

DIE EUROPÄISCHE DATENSCHUTZGRUNDVERORDNUNG

Die wichtigsten Regelungen im Überblick

Am 24. Mai 2016 trat nach mehr als vierjähriger Verhandlung die europäische Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) in Kraft. Nach Ablauf einer zweijährigen Übergangsfrist wird sie die Europäische Datenschutzrichtlinie aus dem Jahr 1995 ablösen und ab dem 25. Mai 2018 in allen EU-Mitgliedsstaaten – und teilweise auch darüber hinaus – unmittelbar anwendbar sein.

Aus Verbrauchersicht ist die DSGVO zu begrüßen. Zwar schreibt die DSGVO in weiten Teilen lediglich das bestehende Recht fort, dennoch gibt es zahlreiche Neuerungen, die – auch für Unternehmen – einen echten Mehrwert darstellen, wie beispielsweise die europaweite Harmonisierung des Rechts und die Einführung des Marktortprinzips. Ferner wurde die Rechtsdurchsetzung gestärkt, wodurch bereits jetzt zu erkennen ist, dass der bisher oft vernachlässigte Datenschutz nun als wichtiges und ernstes Thema anerkannt wird.

Dennoch enthält die Verordnung auch schwache und höchst vage Bestimmungen, um deren Auslegung in den kommenden Jahren ein heftiger Streit entbrennen wird. An vielen Stellen ist außerdem erkennbar, dass es sich bei dem finalen Text um einen politischen Kompromiss handelt, der nicht immer stringent ist oder wichtige Fragen auf die Ebene der EU-Mitgliedsstaaten verlagert. Ohnehin liegt eine große Verantwortung dafür, ob die DSGVO ein Erfolg werden wird, in den Händen der Mitgliedsstaaten. Diese sind beispielsweise für die Ausstattung der Datenschutzaufsichtsbehörden verantwortlich, die naturgemäß eine wesentliche Rolle in der Rechtsdurchsetzung einnehmen und darüber hinaus für die EU-weit einheitliche Auslegung der Regelungen Sorge tragen müssen.

Insgesamt kann aber festhalten werden, dass die DSGVO und die kommende ePrivacy-Verordnung¹ wichtige Bausteine sind, um das in den vergangenen Jahren verlorengegangene Vertrauen der Verbraucherinnen und Verbraucher² in die digitale Gegenwart und Zukunft wieder herzustellen. Dieses Vertrauen wird mittelfristig eine Grundbedingung dafür sein, dass sich die Chancen der Digitalisierung in vollem Umfang realisieren lassen.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) hat die wichtigsten Regelungen aus Verbrauchersicht zusammengefasst und bewertet:

¹ Die ePrivacy-Verordnung soll die Privatsphäre und Vertraulichkeit in der elektronischen Kommunikation sicherstellen und befindet sich derzeit im Gesetzgebungsprozess.

² Die gewählte männliche Form bezieht sich stets auf weibliche und männliche Personen. Wir bitten um Verständnis für den Verzicht auf Doppelbezeichnungen zugunsten einer besseren Lesbarkeit des Textes.

POSITIV: HARMONISIERUNG UND RÄUMLICHER ANWENDUNGSBEREICH

Von der Verordnung erfasst ist jede Verarbeitung von personenbezogenen Daten durch ein in der EU ansässiges Unternehmen – unabhängig davon, ob sie tatsächlich in der EU stattfindet. Aber auch wenn ein Unternehmen nicht in der EU niedergelassen ist, fällt jede Verarbeitung von personenbezogenen Daten von betroffenen Personen aus der EU in den Anwendungsbereich der Verordnung, wenn diesen Waren oder Dienstleistungen angeboten werden oder ihr Verhalten beobachtet wird. Auch unentgeltliche Angebote sind von dieser Regelung erfasst.

Die EU-weite Harmonisierung stellt mit Sicherheit den größten Gewinn der DSGVO für europäische Verbraucher, aber auch für Unternehmen dar. Ganz im Geiste eines einheitlichen europäischen Binnenmarkts senkt die Harmonisierung der Datenschutzregelungen Kosten für Unternehmen und schafft Rechtssicherheit. Gleichzeitig wird durch die europaweit einheitliche Anwendung künftig verhindert, dass Unternehmen mit ihrem Firmensitz in die EU-Länder mit dem niedrigsten Datenschutzniveau ausweichen können. In der Vergangenheit war dies eine der größten Hürden für europäische Verbraucher bei der Durchsetzung ihrer Rechte.

