



Das aktuelle Stichwort

Wehrhafter transatlantischer Datenschutz

Eine Kurzanalyse des Urteils des EuGH vom 5. Juni 2018 in der Rechtssache C-210/16 -
Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein /
Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH

Von Dr. Jörg Ukrow

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des EMR

1. Die Entscheidung des EuGH vom 5. Juni 2018 in der Rechtssache C-210/16 - Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein / Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH - fügt sich ein in die aus der *Google-Spain*-Entscheidung des EuGH vertraute Rechtsprechungslinie, dass transatlantisch agierende Informationsintermediäre wie Google und Facebook sich zumindest dann nicht (datenschutz-) rechtlichen Vorgaben des EU-Rechts entziehen können, wenn sie sich zur Umsetzung ihrer Geschäftsmodelle auch Niederlassungen in der EU bedienen.
2. Die Entscheidung bestätigt insoweit auch den Marktort-Regulierungsansatz der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) der EU. Die Datenverarbeitung durch Nicht-EU-ansässige Unternehmen im Zusammenhang mit der Mediennutzung EU-Ansässiger bewegt sich danach ebenso im Anwendungsbereich der DS-GVO wie z.B. auch die Vorbereitung individualisierter/adressierter/personalisierter Werbung für Bewohner der EU durch Nicht-EU-ansässige Unternehmen.
3. Das Urteil des EuGH ist mit Blick auf die Frage einer potentiell gemeinsamen datenschutzrechtlichen Verantwortlichkeit mehrerer an einem Informations- und Kommunikationsprozess Beteiligter für eine Datenverarbeitung – wie z.B. eines Informationsintermediärs (vorliegend: Facebook bzw. Facebook Ireland) einerseits, eines Betreibers eines Telemedien-Angebots auf dem Angebot eines Informationsintermediärs (vorliegend: Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein als Betreiber einer Facebook-Fanpage) andererseits – von auch unter der Geltung der Datenschutz-Grundverordnung der EU fortdauernder Relevanz.
4. Die DS-GVO enthält allerdings – ebenso wenig wie das frühere Datenschutzrecht der EU, das dem Urteil des EuGH zugrunde liegt – Regelungen zur Klärung, wer bei einer solchen gemeinsamen Verantwortlichkeit nach außen im Binnenverhältnis für welche Risiken einzustehen hat. Eine Parallelität der Verantwortlichkeit eines US-amerikanischen Internet-Giganten, gegen den datenschutzrechtliche Ansprüche mit Blick auf dessen Organisations- und Rechtsschutzkraft sowie die Defizite im grenzüberschreitenden

Vollstreckungsrecht nur schwer effektiv durchsetzbar sind, einerseits, und eines im Inland beheimateten Nutzers von Diensten dieses Internet-Giganten, bei dem diese Hemmnisse im effektiven Vollzug von Datenschutzrecht deutlicher weniger bestehen, andererseits mag unter Zugrundelegung des geltenden Datenschutzrechts rechtsdogmatisch nicht angreifbar sein, wirft aber – auch mit Blick auf mögliche abmahnungsrechtliche Weiterungen – Fragen auf, ob ein solcher Verzicht auf Differenzierungen in der Verantwortlichkeit für Datenverarbeitungen als nachhaltig gerecht empfunden werden kann. Der Weg des geringsten erwarteten Widerstandes dürfte z.B. viele dazu bewegen, Datenschutzrecht nicht gegenüber Facebook, sondern gegenüber dem Betreiber einer Facebook-Fanpage durchzusetzen. Ob ein entsprechend prioritärer Rechtsdurchsetzungsansatz über die damit verbundene abnehmende Attraktivität der Plattform Informationsintermediäre dazu bewegt, ihre Datenschutzanstrengungen selbst zu verstärken, bleibt abzuwarten.

