

Nutzerrechte

Nach Abmahnung: Künftig mehr Datenschutz bei Instagram?

So geht es nicht: Der Verbraucherzentrale Bundesverband hatte Instagram abgemahnt, weil es die Rechte seiner NutzerInnen missachtet. Bevor es zu einem Verfahren kommt, hat das Unternehmen nun zugesichert, seine Vertragsbedingungen zu überarbeiten. Für Jubel ist es allerdings zu früh.

am 16.10.2017 Ingo Dachwitz / 9 Kommentare / Teilen



Besser nicht wegschauen: Die Vertragsbedingungen von Instagram verletzen die Rechte von NutzerInnen. Nach einer Abmahnung durch Verbraucherschützer will das Unternehmen AGB und Datenschutzbestimmungen nun überarbeiten. — [CCO ian dooley](#)

Nach einer Abmahnung durch den Bundesverband der Verbraucherzentralen (vzbv) hat die Social-Media-Plattform Instagram angekündigt, ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen und Datenschutzbestimmungen zu ändern. Das teilte der vzbv heute in einer [Pressemitteilung](#) mit. Dem Foto- und Videodienst bleiben für die Vertragsänderungen noch einige Wochen, erst dann wird sich zeigen, ob er seine NutzerInnen in Deutschland wirklich fairer behandeln will.

Hilf mit!

Mit Deiner finanziellen Hilfe unterstützt Du unabhängigen Journalismus.

Bei Beschwerden bitte an US-Schiedsgerichte wenden

Die Verbraucherschützer hatten unter anderem moniert, dass sich die Facebook-Tochterfirma vorbehalten hat, nach kalifornischem Verbraucherrecht zu handeln. So mussten NutzerInnen zusichern, dass Streitigkeiten nur vor US-amerikanischen Schiedsgerichten geklärt werden dürfen. Ein Verstoß gegen deutsches Recht, wie vzbv-Rechtsreferent Heiko Dünkel erklärt:

„ Unternehmen, die in Deutschland Geschäfte machen, müssen sich an deutsche Gesetze halten. Diese Selbstverständlichkeit scheint manchen global agierenden Unternehmen nicht bewusst zu sein.

Auch die anderen Punkte auf der 18-teiligen Mängelliste des vzbv haben es in sich. So kritisierte der Verband, dass Werbung laut derzeitigen Vertragsbedingungen nicht als solche gekennzeichnet werden muss und dass die Firma sich zu weitreichende kostenlose Nutzungsrechte an den Inhalten einräumen ließ, die die NutzerInnen erstellen. Zudem seien bestimmte Passagen zu weitgehend, in denen sich Instagram bescheinigen lässt, dass es den Zugang zu seinem Dienst nach alleinigem Ermessen sperren darf und für Vertragsverletzungen nicht haftet.

Keine ausreichende Information über Datennutzung

Ans Eingemachte geht es auch beim Datenschutz: Der vzbv hatte kritisiert, dass Instagram sich das Recht einräumen lässt, personenbezogene Daten an Werbekunden herauszugeben, ohne dass NutzerInnen dem explizit zustimmen. Datenschutzrechtlich ist jedoch vorgeschrieben, dass Unternehmen, die personenbezogenen Daten zu anderen als den Vertragszwecken verarbeiten, eine informierte und freiwillige Einwilligung der Betroffenen einholen müssen. Die

Informationen in der Klausel waren nach Auffassung des vzbv jedoch zu vage, um den Vorgaben gerecht zu werden.

Auch wenn der vzbv hier nur gegen Formulierungen in den Vertragsbedingungen vorgehen kann, geht es dabei durchaus um Grundsätzliches, wie Dünkel gegenüber netzpolitik.org erklärt:



Hier geht es um den Kern des persönlichen Intimbereichs. Wir wissen zwar nicht genau, welche Daten gesammelt werden, aber es dürften umfassende Profile sein. Das Mindeste ist deshalb, dass die Informationen nicht einfach an irgendwen wiedergegeben werden, ohne dass der Verbraucher eingewilligt hat. Auch wenn es in der Branche üblich ist, dies anders zu handhaben, müssen wir dem etwas entgegensetzen.

