

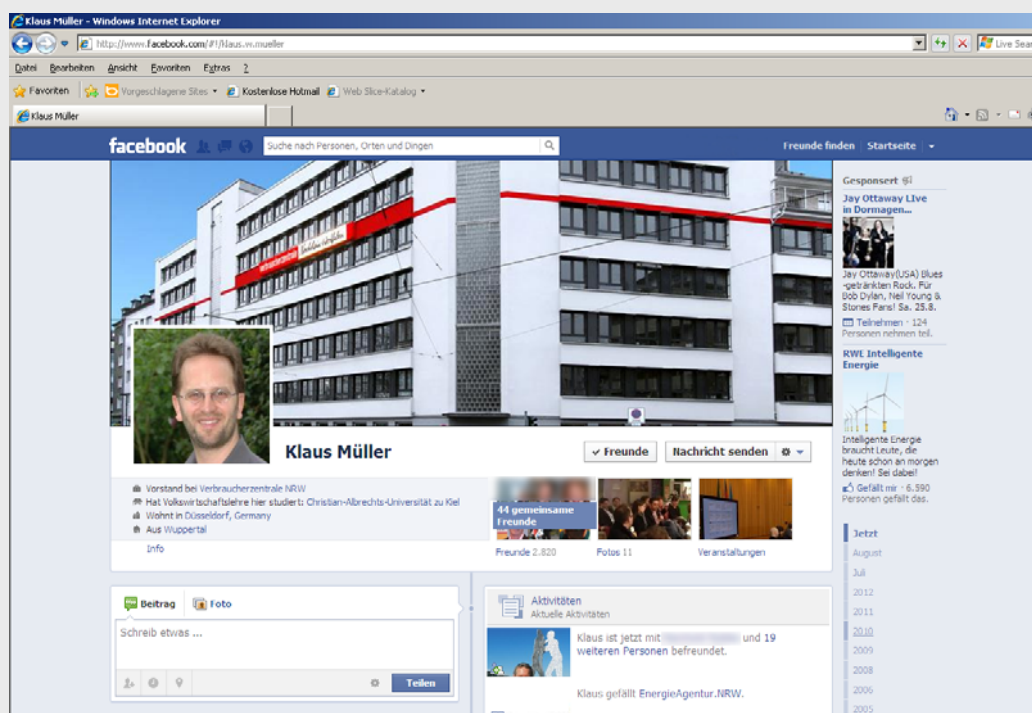
Sommerakademie des ULD SH 2012

Social Communities - Nutzen und Fluch für Verbraucher/innen

Klaus Müller
Vorstand der Verbraucherzentrale NRW
vorstand@vz-nrw.de

1

Seit Dezember 2008 bei Facebook ...



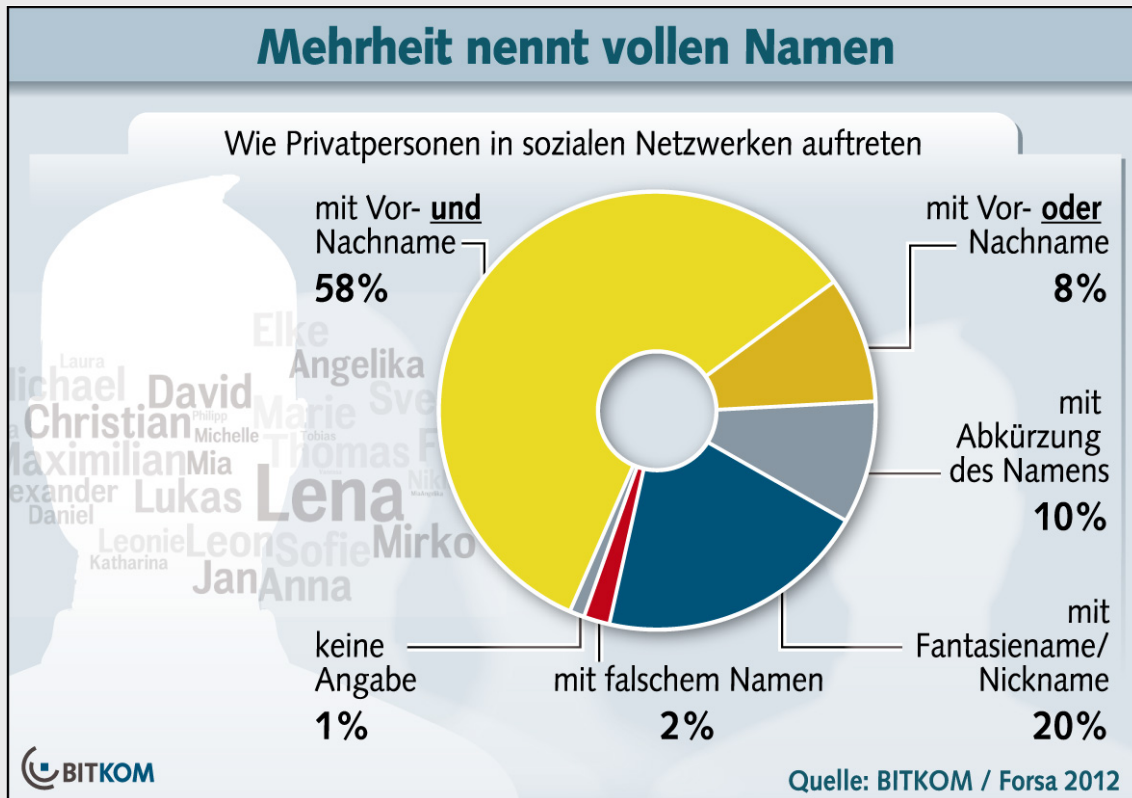
2

Nutzen, ja

- Kommunikation und Teilnahme am sozialen Leben
- Informationsmedium
- Bündelung von Verbraucherinteressen in sozialen Netzwerken
- Transparenz über Kundenbeschwerden: Drohender Reputationsverlust zwingt Unternehmen u.U. zum Handeln: 47 Prozent der Unternehmen sind auf Facebook präsent (Bitkom, 8/2012)

