

Deutscher Bundestag
Ausschuss für Inneres und Heimat

Ausschussdrucksache
19(4)187 F

verbraucherzentrale
Bundesverband

ZU EINEM FAIREN WETTBEWERB GEHÖRT AUCH DER DATENSCHUTZ

Stellungnahme
des Verbraucherzentrale Bundesverbands (vzbv)
zum Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Anpassung des
Datenschutzrechts an die Verordnung (EU) 2016/679 und
zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/680

(BT-Drucksachen 19/4674, 19/5414)

anlässlich der öffentlichen Anhörung
im Ausschuss für Inneres und Heimat des Deutschen Bundestages
am 10. Dezember 2018

Impressum

Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.

Team
Recht und Handel

Markgrafenstraße 66
10969 Berlin

Recht-und-Handel@vzbv.de

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

Inhalt

I. ZUSAMMENFASSUNG	3
II. DAS DATENSCHUTZRECHT IN DER DEBATTE ÜBER ABMAHNMISSBRAUCH	4
1. Gesetzentwurf des BMJV zur Stärkung des fairen Wettbewerbs	4
2. Sonderregelungen für die Klagebefugnis im Datenschutzrecht?	4
III. WETTBEWERBSWIDRIGKEIT VON DATENSCHUTZVERSTÖßEN NACH GELTENDEM RECHT	5
1. Datenschutz als Marktverhaltensregel	5
2. DSGVO nicht abschließend im Hinblick auf wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche	5
3. Zum Ausbleiben der befürchteten „Abmahnwelle“	6
4. Notwendigkeit der wettbewerbsrechtlichen Durchsetzung von Datenschutzvorschriften	7
IV. AKTIVITÄTEN DES VZBV ZUR DURCHSETZUNG DES DATENSCHUTZRECHTS	7
1. Facebook (Freundefinder I)	7
2. StayFriends	8
3. Planet49:	8
4. TikTok:.....	9
5. Twitter (Freundefinder II):	9
6. Google - Standortanzeige	9

I. ZUSAMMENFASSUNG

Diese Stellungnahme betrifft die Frage, ob der Gesetzgeber die wettbewerbsrechtlichen Klagebefugnisse für Verstöße gegen Datenschutzrecht einschränken sollte und inwieweit Verstöße gegen Datenschutzrecht überhaupt wettbewerbsrechtlich verfolgt werden können.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (vzbv) positioniert sich zu dieser Frage folgendermaßen:

- **Der Gesetzgeber sollte keine Regelung des Inhalts treffen, dass datenschutzrechtliche Vorschriften nicht als Marktverhaltensregel im Sinn des § 3a UWG anzusehen seien.**

Die steigende Bedeutung von Daten als wesentlicher Bestandteil des marktbezogenen Leistungsaustauschs ist kennzeichnend für die Digitalisierung. Wer über Daten verfügt, verfügt auch über ökonomische Macht. Wer Daten unbefugt nutzt, erlangt einen ökonomischen „Vorsprung durch Rechtsbruch“. Diesen muss die Wettbewerbsordnung unterbinden können.

- **Der vzbv sieht die Durchsetzung des Datenschutzrechts durch Datenschutzbehörden und durch die nach Wettbewerbsrecht klagebefugten Verbände und Personen als komplementär an.**

Die Durchsetzung des Datenschutzrechts durch Datenschutzbehörden dient dem Schutz der Persönlichkeitsrechte, die Durchsetzung des Wettbewerbsrechts dient dem Schutz des unverfälschten Wettbewerbs. Wegen dieser unterschiedlichen Zielsetzung besteht kein Anlass anzunehmen, dass die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) eine parallele Durchsetzung auf wettbewerbsrechtlichem Weg ausschliesse.

Das Datenschutzrecht kann im Einzelfall auch Zwecken der Marktverhaltensregelung dienen. Wenn dies der Fall ist, ist Datenschutz auch Wettbewerbsschutz und muss als solcher durchsetzbar sein. Diese Durchsetzung unterscheidet sich vom behördlichen Datenschutzauftrag und wird im zivilrechtlichen System durch das UWG und damit beauftragten qualifizierten Einrichtungen – einschließlich der Verbraucherverbände - gewährleistet.

