

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Diese Woche
05 neue Titel

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV, Film und Software

EU-Kommission: Meta-Modell Pay or consent könnte gegen das Gesetz über digitale Märkte verstoßen

Nutzer-Daten sind für den Erfolg in der digitalen Welt das wesentliche Asset. Mit dem Gesetz über digitale Märkte hat die **Europäische Kommission** dem Sammelhunger der Internet-Giganten Einhalt geboten und der Nutzer-Community wieder zur mehr Hoheit über die eigenen Daten verholfen.

Um weiterhin an die heiß begehrten Daten zu kommen, führte der Social-Media-Konzern **Meta** im November 2023 als Reaktion auf die gesetzlichen Änderungen in der EU ein binäres „Pay or consent“-Angebot ein, bei dem die Nutzer von Facebook und Instagram in der EU zwischen einem monatlichen Abonnement einer werbefreien Version dieser sozialen Netze oder dem kostenlosen Zugang zu einer Version dieser sozialen Netze mit personalisierten Anzeigen wählen mussten.

Nutzer müssen fair behandelt werden

Nach Artikel 5 Absatz 2 des Gesetzes über digitale Märkte müssen Torwächter wie Meta oder **Alphabet** die Einwilligung der Nutzer in die Zusammenführung ihrer personenbezogenen Daten aus zentralen Plattformdiensten und anderen Diensten einholen; verweigert ein Nutzer eine solche Einwilligung, so sollten sie Zugang zu einer weniger personalisierten, aber gleichwertigen Alternative haben. Torwächter dürfen den Dienst oder bestimmte Funktionalitäten nicht von der Einwilligung der Nutzer abhängig machen.

Beim „Pay or consent“-Werbemodell von Meta vertritt die EU-Kommission die vorläufige Auffassung, dass das

„Pay or consent“-Werbemodell von Meta nicht mit dem Gesetz über digitale Märkte im Einklang steht, da es die in Artikel 5 Absatz 2 genannten Anforderungen nicht erfüllt. Darüber hat die EU-Kommission die Meta-Verantwortlichen am 1. Juli 2024 informiert. Beanstandet werden insbesondere die beiden folgenden Merkmale des Modells:

1. Die Nutzer können sich nicht für einen Dienst entscheiden, bei dem

weniger personenbezogene Daten verwendet werden, der aber ansonsten dem auf „personalisierten Anzeigen“ basierenden Dienst gleichwertig ist.

2. Es erlaubt den Nutzern nicht, ihr Recht auf freie Einwilligung in die Zusammenführung ihrer personenbezogenen Daten auszuüben.

Fortsetzung auf Seite 2



Foto: European Union 2024 / Xavier Lejeune

Margrethe Vestager, für die Wettbewerbspolitik zuständige Exekutiv-Vizepräsidentin: „Unsere Untersuchung zielt darauf ab, die Wettbewerbsfähigkeit auf Märkten zu gewährleisten, auf denen Torwächter wie Meta über viele Jahre hinweg personenbezogene Daten von Millionen von EU-Bürgerinnen und -Bürgern gesammelt haben. Unserer vorläufigen Ansicht nach verstößt das Werbemodell von Meta gegen das Gesetz über digitale Märkte. Und wir wollen die Bürger in die Lage versetzen, die Kontrolle über ihre eigenen Daten zu übernehmen und eine weniger personalisierte Werbung zu wählen.“



Foto: European Union 2024 / Xavier Lejeune

Thierry Breton, für den Binnenmarkt zuständiger EU-Kommissar: „Heute unternehmen wir einen weiteren wichtigen Schritt, um die vollständige Einhaltung des Gesetzes über digitale Märkte durch Meta sicherzustellen. Unser erster Eindruck ist, dass das „Pay or consent“-Geschäftsmodell von Meta gegen das Gesetz über digitale Märkte verstößt. Das Gesetz über digitale Märkte soll den Nutzern die Macht über ihre eigenen Daten zurückgeben und sicherstellen, dass innovative Unternehmen beim Datenzugang gleichberechtigt mit Technologieriesen konkurrieren können.“

Fortsetzung von Seite 1

Eine Befolgung des Gesetzes über digitale Märkte würde voraussetzen, dass Nutzer, die nicht einwilligen, dennoch Zugang zu einem gleichwertigen Dienst erhalten, der weniger ihrer per-



sonenbezogenen Daten beispielsweise für die Personalisierung der Werbung verwendet.

Meta muss sein Vorgehen erläutern

Diese Erkenntnisse basieren auf dem Verfahren, das am 25. März 2024 eingeleitet worden war. Während ihrer Untersuchung hat sich die Kommission mit den zuständigen Datenschutzbehörden abgestimmt. Nun liegt der Ball bei Meta. Deren Verantwortliche können jetzt die Untersuchungsakten der EU-Kommission einsehen und dann schriftlich auf die Feststellungen der EU-Kommission antworten.



