

## **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. zu der Forderung nach einem „Alles ablehnen“-Button**

1. Dezember 2021

### **Vorbemerkungen**

Der **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.** ist die Interessenvertretung für Unternehmen, die digitale Geschäftsmodelle betreiben oder deren Wertschöpfung auf dem Einsatz digitaler Technologien beruht. Als Impulsgeber, Wegweiser und Beschleuniger digitaler Geschäftsmodelle vertritt der BVDW die Interessen der digitalen Wirtschaft gegenüber Politik und Gesellschaft und setzt sich für die Schaffung von Markttransparenz und innovationsfreundlichen Rahmenbedingungen ein. Sein Netzwerk von Experten liefert mit Zahlen, Daten und Fakten Orientierung zu einem zentralen Zukunftsfeld.

### **Kontakt:**

**Katharina Rieke**  
Bereichsleiterin Politik und Gesellschaft  
[rieke@bvdw.org](mailto:rieke@bvdw.org)  
Tel: +49 30 2062186-17

### **Generelle Anmerkungen**

Im Rahmen des Inkrafttretens des Telekommunikations- und Telemedien Datenschutzgesetzes (TTDSG) zum 1. Dezember 2021 wird unter anderem die Forderung nach einem „Alles ablehnen“-Button auf dem First-Layer von Consent-Management-Tools (CMP) diskutiert. Dies nehmen wir zum Anlass, um die Sichtweise des BVDW zu diesem Thema zu teilen. Insbesondere möchte der Verband darlegen, dass ein „Alles ablehnen“-Button auf dem First-Layer rechtlich nicht geboten ist und erhebliche negative Auswirkungen auf die deutsche Digitalwirtschaft nach sich ziehen würde.

### **Hintergrund**

Online-Werbung ist nach wie vor das zentrale Standbein der Finanzierung von digitalen Content-Angeboten in den Bereichen Information, Unterhaltung und Bildung. Ein Großteil der online und mobil verfügbaren Inhalte steht den Nutzerinnen und Nutzern entgeltfrei zur Verfügung. Die Bereitstellung dieser Inhalte muss jedoch von den jeweiligen Unternehmen mit teilweise erheblichen Beiträgen finanziert werden. Hinzu kommt, dass es bei der Nutzung von personalisierter Werbung nicht nur um einige wenige große Digitalkonzerne geht, sondern um eine Vielzahl auch kleiner und mittelständischer Unternehmen (KMU), die potenziell von Einschränkungen betroffen wären. Ein „Alles ablehnen“-Button auf der ersten Ebene könnte damit zu einer Einschränkung der Pluralität im Netz

beitragen.

Abgeleitet aus den Vorgaben und Anforderungen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und des TTDSG besteht für solch einen Button keine Notwendigkeit. Eine Verpflichtung für eine Ja-/Nein-Option auf dem ersten Layer einer CMP gibt es in der DSGVO nicht (siehe im Einzelnen sogleich). Aus datenschutzrechtlicher Sicht muss der Nutzer eine Einwilligung freiwillig erteilen, er darf nicht dazu gezwungen oder getäuscht werden. Zwang und Täuschung sind tabu – darüber hinaus können Anbieter von Online-Angeboten den Einwilligungsdiallog mit ihren Nutzerinnen und Nutzern frei gestalten. Je nachdem was Nutzerinnen und Nutzer bevorzugen, kann die Einwilligungsmöglichkeit auf dem ersten Layer ermöglicht werden; dem interessierten Nutzer stehen aber auch granularere Auswahlmöglichkeiten auf weiteren Layern zur Verfügung. Für einen staatlichen Eingriff in diese unternehmerische Gestaltungsfreiheit fehlt eine Ermächtigungsgrundlage.

#### **Argumente, welche einem „Alles ablehnen“-Button entgegenstehen**

1. Kein deutscher Alleingang; europäische Lösung im EDSA – Der Europäische Datenschutzausschuss hat die Wirksamkeitsanforderungen für DSGVO-Einwilligungen umfassend bewertet und in den EDSA-Leitlinien 05/2020 v. 4.5.2020 festgeschrieben. Die EDSA-Leitlinien regeln ausdrücklich auch den Einwilligungsdiallog zwischen Nutzern und Anbietern von Online-Diensten – wegen der bedingungslosen Anleihe an die DSGVO-Einwilligung gilt dies auch für den „Cookie Consent“ nach § 25 TTDSG. Der EDSA erfüllt mit den EDSA-Leitlinien zur Einwilligungsgestaltung seinen gesetzlichen Auftrag aus Art. 70(1)(e) DSGVO, eine einheitliche Anwendung der DSGVO sicherzustellen. **Es würde das einheitliche Einwilligungsregime der DSGVO in der EU stören, wenn Wirksamkeitsanforderungen aufgestellt werden würde, die in den EDSA-Leitlinien nicht enthalten sind.** Der EDPB hat in der 55. Plenarsitzung v. 24.9.2021 einstimmig eine vierköpfige Cookie-Banner-Taskforce auf der datenschutzrechtlichen Grundlage des Art. 70(1)(u) DSGVO eingerichtet und damit den Willen zur EU-einheitlichen Regelung des Einwilligungsdiallogs zwischen Nutzern und Anbietern von Online-Diensten bekräftigt.
2. Der Paragraph 42 der Präambel der DSGVO sagt, dass die Einwilligung nicht als freiwillig gegeben angesehen werden sollte, wenn die betroffene Person keine echte oder freie Wahl hat oder nicht in der Lage ist, die Einwilligung ohne Nachteile zu verweigern oder zurückzuziehen. **Dies erfordert aber mitnichten**