- **Die vom vzbv erfolgreich geführten und noch laufenden Verfahren im Bereich des Datenschutzes belegen, dass das Klagerecht der Verbraucherverbände von hoher Bedeutung ist, um Verbraucherinnen und Verbraucher¹ vor einer unbefugten Nutzung ihrer Daten zu schützen und gleichzeitig im Interesse der Marktteilnehmer einen „Vorsprung durch Rechtsbruch“ zu verhindern.**

Im Verfahren „Freundefinder“ gegen Facebook hat der BGH auf Klage des vzbv beispielsweise entschieden, dass die Auslesung der Adressbücher von Facebook-Nutzern und das Versenden von Einladungs-Mails rechtswidrig war. Facebook musste diese unbefugte Nutzung von Nutzerdaten einstellen und kann keinen weiteren ökonomischen Nutzen mehr daraus ziehen.

¹ Die gewählte männliche Form bezieht sich immer zugleich auf weibliche und männliche Personen. Wir bitten um Verständnis für den weitgehenden Verzicht auf Doppelbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

II. DAS DATENSCHUTZRECHT IN DER DEBATTE ÜBER ABMAHNMISSBRAUCH

1. GESETZENTWURF DES BMJV ZUR STÄRKUNG DES FAIREN WETTBEWERBS

Ob und inwieweit Datenschutzverstöße auch mit den Mitteln des Wettbewerbsrechts verfolgt werden können, ist rechtlich schon seit längerem umstritten. In die politische Aufmerksamkeit ist das Thema gerückt, seit mit Inkrafttreten der Datenschutzgrundverordnung die Sorge vor einer datenschutzrechtlichen Abmahnwelle um sich greift.

Insofern ist die Diskussion über die Klagebefugnis im Datenschutzrecht Teil der generellen Debatte über Abmahnmissbrauch. Der vzbv erkennt an, dass dem Missbrauch von Abmahnungen insbesondere zu Zwecken der Gewinnerzielung durch entsprechende Gesetzesänderungen zu begegnen ist. Der vzbv hat den Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV) für ein Gesetz zur Stärkung des Wettbewerbs² in den wesentlichen Punkten begrüßt.

Das System einer zivilrechtlichen Kontrolle des Wettbewerbs und der Beachtung verbraucherschützender Gesetze hat sich bewährt. Darin ist sich der vzbv mit der Wirtschaft einig. Gerade deshalb ist es wichtig, einen Missbrauch der zivilrechtlichen Rechtsdurchsetzungsbefugnisse zu verhindern. Der Missbrauch droht ansonsten die zivilrechtliche Rechtsdurchsetzung insgesamt in Misskredit zu bringen.

Der Gesetzentwurf des BMJV geht das Problem des Abmahnmissbrauchs insgesamt an, ohne danach zu differenzieren, auf welche Rechtsvorschriften sich eine Abmahnung bezieht. Das ist aus Sicht des vzbv der richtige Ansatz.

2. SONDERREGELUNGEN FÜR DIE KLAGEBEFUGNIS IM DATENSCHUTZRECHT?

Im Unterschied zum gesetzgeberischen Ansatz des BMJV wird verschiedentlich erwogen, die zivilrechtlichen Klagebefugnisse speziell im Bereich des Datenschutzrechts einzuschränken. Das Land Bayern hatte im Bundesrat eine entsprechende Gesetzesinitiative eingebracht³ und außerdem eine entsprechende Änderung des Zweiten Datenschutz-Anpassungsgesetzes beantragt⁴. Die beiden Anträge haben im Bundesrat keine Mehrheit gefunden. Dennoch sollen die entsprechenden Überlegungen hier kommentiert werden, weil sie voraussichtlich auch in der Bundestagsdebatte zum Zweiten Datenschutz-Anpassungsgesetz eine Rolle spielen werden.

