



Lansky, Ganzger & Partner Rechtsanwälte GmbH
Biberstraße 5
1010 Wien

Urteil + Beilagenkonvolut Teil 1/2

Landesgericht für Zivilrechtssachen Wien, Abteilung 3
Wien, 30. Juni 2020
Mag. Margot Slunsky-Jost, Richterin

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG

21 Beilage(n):

| Nr | Bezeichnung | Datum | ON/Beilage | Zeichen (Einbr.) |
|----|--|------------|------------|------------------|
| 1 | Urteil | 30.06.2020 | 91 | |
| 2 | Beilage | 02.07.2018 | ./AM | SCHREMS ./ FB |
| 3 | Beilage | 02.07.2018 | ./AN | SCHREMS ./ FB |
| 4 | Beilage | 02.07.2018 | ./AO | SCHREMS ./ FB |
| 5 | Beilage | 02.07.2018 | ./AP | SCHREMS ./ FB |
| 6 | Beilage | 02.07.2018 | ./AR | SCHREMS ./ FB |
| 7 | Beilage | 02.07.2018 | ./AS | SCHREMS ./ FB |
| 8 | Beilage | 02.07.2018 | ./AT | SCHREMS ./ FB |
| 9 | Beilage | 30.06.2020 | ./AV | |
| 10 | Beilage - neue Nutzungsbedingungen, Stand 31.07.2019 | 31.07.2019 | CA | 19/0504 |

| Nr | Bezeichnung | Datum | ON/Beilage | Zeichen (Einbr.) |
|-----------|---|--------------|-------------------|-------------------------|
| 11 | Beilage - Cookie Richtline der Beklagten Stand 12.12.2018 | 31.07.2019 | CK | 19/0504 |
| 12 | Beilage - Beilage | 04.10.2019 | DE | |
| 13 | Beilage - Beilage | 04.10.2019 | DF | |
| 14 | Beilage - Beilage | 04.10.2019 | DH | |
| 15 | Beilage - Beilage | 04.10.2019 | DI | |
| 16 | Beilage - Beilage | 24.03.2020 | DO | |
| 17 | Beilage | 30.06.2020 | ./55 | |
| 18 | Beilage - Beilage 141 - Aktualisierte Fassung der Beil 56 Über Facebook-Werbeanzeigen | 12.02.2020 | | |
| 19 | Beilage | 30.06.2020 | ./147 | |
| 20 | Beilage | 30.06.2020 | ./A | |
| 21 | Beilage | 30.06.2020 | ./H | |



REPUBLIK ÖSTERREICH
Landesgericht für ZRS Wien

3 Cg 52/14k-91

Im Namen der Republik

Das Landesgericht für Zivilrechtssachen Wien erkennt durch die RichterIn Mag. Margot Slunsky-Jost in der Rechtssache der klagenden Partei **Mag. Maximilian Schrems**, [REDACTED], vertreten durch Lansky, Ganzger & Partner Rechtsanwälte GmbH in Wien, wider die beklagte Partei **Facebook Ireland Limited**, 4 Grand Canal Square, Grand Canal Harbour, Dublin 2, Irland, vertreten durch Schönherr Rechtsanwälte GmbH in Wien und KNOETZL HAUGENEDER NETAL Rechtsanwälte GmbH in Wien, zuletzt wegen Feststellung, Unterlassung und Vertragsabschluss (insgesamt € 31.000,--), Auskunft (€ 1.000,--), und € 500,-- nach öffentlicher mündlicher Verhandlung zu Recht :

I.) Die Beklagte ist schuldig, dem Kläger binnen vierzehn Tagen schriftlich und kostenlos vollständig Auskunft über alle von ihr verarbeiteten personenbezogenen Daten des Klägers unter Angabe des genauen jeweiligen Zwecks, wenn immer möglich der genauen Herkunft und gegebenenfalls der genauen Empfänger der Daten, zu erteilen.

II.) Die Beklagte ist schuldig, dem Kläger binnen vierzehn Tagen einen Betrag von € 500,-- zu zahlen.

III.) Die Klagebegehren,
„1. Es wird mit Wirkung zwischen der Beklagten und dem Kläger festgestellt, dass der Kläger "Verantwortlicher" iSd Art 4 Z 7 DSGVO der von ihm selbst über das Portal facebook.com zu seinen persönlichen Zwecken betriebenen

Datenanwendungen (Profil, Chronik - inklusive Likes und Kommentare – Veranstaltungen, Fotos, Videos, Gruppen, persönliche Nachrichten, Freundesliste und Anwendungen) ist, während der Beklagten diesbezüglich nur die Funktion der "Auftragsverarbeiterin" iSd Art 4 Z 8 DSGVO zukommt.