Das Marktortprinzip schafft darüber hinaus Klarheit, welches Recht gegenüber internationalen Unternehmen ohne Sitz in Europa anwendbar ist. Die DSGVO schafft damit – gerade in der digitalen Welt mit ihren grenzüberschreitenden Angeboten – gleiche Bedingungen für alle Marktakteure.

Jedoch enthält die Verordnung eine Reihe von Regelungsspielräumen für die Mitgliedsstaaten, die von den nationalen Gesetzgebern bisher auch in unterschiedlicher Intensität wahrgenommen wurden. Zwar dürfen die Mitgliedsstaaten im Rahmen der Regelungsspielräume grundsätzlich nicht hinter dem Schutzniveau der DSGVO zurück bleiben oder über dieses hinausgehen, sondern lediglich die Vorgaben spezifizieren. Dennoch bergen sie die Gefahr der erneuten Zersplitterung der europäischen Rechtslandschaft.

NEUTRAL: ZWECKBINDUNG

Personenbezogene Daten dürfen nur für festgelegte, eindeutige und legitime Zwecke erhoben werden. Außerdem dürfen sie grundsätzlich nicht in einer mit diesen Zwecken unvereinbaren Weise weiterverarbeitet werden.

Eine Änderung des Verarbeitungszwecks ist jedoch erlaubt, wenn der ursprüngliche Zweck mit dem neuen / veränderten Zweck vereinbar ist. Die Kriterien, die für diese Prüfung herangezogen werden müssen, sind die Verbindung zwischen den Verarbeitungszwecken, der Zusammenhang der Datenerhebung (insbesondere das Verhältnis zwischen dem Unternehmen und dem Verbraucher), die Art der Daten (sind es sensible Daten?), die möglichen Folgen für den Verbraucher sowie getroffene Sicherheitsmaßnahmen (werden die Daten beispielsweise pseudonymisiert oder verschlüsselt?).

Eine Zweckänderung ist auch zu unvereinbaren Zwecken möglich, wenn der Verbraucher einwilligt. Außerdem ist eine Weiterverarbeitung ferner „für im öffentlichen Interesse liegende Archivzwecke, für wissenschaftliche oder historische Forschungszwecke oder für statistische Zwecke“ erlaubt.

Problematisch aus Sicht des vzbv ist, dass die Kriterien für die Zweckänderung recht unbestimmt sind und erst noch beweisen müssen, dass sie einen angemessenen Ausgleich zwischen den Interessen der Verbraucher sowie legitimen Geschäfts- und Forschungsinteressen ermöglichen. Insbesondere der letzte Punkt darf sich nicht zu einem Einfallstor für unlautere Praktiken entwickeln und unter dem Deckmäntelchen der Forschung und Statistik möglicherweise auch „Facebook-Experimente“, statistische Analysen zu Werbezwecken oder ähnliches legitimieren.

POSITIV: DATENMINIMIERUNG

Eine Verarbeitung von personenbezogenen Daten darf nur in dem Umfang erfolgen, der notwendig ist, um den angestrebten Zweck zu erfüllen. Insbesondere soll der Zeitraum der Datenspeicherung strikt minimiert werden, beispielsweise durch Lösch- und Anonymisierungsfristen oder regelmäßige Überprüfungen, ob die Daten noch notwendig sind.

Datenminimierung bedeutet demnach, dass personenbezogene Daten verarbeitet werden dürfen, die für einen bestimmten und legitimen Geschäftszweck erforderlich sind. Kurz gesprochen: Alle für den Zweck notwendigen Daten, dürfen unter einer entsprechenden Rechtsgrundlage auch verarbeitet werden. Auf der anderen Seite verhindert die Datenminimierung ein Sammeln von Daten auf Vorrat, ohne dass ein eindeutiger Zweck festgelegt ist. Das Prinzip der Datenminimierung ist somit ein Ausdruck der Erforderlichkeit und eng an die Zweckbindung gebunden. Die Zweckbindung wiederum ist nicht nur in der DSGVO; sondern auch in Artikel 8 der EU-Grundrechtecharta festgeschrieben. Einschränkungen dieser Prinzipien – wie sie im Gesetzgebungsprozess und auch danach immer wieder gefordert werden³ – würden also nicht nur den Grundgedanken des Datenschutzes sowie den geltenden Datenschutzgesetzen widersprechen, sondern auch die EU-Grundrechtecharta in Frage stellen.

