

Niels Lepperhoff, Björn Petersdorf, Sabine Thursch

# Datenschutzverstöße im Internet

## Datenschutzbarometer 2010

Seit der Erstauflage des Datenschutzbarometers im Jahr 2008 sind die Beanstandungen der Webseiten abermals gestiegen. Für die Untersuchung 2010 wurden über zwei Mio. Webseiten auf die Einhaltung ausgewählter Datenschutzbestimmungen hin überprüft. Außerdem dokumentiert die Untersuchung seit 2009 die Personalausstattung der deutschen Aufsichtsbehörden, die nach wie vor eher unzureichend ist.

### 1 Einleitung

In DuD 10/2010 [Lepperhoff/Petersdorf/Thursch 2010] stellten wir die Methodik und Ergebnisse des Datenschutzbarometers 2009 vor. Die Analyse untersucht jährlich, wie gut ausgewählte Datenschutzvorschriften im Alltag eingehalten werden und konzentriert sich dabei im Kern auf Verstöße im Internet.

Zudem wird die Stellenanzahl der deutschen Aufsichtsbehörden in Vollzeitäquivalenten erfragt, um die staatliche Kontrolldichte zu dokumentieren.

Im Folgenden werden die Erkenntnisse der Untersuchung aus dem Jahr 2010 auszugsweise vorgestellt: Es sind dies die Ergebnisse für den Facebook-Like-Button, für Webstatistiken und die Ausstattung der deutschen Datenschutzaufsicht. Für rechtliche Herleitungen und weitere Untersuchungsergebnisse verweisen die Autoren ausdrücklich auf die vollständige Ausgabe des Datenschutzbarometers 2010<sup>1</sup>, für eine weitere Diskussion der Methodik auf DuD 10/2010.

### 2 Ergebnisse

In 2010 wurden 26.742 deutsche Webpräsenzen mit über zwei Mio. Seiten ausgewertet. Das Thema Webstatistik und heimliche Datensammlung wurde gegenüber den vorangegangenen Jahren weiter differenziert. Ähnlich einer Kriminalitätsstatistik zählt der Index nun zusätzlich alle Webpräsenzen, die

- ♦ einen nicht mit den Kriterien des Düsseldorfer Kreises konformen Webstatistik-Dienst nutzen [Düsseldorfer Kreis 2009],
  - ♦ einen konformen Webstatistik-Dienst nutzen, jedoch die Widerspruchsmöglichkeit nicht anbieten oder
  - ♦ den Facebook Like-Button verwenden.
- Eine Webpräsenz kann sowohl nicht datenschutzkonform eine Webstatistik

nutzen als auch ein Kontaktformular ohne Datenschutzerklärung. Aus diesem Grund werden die Befunde zu einem Index kombiniert: dem Datenschutzbarometer.

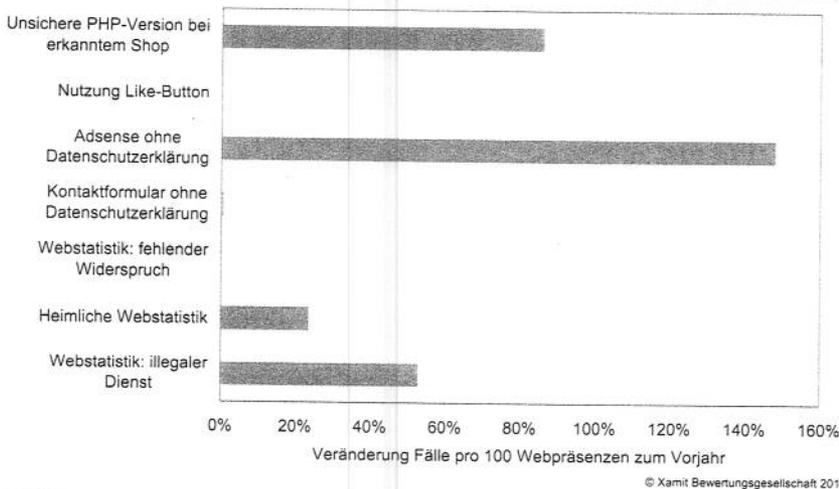
Um den Index vergleichbar mit zukünftigen Untersuchungen zu halten, wird die Anzahl an Beanstandungen in Relation zur Anzahl der untersuchten Webpräsenzen gesetzt.

