

# 28 NGOs fordern die EU-Behörden zur Ablehnung von „Pay or Okay“ bei Instagram und Facebook auf

Offener Brief an den Europäischen Datenschutzausschuss (European Data Protection Board – EDSA/EDPB)  
16.02.2024

An den  
Europäischen Datenschutzausschuss / European Data Protection Board  
Rue Montoyer 30, 1000 Brussels/Brüssel, Belgien

## Zahlen oder Akzeptieren – Das Ende einer echten freien Wahl

Sehr geehrte Mitglieder des Europäischen Datenschutz-Ausschusses,  
in den nächsten Wochen wird der Europäischen Datenschutz-Ausschuss (EDSA) seine wahrscheinlich bisher wichtigste Stellungnahme abgeben, in der er eine Aussage dazu machen wird, ob die Europäer auch in absehbarer Zukunft eine realistische Möglichkeit haben werden die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten im Internet zu verweigern.

Im November 2023 setzte Meta einen neuen „Pay or okay“-Ansatz um. Die Datenschutzaufsichtsbehörden in den Niederlanden, von Norwegen und in Hamburg haben nun eine Stellungnahme des EDSA zu diesem Ansatz angefordert. Kürzlich wurde zudem bekannt, dass Meta aktiv Lobbyarbeit bei einzelnen Aufsichtsbehörden betreibt, um seinen Ansatz zu unterstützen.

Anlässlich dieser Abstimmung sind wir sehr besorgt und fordern den EDSA dringend auf hierzu eine Entscheidung zu treffen, die mit dem Grundrecht auf Datenschutz im Einklang steht. Wenn „Pay or okay“ (Zahlen oder Akzeptieren) zugelassen wird, verlieren betroffene Personen in der Regel die „echte freie Wahl“ die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten zu akzeptieren oder abzulehnen. Dies war ein Eckpfeiler der Reform der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), was auch vom Europäischen Gerichtshof (EuGH) und vom deutschen Bundeskartellamt bestätigt wurde. Mit „Pay or okay“ könnte jede Website, jede App oder jedes andere Unternehmen mit Kundenkontakt die „Ablehnungs-Option“ einfach mit einem Preisschild versehen, wodurch sichergestellt würde, dass die überwiegende Mehrheit der betroffenen Personen die Verwendung, die Weitergabe oder den Verkauf ihrer personenbezogener Daten akzeptieren muss. Die Alternative wäre eine Gebühr, die mehr als 100-mal teurer sein kann als die durch die Verwendung personenbezogener Daten generierten Einnahmen.

Als sie zum ersten Mal mit von einflussreichen Webangeboten verwendeten „Pay or okay“-Ansätzen konfrontiert wurden, haben offenbar einige Aufsichtsbehörden diese Ansätze in der Erwartung akzeptiert damit angeschlagene Industriesektoren zu unterstützen, die in den letzten 20 Jahren unter der Abwanderung der Werbung zu Big Tech gelitten haben. Die Verlage erhalten jedoch nur ein paar Cent pro Nutzer, wenn die Nutzer das Online-Tracking akzeptieren. Die Gewinne verbleiben bei großen Werbenetzwerken und großen Technologieplattformen, die sich stark auf ein Überwachungs-Geschäftsmodell stützen.

Der „Pay or okay“-Ansatz hat daher keine nennenswerten Auswirkungen auf das Einkommensniveau der Nachrichtenverlage – selbst die Erfinder des „Pay or okay“-Modells haben weitere Einkommensverluste erlitten. „Pay or okay“ dient so vorrangig als Instrument, um Zustimmungsraten auf fast 100 % zu steigern.

Die Zulassung von „Pay or okay“ wird sich *nicht* auf Nachrichtenseiten oder soziale Netzwerke beschränken, sondern alle Wirtschaftszweige erfassen, die in der Lage sind personenbezogene Daten durch Zustimmung zu monetarisieren. Die Datenschutz-Grundverordnung sieht keine unterschiedliche Behandlung je nach Wirtschaftszweig vor. In der Praxis würde dies die DSGVO und den hohen europäischen Datenschutzstandard erfolgreich untergraben und alle realistischen Schutzmaßnahmen gegen den Überwachungskapitalismus aushebeln.

