



ANDMEKAITSE INSPEKTSIOON

Lp Väino Koorberg  
Eesti Meediaettevõtete Liit  
vaino.koorberg@meedialiit.ee

Teie 25.09.2025 nr

Meie 30.09.2025 nr 2.2-9/25/3104-2

**Vastus selgitustaotlusele**

Oleme saanud teie selgitustaotluse, milles palute Andmekaitse Inspektsiooni (edaspidi AKI) abi tõlgendamaks sätteid määruse (EL) 2024/900 poliitreklaami läbipaistvuse ja suunamise kohta (edaspidi määrus). Soovite teada, kas vaikimisi reklaamimootori töö, kus reklaame serveeritakse, kuid sihtparameetreid ei ole valitud, loetakse sihtimiseks või mitte.

Selgitan, et selgitustaotlus annab vastuse laiemalt reklaamide suunamisega seoses.

Määruse põhjenduspunktis 77 selgitatakse, et juhul, kui suunamis- ja reklaamiedastusmeetodite kasutamine hõlmab isikuandmete töötlemist, on see lubatud vaid juhul, kui see põhineb andmesubjektidelt kogutud isikuandmetel ja nende selgesõnalisel nõusolekul. Seega on nii reklaamide sihtimine kui ka edastamine seotud isikuandmete töötlemise faktiga.

Määruse kontekstis on oluline isikuandmete töötlemine ehk ümberpööratult: tegemist ei ole sihitud reklaamiga, kui isikuandmete töötlemist ei toimu. Reklaami sihtimine võib toimuda sihtparameetrite valikuga, kuid viimane on vaid üheks võimaluseks reklaamide sihtimisel. Reklaame on võimalik sihtida ka muude meetodite abil, näiteks ka *retargeting* on reklaami sihtimine, kuivõrd toimub isikuandmete töötlemine. Seega, vaikimisi reklaamimootori töö, kus reklaamide serveerimiseks ei ole ühelgi juhul töödeldud isikuandmeid, ei ole reklaamide sihtimine.

Tuleb pöörata tähelepanu, et määruse artiklid internetipõhise poliitreklaami suunamise ja reklaamiedastuse kohta hõlmavad ka edastamise mõistet. Seega, on võimalik, et isegi kui reklaam ei ole sihitud, töödeldakse reklaamiedastusel siiski isikuandmeid. Sellisel juhul tuleb järgida määruse III peatükis sätestatud lisanõudeid näiteks nõusolekule ja läbipaistvusteatele.

Lugupidamisega

(allkirjastatud digitaalselt)

Kirsika Nigul  
nõunik  
peadirektori volitusel