- Insgesamt haben wir 73 Verstöße oder Gründe zur Beanstandung auf jeweils 100 untersuchten Webpräsenzen gefunden. 2009 waren es inkl. Google Analytics-Nutzung 61. Das ist eine Steigerung um fast 20 %. (Abb. 1 vergleicht die Verstöße 2009 mit denen von 2010.)
- Spitzenreiter sind – wie auch schon 2008 und 2009 – die Datenschutzmultiplikatoren<sup>2</sup> mit 96 Verstößen (2009: 77 Verstöße) pro 100 Webpräsenzen. Danach folgen Dienstleister und Gewerbe. Da viele Unternehmen und Organisationen bei ihren Online-Aktivitäten auf die Kompetenz von Werbe- und IT-Fachleuten setzen, wirkt die Datenschutzsensibilität dieser Datenschutzmultiplikatoren in viele andere Unternehmen hinein. Vermutlich sollten sich Webseitenbetreiber und deren Berater beim Einsatz innovativer Tools nachdrücklicher fragen, ob rechtlich genutzt werden darf, was technisch möglich ist.
- Eine regionale Verteilung nach Bundesländern zeigt, dass Hamburg immer

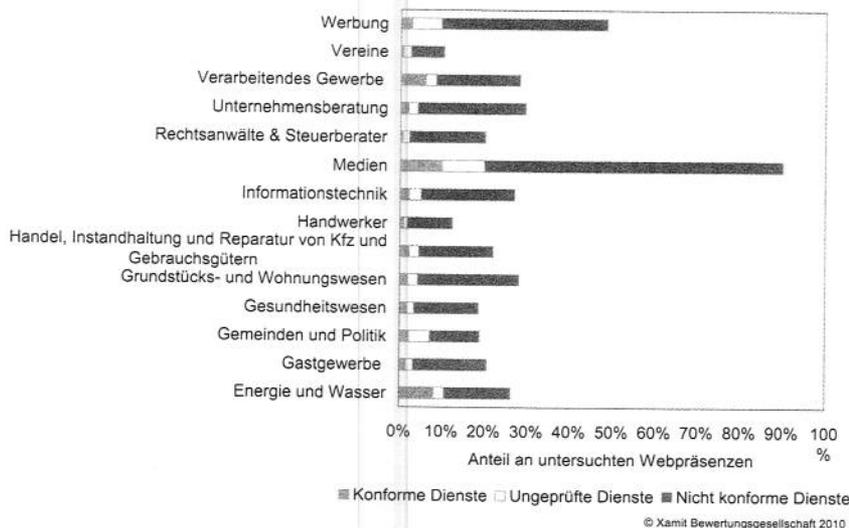
<sup>1</sup> Kostenloser Download unter <http://www.xamit-leistungen.de/studienundtests/index.php>

<sup>2</sup> Datenschutzmultiplikatoren sind Unternehmen, deren Aufgabenfeld eine größere Datenschutzkompetenz erwarten lässt oder die ihre Kunden im Umgang mit personenbezogenen Daten beraten sollten. Dazu gehören z.B. Informationstechnik und Werbung.

**Abb. 1 | Entwicklung der Verstöße und Be-anstandungen im Vergleich zum Vorjahr**



**Abb. 2 | Nutzung von Webstatistiken nach Branchen**



Daher betrifft ein Datenschutzverstoß auf diesen Seiten naturgemäß sehr viele Surfer.

## 2.2 Webstatistiken

Auf Grundlage des Beschlusses des Düsseldorf Kreises [Düsseldorfer Kreis 2009] analysierten die Autoren Anfang 2010, welche der elf gängigsten Webstatistik-Dienste in Deutschland gesetzestkonform eingesetzt werden können [Lepperhoff/Petersdorf 2010a].