5. Das Urteil des EuGH schafft zusätzliche Transparenz dazu, in welchem Umfang Informationsintermediäre inzwischen Zugriff auf persönliche Daten nehmen können. Die datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit der Wirtschaftsakademie Schleswig-Holstein GmbH leitet der EuGH aus der von diesem Betreiber einer Facebook-Fanpage vorgenommenen sog. Parametrierung (u. a. entsprechend seinem Zielpublikum sowie den Zielen der Steuerung oder Förderung seiner Tätigkeiten) ab, über die dieser Betreiber an der Entscheidung über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung der personenbezogenen Daten der Besucher seiner Fanpage beteiligt ist. Der EuGH weist insoweit darauf hin, dass der Fanpage-Betreiber insbesondere demografische Daten über seine Zielgruppe – und damit die Verarbeitung dieser Daten – verlangen kann (u. a. Tendenzen in den Bereichen Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus und berufliche Situation), Informationen über den Lebensstil und die Interessen seiner Zielgruppe (einschließlich Informationen über die Käufe und das Online-Kaufverhalten der Besucher seiner Seite sowie über die Kategorien von Waren oder Dienstleistungen, die sie am meisten interessieren) und geografische Daten, die ihn darüber informieren, wo spezielle Werbeaktionen durchzuführen oder Veranstaltungen zu organisieren sind und ihm ganz allgemein ermöglichen, sein Informationsangebot so zielgerichtet wie möglich zu gestalten.
6. Damit unterstreicht die Entscheidung des EuGH zugleich die Risiken, die mit der selbstgewählten informationellen Filterblasenbildung des Nutzers sozialer Netzwerke für einen freien Informations- und Kommunikationsprozess verbunden sein können – nicht zuletzt auch jenseits des Feldes kommerzieller Kommunikation.
7. Zutreffend weist der EuGH darauf hin, dass die Anerkennung einer gemeinsamen Verantwortlichkeit des Betreibers des sozialen Netzwerks und des Betreibers einer bei diesem Netzwerk unterhaltenen Fanpage im Zusammenhang mit der Verarbeitung personenbezogener Daten der Besucher dieser Fanpage dazu beiträgt, entsprechend den Anforderungen des Datenschutzrechts der EU einen umfassenderen Schutz der Rechte sicherzustellen, über die die Personen verfügen, die eine Fanpage besuchen.
8. Die Entscheidung des EuGH berührt indessen nicht nur die berechtigten Datenschutzinteressen des Nutzers einer Fanpage, sondern auch die berechtigten ökonomischen, nicht zuletzt auch auf die Finanzierung von Informationsangeboten bezogenen Interessen des Anbieters eines solchen Telemediums. Auch vor dem Hintergrund des Urteils des EuGH gilt es, einen Ab- und Ausgleich zwischen diesen Interessen mit Blick auf eine Weiterentwicklung der Medienlandschaft zu finden, in der

zunehmend die Verfügung über und Auswertung von digitalen Daten an die Stelle der klassischen Wertschöpfung über Nutzerreichweite von kommerzieller Kommunikation tritt.

9. Die Entscheidung des EuGH löst damit einen zusätzlichen Impuls aus, auch datenbasierte Geschäftsmodelle einer kritischen Reflexion bezüglich ihrer Vereinbarkeit mit dem Leitbild medialer Vielfaltigkeit zu unterziehen. Bestandteil einer solchen Reflexion sollte auch die Frage sein, ob die datenschutzrechtlichen Spielräume, die die DS-GVO in Art. 85 Abs. 1 mit Blick auf das sog. Medien-Privileg eröffnet, im Rahmen der Evaluierung des Regelwerkes nicht auch für Medienakteure jenseits der klassischen Medien und jenseits des journalistischen Gewerbes fruchtbar gemacht werden können und sollen.
10. Nicht zuletzt auch mit Blick auf abmahnungsrechtliche Risiken erscheint eine offensive Informationspolitik der Betreiber einer Facebook-Fanpage, im Rahmen derer diese darauf hinweisen, welche Informationen Facebook dem Betreiber übermittelt und dass Facebook weitere, dem Betreiber nicht bekannte Daten erhebt, als ein sinnvolles Instrument zur Minimierung möglicher datenschutzrechtlicher Risiken. Die nach dem Urteil in Bezug auf letztere Daten bestehende Verantwortlichkeit bleibt hiervon allerdings unberührt.
11. Einer Flucht vor einer effektiven Datenschutzaufsicht durch konzerninterne Aufgabensplittungen bei US-amerikanischen Informationsintermediären setzt das Urteil deutliche Grenzen: Wenn ein außerhalb der EU ansässiges Unternehmen (wie die US-amerikanische Gesellschaft Facebook) mehrere Niederlassungen in verschiedenen EU-Mitgliedstaaten unterhält, ist die Kontrollstelle eines Mitgliedstaats auch dann zur Ausübung der ihr durch die Richtlinie 95/463 übertragenen Befugnisse – gleiches gilt nunmehr für die Befugnisse nach der DS-GVO - gegenüber einer im Hoheitsgebiet dieses Mitgliedstaats gelegenen Niederlassung dieses Unternehmens befugt, wenn nach der konzerninternen Aufgabenverteilung zum einen diese Niederlassung (hier Facebook Germany) allein für den Verkauf von Werbeflächen und sonstige Marketingtätigkeiten im Hoheitsgebiet des betreffenden Mitgliedstaats zuständig ist, und zum anderen die ausschließliche Verantwortung für die Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten für das gesamte Gebiet der Union einer in einem anderen Mitgliedstaat gelegenen Niederlassung (hier Facebook Ireland) obliegt.
12. In die gleiche Richtung eines effektiven Datenschutzes, hier in der Facette einer möglichst raschen Beseitigung datenschutzrechtswidriger Rechtszustände, weist der aus der gemeinsamen Verantwortlichkeit abgeleitete verfahrensrechtliche Ansatz des EuGH, dass dann, wenn die Kontrollstelle eines Mitgliedstaats (hier das Unabhängige Landeszentrum in Deutschland) beabsichtigt, gegenüber einer im Hoheitsgebiet dieses Mitgliedstaats ansässigen Stelle (hier die Wirtschaftsakademie) wegen Verstößen gegen die Vorschriften über den Schutz personenbezogener Daten, die von einem Dritten begangen wurden, der für die Verarbeitung dieser Daten verantwortlich ist und seinen Sitz in einem anderen Mitgliedstaat hat (hier Facebook Ireland), die Einwirkungsbefugnisse nach der Richtlinie 95/464 auszuüben, diese Kontrollstelle zuständig ist, die Rechtmäßigkeit einer solchen Datenverarbeitung unabhängig von der Kontrollstelle des letztgenannten Mitgliedstaats (Irland) zu beurteilen und ihre Einwirkungsbefugnisse gegenüber der in ihrem Hoheitsgebiet ansässigen Stelle auszuüben, ohne zuvor die Kontrollstelle des anderen Mitgliedstaats um ein Eingreifen zu ersuchen. Ob dieser Ansatz auch unter dem System der Festlegung von Federführungen nach Art. 56 DS-GVO relevant ist, bedarf vertiefter

