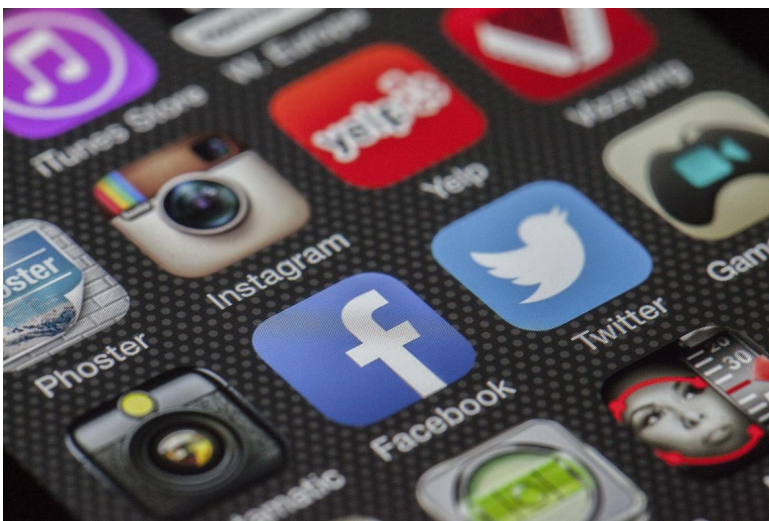


Social Media: Datenkontrolle nur eine Illusion

Seit Ende Mai ist die neue Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Kraft. Doch noch immer ist für Nutzer sozialer Medien kaum nachvollziehbar, wie ihre Daten verarbeitet werden. Das zeigt eine Untersuchung der Marktwächter der Verbraucherzentralen.



© LoboStudioHamburg - Pixabay.com

DAS WICHTIGSTE IN KÜRZE

1. Trotz neuer Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) bleiben Social-Media-Anbieter Datenkraken.
2. Datenkontrolle ist für Social-Media-Nutzer nur eine Illusion.

3. Viele der geprüften Anbieter setzen die DSGVO nicht nutzerfreundlich um.

Stand: 02.10.2018

In Deutschland sind 80 Prozent der über 14-Jährigen in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter angemeldet. Dort tauschen sie Privatfotos, Gedanken oder Infos über den Beziehungs- oder Jobstatus aus. Derart persönliche Daten liefern viele Erkenntnisse für datengetriebene Geschäftsmodelle – etwa für personalisierte Werbung. Umso wichtiger ist es für die Nutzer, genau zu wissen, wie mit ihren Daten umgegangen wird. Doch wie setzen Dienste wie Facebook, LinkedIn oder Snapchat ihre erweiterten Informationspflichten um? Wie praktizieren sie die Verpflichtung zur datenschutzfreundlichen Voreinstellung? Eine Untersuchung der Marktwächter der Verbraucherzentralen offenbart wesentliche Probleme.

Voreinstellungen sind nicht datenschutzfreundlich

Nach der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) müssen Anbieter Sozialer Medien ihre Dienste so voreinstellen, dass nur personenbezogene Daten verarbeitet werden, die für den jeweiligen Verarbeitungszweck nötig sind. Das ist gerade bei Sozialen Medien wichtig, denn nur die wenigsten Menschen nehmen Änderungen an den Standard- und Datenschutzeinstellungen vor. Die Untersuchung zeigt, dass viele der geprüften Anbieter die DSGVO in diesem Punkt nicht im Sinne eines nutzerfreundlichen Datenschutzes umgesetzt haben: So schränken nur wenige der untersuchten Sozialen Medien die Sichtbarkeit von Nutzer-Beiträgen ein. Bei den meisten Diensten sind die Nutzerbeiträge öffentlich und nicht nur für die vom Nutzer ausgewählten Kontakte sichtbar. Hier verstößt nach Ansicht der Marktwächter-Experten die Mehrheit der geprüften Anbieter gegen die DSGVO.