- Insgesamt wurde auf 24,7 % der untersuchten Webseiten ein Webstatistik-Dienst gefunden. Davon verwenden 80 % Dienste, die die Kriterien des Düsseldorf Kreises verfehlen. Den größten Anteil hat hier Google Analytics. 9 % der Dienste erfüllen die Vorgaben des Düsseldorf Kreises. Die restlichen 11 % verteilen sich auf Webstatistik-Dienste, deren Gesetzeskonformität aufgrund ihrer geringen Marktdeckung oder weil sie in Eigenregie eingesetzt werden, nicht geprüft wurde. (Abb. 2 zeigt die Nutzung von Webstatistiken nach Branchen.)

- Die meisten nicht konformen Dienste setzen die Branchen Medien (70 %), Werbung (39 %) und Unternehmensberatungen (25 %) ein. Die meisten konformen Dienste nutzen ebenfalls die Medien (10 %), gefolgt von Energie und Wasser (8 %) sowie dem verarbeitenden Gewerbe (6 %).

Der Düsseldorf Kreis verlangt u. a., dass dem Nutzer eine Möglichkeit zum Widerspruch gegen die Erstellung von Nutzungsprofilen einzuräumen ist.

- Nur auf 2 % der untersuchten Webseiten wurden datenschutzkonforme Webstatistikdienste gefunden, die eine von den Autoren erfassbare Widerspruchsmöglichkeit anbieten. Von diesen Webpräsenzen wiederum geben nur 22,4 % ihren Besuchern die Möglichkeit, der Datensammlung zu widersprechen. Das heißt, dass zwar eine Webstatistik auf datenschutzkonformem Wege erstellt werden könnte, es aber in rund vier von fünf Fällen nicht getan wird.

## 2.3 Ausstattung der Datenschutzaufsicht

Die Personalausstattung der Aufsichtsbehörden des Bundes und der Länder wird basierend auf einer Befragung der jeweili-

noch Spitzenreiter ist mit insgesamt 90 Verstößen gefolgt von Berlin mit 79 und Sachsen mit 78 Gründen zur Beanstandung.

Die meisten Verstöße liegen zwischen 70 und 80 pro 100 Webpräsenzen in insgesamt neun Bundesländern. „Bestes“ Ergebnis aller Länder erzielte Rheinland-Pfalz mit insgesamt 58 Verstößen bzw. Gründen zur Beanstandung.

### 2.1 Facebook Like-Button

Als Beispiel für ein so genanntes „Social Plug-in“ wurde der Facebook Like-Button untersucht. Ist dieser auf einer Webseite eingebunden, kann ein Websurfer durch Anklicken anderen Facebook-Nutzern mitteilen, welche Webseiten er mag. Die Einbindung des Like-Buttons steht schon seit einigen Monaten in der Kritik, da er die IP-Adresse von Besuchern oh-

ne Facebook-Mitgliedschaft ohne Einwilligung oder eine andere Rechtsgrundlage an Facebook weiterleitet und daher nur schwer mit dem deutschen Datenschutzgesetz vereinbar scheint [Schneider 2010, ULD 2011].

- Bisher nutzen nur 0,6% der untersuchten Webseiten den Facebook-Like-Button. Dies mag daran liegen, dass er noch eine recht neue Entwicklung ist, denn er wurde erst im April 2010 von Facebook als neues „Social Plug-in“ vorgestellt. Überdurchschnittlich viele Like-Buttons waren auf Seiten von Medien (2,9 %) zu finden, gefolgt von Werbung (1,8 %) sowie Politik und Gemeinden (0,8 %).

Die geringen Prozentwerte dürfen jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass gerade Medienseiten ihrer Funktion gemäß besonders publikumsstarke Seiten und besonders umfangreiche Webauftritte sind.

