeboten bereichern seine Mitglieder Deutschlands und Europas Medienlandschaft durch Vielfalt, Kreativität und Innovation.

Der VAUNET begrüßt das Anliegen der EU-KOM, mit der Digital-Omnibus-Verordnung den bestehenden EU-Digitalrechtsrahmen zu modernisieren und zu simplifizieren, um die Wettbewerbsfähigkeit in der EU zu fördern. Tatsächlich haben sich Rechtsunsicherheiten, unterschiedliche Rechtsauslegungen und überbordende Regulierungsvorgaben vor allem im Bereich des Datenschutzes innovationshemmend für die Medienverbreitung ausgewirkt; dies vor allem auch mit Blick auf kleinere und mittlere Medienhäuser. Das Ansinnen mit Art. 3 des Verordnungsvorschlags und den darin enthaltenen Änderungen der DSGVO einen innovationsfreundlichen Datenschutzrahmen zu fördern, begrüßt der VAUNET daher ausdrücklich.

[1] Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Verordnungen (EU) 2016/679, (EU) 2018/1724, (EU) 2018/1725, (EU) 2023/2854 und der Richtlinien 2002/58/EG, (EU) 2022/2555 und (EU) 2022/2557 hinsichtlich der Vereinfachung des digitalen Rechtsrahmens und zur Aufhebung der Verordnungen (EU) 2018/1807, (EU) 2019/1150, (EU) 2022/868 und der Richtlinie (EU) 2019/1024 (Digital-Omnibus-Verordnung).

Private audio-visuelle Medien finanzieren sich neben Abo-Geschäftsmodellen zu einem großen Teil über Werbung. In einer Vielzahl von Anwendungsfällen sind sie hierbei auf die Verwendung personenbezogener Daten und sog. Cookies angewiesen. Zudem lassen sich Kernfunktionen ihrer Dienste nur durch Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten realisieren, so bspw. mit Blick auf die Ausspielung personalisierten Inhaltsempfehlungen und die Weiterentwicklung von Programminhalten. Viele der Daten werden außerdem verwendet, um den technischen Betrieb der Dienste aufrecht zu erhalten, Missbrauch zu erkennen und zu bekämpfen oder um grundlegende Leistungskennzahlen zu erheben. Entsprechende Datenverwendungsvorgänge sind nicht nur essenziell für private Medienangebote, sondern hinsichtlich des Schutzes personenbezogener Daten auch risikoarm.

Eine Digital-Omnibus-Verordnung, die pragmatische Klarstellungen und Simplifizierungen innerhalb der DSGVO vornimmt, kann vor diesem Hintergrund einen wirklichen Mehrwert für private Medien bieten und damit zugleich Medienvielfalt und -freiheit fördern. Zentral ist hierfür aber, dass die Gesetzgebung bei einer gezielten Vereinfachung verbleibt und nicht in eine fundamentale Änderung von für werbefinanzierte Medien zentralen Kernvorschriften übergeht, die hierbei die Refinanzierung privater Medien in Frage stellt.

Vor diesem Hintergrund begrüßt der VAUNET zwar ausdrücklich die erkennbare Berücksichtigung der demokratiesichernden Relevanz privater Medien, sowie die geplante Erleichterung bürokratischer Vorgaben, etwa hinsichtlich der avisierten Verlängerungen von Fristen für die Meldung von Datenschutzverstößen (Art. 33 DSGVO) oder der geplanten praxisgerechten Anpassung von Auskunftsansprüchen Betroffener beim Vorliegen missbräuchlicher Anfragen (Art. 12 Abs. 5 und 15 DSGVO).

Die Vorschläge zur Regulierung von gerätegespeicherten personenbezogenen Daten im vorgeschlagenen Art. 88a DSGVO-neu und zur Einführung eines zentralen Einwilligungsmanagementsystems auf Browser-Ebene in Art. 88b DSGVO-neu schaffen indes einen unausgewogenen Regulierungsrahmen, der dem Medienökosystem schadet. Einem Medienökosystem, das ohnehin bereits seit Jahren unter erheblichem Druck steht und in dem sinkende Werbeeinnahmen, hohe Produktionskosten und der Wettbewerb mit globalen, Big-Tech-Gatekeeper-Konzernen eine Refinanzierung demokratiesichernder privater Medien erheblich erschwert.

