



**Dr. Philipp Kramer**  
Chefredakteur  
Datenschutz-Berater

## „Darum handelt mit Augenmaß“

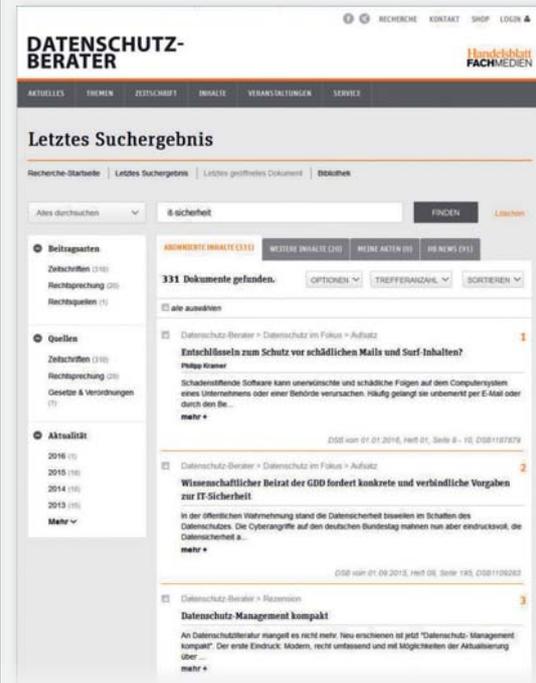
In Deutschland hat das Landgericht Düsseldorf am 09.03.2016 einem Peek & Cloppenburg-Unternehmen die Verwendung des wie üblich eingesetzten Like-Buttons von Facebook auf [www.fashionid.de](http://www.fashionid.de) untersagt (siehe DSB 04/2016, Seite 90). Auch wenn hier Rechtsmittel eingelegt worden ist, ist zu beachten, dass sich andererseits Payback bei der gleichen Streitfrage nun doch mit der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen geeinigt hat. Die Internetnutzer staunen, mit welchen Themen sich Gerichte beschäftigen. Denn sie müssen zur Kenntnis nehmen, was heute bereits beim Umgang mit personenbezogenen Daten möglich ist. So wird beispielsweise der US-Wahlkampf gegenwärtig online mit Wähleradressen betrieben. Dabei ermittelt man, auf welche politische Ansprache ein bestimmter Wähler am besten reagiert. Zum Einsatz kommen beispielsweise Daten aus Datenbanken von Einzelhandelsketten, Kreditkartenfirmen, Verlagen etc., um den konkreten Wähler einzuordnen. Am Ende steht eine Adresse, also eine Person, deren Meinungen und Motivationen bekannt sind und die dann für die Wähleransprache genutzt werden. Datenschutzrechtlich wie marketingmäßig läuft das unter dem Stichwort Big Data, was auch heute schon umfangreich in Deutschland betrieben wird. Denn auch deutsche Onlineshops können herausbekommen, weshalb beispielsweise ein Shopbesucher, eingeordnet als „junger Berufstätiger“, der sich „zutreffend“ für schicke Anzüge, Krawatten und Schuhe interessiert, plötzlich auf Kinderkleidung klickt. Von einer Regulierung in diesem Bereich ist die Rechtsprechung noch entfernt.

Was an solchen Big Data-Anwendungen unter der EU-Datenschutz-Grundverordnung möglich sein wird, bleibt abzuwarten. Die Aufsichtsbehörden und Juristen stürzen sich bereits darauf. Amerikanische Verhältnisse werden vermutlich nicht kommen. Doch es ist wichtig für uns Datenschützer, dass wir mit dafür sorgen, dass klare und umsetzbare Maßstäbe bei der Fortentwicklung des Datenschutzrechts entstehen, die verhältnismäßig sind und von der Gesellschaft akzeptiert werden.

Ihr 

**Dr. Philipp Kramer**

# Jetzt für 3 Nutzer pro Abonnement: die neue DSB-Datenbank!



Recherchieren Sie in allen Artikeln des Datenschutz-Beraters seit 2000 und in weiteren aktuellen Top-Inhalten. Pro Abonnement sind bis zu 3 Nutzer möglich – ohne Zusatzkosten.

### So registrieren Sie sich:

1. Gehen Sie auf [www.datenschutz-berater.de/registrierung](http://www.datenschutz-berater.de/registrierung)
2. Geben Sie pro Nutzer die Zugangs- und Adresdaten ein und klicken Sie auf „Benutzer anlegen“.
3. Klicken Sie unter „Konto“ auf „Meine Abonnements“.
4. Tragen Sie Ihre Abo-Nummer ein und klicken Sie auf „Abo hinzufügen“. Ihre Abo-Nummer finden Sie auf dem Adressetikett Ihrer Print-Ausgabe oder auf Ihrer Abonnement-Rechnung. Sie ist für alle 3 Nutzer identisch.

**Gleich registrieren:**  
[www.datenschutz-berater.de](http://www.datenschutz-berater.de)