**Tab. 1 | Personalausstattung Kernpersonal der Datenschutzaufsicht 2010 verteilt auf öffentliche und nicht öffentliche Stellen**

Bundesland	Nicht öffentlicher Bereich 2010 (2009)	Öffentlicher Bereich 2010 (2009)
Baden-Württemberg	8,1 (k. A.)	17,0 (k. A.)
Bayern	k. A. (k. A.)	26,0 (26,0)
Berlin	11,2* (10,2*)	22,8* (20,8*)
Brandenburg	7,3* (4,0)	14,7* (17,0)
Bremen	k. A. (k. A.)	k. A. (k. A.)
Hamburg	4,4 (4,3)	4,3 (4,35)
Hessen	12,5** (12,47)	24,5 (k. A.)
Mecklenburg-Vorpommern	1,0 (2,0)	13,0 (12,0)
Niedersachsen	11,5 (k. A.)	6,0 (k. A.)
Nordrhein-Westfalen	14,4 (15,0*)	29,3 (30,0*)
Rheinland-Pfalz	4,6** (4,6*)	9,4** (9,4*)
Saarland	k. A. (k. A.)	10,0** (10,0)
Sachsen	7,3 (7,3*)	14,7 (14,7*)
Sachsen-Anhalt	3,5** (3,5)	16,0 (16,0)
Schleswig-Holstein	5,5 (5,25)	13,5 (8,75)
Thüringen	2,0 (2,0)	13,0 (k. A.)
<b>Gesamt gemeldet</b>	<b>93,2</b>	<b>234,2</b>

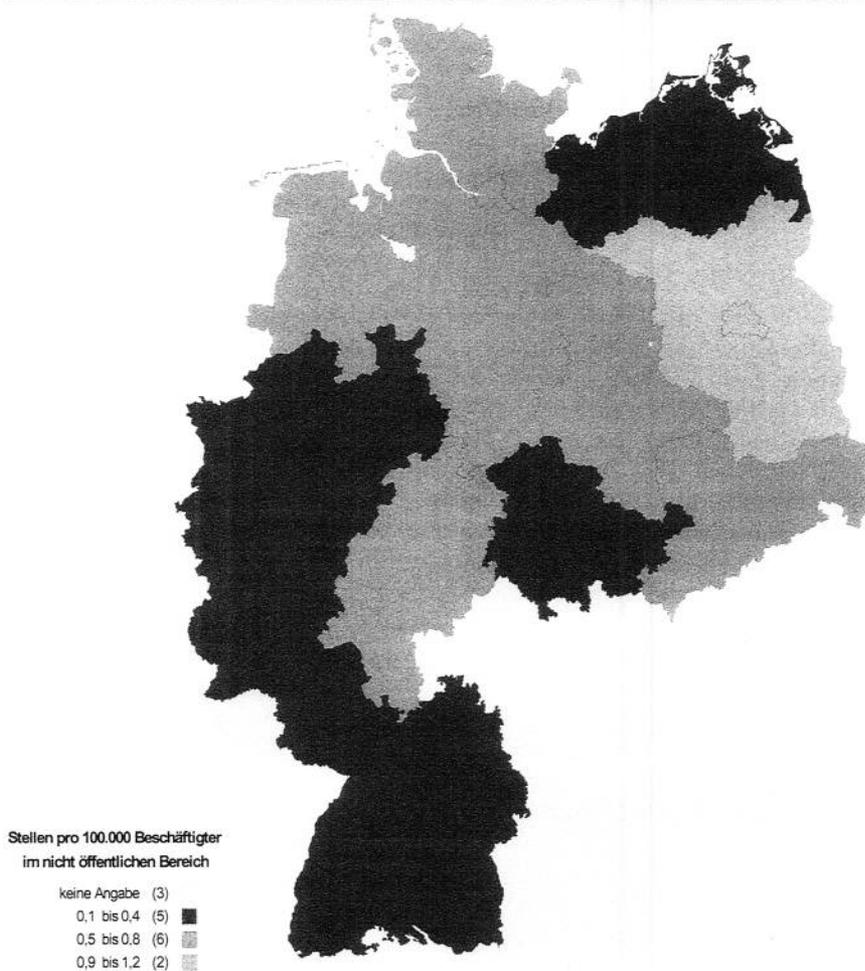
gen Aufsichtsbehörden in Vollzeitäquivalenten dokumentiert.