Die Ironie des aktuellen Vorgehens von Meta liegt darin, dass frühere nationale Entscheidungen zur

Unterstützung von Verlegern nun von einem ihrer größten Feinde ausgenutzt werden. Bei allem Verständnis für die mit diesen früheren nationalen Entscheidungen verbundenen Hoffnungen ist es offensichtlich, dass diese gescheitert sind und nun eine große Gefahr für das Funktionieren der Datenschutz-Grundverordnung in allen anderen Sektoren darstellen.

Betroffene Personen nicht nur in der EU befürchten zu Recht, dass der Nutzen der Datenschutz-Grundverordnung, die „echte freie Wahl“ der Betroffenen, angesichts der täglichen Verwendung unsinniger Einwilligungsbanner und „dark patterns“ (dunkle Muster) untergraben wird. Der Europäische Datenschutzausschuss (EDSA) hat schon festgestellt, dass beispielsweise die Verwendung von „vorgefertigten Kästchen“, die Einbettung eines Ablehnungslinks in einen längeren Text oder das Verstecken eines Ablehnungsbanners auf der zweiten Ebene gegen die DSGVO verstößt. Diese Feststellungen sind von entscheidender Bedeutung, da wir wissen, dass diese Arten von „dark patterns“ die Zustimmungsraten von 3-10 %, die wirklich personalisierte Werbung wünschen, auf 79 % oder sogar 90 % erhöhen.

Angesichts des Umstands, dass „Pay or okay“ zu einer noch höheren (erzwungenen) Zustimmungsrate von mehr als 99,9 % führt, können wir nicht erkennen, wie die Erhebung von bis zu 251,88 € für das Anklicken eines Ablehnungsbanners legal sein soll, wenn die Ablehnungsoption auf die zweite Ebene oder in ein bereits angekreuztes Kästchen verschoben wird. Stimmen aus der Industrie benennen sogar „Pay or okay“ als die Möglichkeit die Anforderungen von Aufsichtsbehörden zu Zustimmungsbannern zu untergraben (*„Das Erfordernis von Ablehnungs-Buttons auf der ersten Ebene ... hat Anbieter digitaler Inhalte und Dienste dazu veranlasst sogenannte [Pay or okay]-Modelle einzuführen“*).

Wir meinen ebenso wie die niederländische Aufsichtsbehörde, dass Grundrechte nicht nur denjenigen vorbehalten sind, die sich diese leisten können. „Pay or okay“ macht die Privatsphäre zur bezahlten Dienstleistung, zu einer Ware. Der Ansatz normalisiert die Meinung, in der EU ansässige Personen sollten standardmäßig kein Recht auf Datenschutz haben; die Nutzer sollten ihre Grundrechte von den für die Verarbeitung Verantwortlichen „kaufen“ müssen. Wir fordern die Aufsichtsbehörden daher dringend auf sich nicht in Debatten darüber zu verstricken, welche Summe genau als „angemessen“ angesehen werden könnte, wenn Grundrechte zum „Verkauf“ stehen. Eine rein monetäre Bewertung würde die Aufsichtsbehörden schnell zu „Preisregulierern“ machen, wenn es um den Verkauf von Nutzer-Einwilligungen geht. Ihre Aufgabe ist vielmehr sicherzustellen, dass die „freie echte Wahl“ der betroffenen Personen respektiert wird. Die für die Verarbeitung Verantwortlichen neigen dazu, nicht zusammenhängende Elemente (wie Qualität oder Inhalte Dritter, Werbung, Personalisierung, Online-Tracking und Zugang zu Diensten) auf zwei Wahlmöglichkeiten zu reduzieren, wodurch aber komplexe Bewertungen erforderlich wären.