Eine weitere Schwächung privater Medien und ihrer Geschäftsmodelle durch zusätzliche regulatorische Belastung sollten dringend vermieden werden. Auch der uneingeschränkt wichtige und seitens VAUNET unterstützte Schutz personenbezogener Daten muss dies in hinreichendem Maße reflektieren.

Der VAUNET regt daher an, vor allem die vorgeschlagenen Art. 88a und 88b DSGVO-neu zu streichen, mindestens aber grundlegend zu überarbeiten.

Hierzu im Einzelnen:

2. Art. 88a DSGVO-neu

Der vorgeschlagene Art. 88a DSGVO überträgt die nach Art. 5 Abs. 3 E-Privacy-RL geltenden Bestimmungen für die Verwendung von auf Endgeräten gespeicherte Daten in die DSGVO. Betrifft ein Zugriff auf im Endgerät enthaltene Daten auch personenbezogene Daten, wäre damit zukünftig Art. 88a DSGVO-neu anzuwenden, sodass ein Zugriff oder eine Verwendung entsprechender Daten nur mit Einwilligung und unter den in Art. 88a Abs. 4 DSGVO-neu vorgesehenen Voraussetzungen möglich wäre.

Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis sollen in Art. 88a Abs. 3 DSGVO-neu aufgenommen werden. Einer Einwilligung bedarf es demnach u.a. nicht, wenn die Datenverwendung erforderlich ist, um einen ausdrücklich verlangten Dienst zu erbringen (lit. b) oder wenn die Datenverwendung erforderlich ist, zur Erstellung aggregierter Informationen über Publikums- und Reichweitenmessdaten, sofern die ausschließlich vom Verantwortlichen für seine eigene Nutzung durchgeführt wird (lit. c). Auch soll es einer Einwilligung nicht bedürfen, wenn die Datenerhebung zur Aufrechterhaltung oder Wiederherstellung der Dienstsicherheit erforderlich ist (lit. d).

Zusätzliche Anforderungen für die Einholung der erforderlichen Einwilligung formuliert Art. 88a Abs. 4 DSGVO-neu. U.a. muss der Nutzer seine Einwilligung auf einfache und verständliche Weise mit einer Ein-Klick-Schaltfläche oder einem gleichwertigen Mittel ablehnen können (lit a). Lehnen Nutzer:innen eine Einwilligung ab, darf der Verantwortliche innerhalb von 6 Monaten keine erneute Einwilligungsanfrage für eine Datenverarbeitung mit dem gleichen Zweck stellen.

Nach Ansicht des VAUNET begegnet der Verordnungsvorschlag in dieser Form erheblichen Bedenken und sollte daher aus nachfolgenden Gründen gestrichen bzw. jedenfalls angepasst werden.

a) Doppelstruktur steht Simplifizierung entgegen

VAUNET ist der Ansicht, dass die Einführung von Art. 88a DSGVO-neu dem Simplifizierungsziel des DSGVO-Omnibus entgegensteht.

Durch die Abbildung von Art. 5 Abs. 3 E-Privacy-RL in die DSGVO entsteht eine Doppelstruktur, da Art. 5 Abs. 3 E-Privacy-RL bei der Verarbeitung endgerätebezogener Daten weiterhin gelten soll. Es besteht mithin die erhebliche Gefahr, dass auf Grund dieser gesetzlichen Doppelstruktur neue Interpretationsfragen entstehen, die innovationshemmend wirken können. Dies gilt insbesondere im Bereich der Werbung, wo private Medien sich teilweise der Dienste Dritter bedienen, um Werbung auszuliefern oder zu messen.

b) Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis sind zu eng – Unabhängiges Audience Measurment ermöglichen

Darüber hinaus ist VAUNET des Weiteren der Ansicht, dass die in Art. 88a Abs. 3 DSGVO-neu enthaltene Liste von Ausnahmen für die grundsätzlich erforderliche Einwilligung in die Verarbeitung personenbezogener Daten mit Blick auf private Medien zu eng gefasst ist.

