



Digitale Gesellschaft e. V. ■ Groninger Str. 7 ■ 13347 Berlin

Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz  
und die Informationsfreiheit

Die Landesbeauftragten für Datenschutz  
und Informationsfreiheit

Digitale Gesellschaft e. V.  
Groninger Str. 7  
D - 13347 Berlin

(030) 450 840 18

info@digitalegesellschaft.de  
www.digitalegesellschaft.de

Berlin, 4. März 2020

## **Die Industrie für digitale Werbung verletzt die Privatsphäre der Verbraucher**

Sehr geehrte Damen und Herren Beauftragte für den Datenschutz  
und die Informationsfreiheit,

wir möchten Ihre Aufmerksamkeit auf einen am 14. Januar 2020 vom norwegischen Verbraucherrat (Norwegian Consumer Control) veröffentlichten Bericht<sup>1</sup> lenken, der sich mit den verborgenen Seiten der Datenwirtschaft auseinandersetzt. Der Bericht mit dem Titel "Out of Control" („Außer Kontrolle“) beschreibt, wie das Online-Marketing in der Werbebranche (Adtech) funktioniert. Er kommt dabei zu dem Schluss, dass das umfassende Nachverfolgen (Tracking) und das Erstellen von individuellen Profilen (Profiling), die das Herzstück des derzeitigen Ad-tech-Ökosystems bilden, von Grund auf missbräuchliche Praktiken sind, die gegen die Europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) verstoßen.

Die Menschen tragen ihre Mobiltelefone überall mit sich herum und die Geräte zeichnen Informationen über sensible Themen wie Gesundheit, Verhalten, Interessen und sexuelle Orientierung auf. Der Bericht konzentriert sich auf die persönlichen Daten, die von mobilen Anwendungen gesammelt werden, und auf das dahinter verborgene informationstechnische Ökosystem. Er wirft ein Licht auf die kommerziellen Dritten, die im Hintergrund bleiben und heimlich, still und leise unsere persönlichen Daten erhalten und auswerten. Die Analyse in dem Bericht umfasst 10 Apps aus verschiedenen Kategorien (z.B. Dating, Fruchtbarkeits-Tracking, Kinder-Apps) und identifiziert die wesentlichen Probleme:

- Persönliche Daten werden systematisch abgesaugt und von diversen Unternehmen unter fragwürdigem und falschem Verweis auf nicht anwendbare Rechtsgrundlagen und in jedem Fall ohne Wissen oder Kontrolle der Verbraucherinnen

<sup>1</sup> Siehe <https://fil.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2020/01/2020-01-14-out-of-control-final-version.pdf>

und Verbraucher verwertet. Insbesondere gilt dabei:

- o Die Unternehmen erhalten keine wirksame Einwilligung der Verbraucherinnen und Verbraucher zur Verarbeitung ihrer persönlichen Daten, auch nicht für die Verarbeitung von Daten, die unter Artikel 9 (besondere Datenkategorien) der DSGVO fallen und daher eine ausdrückliche Zustimmung erfordern.
- o Die Unternehmen erfüllen auch nicht die Voraussetzungen, um berechtigte Interessen als Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung (gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO) anführen zu können. Diese Regelung würde ohnehin keine geeignete Rechtsgrundlage für die im Bericht analysierten Verarbeitungsvorgänge darstellen. Die umfassende Profilierung und Kategorisierung von Verbraucherinnen und Verbrauchern dient nicht nur der gezielten Werbung, sondern ist auch noch in verschiedenen anderen Bereichen schädlich und zwar sowohl für die einzelnen Bürgerinnen und Bürger als auch für die Gesellschaft als Ganzes. Zu den negativen Auswirkungen gehören verschiedene Formen der Diskriminierung und der Exklusion, weit verbreiteter Betrug, Manipulation und nicht zuletzt die abschreckende Wirkung, die massive kommerzielle Überwachungssysteme sowohl auf Einzelpersonen als auch ganz allgemein auf demokratische Debatten haben können.
- Die einzelnen Personen können dem Tracking nicht ausweichen, erstens, weil sie nicht mit den notwendigen Informationen versorgt werden, um beim ersten Start der Apps eine informierte Entscheidung zu treffen, zweitens aber auch, weil ihnen als Betroffenen das Ausmaß der Verfolgung, des Datenaustauschs und der allgemeinen Komplexität des Adtech-Ökosystems unverständlich bleibt. Der Einzelne kann nicht wirklich entscheiden, wie seine persönlichen Daten gesammelt, geteilt und verwendet werden.
- Selbst wenn einzelne Bürgerinnen und Bürger umfassende Kenntnisse über die Funktionsweise der Adtech-Technologie hätten, gäbe es immer noch nur sehr begrenzte Möglichkeiten, die Datenausbeutung zu stoppen oder zu kontrollieren. Die Anzahl und Komplexität der Akteure, die am Adtech-Ökosystem beteiligt sind, ist erschütternd. Den einzelnen Personen steht so keine sinnvolle Möglichkeit zur Verfügung, sich zu wehren oder sich anderweitig zu schützen.

