

05.04.2022

### “Alles ablehnen“ – HmbBfDI fordert zur Überarbeitung der Cookie-Banner auf

Der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit (HmbBfDI) hat Google letzte Woche davon in Kenntnis gesetzt, dass die Einwilligungsbanner auf den Seiten der Google-Suchmaschine und auf YouTube derzeit nicht den datenschutzrechtlichen Anforderungen entsprechen.

Eine Vielzahl von Betroffenen hatte sich beim HmbBfDI über diese Einwilligungsbanner beschwert. So ist es zwar nach einem Klick auf die Schaltfläche „Ich stimme zu“ möglich, auf den Angeboten von Google in alle Verarbeitungen persönlicher Daten einzuwilligen. Allerdings haben diejenigen, die eine solche Einwilligung nicht erteilen möchten, nur die Möglichkeit die Einstellungen für jede Datenverarbeitung einzeln über die Seite „Anpassen“ zu verweigern.

Die Datenschutzaufsichtsbehörden sind sich darüber einig, dass eine wirksame Einwilligung nur dann abgegeben werden kann, wenn beide Handlungsalternativen, also Zustimmung und Ablehnung, gleichermaßen schnell und einfach zugänglich sind. Dies gilt für alle Angebote in Deutschland und Europa. Das Ablehnungsverfahren für die Verarbeitungen persönlicher Daten von Google wird vom HmbBfDI im Vergleich zur Zustimmung als erheblich aufwändiger und nicht gleichwertig bewertet. Damit entspricht das Verfahren nicht dem Telekommunikation-Telemedien-Datenschutz-Gesetz (TTDSG) und der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

Der HmbBfDI lehnt sich dabei an eine Entscheidung der französischen Aufsichtsbehörde CNIL an, die Ende letzten Jahres gegen Google und Facebook hohe Geldbußen wegen der fehlenden gleichwertigen Ablehnungsalternative verhängt hatte ([SAN-2021-023 vom 31. Dezember 2021](#)).

Thomas Fuchs, der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit: „Die Einwilligung muss dem tatsächlichen Willen der Nutzenden entsprechen. Sie müssen diesen ohne Manipulation oder Beeinflussung ausüben können. Das ist nur der Fall, wenn Zustimmung wie Ablehnung gleichwertig möglich sind. Google erfüllt dies aktuell nicht, hat aber in einer ersten Reaktion die Bereitschaft bekundet, zeitnah eine gleichwertige Ablehnungsalternative bereitzustellen. Insgesamt muss bei Cookie-Bannern jetzt ein „Alles-ablehnen-Button“ zum Standard werden. Im Zusammenhang mit laufenden Beschwerdeverfahren ging diese Aufforderung daher auch an weitere Medienhäuser.“

Weitere Informationen zur Gestaltung von Telemedien und zur Vermeidung der Manipulation von Nutzenden können diesen Veröffentlichungen der Aufsichtsbehörden entnommen werden:

- [Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden für Anbieter:innen von Telemedien](#) (ab 01.12.2021)
- [Guidelines 3/2022 on Dark patterns in social media platform interfaces](#) (EDPB)

**Pressekontakt:**

Alina Feustel

Telefon: +49 40 428 54-4708

E-Mail: [presse@datenschutz.hamburg.de](mailto:presse@datenschutz.hamburg.de)