Der vzbv warnt davor, eine Regelung des Inhalts zu treffen, dass das Datenschutzrecht generell keine Marktverhaltensregel im Sinn des § 3a UWG sei. Eine solche gesetzgeberische Regelung wäre – anders als teilweise behauptet – keine Klarstellung, sondern eine drastische Einschränkung der wettbewerbsrechtlichen Klagebefugnisse. Angesichts der rasch voranschreitenden Digitalisierung wäre es nicht hinnehmbar, dass ein wettbewerblicher „Vorsprung durch Rechtsbruch“ dann wettbewerbsrechtlich irrelevant ist, wenn sich der Rechtsbruch auf das Datenschutzrecht bezieht.

² Referentenentwurf des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz: Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung des fairen Wettbewerbs vom 11.09.2018.

³ BR-Drs. 304/18 vom 26.06.2018

⁴ BR-Drs. 430/1/18 vom 5.10.2018

Es wäre auch rechtsstaatlich problematisch, wenn die Reichweite der Klagebefugnis davon abhinge, welche Rechtsvorschriften durchgesetzt werden. Ein Signal, dass Marktverhaltensregeln aus dem Bereich des Datenschutzrechts weniger stringent durchgesetzt werden als andere verbraucherrechtlich relevante Vorschriften, stünde in einem Widerspruch zu der wachsenden Bedeutung der Persönlichkeitsrechte als „Währung“ im Leistungsaustausch der digitalen Wirtschaft.

Schließlich besteht für eine datenschutzspezifische Einschränkung der wettbewerbsrechtlichen Klagebefugnis auch kein Anlass, weil es bislang gar keine Anzeichen für eine Abmahnwelle wegen Verletzungen der DSGVO gibt.

Die steigende Bedeutung von Daten als wesentlicher Bestandteil des marktbezogenen Leistungsaustauschs ist kennzeichnend für die Digitalisierung. Wer über Daten verfügt, verfügt auch über ökonomische Macht. Wer Daten unbefugt nutzt, erlangt einen ökonomischen „Vorsprung durch Rechtsbruch“. Diesen muss die Wettbewerbsordnung unterbinden können.

III. WETTBEWERBSWIDRIGKEIT VON DATENSCHUTZVERSTÖßEN NACH GELTENDEM RECHT

1. DATENSCHUTZ ALS MARKTVERHALTENSREGEL

Die eben dargestellte ökonomische Bedeutung des Datenschutzrechts findet ihre Entsprechung auch auf der rechtlichen Ebene.

Soweit Vorschriften des Datenschutzes auch dazu bestimmt sind, Marktverhalten zu regeln, kann deren Nichtbeachtung spürbare Folgen für den Wettbewerb und die Akteure am Markt haben. Verbraucher können hiervon unmittelbar betroffen sein, etwa wenn es um eine Kommerzialisierung des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung geht. Darüber hinaus sind Verbraucher indirekt betroffen, wenn sich Unternehmen durch Missachtung von Datenschutzregeln Vorteile vor Mitbewerbern verschaffen (Vorsprung durch Rechtsbruch) und damit Druck auf Wettbewerber ausüben (Fehlansätze).

Das primäre Ziel bei der Durchsetzung von Datenschutzrecht mit den (privatrechtlichen) Mitteln des Lauterkeitsrechts liegt dementsprechend nicht im Datenschutz selbst, sondern in der Lauterkeit des Wettbewerbs. Mit anderen Worten: Über § 3a UWG wird nicht primär Datenschutzrecht, sondern Wettbewerbsrecht durchgesetzt.

2. DSGVO NICHT ABSCHLIEßEND IM HINBLICK AUF WETTBEWERBSRECHTLICHE UNTERLASSUNGSANSPRÜCHE

Die Durchsetzung des Datenschutzrechts durch Datenschutzbehörden dient dem Schutz der Persönlichkeitsrechte, die Durchsetzung des Wettbewerbsrechts dient dem Schutz des unverfälschten Wettbewerbs. Wegen dieser unterschiedlichen Zielsetzung besteht kein Anlass anzunehmen, dass die Datenschutz-Grundverordnung eine parallele Durchsetzung auf wettbewerbsrechtlichem Weg ausschließt⁵.