Sie spiegelt schon im Ansatz nicht hinreichend wider, dass die Verwendung personenbezogener Daten durch private Medien - im Unterschied zu Big-Tech-Gatekeeper-Konzernen - risikoarm erfolgt.

Der VAUNET begrüßt insoweit zwar, das in Art. 88a Abs. 3 c) DSGVO-neu ersichtliche Ansinnen, die Erhebung von aggregierten Daten zur Performancemessung der eigenen Angebote vom Einwilligungserfordernis auszunehmen. Dies erleichtert es privaten Medien jedenfalls dem Grunde nach, auf Basis entsprechender Messdaten Weiterentwicklungen und Verbesserungen ihrer Medienangebote vorzunehmen und ihr Angebot gegenüber Werbungstreibenden zu vermarkten.

In der Praxis hat die Ausnahme aber nur begrenzt Nutzen, da nicht ausreichend berücksichtigt wird, dass innerhalb der Wertschöpfungskette Messungen, Optimierungen und Analysen sehr häufig und seit Jahren erfolgreich arbeitsteilig und in Partnerschaft mit Drittanbieter erfolgt.

Die in Art. 88a Abs. 3 c) DSGVO-neu enthalte Ausnahme nur für First-Party-Analyse „zum eigenen Gebrauch" macht vor allem unabhängige, auditierte/zertifizierte und vergleichbare Messung – wie sie durch Joint Industry Committee (JICs) organisiert werden – nicht mehr rechtssicher möglich.

Dies hat zur Folge, dass eine unübersichtliche Landschaft nicht vergleichbarer First-Party-Metriken entstehen könnte. Hierdurch würden auch Medienanbieter benachteiligt, da diese häufig keine eigenen Datenanalysen vornehmen können und auf die Erhebung der JICs angewiesen sind. Dies führt zu einer stärkeren Abhängigkeit von proprietären First-Party-Daten und eigenen Auswertungen der Big-Tech-Gatekeeper-Konzerne und schafft damit Wettbewerbsnachteile für nicht vertikal integrierte Anbieter.

Ein solches Ergebnis steht nach Ansicht des VAUNET im erheblichen Wertungswiderspruch zum European Media Freedom Act (EMFA). Dieser erkennt mit Art. 24 EMFA nicht nur die besondere Bedeutung von Publikumsmessungen für das Medienökosystem an, sondern stärkt auch die neutrale und unabhängige Stellung der JICs.

Die EU-KOM selbst hat in ihrer Folgenabschätzung zum EMFA hervorgehoben, dass „die Publikums- bzw. Reichweitenmessung für das Medien- und Werbeökosystem von zentraler Bedeutung (ist), da sie das zentrale Instrument darstellt, um die Marktdynamik zu verstehen, Werbepreise zu berechnen, Werbeeinnahmen zu verteilen und die Produktion von Inhalten im Einklang mit den Präferenzen des Publikums zu planen."[2]

Nach Ansicht des VAUNET sollten daher Einschränkungen entsprechender neutraler und übergreifender crossmedialer Publikumsmessungen verhindert werden.

[2] European Commission, Impact Assessment Report, Accompanying the Proposal for a European Media Freedom Act, COM(2022) 457, 16.9.2022, Part 1/3, p. 21.

c) Hohe Anforderungen an Einwilligungsabfrage verringern Datennutzungschancen im Medienmarkt

Darüber hinaus ist VAUNET der Ansicht, dass die Art. 88a Abs. 4 DSGVO-neu vorgesehenen Anforderungen für einzuholende Einwilligungen in die Datenverwendung zu einer unangemessenen Benachteiligung privater Medien führt und zudem häufig nicht praktisch umsetzbar sind.
Dies gilt vor allem für Art. 88a Absatz 4 c) DSGVO neu, der es Verantwortlichen verbietet, innerhalb von sechs Monaten nach Verweigerung einer Einwilligung erneut eine Einwilligung für denselben Verarbeitungszweck anzufragen.