Selbst *wenn* der Verkauf des Grundrechts auf Datenschutz akzeptiert und die Überprüfung dieses Vorgangs – wie von der irischen Datenschutzbehörde angedeutet – auf eine rein wirtschaftliche Bewertung reduziert würde, ist klar, dass die wirtschaftlichen Aspekte des „Pay or okay“ bald außer Kontrolle geraten würden.

Die geringen Abonnementzahlen von weniger als 0,1 % aller Nutzenden bringen keine nennenswerten Einnahmen. Wir glauben, dass Meta und andere Unternehmen, die diesem Beispiel folgen werden, sich der Tatsache bewusst sind, dass die Mehrheit der Nutzer weder in der Lage noch bereit sein wird, eine Gebühr zu zahlen.

Heute verlangt ein einziger Social-Media-Anbieter 251,88 € pro Jahr. Europäische Nutzer haben im Durchschnitt mehr als 35 Apps auf ihrem Smartphone und tauschen normalerweise Daten mit Hunderten Plattformen aus. Die Kosten für die Wahrung des Grundrechts auf Datenschutz würden das Budget eines Durchschnittsbürgers schnell sprengen. Würden alle anderen Anbieter auch auf „Pay or okay“ umstellen, käme eine vierköpfige Familie mit nur 35 Apps pro Gerät auf eine Rechnung von rund 35.263,20 € pro Jahr, während das mittlere Einkommen in der EU bei 19.083 € und in einigen Mitgliedstaaten sogar bei nur 5.378 € liegt. Damit würde ein Geschäftsmodell etabliert, mit dem der Schutz der Privatsphäre zum Luxusgut würde und nicht zu einem Grundrecht. Dadurch würde der bestehende diskriminierende Ausschluss vom Zugang zur digitalen Welt und von der Kontrolle über die persönlichen Daten weiter verstärkt. Das Grundrecht auf Datenschutz wäre dann nicht nur für die 22,6 % der europäischen Bevölkerung, die derzeit von Armut oder sozialer Ausgrenzung bedroht sind, weitgehend unerreichbar. Zudem stellen wir fest, dass die „Pay or okay“-Preise schnell gestiegen sind, nachdem diese von Aufsichtsbehörden grundsätzlich akzeptiert wurden.

Daher fordern wir den EDSA und alle Aufsichtsbehörden auf sich entschieden gegen das „Pay or okay“-Prinzip auszusprechen, um das Entstehen eines erheblichen Schlupflochs in der Datenschutz-Grundverordnung zu verhindern. Die Stellungnahme des EDSA wird die Zukunft des Datenschutzes und des Internets in den

kommenden Jahren prägen. Es ist von zentraler Bedeutung, dass die Stellungnahme wirklich sicherstellt, dass europäische Nutzer eine „echte freie Wahl“ in Bezug auf die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten bekommen.

Association for Technology and Internet (ApTI), Bits of Freedom, Corporate Europe Observatory (CEO), The Daphne Caruana Galizia Foundation, Defend Democracy, Deutsche Vereinigung für Datenschutz (DVD), Digital Rights Ireland, Državljan D / Citizen D, Eko, The Electronic Privacy Information Center (EPIC), Elektronisk Forpost Norge (EFN), epicenter.works - for digital rights, European Federation of Public Services (EPSU), Eticas Foundation, Forbrugerrådet Tænk / The Danish Consumer Counsel, Forbrukerrådet (Norwegian Consumer Council), Föreningen för digitala fri- och rättigheter (DFRI), Hermes Center, Homo Digitalis Irish Council for Civil Liberties, IT-Pol Denmark, #jesuislà, noyb - European Center for Digital Rights, Panoptikon Foundation, Resource Center for Public Participation, Stichting Onderzoek Marktinformatie, Wikimedia Europe, Xnet, Institute for Democratic Digitalisation

Der englischsprachige Originaltext (inklusive der verlinkten Quellen) findet sich unter:

[https://noyb.eu/sites/default/files/2024-02/Pay-or-okay\\_edpb-letter\\_v2.pdf](https://noyb.eu/sites/default/files/2024-02/Pay-or-okay_edpb-letter_v2.pdf)