Sollte sich die vorläufige Auffassung der Kommission letztlich bestätigen, würde die Kommission einen Beschluss erlassen, in dem sie feststellt, dass das Modell von Meta nicht mit Artikel 5 Absatz 2 des Gesetzes über digitale Märkte im Einklang steht. Im Falle einer Zuwiderhandlung kann die Kommission Geldbußen in Höhe von bis zu 10 % des weltweiten Gesamtumsatzes des Torwächters verhängen. (ps)

Die 5 neuen Titel

A

AutoNews24

D

Die Geheimnisse der Super-Ager

R

Rosen und Reis

S

Schritt für Schritt zur guten Pflege

W

Wohlfühlküche für die Seele

www.markenartikel-magazin.de



Täglich neue Meldungen rund um die Marke sowie Personalien und Veranstaltungen aus der Markenwelt.

Der markenartikel-Newsletter erscheint 2x wöchentlich mit frischen Marken-News.

Vernetzen Sie sich mit uns via unserer LinkedIn-Präsenz



Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

Rosen und Reis

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**ARD Degeto Film GmbH, Am Steinernen Stock 1,
60320 Frankfurt am Main**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme(n) ich/wir Titelschutz in Anspruch für:

AutoNews24

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Steffen Oliver Karl,
Managing Transitions,
Zimmersmühlenweg 58, 61440 Oberursel**

Unter Hinweis auf §§ 5,15 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Wohlfühlküche für die Seele Schritt für Schritt zur guten Pflege Die Geheimnisse der Super-Ager Dem langen, gesunden und glücklichen Leben auf der Spur

in allen Schreibweisen, Wortverbindungen und Kombinationen für alle Printmedien, insbesondere Serien- und Einzelbandtitel, Bild-, Daten- und Tonträger, insbesondere Video/DVD und Hörbücher; sowie Online-Medien und Multimedia-Anwendungen, insbesondere Internet-Seiten und Apps.

**Rechtsanwalt Joachim Fauth,
Wilhelm-Blos-Straße 62, 70191 Stuttgart**

Über **74.000**
archivierte Titel!

Recherchieren Sie kostenlos unter

www.titelschutzanzeiger.de

Impressum

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16 · 22041 Hamburg

Fon: +49 40 609009-0 · Fax: +49 40 609009-66

www.titelschutzanzeiger.de · auftrag@titelschutzanzeiger.de

Verleger/Herausgeber: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.) (ps)

Titelschutzanzeigen: Silke Reyher-Timmann (verantwortl.) (-54)

Redaktion: Silke Reyher-Timmann (-54)

Der Titelschutz Anzeiger

Erscheinungsweise: wöchentlich freitags als PDF
monatlich als Printexemplar

Druckauflage: 5.400

Verbreitete Auflage: 5.200

ISSN: 2568-9762

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare,
Geschäftsführer und Entscheider in
Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten,
Produzenten von audiovisuellen, digitalen
und elektronischen Medien (Film, Fernsehen,
Video, Tonträger, Software)

Bezugspreis Printexemplar: p.a. 60,- Euro inkl. Versand, zzgl. USt.
(Ausland: zzgl. Versandkosten)
– für o.a. Empfängerkreis kostenlos –

Preis Titelschutzanzeige: Grundpreis für einen Titel 110,- Euro,
jeder weitere Titel innerhalb einer
Anzeige plus 20,- Euro, jeweils zzgl. USt.
Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 11
vom 1.1.2021

Anzeigenschluss: freitags, 14 Uhr

Bankverbindung: Hamburger Sparkasse
IBAN: DE35 2005 0550 1105 2126 49
BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Handelsregister HRA 96 228
Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH
Gutenbergring 39, 22848 Norderstedt

© 2024 Presse Fachverlag, Hamburg. Alle Rechte beim Verlag. Auch der auszugsweise Nachdruck oder Vervielfältigungen, die ganze oder teilweise Übernahme der systematischen Einteilung sowie die gewerbliche Nutzung der Adressen- oder Namensmaterialien sind nicht gestattet. Anzeigenentwürfe des Verlages sind urheberrechtlich geschützt. Der Verlag hat die alleinigen Nutzungsrechte für die von ihm erstellten Anzeigen. Übernahme nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung. Die Rechte für die Nutzung von Artikeln für elektronische Pressespiegel erhalten Sie über PMG Presse-Monitor GmbH, Tel. 030/28493-0 oder www.presse-monitor.de