Der VAUNET weist darauf hin, dass dieses Verbot der Einwilligungsabfrage die für private Medien essentielle Möglichkeit zur Kontaktaufnahme mit ihren Nutzer:innen, unangemessen stark einschränkt und daher private Medien unverhältnismäßig belastet. Ein starres sechsmonatiges Kontaktverbot hindert Medienunternehmen u.a. daran, auf Veränderungen der Nutzerpräferenzen zu reagieren, die aber gerade im Bereich der Inhalteverbreitung häufig sind. Bspw. kann sich die Bereitschaft zur Einwilligung schon allein durch die Hinzunahme von neuen Inhalten (wie Filmen oder Dokumentationen) in z.B. Streaming-Diensten ändern. Die Vorschrift geht daher nicht nur zum Nachteil der Medienanbieter, sondern auch der Nutzer:innen.

Darüber hinaus ist die vorgeschlagene Anforderung aus Sicht des VAUNET in der Praxis kaum umsetzbar. Sie knüpft insoweit nicht an den Endgerätezugriff an, sondern an den Zweck der Datenerhebung und an die Zeitdauer. Für Medienwebseiten ist es aber technisch nicht möglich, bspw. zwischen dem Zugriff mehrerer Personen über ein Gerät, einen Gerätewechsel des gleichen Nutzers oder die Löschung hinterlegter Cookies zu differenzieren. Hinzu kommt nach Ansicht des VAUNET ein massiv erhöhter Verwaltungsaufwand auf Seiten der Verantwortlichen, da ein unübersichtliches Geflecht aus individuellen Zeitpunkten pro Nutzerentscheidung entstehen könnte, die vom Unternehmen mittels individueller Ablaufregeln berücksichtigt werden müssten. Gerade für kleinere und mittlere Medienanbieter ist dies nicht leistbar.

Der VAUNET ist des Weiteren der Ansicht, dass das in Art. 88a Abs. 4 a) DSGVO vorgesehene Single-Klick-Erfordernis Datennutzungschancen massiv verringert, sich wirtschaftspolitisch negativ auswirkt und die Meinungsvielfalt beschränkt.

Nach Art. 88a Abs. 4 lit. a) DSGVO soll insoweit eine Einwilligung in auf Endgeräten gespeicherten personenbezogenen Daten nur zulässig sein, wenn der Nutzer innerhalb der Einwilligungsabfrage eine Einwilligung mit einem einzigen Klick ablehnen kann. Dies würde Medienanbieter in der Praxis verpflichten, einen „Alles-Ablehn-Button" einzuführen, obgleich der Nutzer durch das ohnehin bestehende Verbot der Verarbeitung personenbezogener Daten ohne Einwilligung geschützt ist. Darüber hinaus muss eine Einwilligung spezifisch sein, ein „Alles-Ablehnen-Button" liefe dieser gewünschten Anforderung aber zuwider. Ein weiterer Widerspruch zu den eigentlichen Simplifizierungs-Bestrebungen der EU-KOM.

Darüber hinaus ist es auf Basis des Gesetzesvorschlages nicht ohne weiteres möglich, eine pauschale Ablehnungsmöglichkeit bei den überaus bedeutsamen „Consent-Or-Pay"-Angeboten zu integrieren. Die Nutzung von Inhalten ist hier entweder entgeltpflichtig („Pay") oder, als eine

andere Form der Gegenleistung, gegen die Zustimmung zu datenbasierter Werbung („Consent") möglich.

Mit einer pauschalen „Alles-Ablehnen-Option" kann die „Consent-Option" naturgemäß nicht versehen werden, ohne die binäre Wahlmöglichkeit und damit das Geschäftsmodell selbst faktisch zu verbieten. Ein Digital-Omnibus, der der breiten Zugänglichkeit und Vielfalt von verlässlichen Medienangeboten entgegensteht, ist aus Sicht des VAUNET unvertretbar.

