



SOZIALE MEDIEN UND DIE DATENSCHUTZ-GRUNDVERORDNUNG: VERBRAUCHER KÖNNEN MEHR ERWARTEN

! Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union gilt seit Mai 2018 und soll Verbrauchern mehr Kontrolle über ihre Daten ermöglichen. In Deutschland sind 80 Prozent der über 14-Jährigen in Sozialen Netzwerken angemeldet.* Dort tauschen sie u.a. private Informationen aus. Für deren Nutzer ist es entscheidend zu wissen, wie mit ihren Daten umgegangen wird. Wie Anbieter sozialer Medien die Verordnung umgesetzt haben, zeigen zwei Untersuchungen des Marktwächter-Teams der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen.

*Quelle: Bitkom, Social Media Trends 2018

Die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen hat im Rahmen des Projektes Marktwächter Digitale Welt den Umgang Sozialer Medien mit ausgewählten Regelungen der DSGVO in einer Marktanalyse überprüft. Untersucht wurden die Dienste Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Twitter, WhatsApp und YouTube (Google).

Ein besonderer Fokus lag im ersten Schritt der Überprüfung auf den Informationspflichten der Anbieter sowie den Regelungen zu datenschutzfreundlichen Voreinstellungen (privacy by default). Im zweiten Schritt wurde die Umsetzung des Rechts auf Auskunft und des Rechts auf Datenübertragbarkeit (Fokus: Datenkontrolle) untersucht.

Ergebnisse der ersten Untersuchung

❖ INFORMATIONEN FÜR NUTZER ZU VAGE

Bei der rechtlichen Prüfung der jeweiligen Datenschutzerklärungen wurde festgestellt, dass die betreffenden Anbieter in Bezug auf die Prüfpunkte (Zweck, Rechtsgrundlage, Empfänger, Dauer der Speicherung, Betroffenenrechte) den Nutzer überwiegend nicht ausreichend informieren. Aus Verbraucherschutzsicht können Nutzer daher anhand der Datenschutzerklärungen nicht ausreichend Kenntnis darüber erlangen, welche Daten von ihnen und gegebenenfalls ihren Kontakten verarbeitet werden und wie sie sich vor unerwünschter Datenverarbeitung schützen können.

Bis auf eine Ausnahme (Twitter) bleibt in allen geprüften Datenschutzerklärungen größtenteils unklar, welches personenbezogene Datum auf Basis welcher Rechtsgrundlage und zu welchem Zweck verarbeitet wird. Die Überprüfung ergab weiterhin, dass in sieben der acht betrachteten Datenschutzerklärungen nur unzureichende Angaben zu einem konkreten Speicherzeitraum gemacht werden. Ein konkreter Zeitraum ist nur bei Snapchat ableitbar. Bezüglich der Empfänger der verarbeiteten Daten bleiben aus Verbraucherschutzperspektive die Angaben in allen geprüften Datenschutzerklärungen ebenfalls zu vage. Darüber hinaus klären zwei von acht Anbietern (LinkedIn, Snapchat) nicht

vollständig über die Betroffenenrechte (z. B. das Recht auf Berichtigung oder Löschung) des Nutzers auf.

❖ VOREINSTELLUNGEN KRITISCH

Die geprüften Anbieter haben teils keine datenschutzfreundlichen Voreinstellungen vorgenommen. Bei der Authentifizierung war in den vier Fällen, in denen der Nutzer auswählen konnte, ob er sich mit seiner E-Mail-Adresse oder seiner Mobilfunknummer registriert, die Mobilfunknummer voreingestellt (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat). Die Preisgabe der Nummer verhindert allerdings eine pseudonyme Nutzung des Dienstes und vereinfacht das Tracken des Nutzers zu Werbezwecken.

Bei Kontaktsynchronisation können unfreiwillig auch Daten von Personen an die Anbieter übermittelt werden, die sich gegen die Nutzung des Dienstes entschieden haben. Mit zwei Ausnahmen (YouTube/Google, Pinterest) fordern die geprüften Apps zur Synchronisation der Nutzer-Kontakte auf. Aus Verbraucherschutzsicht auffällig sind Anzahl und Formulierungen dieser Aufforderungen bei einigen Anbietern, die dem Nutzer suggerieren, dass die Synchronisation der Kontakte für die Nutzung des Dienstes erforderlich sei. Das Nutzer-Tracking selbst kann kaum unterbunden werden. Der Nutzer kann nur teilweise einschränken, inwieweit Tracking-Daten für die Personalisierung von Werbung genutzt werden. Nutzer können also nicht kontrollieren, wie viel Anbieter über sie wissen, sondern nur, in welchem Ausmaß sie dieses Wissen aktuell zum Beispiel für personalisierte Werbung nutzen dürfen. Es herrscht eine große Heterogenität bei den Einstellungsmöglichkeiten hierzu über die Dienste hinweg.

Bei der Mehrheit der Dienste (WhatsApp, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Twitter, Facebook) sind Profilinhalte bzw. Beiträge öffentlich sichtbar – also mindestens für alle eingeloggtten Nutzer, gegebenenfalls auch für Nicht-Mitglieder

des Netzwerks. Dabei sehen die geprüften Dienste größtenteils die Auffindbarkeit von Profilinhalten und/oder Beiträgen in externen Suchmaschinen vor (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Twitter).

