

BIG Data contra Datenschutz?

Beispiel: Anreichern der CRM-Daten durch
Internetinformationen

Bird & Bird
IT Law Camp
07.03.2015

Dr. Tobias Hemler
General Counsel
DACH/TravelTainment
Amadeus Germany GmbH

1. CRM-Datenbank

❖ CRM-Tool

- Automatisierte Datenverarbeitung: §§ 1 II Nr. 3 BDSG
- Datenbeschaffung: § 3 III BDSG
- Datenverarbeitung: § 3 IV BDSG
- Datennutzung: § 3 V BDSG
- Verantwortliche Stelle: § 3 VII BDSG

2. Rechtmäßigkeit

→ Einwilligung (§ 4 I BDSG)

↳ Wirksamkeitserfordernis (§ 4 a BDSG)

→ Erlaubnis durch Gesetz

↳ Nutzung im Rahmen der Zweckbindung (§ 28, 29 BDSG)

→ Zweck: Vertragserfüllung, aber auch: Werbung, Marketing

→ Grenzen:

- Erforderlichkeit (sonst Löschung)
- Transparenz (welche Daten werden wo gespeichert)

Häufiges Problem:

- Veränderte Geschäftszwecke sind nicht von bestehender Einwilligung abgedeckt
oder:
 - Veränderung liegt außerhalb des Geschäftszwecks
- Nutzung zu Werbezwecken im Rahmen des offensichtlichen Produktportfolios
- Ohne ausdrückliche Einwilligung nur im Rahmen des Listenprivilegs, z. B. Kundenlisten (§ 28 III S. 2 BDSG)

3. Erhebung weiterer Daten möglich?

→ Speicherung von anderen Daten möglich
(§ 28 III S. 3 BDSG)

Voraussetzung: zugespeicherte Daten sind
ihrerseits rechtmäßig erworben

- ↳ Zustimmung der Betroffenen zum Adresshandel
- ↳ Öffentliche Quellen (Adressverzeichnisse, Telefon-, Branchenverzeichnisse)

4. Quellen für hinzugespeicherte Daten

- Blogs, Communities (öffentliche Quellen)
- Voraussetzung: allgemein zugängliche Quelle



Keine offensichtlichen schutzwürdigen
Interessen des Betroffenen

Wichtig: Keine Einzelfallprüfung, wenn
nicht offensichtliche Interessen vorliegen

→ § 28 I S. 1 Nr. 3 BDSG (Erlaubnis)

→ Daten aus Social Media Plattformen

a) Öffentliche Daten: → vergleiche vorstehend

b) Nicht öffentlich freigegebene Daten:

→ Keine Erlaubnis nach § 28 I S. 1 Nr. 3 BDSG

c) Weitere Restriktionen, die zu beachten sind:

→ Fotos, Texte, Logos, Musik sind urheberrechtlich geschützt

→ Das Fehlen von Sperrungen durch den Content-Inhaber kann als Zustimmung im Einzelfall gewertet werden

→ Datenbankherstellerrecht

Problematisch, wenn 10 % deutlich überschritten würden (Rechtsprechung ist zwischen 10 % und 75 % nicht trennscharf, so können kleinere fortgesetzte Entnahmen auch schon reichen [BGH, CR 2011, 499])

- ⇒ Wenn nur bestimmte Daten zu bestimmten Personen übernommen werden:
 - ⇒ unproblematisch
- ⇒ Programmierung sollte massive und wiederholte systematische Datenübernahmen vermeiden

→ Virtuelles Hausrecht

a) Nutzungs-AGB der Plattform, die das automatisierte Auslesen verbietet

Ⓟ Kein Zugang, weil Robotik nicht lesen kann (h. M.)

b) Technische Zugriffsbeschränkungen

→ Robots.txt-Datei

Umgehungssoftware ist rechtswidrig

⇒ Technische Zugriffsbeschränkungen machen den Willen des Plattformbetreibers erkennbar (BGH NJW 2011, 3448; BGH GRUR 2003, 958; OLG Frankfurt, MMR 2009 400)

Rechtsfolge: – Unterlassung als Störer
– Schadenersatz nach Lizenzanalogie

Durchschnittsstreitwert: 1 Mio Euro

5. Zwischenfazit

- datenschutz-, urheber- und hausrechtlich kann die
Zuspeicherung aus öffentlichen Quellen in das CRM-
System erlaubt sein

6. Kritische Stimmen

Zulässigkeit von umfassenden Kundenprofilen wird teilweise als kritisch gesehen

- Prüfen der schutzwürdigen Interessen der Betroffenen
 - Ja, weil gläserner Kunde per se als kritisch zu sehen ist
 - Nein, weil Kunde an personalisierten Leistungen interessiert ist
 - Nein, weil Kunde im Einzelfall widersprechen kann

7. Art der Daten spielt größte Rolle

Subjektive persönliche Einschätzung:

- Adressen, unkritisches Interesse für Werbung: ⊕
- Rückschlüsse auf Gesundheit, Straftaten, Owi, Behinderungen: ⊖
- Umstritten: Wirtschaftliche Verhältnisse für Werbezwecke

8. Hinweis- und Auskunftspflichten gegenüber dem Betroffenen

→ Datenverarbeitung nicht bereits durch Rechtsvorschrift legitimiert

Transparenz → Identität der verantwortlichen Stelle
 → Zweckbestimmung der Erhebung

→ Unvollständige Information führt zur Unwirksamkeit der Zustimmung

9. Hilft Verlagerung in das EU-Ausland?

- Keine Niederlassung in Deutschland
- Gleiches EU-Datenschutzniveau
- Vorteil: Praxis und Auslegung in manchen Ländern (z. B. Irland) unternehmerfreundlicher

10. Unternehmerische Risiken bei Big Data-Investitionen?

- Neue EU-Datenschutz-Grundverordnung
 - Privacy Impact Assessment
 - Datenschutzfolgeabschätzung bei Big Data Projekten
(datenschutzspezifische Folgenabschätzung bei risikobehafteter Datenverarbeitung)
 - Abwägung zwischen Risiken für die Rechte der Betroffenen und Notwendigkeit der Datenverarbeitung
 - Vorlagepflicht an Datenschutzbehörde
 - Verbandsklagerecht

11. Bußgelder nach künftiger EU-Grundverordnung

Bis 100 Mio oder 5 % Konzernumsatz
(je nachdem, was höher ist)

Fragen



_____ Danke

Folgen Sie uns auf:
Amadeus Germany



de.amadeus.com

AMADEUS

1. CRM – Das Kundenmanagement-Tool