⁵ Eine solche Ausschließlichkeit nimmt insbesondere Köhler an, vgl. WRP 2018, Seite 1269 ff.

Die DSGVO beinhaltet gerade keine wettbewerbsrechtlichen Regelungen und Rechtsbehelfe und kann deshalb gar nicht abschließend sein. Die grundsätzliche Eignung einzelner Regelungen der DSGVO als wettbewerbsrelevante Marktverhaltensregel kann auch vor dem Hintergrund der Entstehungsgeschichte der DSGVO und dem Vollharmonisierungsansatz zur Vermeidung von Wettbewerbsverzerrung kaum ernsthaft bestritten werden. Gerade die sich aus der Datenschutzrichtlinie von 1995 ergebenden Unterschiede führten nach Ansicht des Ordnungsgebers zu Wettbewerbsverzerrungen im Binnenmarkt.⁶ Soweit Datenschutzregeln gleichzeitig Marktverhaltensregeln sind, kann deren Verletzung deshalb *auch* eine Störung des lautereren Wettbewerbs darstellen, die dann auch mit den Mitteln des Lauterkeitsrechts – einschließlich der Verbraucherverbandsklage - abzustellen ist.

3. ZUM AUSBLEIBEN DER BEFÜRCHTETEN „ABMAHNWELLE“

Dass es bislang keine Hinweise auf vermehrte Abmahnungen wettbewerbsrechtlicher Art wegen Datenschutzverstößen gibt, dürfte nicht zuletzt darauf zurückzuführen sein, dass gerade nicht jeder Datenschutzverstoß gleichsam automatisch über § 3a UWG auch einen wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruch begründet. Denn eine Durchsetzung des Datenschutzrechts mit Hilfe des wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsanspruchs ist nur möglich, wenn neben der verletzten datenschutzrechtlichen Norm, die weiteren Voraussetzungen des Wettbewerbsrecht vorliegen. Das bedeutet im Sinne eines klassischen Prüfungsschemas:

- Die datenschutzrechtliche Norm muss zugleich das Marktverhalten regeln;
- Der Schutz der Marktteilnehmer (Verbraucher) muss zumindest Nebenzweck sein (§ 2 Absatz 1 Nr. 3 UWG);
- Das beanstandete Verhalten muss eine geschäftliche Handlung im Sinne von § 2 Absatz 1 Nr. 1 UWG sein;
- Der Verstoß gegen den datenschutzrechtlichen Tatbestand muss vollständig gegeben sein und
- Die konkrete Handlung muss geeignet sein, die Interessen der Verbraucher spürbar zu beeinträchtigen.

Dabei liegt die Erfüllung der oben genannten Tatbestandsmerkmale nicht auf der Hand und ihre Darlegung vor Gericht kann sich nicht auf Floskeln beschränken. Verbraucherverbände müssen in jedem Einzelfall begründen, dass eine konkrete Norm des Datenschutzes auch eine Marktverhaltensregel ist und der Datenschutzverstoß im konkreten Fall auch einen Wettbewerbsverstoß begründet. Soweit dieser Nachweis aber gelingt und zur Überzeugung des Gerichts eine unterlassungspflichtige Beeinträchtigung des lautereren Wettbewerbs gegeben ist, müssen Verbraucherverbände und andere qualifizierte Einrichtungen auch weiterhin in der Lage sein, diese Verstöße abzustellen.

⁶ So in Bezug auf die Richtlinie 95/46/EG ausdrücklich Erwägungsgrund 9, Satz 3 DSGVO: „Diese Unterschiede im Schutzniveau können daher ein Hemmnis für die unionsweite Ausübung von Wirtschaftstätigkeit darstellen, den Wettbewerb verzerren und die Behörden an der Erfüllung der ihnen nach dem Unionsrecht obliegenden Pflichten hindern“; vgl. hierzu im Einzelnen auch Laoutourmai/Hoppe, Kommunikation & Recht, 2018, Seite 533, 534.

