# Datenschutzrevolution: Pur-Abo-Modelle jetzt offiziell erlaubt!

Erfahren Sie alles über die neuen "Pur-Abo-Modelle" der DSK, die Datenschutz und Medienzugang ab dem 24.06.2025 betreffen.

Favoriten, Österreich - In den letzten Wochen hat sich in der österreichischen Fußballszene einiges getan. Die Sommertransfers in der Bundesliga sorgen für frischen Wind und viel Gesprächsstoff unter den Fans. Die Vereine nutzen jede Gelegenheit, um ihre Kader zu verstärken und die Chancen auf einen erfolgreichen Saisonstart zu erhöhen. Kicker berichtet, dass besonders namhafte Spieler neue Herausforderungen in der österreichischen Liga suchen und damit das Interesse an der Liga ansteigen könnte.

Ein Blick auf die Transfers hautnah zeigt, dass sich viele Klubs gut vorbereiten. Neben den vielen jungen Talenten, die nun in die Bundesliga aufsteigen, haben sich auch erfahrene Spieler

entschlossen, in Österreich ihr Glück zu versuchen. Wenn man die Entwicklungen in der Liga verfolgt, liegt das Augenmerk nicht nur auf den erhofften sportlichen Erfolgen, sondern auch auf den finanziellen Aspekten, die oft mit den Transfers verbunden sind.

## Pur-Abo-Modelle im Fokus

Doch nicht nur im Fußball gibt es Neuigkeiten. Ein aktueller Beschluss der Datenschutzkonferenz (DSK) hat für Aufsehen in der Medienbranche gesorgt. Die DSK hat die datenschutzrechtlichen Anforderungen für sogenannte ȣPur-Abo-Modelleȣ festgelegt, was bedeutet, dass nun klare Spielregeln für unterschiedliche Modelle zur Verfügung stehen. Nutzer können wählen zwischen einem kostenpflichtigen Abo, das ihre Daten schützt, oder der Einwilligung zur Datenverwendung für personalisierte Werbung.

Diese Entwicklungen sind besonders wichtig, da es in der Vergangenheit immer wieder zu Beschwerden über Abo-Modelle gekommen war. Mit dem Beschluss vom 22.03.2023 stellt die DSK klar, dass die Nachverfolgung des Nutzerverhaltens nur auf Einwilligung basieren kann. Zudem formuliert die DSK Grundsätze, die helfen sollen, die Transparenz in der Praxis zu erhöhen. Laut heise ist es essentiell, dass Abonnenten Zugriff auf dieselben Inhalte haben wie die Nutzer, die sich für Werbung entscheiden.

## Herausforderungen für die Medienlandschaft

Es scheint, als müsse sich die Medienlandschaft jetzt stark mit diesen neuen Modellen auseinandersetzen. Marit Hansen, die Vorsitzende der DSK, betont, dass Nutzer nicht für Inhalte bezahlen, sondern dafür, dass ihre Daten nicht monetarisiert werden. Das könnte langfristig für Veränderungen in der gesamten Branche sorgen, da Medienunternehmen gezwungen

sind, ihre Geschäftsmodelle zu überdenken.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sowohl im Fußball als auch in der Medienbranche spannende Entwicklungen bevorstehen. Die Bundesliga steht vor einem Neuanfang mit vielen neuen Gesichtern, während gleichzeitig die Medien darüber nachdenken müssen, wie sie den Datenschutz ihrer Nutzer besser gewährleisten können. Man darf gespannt sein, wie sich diese Trends in den kommenden Monaten entwickeln werden.

| Details | |
|---|---|
| Ort | Favoriten, Österreich |
| Quellen | • www.kicker.de<br>• www.dr-datenschutz.de<br>• www.heise.de |

Besuchen Sie uns auf: mein-wien.net