Zusammenfassend fordert der VAUNET daher, Art. 88a DSGVO-neu zu streichen. Mindestens sollten aber Art. 88a Abs. 4 a) und c) DSGVO-neu gestrichen und Art. 88a Abs. 3 c) DSGVO-neu so überarbeitet werden, dass bei Beibehaltung der Durchführung von Publikumsmessungen zu eigenen Zwecken auch Publikumsmessungen durch unabhängig JICs rechtssicher möglich sind.

3. Zentrale Einwilligungssysteme sind praxisfern und nicht mediengerecht - Art. 88b DSGVO-neu streichen

Der VAUNET ist der Ansicht, dass private Medien und Verbraucher:innen ein praktikableres und robusteres sowie ausgewogenes Regelwerk benötigen, das im komplexen digitalen Medienumfeld wirksam ist, damit die Wettbewerbsziele Europas unterstützt werden.

Der vorgeschlagene Art. 88b DSGVO-neu, wonach Anbieter von „Online-Schnittstellen" verpflichtet werden, automatisierte und maschinenlesbare Einwilligungs- und Widerspruchssignale ihrer Nutzer:innen zu respektieren, wird dieser Zielsetzung nicht gerecht. Im Gegenteil:

Die EU KOM möchte mit ihrem Vorschlag erkennbar das Konzept sog. Personal Information Management Systeme (PIMS) aufgreifen. Nutzer:innen sollen an einer zentralen Stelle schnittstellen- bzw. webseitenübergreifend eine generelle Einwilligungspräfenz abgeben können. Der VAUNET unterstützt das insoweit mit der Neuregelung bezweckte Ziel, die Anzahl an Einwilligungsbannern zu minimieren.

Nach Ansicht des VAUNET ist der Verordnungsvorschlag jedoch mit schwerwiegenden Nachteilen für die Refinanzierung privater Medien und damit für die Sicherung der Meinungsvielfalt verbunden, schafft neue Folgeprobleme und kann in der Praxis allenfalls mit unverhältnismäßigem Aufwand umgesetzt werden.

Nach Ansicht des VAUNET ermöglicht es der Regelungsvorschlag im Ergebnis marktmächtigen Browser-Anbietern, sich zwischen Medienanbieter und Nutzer:innen zu schieben. Private Medienanbieter werden so von ihren Nutzer:innen abgeschnitten, obgleich Medienanbieter als vertrauensvolle Partner von diesen akzeptiert werden. Der Verordnungsvorschlag birgt folglich die Gefahr, die ohnehin bereits erhebliche Marktdominanz der Browseranbieter auf Kosten der Beziehung zwischen privaten Medien und Nutzer:innen zu perpetuieren und sogar neue Gatekeeper-Strukturen auszubilden – was zu einer Verstärkung des Unlevel-Playing-Field führen würde.

In der Praxis ist es zudem nahezu ausgeschlossen, die Einwilligungsanforderungen der DSGVO, wonach eine „spezifische" und „informierte" Einwilligung erforderlich ist, mit universellen

Browser-Signalen in Einklang zu bringen. Die Abgabe genereller Präferenzen ist per Definition allgemein und aus dem Kontext gerissen. Aus der Konzeption des Verordnungsvorschlags ergeben sich daher unvorhersehbare Haftungsrisiken für diejenigen Anbieter, die sich in der Folge auf die rechtmäßige Einholung der Nutzer:inneneinwilligung verlassen können müssen.

Darüber hinaus ist der VAUNET der Auffassung, dass das vorgeschlagene Konzept mit verringerten Consent-Raten einher geht, wodurch ohnehin schon unter Druck stehende private Medien weiter geschwächt würden. Denn die Entscheidung der Nutzer:innen zur Abgabe einer Einwilligung erfolgt gerade auch in Abhängigkeit von der konkreten Ausgestaltung eines Angebots und der Vertrauenswürdigkeit des Anbieters; dies gilt vor allem innerhalb der Verbreitung von Medieninhalten. Verpflichtend zu berücksichtigen Einwilligungssysteme haben daher nachteilige Auswirkungen für die Fähigkeit der Unternehmen, ihre Online-Dienste zu monetarisieren und verengen zugleich die Wahlmöglichkeiten der Nutzer:innen und die Gestaltungsfreiheit der Unternehmen.