4. NOTWENDIGKEIT DER WETTBEWERBSRECHTLICHEN DURCHSETZUNG VON DATENSCHUTZVORSCHRIFTEN

Die Notwendigkeit, diese Klagebefugnis de lege lata zu erhalten, folgt damit unmittelbar aus dem gesetzlichen Auftrag an die qualifizierten Einrichtungen, als einzige Akteure im zivilrechtlichen Durchsetzungsregime Verletzungen des Lauterkeitsrechts zu ahnden. Aus der Perspektive der Verbraucherverbände ist das Datenschutzrecht dabei Teil einer wettbewerbsrechtlichen Gesamtbetrachtung des Marktverhaltens und der Interessen der Verbraucher. Dies ist ein anderer Fokus als der deutlich umfassendere Schutzauftrag des allgemeinen Persönlichkeitsrechts durch die Datenschutzbehörden. Insofern umfasst die DSGVO auch spezifische Regeln zur vorwiegend behördlichen Durchsetzung, nicht allerdings im Hinblick auf Marktverhaltensregeln, die überhaupt nicht Gegenstand der DSGVO sind, so dass diese insoweit auch keinesfalls als „abschließend“ betrachtet werden kann.

Datenschutz kann im Einzelfall auch Zwecken der Marktverhaltensregelung dienen. Wenn dies der Fall ist, ist Datenschutz auch Wettbewerbsschutz und muss als solche durchsetzbar sein. Diese Durchsetzung unterscheidet sich vom behördlichen Datenschutzauftrag und wird im zivilrechtlichen System durch das UWG und damit beauftragten qualifizierten Einrichtungen – einschließlich der Verbraucherverbände – gewährleistet.

IV. AKTIVITÄTEN DES VZBV ZUR DURCHSETZUNG DES DATENSCHUTZRECHTS

Abschließend soll anhand einiger Beispielfälle illustriert werden, dass Marktverhaltensregeln des Datenschutzes innerhalb der wettbewerbsrechtlichen Klagebefugnisse der Verbraucherverbände für die Marktberreinigung in einer digitalen Wirtschaft sehr hohe Relevanz haben. Der vzbv hat sein Klagerecht gegenüber Unternehmen der Digitalwirtschaft stets in einer Weise genutzt, die Verbraucher vor einer unbefugten Nutzung ihrer Daten schützt und gleichzeitig im Interesse der Marktteilnehmer einen ökonomischen „Vorteil durch Rechtsbruch“ verhindert.

1. FACEBOOK (FREUNDEFINDER I)⁷

Facebook ließ Einladungs-E-Mails im Namen der Nutzer an Menschen verschicken, die nicht bei Facebook registriert sind – und die sich jedenfalls teilweise bewusst gegen eine Nutzung von Facebook entschieden haben. Der Bundesgerichtshof (BGH) sah darin unlautere Werbung und einen Verstoß gegen Datenschutzrecht. Kern des Verstoßes war belästigende Werbung gegenüber Dritten. Nutzer wurden damals durch eine Funktion namens „Sind Deine Freunde schon bei Facebook“ dazu gebracht, ihre Adressbücher auf Facebook hochzuladen, damit das Netzwerk abgleichen konnte, welche Kontakte auch schon angemeldet sind. Daraufhin erhielten auch Kontakte, die nicht bei Facebook waren, ungefragt mehrere E-Mails mit einer Einladung, dem Netzwerk beizutreten. Die entsprechenden E-Mails erweckten den Anschein, sie seien vom Nutzer versandt und nicht vom Netzwerk. Über eine derartige Verwendung der E-Mailadressen wurde in Nutzungs- und Datenschutzbedingungen, wenn überhaupt, nur unzureichend

⁷ Pressemitteilung des vzbv vom 14.01.2016, <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/wegweisendes-bgh-urteil-facebooks-einladungs-e-mails-waren-unlautere-werbung> (abgerufen am 05.12.2018).

informiert. Facebook erlangte damit unbefugten Zugang zu einer Vielzahl von Kontaktdaten, ein enormer Wettbewerbsvorteil durch Rechtsbruch.

