



Pressemitteilung

OWM widerspricht Verbraucherministerium

Pläne für Internet-Datenschutz „schlicht unsinnig“

Das Verbraucherschutzministerium will, dass im Internet werbende Unternehmen bei Verstößen gegen den Datenschutz haften. Das soll ausdrücklich für den Fall gelten, dass nicht das werbende Unternehmen selbst, sondern der Internet-Anbieter Datenschutz-Regeln verletzt. Die Organisation für Werbungtreibende im Markenverband (OWM) beurteilt das als „schlicht unsinnig“. Damit werde nicht der Datenschutz gestärkt, sondern Werbung im Internet massiv geschädigt.

Berlin, den 10. Juni 2011 Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) wendet sich gegen Pläne des Verbraucherschutzministeriums in Berlin, Anzeigenkunden von Internetfirmen dafür verantwortlich zu machen, wenn Social Networks wie Facebook, Suchmaschinen wie Google, Nachrichtencommunitys oder andere Anbieter im Netz gegen Datenschutzgesetze in Deutschland verstoßen. „Wie soll ein Werbung treibendes Unternehmen einen Internet-Anbieter daraufhin kontrollieren können, dass sämtliche Bedingungen des Datenschutzes auch wirklich erfüllt werden?“, kritisiert der OWM-Vorsitzende Uwe Becker.

Auch Juristen halten den Plan für wenig zielführend. „Das ist eine völlig unausgelegene Idee bei deren näherer Prüfung das Ministerium feststellen wird, dass sie rechtlich nicht umsetzbar ist“, sagt Dr. Stefan Engels, Partner der renommierten internationalen Anwaltskanzlei Hogan Lovells.

Der Vorschlag aus dem Hause von Ministerin Aigner richtet sich gegen Internet-Anbieter, die ihren Sitz im Ausland mit weniger restriktivem Datenschutz haben und sich deshalb nicht an die deutschen Bestimmungen halten müssen. Um sie dazu zu zwingen, sollen werbende Unternehmen die Möglichkeit erhalten, gegen Konkurrenten vorzugehen, die auf solchen Plattformen vertreten sind oder werben. Das soll ausdrücklich auch für den Fall gelten, dass nicht das Unternehmen selbst, sondern der Internet-Anbieter Regeln verletzt.



Becker sieht die Gefahr, dass der Werbemarkt im Internet dadurch massiv behindert wenn nicht sogar vollständig abgewürgt wird. „Wir sind sehr daran interessiert, dass die Datenschutzgesetze eingehalten werden“, sagt der OWM-Vorsitzende, aber nicht alle Verstöße seien für werbende Unternehmen immer erkennbar. Selbst wenn man mit aller Sorgfalt vorgehe und der Vertragspartner sogar versichere, dass er den deutschen Datenschutz einhalte, könne immer etwas fehlerhaft sein, wie Beispiele in der Vergangenheit gezeigt hätten.

Becker: „Eine solche Regelung wäre also schlicht unsinnig, weil Unternehmen für Dinge haftbar gemacht werden, die sie gar nicht prüfen können.“ Um solche Risiken zu vermeiden bleibe nur eine Konsequenz, so Becker: „Unternehmen können in diesen Medien nicht mehr werben, wenn sie auf der sicheren Seite sein wollen.“

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer mehr als 100 Mitgliedsunternehmen in allen Bereichen der Marketingkommunikation gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und stellt Rahmenbedingungen sicher, die es ihren Mitgliedsunternehmen erlauben, Werbemaßnahmen so effizient und effektiv wie möglich durchführen zu können. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbandes mehr als 8,5 Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.

Weitere Informationen:

K3 Presseagentur GmbH
Simone Láposy
Stifterweg 9
82057 Icking
Mobil:0172-6151966
Tel: 081 78. 99 76-71
Email:s.lapossy@k3presseagentur.de

Organisation Werbungtreibende im
Markenverband (OWM)
Joachim Schütz
Geschäftsführer
Unter den Linden 42
10117 Berlin
Tel: 030. 20 61 68 – 0