In der Praxis ist zudem höchst fraglich, ob der vorgeschlagene Entwurf die Anzahl von Cookie-Bannern tatsächlich reduziert und damit das anvisierte Regulierungsziel überhaupt erreicht. Denn auch weiterhin müssten Consent-Banner für die nicht vom zentralen Einwilligungssystem abgefragte Präferenzen und zusätzlich von einem zentralen Banner auf Browserebene ausgespielt werden.

Der VAUNET weist zudem darauf hin, dass die verpflichtende Berücksichtigung der Signale des zentralen Einwilligungssystems zu erhöhtem technischen Aufwand auf Seiten der Webseitenbetreibern führt. Diese müssten nicht nur Anpassungen auf CMP-Ebene, sondern auch im Front- und Backend vornehmen. Gerade kleinere und mittlere Medienhäuser dürfte dies unverhältnismäßig belasten und das Ziel der Vereinfachung erneut verfehlen.

Vorstehende Nachteile werden auch nicht durch die nach Art. 88 b Abs. 3 DSGVO für Mediendienste vorgesehenen Ausnahmen aufgewogen. Der VAUNET begrüßt insoweit zwar ausdrücklich, dass die EU KOM mit der Medienausnahme die besondere Rolle privater Medien anerkennen und schützen will.

In der Praxis läuft die Ausnahme jedoch ins Leere, da sie nur greift, wenn der Medienanbieter selbst im Rahmen der Bereitstellung eines Medienangebots handelt.[3] Demgegenüber sind viele Medienangebote auf Kooperationen mit Dritten angewiesen. Bspw. greifen private Medien auf externe Ad-Tech-Dienstleister oder Analyseplattformen zurück, damit sie ihre Dienste ausreichend refinanzieren können. Ob es sich hierbei ebenfalls um eine „Bereitstellung des Mediendienstes" handelt, ist fraglich.

Zusammenfassend fordert der VAUNET daher, Art. 88b DSGVO zu streichen. Mindestens sollte jedoch die in Art. 88b Abs. 3 DSGVO-neu vorgesehene Medienausnahme erweitert werden. Eine Erweiterung könnte bspw. darin bestehen, dass sich Mediendienste entsprechend ihrer Bedeutung für die Sicherung von Meinungsfreiheit und -vielfalt bei der Verwendung

[3] („*..wenn sie einen Mediendienst bereitstellen.*").

personenbezogener Daten stets auf ein „berechtigtes Interesse" i.S. von Art. 6 (f) DSGVO berufen können.

4. Auskunftsanspruch Betroffener verhältnismäßig ausgestalten – Art. 12 Abs. 5 DSGVO-neu

Die VAUNET-Mitgliedsunternehmen investieren kontinuierlich erhebliche zeitliche, personelle und finanzielle Ressourcen, um den Anforderungen der DSGVO gerecht zu werden. Dies gilt allen voran hinsichtlich der vorgesehenen Betroffenenrechte.

Doch hat sich in der Praxis gezeigt, dass Betroffenenrechte nicht selten entgegen ihrer Schutzrichtung instrumentalisiert werden. Dies gilt vor allem bzgl. des in Art. 15 DSGVO geregelten Auskunftsanspruchs. In der Praxis üben viele der von einer Datenverwendung Betroffenen das ihnen zustehende Auskunftsrecht nicht aus, um die Richtigkeit einer Datenverarbeitung zu überprüfen, sondern um Dokumentationen und Informationen zu erhalten, mit denen sie in der Folge zivilrechtliche Verfahren anstoßen oder unterstützen wollen. Auskunftsanfragen erfolgen daher nicht selten unbestimmt und losgelöst von konkreten Fallsituationen, allein mit dem Ziel, Grundsatzfragen auf- und vor Gericht zu bringen.