Zu früh für Jubel

Bereits Ende September habe das Unternehmen, das seit 2012 zum Facebook-Konzern gehört, auf die Abmahnungen des vzbv reagiert. Es habe zugesichert, die Vertragsbedingungen zu überarbeiten, so der Verband. Dafür hat es Zeit bis Anfang November, in einigen Fällen auch bis Ende des Jahres – andernfalls würden Strafzahlungen fällig.

Dass Instagram nun vermeintlich einknickt, hat vermutlich aber eher damit zu tun, dass sich die großen Datenkonzerne derzeit ohnehin auf das Wirksamwerden der Datenschutzgrundverordnung im Mai 2018 vorbereiten. Für Verstöße müssen sie dann nämlich mit Strafen rechnen, die bis zu vier Prozent ihres weltweiten Umsatzes entsprechen können.

Ob die neue Fassung die informationelle Selbstbestimmung und digitale Souveränität der NutzerInnen in Deutschland tatsächlich besser schützen wird, ist damit allerdings noch nicht gesagt. Das Geschäftsmodell der Social-Media-Plattform bleibt weiter personalisierte Werbung auf Grundlage von Analysen des Nutzungsverhaltens. Dazu gehört in der Industrie bislang, dass die Unternehmen ihre NutzerInnen im Dunkeln darüber lassen, wie die erhobenen Daten tatsächlich verwendet werden, um diese nicht abzuschrecken.

Es wäre deshalb tatsächlich ein Erfolg für den vzbv, wenn die Facebook-Tochterfirma diese Intransparenz nun aufheben würde. Wahrscheinlicher aber ist, dass Instagram die bemängelte Passage der Datenschutzerklärung zwar überarbeitet, aber trotzdem einen Weg sucht, NutzerInnen weiterhin nicht umfassend und konkret über die Analyse ihres Verhaltens zu informieren.

Über den Autor/ die Autorin

ingo

Ingo ist Medien- und Kommunikationswissenschaftler, Redakteur bei netzpolitik.org, Mitglied beim Verein Digitale Gesellschaft und moderiert gelegentlich Veranstaltungen wie den Netzpolitischen Abend in Berlin. Themen: Big Data, Algorithmische Systeme, kommerzielle Überwachung, politische Ökonomie des Informationskapitalismus, Datenschutz, Verbraucherschutz, Plattformen, Strukturwandel der Öffentlichkeiten, politische Kommunikation, Jugend, Bildung, Digital Literacy. Ingo versucht in Vorträgen und Workshops auch die Evangelische Kirche mit dem digitalen Zeitalter vertraut zu machen. Außerdem setzt er sich als Mitglied der sozioethischen Kammer der EKD für freiheits- und gerechtigkeitsförderliche netzpolitische Positionierungen der Kirche ein. Kontakt: Ingo ist per Mail an ingo@netzpolitik.org | [ett](mailto:ingo@netzpolitik.org) | [netzpolitik.org](mailto:ingo@netzpolitik.org) ([PGP-Key](#)) erreichbar und als [@roofjoke](#) auf Twitter unterwegs.

Veröffentlicht

16.10.2017 14:44 Uhr

Kategorie

Nutzerrechte

Schlagworte

AGB, Datenökonomie, Datenschutz, Datenschutzerklärung, digitale souveränität, informationelle Selbstbestimmung, informierte Einwilligung, Instagram, kommerzielle Überwachung, Online-Werbung, Targeted Advertising, Verbraucherschutz, Verbraucherzentrale Bundesverband, VZBV

9 Kommentare

Karl sagt:

16. Oktober 2017 um 15:47 Uhr

Ja, Datenschutz ist ein relevanter Punkt. Aber selbst, wenn mir ein Social-Media Unternehmen zusichert, aktuelle Datenschutzbestimmungen einzuhalten, sind diese ja zum Einen nicht ehern und immer gültig, ebenso wenig ausreichend um das Bilden von personenbezogenen Profilen wirksam zu verhindern, zum Anderen fehlte mir, oder jedem anderen Benutzer die Möglichkeit den Inhalt ausreichend zu prüfen.