❖❖❖ FAZIT DER ERSTEN UNTERSUCHUNG

Die Ergebnisse der Marktanalyse zeigen teilweise Verstöße der Anbieter Sozialer Medien gegen die Vorschriften der DSGVO: Auch nach dem 25.05.2018 bleiben in den Datenschutzerklärungen wesentliche Aspekte der Datenverarbeitung intransparent für Nutzer. Sie können sich häufig nicht ausreichend über Hintergründe und Reichweite der Datenverarbeitung informieren. Bei vielen der untersuchten Dienste war keine datenschutzfreundliche Variante voreingestellt. Auch die Heterogenität der Einstellmöglichkeiten über die Dienste hinweg kann für Verbraucher problematisch werden. Insgesamt wird es Nutzern nach wie vor erschwert, nachzuvollziehen und zu kontrollieren, wie ihre personenbezogenen Daten verarbeitet werden.

Ergebnisse der zweiten Untersuchung

❖❖❖ AUSKUNFT FÜR VERBRAUCHER UNZUREICHEND

Der Fokus der zweiten Überprüfung lag auf der Umsetzung des Rechts auf Auskunft und des Rechts auf Datenübertragbarkeit durch die acht ausgewählten Dienste.

Der Praxistest hat gezeigt: Keiner der geprüften Anbieter gibt eine angemessene und vollständige Auskunft über die gespeicherten Daten. Im Gegenteil: Anbieter bauen oft zusätzliche Hürden auf und verweisen, teils in standardisierter Form, auf allgemeine Hilfebereiche, Webformulare oder Datenschutzerklärungen. Die Antworten von drei Anbietern lagen teilweise nur in englischer Sprache vor (Facebook, Pinterest, Twitter). Nur zwei Anbieter gehen immerhin zum Teil auf das gestellte Auskunftsersuchen ein (LinkedIn, Pinterest).

❖❖❖ PRÜFUNG DER ÜBERMITTELTEN DATEN ERSCHWERT

In den schriftlich gestellten Anfragen nach der Bereitstellung personenbezogener Daten blieb bei der Hälfte der geprüften acht Anbieter eine Antwort gänzlich aus (Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter). Zwar bieten alle Anbieter, bspw. in ihren Datenschutzerklärungen, die Option, die eigenen gespeicherten Daten via Datendownload-Tool oder per Link herunterzuladen. Doch ein genauerer Blick auf die so erhaltenen Daten zeigt: Zwar werden Datensätze zur Verfügung gestellt. Allerdings liegen diese in sehr unterschiedlichen Dateiformaten vor und sind mit Standardsoftware teils nicht zu öffnen. Die einzelnen Dateien und Ordner haben bei allen Anbietern größtenteils englische Bezeichnungen.

Unter Berücksichtigung der Nutzerperspektive und mit dem Fokus auf den Aspekt der Datenkontrolle kann gesagt werden: Die Daten sind für Verbraucher kaum überprüfbar.

❖❖❖ FAZIT DER ZWEITEN UNTERSUCHUNG

Die Ergebnisse des Praxistests zeigen, dass keiner der acht geprüften Anbieter dem Recht auf Auskunft angemessen nachkommt. Als Folge kann der Verbraucher mangels fundierter Informationen auch weitere Rechte wie Berichtigung, Sperrung und Löschung bestimmter Daten nur schwer wahrnehmen.

Die Ausübung des mit der DSGVO initiierten Rechts auf Datenübertragbarkeit – v. a. die Datenkontrolle – gestaltet sich schwierig für Verbraucher. Nutzern wird es erschwert, eine Übersicht von den gesammelten Daten zu erhalten und damit eine informierte Entscheidung darüber treffen zu können, welche Daten für eine eventuelle Datenübertragbarkeit zu einem neuen Anbieter geeignet sind und welche nicht. Eine vollständige Kontrolle der eigenen Daten aus Nutzerperspektive ist kaum möglich.

❖❖❖ ANBIETERAUSWAHL UND METHODE

Untersucht wurden acht Anbieter Sozialer Medien (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Twitter, WhatsApp, YouTube/Google), deren Apps im Erhebungszeitraum vom 15.06.2018 bis 04.07.2018 installiert und genutzt wurden. Alle Ergebnisse der ersten Untersuchung beziehen sich auf die Beobachtungen aus diesem Zeitraum. Im Anschluss wurden im Rahmen des Praxistests schriftliche Anfragen per E-Mail beziehungsweise über Kontaktformulare der Anbieter gestellt und die Nutzung von Datendownload-Tools geprüft, mit deren Hilfe Nutzer ihre selbst zur Verfügung gestellten Daten herunterladen können. Weitere inhaltliche und methodische Details in den Studien unter:

<https://www.marktwaechter.de/digitale-welt/marktbeobachtung/soziale-medien-und-die-dsgvo>

Gefördert durch:



Bundesministerium
der Justiz und
für Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Stand: Mai 2019

verbraucherzentrale

IMPRESSUM:
Verbraucherzentrale NRW e.V.
Vorstand: Wolfgang Schuldzinski
Mintropstr. 27
40215 Düsseldorf

Die Untersuchungen „Soziale Medien und die DSGVO“ wurden im Rahmen des Projektes Marktwächter Digitale Welt durchgeführt.