Die Stellen werden ihrer Zuständigkeit nach in öffentliche und nicht öffentliche Stellen unterteilt. Einige Aufsichtsbehörden arbeiten ausschließlich in einem der beiden Bereiche, so dass deren Stellen dem jeweiligen Bereich einfach zugeordnet werden können. Bei Aufsichtsbehörden, die beide Bereiche abdecken, wurden die Stellen – sofern keine anderen Angaben erhalten wurden – 2/3 zu 1/3 zu Gunsten des öffentlichen Bereichs geteilt. Diese Zahlen sind in Tabelle 1 mit einem Stern (\*) gekennzeichnet.

Bei den Stellen, die im Jahr 2009 geantwortet haben, aber nicht in 2010, sind die Zahlen von 2009 die Berechnungsgrundlage. Diese Zahlen sind mit zwei Sternen (\*\*) gekennzeichnet.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Zur Methodik und detaillierten Berechnung siehe [Lepperhoff, Petersdorf 2010].

**Abb. 3 | Stellenverteilung in Relation zur Anzahl sozialversicherungspflichtiger Beschäftigter.**



Das Kernpersonal, d. h. die Zahl der mit den Aufsichtstätigkeiten dauerhaft befassten Mitarbeiter, nahm in drei der antwortenden Aufsichtsbehörden gegenüber dem letzten Jahr zu (Berlin, Brandenburg und Schleswig-Holstein). In den anderen Bundesländern blieb die Stellenausstattung gleich. Von vier Stellen, die uns im Jahr 2010 geantwortet haben, hatten wir in 2009 keine Meldung erhalten. Daher können wir bei diesen keine Aussage zur Veränderung treffen.

Einige befragte Behörden nehmen neben ihrer Aufsichtstätigkeit auch weitere Aufgaben wahr, z. B. Aufgaben basierend auf Informationsfreiheitsgesetzen. Aus diesem Grund sind die Stellenangaben nur schwer vergleichbar. Zwar wurden die Behörden explizit nach der Stellenanzahl für die Datenschutzaufsicht gefragt; gleichwohl kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Antworten Stellen für zusätzliche Aufgabengebiete umfas-

sen. Die Angaben zeigen trotz dieser Einschränkung qualitativ auf, wie es um die Ausstattung der Datenschutzaufsicht bestellt ist.

Der Kontrollgegenstand einer Aufsichtsbehörde ist z. B. ein Unternehmen oder eine andere Behörde. Daher werden die Stellen für den nicht öffentlichen Bereich zu der Anzahl an Unternehmen im Privatsektor ins Verhältnis gesetzt.

■ Bezogen auf die Unternehmensanzahl von 3.591.265<sup>4</sup> (also ohne Vereine, Parteien und andere Organisationen) stehen den Datenschutzbehörden bundesweit nur 2,6 Stellen pro 100.000 Unternehmen zur Verfügung

Eine wesentliche Kennzahl, um die Größe eines Unternehmens oder einer Behörde zu beschreiben, stellt die Anzahl der so-

<sup>4</sup> Quelle: [http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/de\\_enterprise.asp?reg=00](http://www.statistik-portal.de/Statistik-Portal/de_enterprise.asp?reg=00). Letzter Zugriff: 2010-11-18

zialversicherungspflichtigen Beschäftigten dar. Abb. 3 zeigt die Stellenverteilung pro 100.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigter für den nicht öffentlichen Bereich nach Bundesländern.

Danach stehen den Bundesländern lediglich bis zu 1,2 Vollzeitstellen pro 100.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten zur Verfügung.

### 3 Fazit

Der allgemeine Trend geht eindeutig in Richtung „mehr Verstöße“ beim Datenschutz im Internet, wie ein Blick in die polizeilichen Kriminalitätsstatistik bestätigt: Straftaten gegen Datenschutzgesetze stiegen im gleichen Zeitraum um 20,5 % [Bundesministerium des Innern 2010]. Zudem stellen innovative Techniken Datenschützer vor immer neue Herausforderungen.