Datenkontrolle? Nur eine Illusion

Mit einer Ausnahme nutzen alle geprüften Anbieter personenbezogene Daten für personalisierte Werbung. In diesen Fällen werden per Voreinstellung auch Daten

verwendet, die auf der Verfolgung des Nutzer-Surfverhaltens basieren (Tracking-Daten). Dies kann der Verbraucher teilweise nachträglich einschränken. Besonders kritisch sehen es die Marktwächter, dass das Nutzer-Tracking selbst jedoch meist nicht eingeschränkt werden kann. Verbraucher können also nicht begrenzen, wie viel Anbieter über sie wissen, sondern nur, inwieweit sie dieses Wissen aktuell nutzen dürfen. Es handelt sich aus unserer Sicht also lediglich um eine Illusion von Kontrolle.

Überhaupt zeigt die Analyse, dass die meisten der geprüften Anbieter noch immer Datenkraken sind: So fordern mit nur zwei Ausnahmen alle Dienste ihre Nutzer dazu auf, Daten ihrer Kontakte aus dem Adressbuch zu übertragen. Dabei wird zum Beispiel durch wiederholte Aufforderungen und die dort enthaltenen Formulierungen suggeriert, dass der Zugriff auf die Kontakte für den Dienst allgemein nötig sei. Durch die Übertragung des Adressbuchs können auch Daten von Nutzern an Anbieter weitergegeben werden, die hiermit nicht unbedingt einverstanden sind, weil sie sich zum Beispiel bewusst gegen einen Dienst entschieden haben.

Klare Informationen sehen anders aus

Auch das Ergebnis der Prüfung der Datenschutzerklärungen lässt zu wünschen übrig. Beispielsweise finden Nutzer bei der Dauer der Datenspeicherung meist nur unklare Formulierungen: Ein Anbieter spricht etwa von Informationen, die „unterschiedlich lange...“ gespeichert werden. Und beim Thema Datenweitergabe werden überwiegend keine genauen Empfänger genannt, sondern allgemeine Kategorien wie beispielsweise „Personen“, „Unternehmen“ oder „Dritte“.

Nutzer müssen auch darüber aufgeklärt werden, welche Rechte sie gegenüber dem Anbieter haben. Sie können bei Facebook und Co. etwa erfragen, welche personenbezogenen Daten von ihnen gespeichert sind. Über dieses Auskunftsrecht werden die Nutzer aber von einigen der geprüften Anbieter nicht hinreichend klar und deutlich informiert.

Über die Untersuchung

Untersucht wurden acht Dienste Sozialer Medien (Facebook, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, Twitter, WhatsApp, YouTube/Google), deren Apps im Erhebungszeitraum vom 15.06. bis 04.07.2018 installiert wurden. Alle Ergebnisse beziehen

sich auf die Beobachtungen aus diesem Zeitraum. Weitere inhaltliche und methodische Details zu der Studie sind nachzulesen auf der Internetseite der Marktwächter.

Über die Marktwächter Digitale Welt

Der Marktwächter Digitale Welt ist ein Frühwarnsystem mit dem der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) und die Verbraucherzentralen den digitalen Markt aus Perspektive der Verbraucher beobachten und analysieren. Grundlage für diese Arbeit sind Verbraucherbeschwerden, empirische Untersuchungen und ein interaktives Onlineportal. Mit dem Marktwächter Digitale Welt können auch Aufsichts- und Regulierungsbehörden wie zum Beispiel die Bundesnetzagentur (BNetzA) bei ihrer Arbeit unterstützt werden. Der Marktwächter Digitale Welt setzt sich aus fünf Schwerpunkt-Verbraucherzentralen zusammen, die jeweils ein Handlungsfeld des digitalen Marktes näher untersuchen: Bayern – Digitale Dienstleistungen, Brandenburg – Digitaler Wareneinkauf, Nordrhein-Westfalen – Nutzergenerierte Inhalte, Rheinland-Pfalz – Digitale Güter und Schleswig-Holstein - Telekommunikationsdienstleistungen. Der Marktwächter Digitale Welt wird finanziell gefördert durch das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz (BMJV).

© Verbraucherzentrale Hamburg e. V.

<https://www.vzhh.de/themen/telefon-internet/datenschutz/social-media-datenkontrolle-nur-eine-illusion>