**ein Ablehnen auf der ersten Ebene, da Nutzerinnen und Nutzer die Einwilligung auch unabhängig davon differenziert abgeben und verneinen können und daneben die Möglichkeit haben, die Webseite zu verlassen.**

3. Ausgehend von der Begriffsdefinition des Art. 4 Nr. 11 DSGVO liegt eine Einwilligung vor, wenn diese freiwillig, für den bestimmten Fall, in informierter Weise und unmissverständlich durch die betroffene Person abgegeben wurde. Dabei gilt der Grundsatz der Formfreiheit der Einwilligung.<sup>1</sup> **Die DSGVO setzt gerade nicht voraus, dass die Möglichkeit zur Ablehnung der Einwilligung gleichwertig mit der Erteilung der Einwilligung ausgestaltet sein muss.**
4. Der Art. 7 Abs. 3 Satz 4 DSGVO schreibt vor, dass der Widerruf der Einwilligung so einfach wie die Erteilung der Einwilligung sein muss, **nicht jedoch die Nicht-Erteilung.**
5. **Im Rahmen der Einwilligungsabgabe muss es einer betroffenen Person ermöglicht werden, sich mit der konkreten Entscheidungsfindung vorab auseinanderzusetzen. Das bedeutet, dass der betroffenen Person eine „zweite Ebene“ zur Entscheidungsfindung und Ablehnung bereitgestellt werden muss, um transparent über die Verarbeitung zu informieren.** Das gilt erst recht, wenn im Rahmen der ersten Ebene ausdrücklich darauf hingewiesen wird, dass weitere Informationen zur Einwilligung sowie zur Ablehnung im Rahmen der zweiten Ebene des CMP abgerufen werden können.
6. **Zuletzt hat sich auch der nationale Gesetzgeber im Rahmen des Gesetzgebungsverfahrens zum TTDSG gegen die Aufnahme einer „gleichwertigen Ablehnungslösung“ entschieden.** Der diesbezüglichen Forderung des Bundesrates<sup>2</sup> wurde – auch unter Berücksichtigung der abschließenden Regelung der DSGVO – nicht Rechnung getragen<sup>3</sup>.
7. Zum aktuellen Zeitpunkt fordert die Mehrheit der europäischen Datenschutzbehörden keinen „Alles ablehnen“-Button auf dem First-Layer, und es besteht keine einheitliche Position des European Data Protection Boards (EDPB). **Ein nationaler Alleingang würde somit der Wettbewerbsfähigkeit der heimischen Wirtschaft enorm schaden und dem Grundgedanken der DSGVO – einheitliche europäische Regelungen zur Schaffung fairer und**

---

<sup>1</sup> Vgl. statt vieler *Klement*, in: Simitis/Hornung/Spiecker, Datenschutzrecht, 2019, Art. 7 DSGVO Rn. 39; *Heckmann/Scheurer*, in: Heckmann/Paschke, jurisPK Internetrecht, 7. Aufl. 2021, Kap. 9 Rn. 315 ff.

<sup>2</sup> BR-Drs. 163/21 v. 26.3.2021, S. 6.

<sup>3</sup> BT-Drs. 19/28396, S. 16.

### **rechtskonformer Rahmenbedingungen – entgegenstehen.**

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Forderung nach einem „Alles ablehnen“-Button, auf der ersten Ebene eines CMP weit über die formellen und materiellen Anforderungen der DSGVO hinaus geht, welche kein „Recht auf Ablehnung“, sondern nur ein Recht auf den „Widerruf der Einwilligung“ vorsehen und die Ausgestaltung von Einwilligungserklärungen dem jeweiligen Telemedienangebot obliegt.

Solch eine Position **schwächt somit die Wettbewerbsfähigkeit** der heimischen Wirtschaft, hat negative Auswirkungen auf die Medienvielfalt und trägt **eben nicht zur Steigerung der Informationellen Selbstbestimmung** der Betroffenen bei.