Auf der anderen Seite leiden die Aufsichtsbehörden unter einer dünnen Per-

sonaldecke, sodass eine flächendeckende Kontrolle faktisch nicht stattfindet. Hier ist die Politik gefordert, um einen wirksamen Datenschutz durchzusetzen. Dazu gehört insbesondere eine adäquate Ausstattung der zuständigen Aufsichtsbehörden. Denn wirksamer Datenschutz ist die Voraussetzung dafür, dass Bürger und Konsumenten Vertrauen in Internet-Dienste entwickeln. Fehlendes Vertrauen führt zu empfindlichen Wohlstandsverlusten, da Transaktionen unterbleiben und Unternehmen, die sich nicht datenschutzkonform verhalten, ungerechtfertigte Wettbewerbsvorteile erzielen.

### Literatur

- [Bundesministerium des Innern 2010] Bundesministerium des Innern: Polizeiliche Kriminalstatistik 2009. URL: [http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Themen/Sicherheit/Polizei/Polizeiliche\\_Kriminalstatistik\\_2009.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmi.bund.de/SharedDocs/Downloads/DE/Themen/Sicherheit/Polizei/Polizeiliche_Kriminalstatistik_2009.pdf?__blob=publicationFile). Letzter Zugriff: 2010-11-23
- [Düsseldorfer Kreis 2009] Düsseldorfer Kreis: Beschluss zur Datenschutzkonforme Aus-

gestaltung von Analyseverfahren zur Reichweitenmessung bei Internet-Angeboten. URL: <http://www.datenschutz-mv.de/dschutz/beschlue/Analyse.pdf>. Letzter Zugriff: 2011-06-29.

[Lepperhoff/Petersdorf/Thursch 2010]: Lepperhoff, Niels, Petersdorf, Björn, Thursch, Sabine (2010): Messung des Datenschutz-Vollzugsdefizits. In: Datenschutz und Datensicherheit 10/2010, S. 716 ff.

[Lepperhoff/Petersdorf 2010a]: Lepperhoff, Niels, Petersdorf, Björn: Webstatistiken im Test – Welcher Dienst ist in Deutschland legal? 5. Update vom 9.08.2010.

[Lepperhoff/Petersdorf 2010b]: Lepperhoff, Niels, Petersdorf, Björn: Datenschutzbarometer 2010. Neue Herausforderungen für Datenschützer.

[Schneider 2010] Schneider, R.: Facebook "Like"-Button. In: Virtuelles Datenschutzbüro (2010). URL: <http://www.datenschutz.de/feature/detail/?featid=100>. Letzter Zugriff: 2011-06-29.

[ULD 2011] Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig Holstein (ULD): ULD an Webseitenbetreiber: „Facebook-Reichweitenanalyse abschalten“. URL: <https://www.datenschutzzentrum.de/presse/20110819-facebook.htm>. Letzter Zugriff: 2011-08-23.

## Lean systematisch für die IT nutzen



WWW.GABLER.DE



Arno Müller / Hinrich Schröder / Lars von Thienen

### Lean IT-Management

Was die IT aus Produktionssystemen lernen kann

2011. 210 S. Br. EUR 44,95

ISBN 978-3-8349-2910-5

Das Buch liefert ein Methodenset, das IT-Verantwortlichen helfen kann, mit einfachen Instrumenten zu einer effizienten und am Kundennutzen orientierten Leistungserstellung zu gelangen.

[www.wirtschaftslexikon.gabler.de](http://www.wirtschaftslexikon.gabler.de) Jetzt online, frei verfügbar!



Einfach bestellen:

[fachmedien-service@springer.com](mailto:fachmedien-service@springer.com) Telefon +49(0)6221.345-4301

**KOMPETENZ IN SACHEN WIRTSCHAFT**



Änderungen vorbehalten. Erhältlich im Buchhandel oder beim Verlag.