NEUTRAL: EINWILLIGUNG

Im Gesetzgebungsprozess konnte man sich nicht darauf verständigen, dass eine Einwilligung künftig „ausdrücklich“ eingeholt werden muss. Lediglich bei der Verarbeitung von sensiblen Daten oder automatisierten Einzelfallentscheidungen ist zukünftig eine ausdrückliche Einwilligung vorgeschrieben.

Dennoch wurden die Rahmenbedingungen für die Einwilligungshandlung gestärkt: Es muss sich um eine klare bestätigende Handlung handeln, die unmissverständlich und ohne Zwang für den konkreten Fall und in Kenntnis der Sachlage erteilt wird. Ein schriftliches Statement, ein Klicken eines Feldes, aber auch eine technische Einstellung (zum Beispiel im Internetbrowser) können als eine solche Einwilligung gelten. Stillschweigen oder Einwilligungen über vorangeklickte Felder sind nicht ausreichend. Auch muss eine Einwilligung genauso einfach zurückgezogen werden

³ So sprachen sich im Jahr 2016 unter anderem Bundeskanzlerin Merkel sowie die ehemaligen Bundesminister Dobrindt und Gabriel dafür aus, den Grundsatz der Datensparsamkeit zu überdenken

können, wie sie erteilt wurde. Positiv ist zu bewerten, dass die Beweispflicht einer gültigen Einwilligungserteilung beim Unternehmen liegt.

Außerdem darf ein Vertrag oder Dienstangebot zukünftig nicht mehr an die Einwilligung in Datenverarbeitungen gekoppelt werden, die für die Erfüllung des Vertrags nicht notwendig sind. Nach Auslegung der Artikel-29-Datenschutzgruppe kann demnach von einer freiwilligen Einwilligung nur ausgegangen werden, wenn der Betroffene eine echte Wahl hat, also wenn es keinen Zwang oder Druck zur Einwilligung gibt und wenn keine negativen Folgen, wie beispielsweise erhebliche Mehrkosten, drohen.⁴

Die Stärkung der Einwilligung durch die DSGVO ist zu begrüßen. In der Vergangenheit war es oftmals strittig, inwieweit beispielsweise durch eine implizite Einwilligung eine rechtskonforme Zustimmung zu einer Datenverarbeitung eingeholt werden konnte. Insbesondere durch die mangelnde Verständlichkeit von Datenschutzerklärungen, Take-it-or-leave-it-Ansätze (bei denen Verbraucher mit einer Einwilligung pauschal einer Vielzahl von Verarbeitungen zustimmen sollten), datenschutzunfreundlichen Voreinstellungen sowie Lock-in- und Netzwerkeffekte war fraglich, inwieweit die Einwilligung tatsächlich eine echte Wahlfreiheit beinhaltet. Diesen Problemen soll mit der DSGVO begegnet werden.

NEGATIV: INTERESSENABWÄGUNG

Eine Verarbeitung von personenbezogenen Daten kann auch rechtmäßig sein, wenn sie erforderlich ist, um ein berechtigtes Interesse eines Unternehmens oder eines Dritten zu wahren – sofern die Interessen des Verbrauchers nicht überwiegen und seine vernünftigen Erwartungen, die auf seinem Verhältnis zum Unternehmen beruhen, erfüllt werden. Dies könnte zum Beispiel der Fall sein, wenn die betroffene Person ein Kunde des Unternehmens ist.

Als besonders kritisch wertet der vzbv hier, dass das – in der Verordnung nicht definierte – „Direktmarketing“ ein berechtigtes Interesse sein kann, für das keine Einwilligung notwendig ist. Insgesamt ist diese Vorschrift noch auslegungsbedürftig, besonders hinsichtlich des neuen Konstrukts der „vernünftigen Erwartungen des Verbrauchers“. So vertreten Teile der Werbewirtschaft die Auffassung, dass es durchaus eine Erwartung der Verbraucher sei, dass ihre Daten zu Werbezwecken an Dritte Unternehmen weitergegeben bzw. im Rahmen des Adresshandels verkauft werden oder dass ihre Interessen und Verhaltensweisen im Internet über verschiedene Webseiten hinweg erfasst, analysiert und kommerzialisiert werden. Daten- und Verbraucherschützer teilen diese Einschätzung nicht.⁵