Aus all dem folgt, dass die im gesamten Adtech-Ökosystem stattfindende massive kommerzielle Überwachung in einem systematischen Widerspruch zu den notwendigen Rahmenbedingungen der Demokratie steht. Studien haben gezeigt, dass Individuen ihr Verhalten entsprechend verändern, wenn sie das Gefühl haben, dass ihre Handlungen erfasst werden und möglicherweise gegen sie verwendet werden können. Im System des Ad-Tracking wird im Grunde alles aufgezeichnet und für nicht vorhersehbare Zwecke nutzbar gemacht. Dies kann Folgen auf die Art und Weise haben, wie wir das Internet nutzen und darauf, ob wir bereit sind, nach bestimmten Informationen über die Arbeitsweise unserer Institutionen oder über das Handeln der Politik zu suchen. Und das ist auch der Grund, warum die kommerzielle Überwachung langfristig schwerwiegende Folgen für den Zugang der Menschen zu Informationen, für ihre Meinungsfreiheit, für die demokratischen Institutionen und für die Gesellschaft als Ganzes haben kann.

Eine massive kommerzielle Überwachung kann unsere Grundrechte und Freiheiten auch auf direktere Weise gefährden. In Ägypten zum Beispiel hat die Polizei die Dating-App Grindr eingesetzt, um Homosexuelle zu identifizieren und zu verhaften<sup>2</sup>. Wenn Standortdaten an Hunderte von Unternehmen weitergegeben werden, muss nur eines dieser Unternehmen die Daten selbst weitergeben oder gehackt werden, um Menschen in physische Gefahr zu bringen.

Auf Grundlage dieser Erkenntnisse hat der norwegische Verbraucherrat bei der norwegischen Datenschutzbehörde eine Reihe von Beschwerden gegen verschiedene Adtech-Firmen und die Dating-App Grindr eingereicht. Die nationalen Regulierungs- und Aufsichtsbehörden müssen aktive Maßnahmen ergreifen, um diese Probleme anzugehen und um durchzusetzen, dass die Adtech-Industrie ihre Arbeitsweise grundlegend ändert.

Wir hoffen, dass Sie unsere Bedenken bezüglich der in diesem Bericht angesprochenen Themen teilen. Die Untersuchung wurde in Norwegen durchgeführt, aber einige der analysierten Anwendungen (z.B. Grindr, siehe <https://de.wikipedia.org/wiki/Grindr> und dort Entstehung und Verbreitung, oder auch Tinder, siehe <https://tinder.com/?lang=de>) sind auch in Deutschland tätig, und die Adtech-Firmen, gegen die sich die Beschwerde des norwegischen Verbraucherrats wie auch von noyb<sup>3</sup> richtet, verarbeiten mit hoher Wahrscheinlichkeit auch Daten deutscher Verbraucherinnen und Verbraucher.

Wir bitten Sie daher dringend, diesen dargestellten Problemen nachzugehen und die norwegische Aufsichtsbehörde bei der Bearbeitung der Originalbeschwerden durch parallele Bemühungen innerhalb der EU zu unterstützen. Die Bedenken, die durch die kommerzielle Überwachung und die Praktiken der Adtech-Industrie aufgeworfen werden, betreffen die gesamte EU.

Über eine Rückmeldung zu Ihren geplanten Aktivitäten zu diesen Problemen möchten wir Sie bitten.

Dieses Schreiben ist in enger Zusammenarbeit der Digitalen Gesellschaft mit der Deutschen Vereinigung für Datenschutz, Digitalcourage, dem Netzwerk Datenschutzexpertise und Liberties.eu entstanden.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Elke Steven

---

<sup>2</sup> Siehe z.B. Article 19: LGBTQ ONLINE Summary Report. Apps, arrests and abuse in Egypt, Lebanon and Iran. February 2018. [https://www.article19.org/wp-content/uploads/2018/02/LGBTQ-Apps-Arrest-and-Abuse-report\\_22.2.18.pdf](https://www.article19.org/wp-content/uploads/2018/02/LGBTQ-Apps-Arrest-and-Abuse-report_22.2.18.pdf)

<sup>3</sup> Siehe <https://noyb.eu/out-of-control/?lang=de>