Auf Klage des vzbv hat der BGH diese Praxis für rechtswidrig erklärt, weil er die Einladungsemails für belästigende Werbung und die Information über die Datenverwendung für irreführend hielt. Die Vorinstanz hatte auch noch einen Verstoß gegen Datenschutzrecht über § 4 Nr. 11 a. F. (jetzt § 3a) UWG festgestellt. Der BGH hat diese Rechtsauffassung nicht beanstandet.

2. STAYFRIENDS⁸

Das Schulfreunde-Portal StayFriends hatte im Profil neuangemeldeter Nutzer die Voreinstellung getroffen, dass Profilbilder automatisch auf Suchmaschinen und Partnerwebseiten angezeigt werden. Diese Voreinstellung hielt das OLG Nürnberg auf Klage des vzbv für rechtswidrig. Für eine Veröffentlichung außerhalb des Netzwerks fehlte die erforderliche Einwilligung der Verbraucher. Nach Berufungsrücknahme wurde das Urteil des Landgerichts rechtskräftig.

Der Zweck des Portals liegt aus Sicht des vzbv darin, mit ehemaligen Schulfreunden in Verbindung zu bleiben. Hierzu wählt man bei der Anmeldung konkrete Jahrgänge an konkreten Bildungseinrichtungen aus, gibt im Profil persönliche Informationen preis und lädt regelmäßig ein Profilbild von sich hoch. Es entspricht jedenfalls nicht dem engeren Vertragszweck, dass ein Teil dieser sehr persönlichen Informationen oder das Profilbild auch außerhalb des Netzwerkes auffindbar sind. Letzteres dient eher der Absatzförderung des Unternehmens als dem Verbraucher, der ja genau weiß, in welchen Bildungseinrichtungen er war. Für eine solche Erweiterung bedurfte es auch nach Auffassung der Gerichte einer informierten und freiwilligen Einwilligung, die hier nicht vorlag. Auch hier hat das beklagte Unternehmen durch den Datenschutzverstoß einen unbefugten Wettbewerbsvorteil erlangt.

3. PLANET49⁹:

Die Klage des vzbv gegen „Planet49“ liegt derzeit dem EuGH zur Entscheidung vor. Grundlage ist folgender Sachverhalt: Im Rahmen eines Gewinnspiels, an dem man mittels einer eigens dafür eingerichteten Webseite teilnehmen konnte, sollten Verbraucher unter anderem in das Setzen eines Tracking-Cookies und die damit verbundene Auswertung ihres Nutzerverhaltens „einwilligen“. Die Zustimmung war bereits durch ein Häkchen voreingestellt, mit Informationen flankiert und musste eigens deaktiviert werden. Ob dann eine Teilnahme am Gewinnspiel überhaupt noch möglich war, blieb unklar. Der vzbv hofft mit dem Verfahren die Ausgestaltung der ubiquitären, aus Verbrauchersicht aber lästigen Cookie-Banner zu verbessern und Rechtssicherheit in Bezug auf das bislang ungeklärte sogenannte Koppelungsverbot in der DSGVO zu gewinnen.

⁸ Pressemitteilung des vzbv vom 14.05.2018, <https://www.vzbv.de/pressemitteilung/stayfriends-verstoest-gegen-datenschutzrecht> (abgerufen am 05.12.2018)

⁹ Rechtssache C-673/17, Anhörung am 13.11.2018, Schlussanträge angekündigt für 28.02.2018

Folgende Verfahren wurden seit dem Inkrafttreten der Datenschutzgrundverordnung am 25.05.2018 neu eingeleitet:

4. TIKTOK:

TikTok ist eine bei Teenagern und jungen Erwachsenen sehr beliebte Karaoke-App mit einer aus Sicht des vzbv besonders datenschutzunfreundlichen Voreinstellung: Peinliche Videos aus den Kinderzimmern werden sofort anderen - ggf. mehr als hundert Millionen - Nutzern weltweit angezeigt.