Der Auskunftsanspruch nach Art. 15 DSGVO bildet aus Sicht des VAUNET zu Recht einen zentralen Bestandteil der Betroffenenrechte und eines effektiven Datenschutzes. Ein Werkzeug zur Ausforschung, mit dem Ziel, zivilprozessuale und letztendlich kommerzielle Vorteile zu erhalten, ist er jedoch gerade nicht.

VAUNET begrüßt daher die in Art. 12 Abs. 5 i.V. mit Art. 15 DSGVO-neu vorgesehenen Änderungen, wonach bei offenkundig unbegründeten oder exzessiven bzw. missbräuchlichen Informationsverlagen Kosten erhoben oder entsprechende Anfragen abgelehnt werden können. Dies verringert keine Verbraucherschutzrechte, sondern bringt diese in einen angemessenen und praxistauglichen Ausgleich mit den Interessen der jeweils verantwortlichen Stellen.

5. Präzisierung des Anwendungsbereichs - Art. 4 Nr. 1 DSGVO-neu schafft Klarheit

Der VAUNET begrüßt schließlich die von der EU-KOM zum Begriff des „personenbezogenen Datum" in Art. 4 Nr. 1 DSGVO-neu und damit zum Anwendungsbereich der DSGVO vorgeschlagenen Präzisierungen.

Hiernach soll im gesetzlichen Wortlaut sichergestellt werden, dass Informationen für eine bestimmte Stelle nicht als personenbezogen gelten, wenn diese Stelle die natürliche Person, auf die sich die Informationen beziehen, nicht identifizieren kann. Hierbei sollen die Mittel berücksichtigt werden, die von dieser Stelle mit hinreichender Wahrscheinlichkeit eingesetzt werden könnten. Erwägungsgrund 27 des Verordnungsvorschlags unterstreicht, dass das Vorhandensein zusätzlicher Informationen bei Dritten die Daten folglich nicht automatisch für alle Beteiligten zu personenbezogenen Daten macht.

Diese Klarstellung ist nach Ansicht des VAUNET risikogerecht. Wenn eine Identifizierung für einen bestimmten Verantwortlichen nicht mit hinreichender Wahrscheinlichkeit möglich ist, wird das Risiko für Einzelpersonen reduziert. In diesen Fällen wäre es folglich unverhältnismäßig, den

gesamten Anwendungsbereich der DSGVO für anwendbar zu „erklären", unabhängig davon, ob der Verantwortliche tatsächlich in der Lage ist, die jeweiligen Einzelpersonen zu identifizieren.

Darüber hinaus ist die Klarstellung aus Sicht von VAUNET auch deswegen zu begrüßen, weil sie ersichtlich der gesetzgeberischen Umsetzung des zum Begriff des „personenbezogenen Datums" durch die EuGH-Rechtsprechung im sog. SRB-Urteil (C-413/23 P) entwickelten „relativen Identifizierungsmaßstab" dient. Der Vorschlag der EU-KOM schafft daher Rechtssicherheit. Insoweit wird ein risikoorientierter Maßstab angelegt, der an die tatsächliche Rolle und die tatsächlichen Umstände, in denen ein konkreter Datenverarbeiter aktiv ist, anknüpfen kann.

Der VAUNET ist zudem der Ansicht, dass mit der vorgeschlagenen Klarstellung für die Datenschutzpraxis eine deutliche Stärkung pseudonymisierter und kontextabhängiger (identifikationsarmer) Datenverarbeitung einher gehen kann. Wenn der Empfänger von pseudonymisierten Daten selbst keine realistische Möglichkeit zur Re-Identifizierung hat, fällt die Überlassung von pseudonymisierten Daten an den diesen grundsätzlich nicht mehr unter die DSGVO. Dies kann nicht zuletzt auch die Rahmenbedingungen für KI-Anwendungen vereinfachen.