Erörterung. Allerdings dämmt die DS-GVO ein mit solchen Federführungen ggf. verbundenes Konfliktpotential zwischen Datenschutzaufsichtsbehörden durch das in Kapitel 7 (Art. 60 ff.) der DS-GVO geregelte Verfahren der Zusammenarbeit und Kohärenz merklich ein.

13. Facebook hat im Umfeld des In-Geltung-Tretens der DS-GVO am 25. Mai 2018 u.a. mit einer umfänglichen Anzeigen-Kampagne, aber auch über Auftritte von Mark Zuckerberg vor US-Kongress und Europäischem Parlament seine Bereitschaft zur Wahrung bestehenden Datenschutzrechtes unterstrichen. Auch im Interesse der Nutzer dieses sozialen Netzwerkes sowie zur Vermeidung von zusätzlichen Verbraucherbesorgnissen über datenschutzrechtliche Hemmnisse (nicht zuletzt auch für ehrenamtliches Engagement) liegt es nahe, dass Facebook seinen Facebook-Fanservice möglichst rasch im Lichte des Urteils des EuGH evaluiert und erforderliche Anpassungen zur Vermeidung von negativen Kompetenzkonflikten um die Verantwortlichkeit für die einzelnen Datenschutzerfordernungen unverzüglich vornimmt. Eine transparentere Informationspolitik über erhobene Daten gegenüber Betreibern einer Facebook-Fanpage im Rahmen eines datenschutzrechtlichen Compliance-Systems von Facebook wäre dabei auch im Lichte der Entscheidung des EuGH ein wesentlicher Baustein.
14. Das Urteil des EuGH unterstreicht erneut die Regulierungsfähigkeit der EU und ihrer Mitgliedstaaten auch gegenüber transatlantisch agierenden US-Unternehmen. Völkerrechtliche Schranken stehen einer solchen Regulierung auch im Lichte des Gebots der Achtung staatlicher Souveränität im Blick auf die *genuine-link*-Doktrin des Völkerrechts nicht entgegen. Es bleibt abzuwarten, ob der europäische Gesetzgeber auch jenseits des Datenschutzes zu einer Herausforderungen der Digitalisierung und Globalisierung in den Blick nehmenden Regulierung bereit ist. Denn eine effektive Durchsetzung von Gemeinwohlinteressen im Internet-Zeitalter duldet keine Regulierungsferien z.B. im Bereich einer gerechten Besteuerung von in der EU agierenden US-Internetgiganten wie Google, Amazon, Facebook und Apple.