

## **EuGH-Urteil: Personalisierte Werbung stark eingeschränkt!**

EuGH-Urteil: TC-Strings sind personenbezogene Daten. IAB Europe verantwortlich für Datenschutz bei personalisierter Werbung.



Am 5. April 2025 wurde eine bedeutende Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) verkündet, die weitreichende Auswirkungen auf die Verarbeitung personenbezogener Daten für personalisierte Werbung haben könnte. Dies betrifft insbesondere das sogenannte „Transparency and Consent Framework“ (TCF) des Interactive Advertising Bureau Europe (IAB), das Werbeunternehmen auf europäischer Ebene vertritt. Laut den Informationen von **LTO**, klärte der EuGH, dass der TC-String, eine Zeichenkette zur Speicherung von Nutzerpräferenzen, als personenbezogenes Datum im Sinne der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) gilt.

Diese Entscheidung führt zu einer Präzisierung des Begriffs

„personenbezogene Daten“ und der Rolle der Verantwortlichen innerhalb der DSGVO. Die belgische Datenschutzbehörde hatte zuvor Maßnahmen gegen IAB aufgrund von Verstößen gegen die DSGVO verhängt. Daraus entstand ein Rechtsstreit, der schließlich vor dem EuGH landete, nachdem IAB Europe gegen das verhängte Bußgeld Einspruch eingelegt hatte.

## **Bedeutung der Entscheidung**

Das Urteil des EuGH steht im Kontext der fortlaufenden Diskussion über den Datenschutz im digitalen Zeitalter. Eine zentrale Erkenntnis ist, dass das Einholen der Zustimmung der Nutzer zur Verarbeitung ihrer Daten vor der Anzeige personalisierter Werbung zwingend erforderlich ist. Dies beinhaltet, dass Informationen zu Standort, Alter, Suchverlauf oder Einkäufen unter den Begriff „personenbezogene Daten“ fallen, wie Art. 4 Nr. 1 DSGVO definiert. In diesem Zusammenhang hat das Gericht klargestellt, dass der TC-String, durch den Präferenzen der Nutzer gespeichert und an Werbeplattformen weitergegeben werden, dazu dient, individuelle Nutzerprofile zu erstellen und damit eine Identifikation der Nutzer zu ermöglichen.

Das IAB Europe wird in dieser Rechtsprechung als gemeinsam Verantwortlicher im Sinne der DSGVO angesehen, solange ein nachweislicher Einfluss auf die Datenweiterverarbeitung besteht. Der jeweilige Einfluss wird weiter von den belgischen Gerichten geprüft, der Rechtsstreit ist somit noch nicht endgültig entschieden.

## **Technische Hintergründe und Herausforderungen**

Der TC-String selbst ist eine Kombination aus Buchstaben und Zahlen, die als Cookie auf den Geräten der Nutzer gespeichert wird. Diese Technologie ermöglicht die Identifikation der Nutzer und die Erstellung von Nutzer-Profilen basierend auf ihren

Einwilligungen. Laut **WBS** ist die Zielsetzung des IAB, durch die Einführung von TCF und einer „Consent Management Platform“ (CMP) die Einhaltung der DSGVO während des Personalisierungsprozesses sicherzustellen.

Die Auswirkungen des Urteils sind weitreichend. Advertiser und Werbeplattformen müssen ihre Praktiken hinsichtlich personenbezogener Daten überdenken und sicherstellen, dass sie im Einklang mit der DSGVO stehen. Dies könnte langfristig die Art und Weise verändern, wie personalisierte Werbung zugänglich gemacht wird.

Auch wenn die rechtlichen Rahmenbedingungen komplex bleiben, ist dieses Urteil ein bedeutender Schritt in Richtung eines besseren Schutzes der Privatsphäre der Nutzer im digitalen Raum und stellt sicher, dass der Datenschutz nicht nur transparent, sondern auch effektiv umgesetzt wird.

Details	
<b>Quellen</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="http://www.wnoz.de">www.wnoz.de</a></li><li>• <a href="http://www.lto.de">www.lto.de</a></li></ul>

**Besuchen Sie uns auf: [aktuelle-nachrichten.net](http://aktuelle-nachrichten.net)**