Derzeit scheint die Erfüllung von Rechten von BenutzerInnen für die meisten, in der digitalen Sphäre arbeitenden Einheiten, nicht unter den Top-10.000 zu stehen. Angesichts dessen, das digitale Daten statistisch gesehen eine unbegrenzte Lebenszeit besitzen und mannigfaltig kopiert und versetzt werden können – Fehler also wenig reparier- oder heilbar sind – und sich gleichzeitig auf große Mengen an NutzerInnen auswirken, ein Zustand der zu einer lang wirksamen, sozialen Katastrophe führen kann.

Schatten sagt:

17. Oktober 2017 um 06:56 Uhr

„Das Geschäftsmodell der Social-Media-Plattform bleibt weiter personalisierte Werbung auf Grundlage von Analysen des Nutzungsverhaltens.“
Ich begreife die User nicht. Die Unternehmen sagen klar an was sie wollen und machen, aber der User will die Dienstleistung nutzen ohne den „Preis“ zu bezahlen. Wie soll das gehen?

Jeder kann sich einen Server mieten, oder basteln, und ein BB Board drauf werfen.

Es sind auch Alternativen gedacht, Human Connection zb.
Das kostet dann aber halt Geld, wenn es ohne Datenverwertung laufen soll.

Nutzerin sagt:

17. Oktober 2017 um 14:08 Uhr

Artikel ist inkonsequent:

Es wird zwar von „NutzerInnen geschrieben, aber weiter dann nur von „Verbraucherschützer“ anstatt „VerbraucherschützerInnen“ und „Verbraucherrecht“ anstatt „VerbraucherInnenrecht“ und „Werbekunden“ anstatt „WerbekundInnen“.

Meiner Ansicht nach, sollte man die zurecht umstrittene ‚genderisierung‘ der Sprache bleiben lassen, wenn man nicht in der Lage oder willens ist, das auch konsequent durchzuhalten.

Constanze sagt:

17. Oktober 2017 um 15:30 Uhr

In welchem Manual steht nochmal, dass Gendern nur konsequent und durchgehend passieren darf?

Markus Reuter sagt:

17. Oktober 2017 um 15:35 Uhr

Als Kollege von Ingo Dachwitz sage ich da ja nur: Jeder nach seiner Façon. Die Regelmäßigkeit mit der sich hier Leute über Artikel mit Geschlechterbezug oder gendergerechte Sprache aufregen, macht mir persönlich mehr Sorgen als ein falsch gesetztes Binnen-I, Sternchen oder irgendwas.

Schatten sagt:

17. Oktober 2017 um 16:02 Uhr

Ist ja auch state of the art unregelmässig zu gendern. Damit man es nicht durch Gewöhnung geistig „überschreiben“ kann. ^^

MT sagt:

17. Oktober 2017 um 16:05 Uhr

Kolleg*in

Karl sagt:

18. Oktober 2017 um 00:16 Uhr

Janöh. Aber ne Sprache, die nicht grundsätzlich männlich gegendert ist, ist doch schon mal nen Schritt.

Sprache wandelt sich mit den Versuchen sie neuen Realitäten (oderund umgekehrt) anzupassen. Vielleicht verschwinden ja mal die unnötigen Auszeichnungen, wie geschlechtsspezifische Merkmale von Straßen, Wegen, Türen, Durchgängen und Berufsbezeichnungen.

Schnensch420 sagt:

18. Oktober 2017 um 12:06 Uhr

Wann kapiert ihr endlich, dass z. B. Kollege und Nutzer völlig neutral und ohne Geschlechtsbezug sind? Es ist halt nun mal so, dass es gleichzeitig die männliche Schreibweise ist, doch im Kontext macht es absolut keinen Unterschied. Dieses dämliche „Innen“ stört den Lesefluss und irgendwann stehen hier nach jedem Nomen zig Sternchen und weiss der Geier.

Mit freundlicher Unterstützung von

PALASTHOTEL