Positiv hervorzuheben ist an dieser Stelle, dass der Verbraucher weiterhin jederzeit unentgeltlich der Verarbeitung seiner Daten für Zwecke der Direktwerbung und einer damit in Verbindung stehenden Profilbildung widersprechen kann, ohne diesen Wunsch begründen zu müssen. Auf dieses Recht muss der Verbraucher spätestens

⁴ WP29 Guidelines on Consent under Regulation 2016/679 (wp259rev.01); 16.04.2018; Seite 7

⁵ Siehe Positionsbestimmung der Konferenz der unabhängigen Datenschutzbehörden des Bundes und der Länder zur Anwendbarkeit des TMG für nicht-öffentliche Stellen ab dem 25. Mai 2018; 26.04.2018

zum Zeitpunkt der ersten Kommunikation ausdrücklich und verständlich hingewiesen werden.

NEUTRAL: TRANSPARENZ / INFORMATION DER NUTZER / AUSKUNFTSRECHT

Unternehmen sind verpflichtet, in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache und grundsätzlich kostenlos zu erklären, welche personenbezogene Daten aus welchen Quellen zu welchen Zwecken sie verarbeiten und an wen diese weitergegeben werden. Erfolgt die Verarbeitung auf Basis eines berechtigten Interesses, muss dieses Interesse benannt werden.

Außerdem muss der Verbraucher Informationen darüber erhalten, ob automatisierte Einzelfallentscheidungen (Profilbildung) auf ihn Anwendung finden, welcher Logik sie folgen und welche Folgen sie haben können.

Ebenso müssen die Unternehmen Löschfristen und Kriterien benennen und auch über Berichtigungs-, Lösch- und Widerspruchsrechte informieren. Außerdem müssen sie darüber aufklären, ob die Angabe der Daten erforderlich oder freiwillig ist.

Wie bisher hat der Verbraucher außerdem das Recht auf Auskunft über die ihn betreffende Verarbeitung, wie beispielsweise Zweck, Herkunft und Kategorien der Daten, mögliche Empfänger sowie die Dauer der Verarbeitung. Außerdem hat er ein Anrecht auf eine Kopie seiner Daten.

Die Verordnung eröffnet außerdem die Möglichkeit, dass Unternehmen mit standardisierten und maschinenlesbaren Symbolen Datenschutzerklärungen vermitteln. Der vzbv bedauert, dass der Einsatz der Datenschutzsymbole lediglich auf freiwilliger Basis erfolgen soll. Sollten sie sich aber dennoch in der Praxis durchsetzen, könnten sie zu einer deutlichen Verbesserung der Transparenz von Datenschutzerklärungen führen.

Zu begrüßen sind die gestiegenen Anforderungen an die Verständlichkeit der Datenschutzerklärungen. Fraglich ist jedoch dennoch, ob die Vorschriften zu einer substantiellen Verbesserung des Status Quo führen werden. Viele der Vorgaben entsprechen den bestehenden Regelungen, nur an wenigen Stellen wurden diese konkreter gefasst. Die Informationspflichten zu automatisierten Einzelfallentscheidungen sind schwach ausgefallen.

Als problematisch könnte sich die Frage erweisen, wie in der Praxis abseits von Online-Umgebungen oder stark formalisierten Erhebungen von personenbezogenen Daten die Informationspflicht zum Zeitpunkt der Datenerhebung ausgestaltet werden kann, ohne sich für Verbraucher und Unternehmen als impraktikabel zu erweisen, beispielsweise bei telefonischen Erstkontakten oder wenn im persönlichen Gespräch personenbezogene Daten erfasst werden.

NEUTRAL: DATENÜBERTRAGBARKEIT

Im Fall der Verarbeitung von personenbezogenen Daten auf Basis einer Einwilligung oder zur Erfüllung eines Vertrags haben Verbraucher in Zukunft das Recht, die Daten, die sie zur Verfügung gestellt haben, in einem üblichen Format zu erhalten, um sie an andere Unternehmen zu übertragen. Wo möglich, soll die Übertragung direkt an ein anderes Unternehmen ermöglicht werden.

Diese Vorschriften sollen nicht zur Anwendung kommen, wenn die Datenverarbeitung auf Grundlage eines berechtigten Interesses stattfindet. Auch ist dieses Recht auf diejenigen Daten beschränkt, die der Verbraucher zur Verfügung gestellt hat.