Eine derartig weite und nicht zu beherrschende weltweite Anzeige von sensiblen personenbezogenen Daten Minderjähriger verstößt aus Sicht des vzbv gegen die DSGVO, insbesondere, weil die Veröffentlichung der Daten standardmäßig voreingestellt ist.

Der Anspruch wird auch über § 3a UWG verfolgt, weil aus Sicht von TikTok die Veröffentlichung Teil der vertraglichen Leistung ist, was einen Anspruch aus § 2 Absatz 1 Satz 2 Nr. 11 Unterlassungsklagengesetz (UKlaG) gefährden könnte.

5. TWITTER (FREUNDEFINDER II):

Der vzbv beanstandet, dass Twitter Nutzer durch fortlaufende Aufforderungen dazu bringt, auf dem Endgerät gespeicherter Kontakte hochzuladen. Diese werden dann bis zur Deaktivierung dieser Funktion fortlaufend von Twitter synchronisiert und auf Servern des Unternehmens verarbeitet. Betroffen sind regelmäßig auch solche Kontakte, die gar nicht bei Twitter sind und vielleicht nicht einmal wissen, dass sie in einem fremden Adressbuch gespeichert sind. Twitter verfügt in der Regel nicht über eine Einwilligung dieser dem Unternehmen völlig unbekannt Personen.

Die konkrete Ausgestaltung ist nach Auffassung des vzbv dazu geeignet, Twitternutzer zum Rechtsbruch zu verleiten und könnte zudem gegen die Grundsätze von „privacy by design“/der „Datenminimierung“ verstoßen. Das Verfahren hat Symbolwirkung, weil es diese Funktion in vielen Apps gibt.

Der Anspruch wurde wegen der engen Voraussetzungen von § 2 UKlaG auch hier vor allem auf § 3 a UWG gestützt. Wie in den zuvor dargestellten Verfahren wird aus der Fallgestaltung deutlich, dass Twitter erhebliche ökonomische Vorteile aus der vom vzbv angegriffenen Nutzung von Kontaktdaten zieht, somit die Beachtung des Datenschutzrechts auch hier von hoher ökonomischer Relevanz ist.

6. GOOGLE - STANDORTANZEIGE¹⁰

Wenn man auf einem Computer ein neues Google-Konto einrichtet, sieht man in den Privatsphäreneinstellungen eine standardmäßig deaktivierte Funktion „Standort freigeben“. Dazu gibt es die Information, dass der Standort derzeit „für niemanden bei Google“ angezeigt wird.

Mittels einer nach Einschätzung des vzbv völlig unscheinbaren weiteren Einstellung (Web- und App-Aktivitäten), die anders als die Standortfreigabe standardmäßig aktiviert ist, werden dann aber doch Standortdaten in diversen Einzeldiensten von Google aufgezeichnet. Über diesen Umstand wird nur sehr versteckt in einer umständlich verlinkten Hilfedatei informiert.

¹⁰ Gemeinsames Vorgehen von Verbraucherverbänden aus mehreren europäischen Staaten, siehe hierzu die Pressemitteilung des europäischen Verbraucherverbands BEUC vom 27.11.2018, <https://www.beuc.eu/press-media/news-events/gdpr-complaints-against-google%E2%80%99s-deceptive-practices-track-user-location> (abgerufen am 05.12.2018)

Auch hier kritisiert der vzbv eine fehlende Einwilligung und einen Verstoß gegen die Grundsätze von „privacy by design“ und der Datenminimierung.

Der Anspruch wird wegen der rechtlichen Unwägbarkeiten von § 2 Absatz 2 Satz 1 Nr. 11 UKlaG zugleich auf § 3 a UWG gestützt.