.... aber

- Nutzerrechte sind mangelhaft
- Vermeintlich kostenlos: Persönliche Daten werden zur Währung
- Nutzer haben keinen Kundenstatus, Facebook hat keinen Kundendienst
- Infrastruktur-Zwang: Nicht-Nutzer/innen sind von Informationen oder Diensten ausgeschlossen
- Nur ein Drittel der Unternehmen reagiert auf FB-Anfragen (W&V, 8/2012)
- DATENSCHUTZ



Privatsphäreinstellung (FB)

- Standardeinstellung: Möglichst viele Informationen öffentlich sichtbar
- Einstellungsmöglichkeiten größtenteils gut versteckt und kompliziert beschrieben
- Ständige Änderungen führen zu Verwirrung und Unsicherheit der Nutzer/innen

Online-Jugendmagazin der VZ NRW



In 36 (!) Schritten
zur Privatsphäre

www.checked4you.de

7

Speicherung und Auswertung von Daten

- „Bei der Nutzung standortbezogener Google-Dienste erheben und verarbeiten wir möglicherweise Informationen über ihren tatsächlichen Standort...“
- „Unter Umständen verknüpfen wir personenbezogene Daten aus einem Dienst mit Informationen und personenbezogenen Daten aus anderen Google-Diensten.“

8

Speicherung und Verwendung von Daten Dritter

- „Freunde finden“ (Facebook) → Import gesamter Adressbücher und Einladungs-E-Mails an Nicht-Mitglieder
- Speicherung der Daten von Nicht-Mitgliedern durch Synchronisieren der Kontakte in Telefonbüchern von Smartphones (Facebook)
- Übermittlung auch von Nicht-Mitglieder-Daten über „Social-Plugins“ an das Unternehmen

Intransparente Speicherung und Verwendung von Daten – auch durch Dritte

- Verarbeitung von Daten zur Gesichtserkennung ohne Einwilligung?
- Bei Nutzung von Social Plugins Übermittlung von Daten
- Löschung der Daten?
- Weitergabe der Daten an andere Unternehmen
- Anzeige der Nutzeraktivitäten in Facebook-Gruppen
- Änderung von Datenschutzbestimmungen und Nutzungsbedingungen

Missachtung von Datenschutzvorschriften

- Information darüber, welche personenbezogenen Daten zu welchem Zweck erhoben werden (§ 13 Abs. 1 TMG)
- Erfordernis der Einwilligung bei Datenerhebung und Weitergabe (§ 12 Abs. 1 und 2 TMG)
- jederzeitige Möglichkeit, die Einwilligung zu widerrufen (§ 13 Abs. 3 TMG)
- Widerspruchsrecht bei der Erstellung von pseudo-anonymisierten Nutzungsprofilen (§ 15 Abs. 3 TMG)

Datenschutzvorschriften

- Deutsches Recht
- Deutsche Vorschriften bei Sitz der Anbieter im Ausland überhaupt anwendbar?
- EU-Verordnung
- Vollzugsdefizit

Geschäftsmodell Facebook

- Börsengang, Smartphone-Konkurrenz und sinkender Aktienkurs zwingt Facebook zu neuen Geschäftsmodellen
- „Facebooks heimliche Währungsreform“ (Handelsblatt)?:
Umstellung des Credit-System auf Echtwährung
- Aktuell im Beratungsalltag:
Jugendliche mit horrenden Rechnungen für Online-Spiele



Forderungen:

- Privacy By Default
- Verbandsklagebefugnis der Verbraucherzentralen
- Tätigkeit oder Zielrichtung eines Internetdienstes als Anknüpfungspunkt für die Anwendbarkeit von nationalen und europäischen Datenschutzstandards
- Schaffung von Möglichkeiten zur Durchsetzung europäischer Datenschutzstandards (internationale Abkommen)
- Anpassung der Datenschutzvorschriften an die technische Entwicklung statt Selbstverpflichtungen der Internetbranche

Aktivitäten der Verbraucherzentralen

- Schwerpunkt der Verbraucherzentrale SH: Aufklärung und Information – auch an Schulen
- Rechtliche Tätigkeiten des vzbv: Abmahnungen und begleitende Öffentlichkeitsarbeit sowie Internetplattform www.surfer-haben-rechte.de
- Informationen für Jugendliche der VZ NRW: www.checked4you.de



Fazit:

- Solange die Einhaltung von Datenschutzvorschriften nicht effektiv durchgesetzt werden kann, müssen Nutzer/innen sozialer Netzwerke sehr sorgfältig prüfen, welche Daten sie preisgeben.
- Ein klarer gesetzlicher Rahmen („Rote-Linien-Gesetz“) ist überfällig, die zahnlose Selbstregulierung ist gescheitert.
- Soziale Netze im Internet (d.h. Facebook) gewinnen eine vergleichbare Bedeutung (für Jugendliche) wie die Energie-, Bahn- oder Telekommunikationsinfrastruktur, deshalb brauchen sie eine Kontrollinstanz wie die Bundesnetzagentur.

Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit !

www.vz-nrw.de