Ziel der Regelung ist, den sogenannten Lock-In-Effekt zu adressieren. Dieser erschwert es den Kunden, aufgrund von Wechselkosten und sonstiger Barrieren, wie etwa Netzwerkeffekte, ein Produkt oder einen Anbieter zu wechseln. Mit der Datenübertragbarkeit soll also der Wettbewerb auf digitalen Märkten gestärkt werden. Jedoch ist fraglich, ob das Recht insbesondere in Bezug auf Kommunikationsplattformen und soziale Netzwerke – die ursprünglich im Fokus des Kommissionsvorschlags lagen – aufgrund mangelnder Interoperabilität vieler Plattformen Wirkung entfalten wird.

Das neue Recht hat aber eine zweite Dimension: Denn gleichzeitig formuliert es eine Art positives Verfügungsrecht des Verbrauchers über seine Daten. Dadurch, dass der Nutzer eines Dienstes die von ihm bereitgestellten Daten in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format erhalten kann, erhält er auch gleichzeitig neue Möglichkeiten, die Daten selbst für seine eigenen Zwecke zu verarbeiten bzw. verarbeiten zu lassen. Aufbauend auf diesem Recht sind viele neue Angebote und Geschäftsmodelle denkbar, bei denen Verbraucher die erhaltenen Daten selbst analysieren oder von Dritten analysieren lassen können, um sich beispielsweise mit Hilfe von Vergleichsportalen individualisierte Angebote erstellen zu lassen. Dementsprechend beinhalten „personenbezogene Daten, die die betroffene Person bereit gestellt hat“ nicht nur Daten, die Verbraucher aktiv in ein System eingeben – beispielsweise indem sie ein Formular ausfüllen – sondern auch personenbezogene Daten, die die Verbraucher durch die Nutzung von Angeboten und Diensten im Hintergrund generieren.

Dennoch bleiben im Hinblick auf beide genannten Dimensionen des Rechts viele Abgrenzungsprobleme und Fragen offen, beispielsweise hinsichtlich der Betroffenheit Dritter, der praktischen technischen Umsetzung oder der Frage, inwieweit ein neuer Anbieter bei der Übertragung der Daten mitwirken muss. Insofern muss sich der tatsächliche Nutzen dieser Vorschriften erst noch erweisen.

NEGATIV: AUTOMATISIERTE ENTSCHEIDUNGEN UND PROFILBILDUNG

Ein Verbraucher hat das Recht, keiner ausschließlich auf einer automatisierten Verarbeitung beruhenden Entscheidung unterworfen zu werden, die rechtliche Wirkung entfaltet oder ihn signifikant beeinträchtigt – es sei denn, es gibt eine gesetzliche Erlaubnis oder sie ist für die Erfüllung eines Vertrags notwendig oder der Verbraucher hat explizit eingewilligt.

Die Verordnung schreibt vor, dass Unternehmen geeignete mathematische oder statistische Methoden verwenden und Maßnahmen treffen sollen, um Fehler zu minimieren und Diskriminierung aufgrund von Rasse, ethnischer Herkunft, politischer Meinung, Religion oder Weltanschauung, Gewerkschaftszugehörigkeit, genetischer Anlagen oder Gesundheitszustand sowie sexueller Orientierung zu verhindern. Diese Ergänzung findet sich allerdings nur in den Erwägungsgründen der Verordnung, was sie wiederum schwächt.

Der Verbraucher hat außerdem ein Recht auf menschliche Intervention, Erklärung und Anfechtung der Entscheidung – erst in der Praxis wird sich aber zeigen, inwieweit diese Regelung eine ausgleichende Rolle spielen wird.

Die Bildung von Profilen als solche (ohne eine Entscheidung, die rechtliche Wirkung entfaltet oder Verbraucher signifikant beeinträchtigt) wird als „normale“ Datenverarbeitung angesehen, bei der die genannten Anforderungen keine Anwendung finden. Die Analyse, Bewertung und Vorhersage von Aspekten wie Arbeitsleistung, wirtschaftliche Lage, persönliche Vorlieben, Interessen, Zuverlässigkeit, Verhalten oder Aufenthaltsort unterliegen also keinem gesonderten Schutz.

Insgesamt sind die Regelungen zu automatisierten Entscheidungen und zur Profilbildung schwach ausgefallen. Einer Profilbildung werden nur unscharfe Grenzen gesetzt, obwohl diese oftmals ein hohes Risiko für die Verbraucher darstellen kann. So ist unklar, ab wann eine „signifikante Beeinträchtigung“ gegeben ist. Ob beispielsweise die Nachverfolgung der Interessen der Verbraucher im Internet und darauf basierende Werbung darunter fällt, ist vom Einzelfall abhängig. Zum Beispiel sieht die Artikel-29-Datenschutzgruppe solche „signifikante Beeinträchtigung“ gegeben, wenn einem Menschen in finanziellen Schwierigkeiten regelmäßig Werbung für hochverzinsliche Darlehen angezeigt wird, das ihn in weitere Schulden stürzen könnte.⁶

Strittig ist außerdem, inwieweit beispielsweise das Kredit scoring als eine „ausschließlich auf einer automatisierten Verarbeitung beruhenden Entscheidung“ zu betrachten ist. Denn die Entscheidung, ob ein Kredit gewährt wird, würde häufig von dem entsprechenden Bankmitarbeiter getroffen werden. Die Artikel-29-Datenschutzgruppe betont zwar, dass eine menschliche Mitwirkung nur gegeben sei, wenn es sich dabei nicht lediglich um eine symbolische Geste handelt und die Person über die Autorität und Kompetenz verfügt, die Entscheidung zu ändern.⁷ Dennoch zeigt dieses Beispiel, dass die Regelungen zu automatisierten Entscheidungen und zur Profilbildung noch stark auslegungsbedürftig sind.

POSITIV: VERBANDSKLAGERECHT

Die Verordnung führt ein Verbandsbeschwerde- und klagerecht ein. Nichtregierungsorganisationen, die im öffentlichen Interesse handeln und deren

⁶ WP29 Guidelines on Automated individual decision-making and Profiling for the purposes of Regulation 2016/679 (wp251rev.01); 13.02.2018; Seite 22

⁷ WP29 Guidelines on Automated individual decision-making and Profiling for the purposes of Regulation 2016/679 (wp251rev.01); 13.02.2018; Seite 21

satzungsgemäßes Ziel der Datenschutz ist, können in Zukunft von Verbrauchern beauftragt werden, eine Beschwerde bei einer Datenschutzbehörde einzureichen und gegen Unternehmen klagen. Dies schließt das Erstreiten von Schadensersatz mit ein, wenn es entsprechende nationale Regelungen dafür gibt.

Darüber hinaus können Mitgliedsstaaten Regelungen schaffen, nach denen oben genannte Organisationen aus eigenem Antrieb klagen dürfen. Das Erstreiten von Schadensersatz ist hierbei allerdings ausgeschlossen. Eine solche mitgliedstaatliche Regelung ist die neue Fassung des deutschen Unterlassungsklagengesetzes, wie es Ende des Jahres 2015 verabschiedet wurde.

Die Möglichkeit für Verbraucherschutzverbände, das Recht auf einen gerichtlichen Rechtsbehelf im Namen einer betroffenen Einzelperson wahrnehmen zu können, ist ein wichtiger Schritt nach vorne. In den vergangenen Jahren ließ sich eine steigende Anzahl Verstöße gegen Datenschutzbestimmungen beobachten. Viele Verbraucher sind jedoch nicht in der Lage ihre Ansprüche ohne Hilfe gegenüber den Unternehmen erfolgreich, gegebenenfalls gerichtlich, durchzusetzen. Oftmals ist außerdem der schwer zu beziffernde Schaden für den Einzelnen zu gering, als dass es für ihn sinnvoll wäre, die Mühen und Kosten eines langwierigen Gerichtsverfahrens auf sich zu nehmen. Nichtsdestoweniger handelt es sich bei vielen dieser Verstöße um Massenphänomene, von denen eine Vielzahl von Verbrauchern betroffen ist.

POSITIV: GELDBUßEN

Die Geldbußen, die bei Verstößen verhängt werden können, sind durch die Verordnung deutlich erhöht worden. Verstößt ein Unternehmen gegen seine Pflichten, können die Strafen bis zu zehn Millionen Euro oder zwei Prozent des Weltjahresumsatzes des Unternehmens betragen, je nachdem, was im konkreten Fall höher wäre.

Strafen bei Verstößen gegen Grundsätze der Verordnung oder die Rechte von Betroffenen können bis zu 20 Millionen Euro oder vier Prozent des Weltjahresumsatzes des Unternehmens betragen – wieder je nachdem, was im Einzelfall höher ist.

Kontakt

*Verbraucherzentrale
Bundesverband e.V.*

*Team
Digitales und Medien*

*Markgrafenstraße 66
10969 Berlin*

digitales@vzbv.de