2. Es wird mit Wirkung zwischen der Beklagten und dem Kläger festgestellt, dass die Beklagte "Verantwortlicher" iSd Art 4 Z 7 DSGVO der Datenanwendungen im Portal facebook.com ist, welche über die vom Kläger selbst über das Portal facebook.com zu seinen persönlichen Zwecken betriebenen Datenanwendungen (insbesondere Profil, Chronik - inklusive Likes und Kommentare - Veranstaltungen, Fotos, Videos, Gruppen, persönliche Nachrichten, Freundesliste und Anwendungen) hinausgehen und dabei personenbezogene Daten des Klägers oder von ihm in seinen Datenanwendungen gespeicherte personenbezogene Daten Dritter betreffen, und für die die Beklagte Mittel und Zwecke selbst bestimmt (insbesondere der Zusammenstellung und Aggregation von Inhalten, der Suchfunktion, der Werbung, der Nutzeradministration und ähnlicher Datenanwendungen).

3. Die Beklagte ist schuldig, es bei sonstiger Exekution zu unterlassen, personenbezogene Daten des Klägers und/oder von Dritten, die vom Kläger zu seinen Zwecken über das Portal facebook. com in Datenanwendungen zu seinen persönlichen Zwecken gespeichert und übermittelt werden (Profil, Chronik – inklusive Likes und Kommentare - Veranstaltungen, Fotos, Videos, Gruppen, persönliche Nachrichten, Freundesliste und Anwendungen), ohne oder entgegen der Weisung des Klägers zu verarbeiten.

4. Die Beklagte ist schuldig, binnen 28 Tagen bei sonstiger Exekution mit dem Kläger einen den Anforderungen des Art 28 Abs 3 DSGVO entsprechenden schriftlichen Vertrag zwischen dem Kläger als Verantwortlichen und der Beklagten als Auftragsverarbeiter hinsichtlich der vom Kläger selbst über das Portal facebook. com zu seinen persönlichen Zwecken betriebenen Datenanwendungen (Profil, Chronik - inklusive Likes und Kommentare - Veranstaltungen, Fotos, Videos, Gruppen, persönliche Nachrichten, Freundesliste und Anwendungen) zu schließen.

4.1. in eventu, es wird mit Wirkung zwischen der Beklagten und dem Kläger festgestellt, dass ein wirksamer, Art 28 Abs 3 DSGVO entsprechender Vertrag zwischen dem Kläger als Verantwortlichem und der Beklagten als

Auftragsverarbeiter hinsichtlich er vom Kläger selbst über das Portal facebook.com zu seinen persönlichen Zwecken betriebenen Datenanwendungen (Profil, Chronik - inklusive Likes und Kommentare – Veranstaltungen, Fotos, Videos, Gruppen, persönliche Nachrichten, Freundesliste und Anwendungen) nicht besteht.

5. Es wird mit Wirkung zwischen der Beklagten und dem Kläger festgestellt, dass die Zustimmung des Klägers zu den Nutzungsbedingungen der Beklagten in der Fassung vom 19.04.2018 sowie in der Fassung vom 31.07.2019 samt der damit verbundenen Datenverwendungsrichtlinien (Datenrichtlinie, Cookie-Richtlinie), sowie die Zustimmung zu (künftigen) sinngleichen Klauseln in Nutzungsbedingungen der Beklagten (gekoppelte Einwilligungserklärungen) keine wirksame Einwilligung zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten gem. Art 6 Abs 1 iVm Art 7 DSGVO an die Beklagte als Verantwortliche ist.“

In eventu: Es wird mit Wirkung zwischen der Beklagten und dem Kläger festgestellt, dass die Zustimmung des Klägers zu den Nutzungsbedingungen der Beklagten in der Fassung vom 19.04.2018 sowie in der Fassung vom 31.07.2019 (in eventu: in der Fassung vom 19.04.2018) samt der damit verbundenen Datenverwendungsrichtlinien (Datenrichtlinie, Cookie-Richtlinie) keine wirksame Einwilligung zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten gem. Art 6 Abs 1 iVm Art 7 DSGVO an die Beklagte als Verantwortliche ist.“

6. Die Beklagte ist schuldig, es bei sonstiger Exekution zu unterlassen, personenbezogene Daten des Klägers für personalisierte Werbung, Aggregation und Analyse von Daten für Zwecke der Werbung zu verarbeiten.

7. Es wird mit Wirkung zwischen der Beklagten und dem Kläger festgestellt, dass keine wirksame Einwilligung des Klägers zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten des Klägers, welche die Beklagte von Dritten erhalten hat, zu den eigenen Zwecken der Beklagten, wie sie in der Datenrichtlinie Zeile 69-74 ("Aktivitäten anderer und von ihnen über dich bereitgestellte Informationen. Außerdem erhalten und analysieren wir Inhalte, Kommunikationen und Informationen, die andere Personen bereitstellen, wenn sie unsere Produkte nutzen. Dies können auch Informationen über dich sein, beispielsweise, wenn andere ein Foto von dir teilen oder kommentieren, dir eine Nachricht senden bzw. deine Kontaktinformationen hochladen,

synchronisieren oder importieren."), Zeile 126-143 ("Werbetreibende, App-Entwickler und Publisher können uns über die von ihnen genutzte Facebook Business-Tools, u.a. unsere sozialen Plugins (wie den "gefällt mir"-Button), Facebook Login, unsere APIs und SDKs oder das Facebook-Pixel, Informationen senden." und "Wir erhalten außerdem Informationen über deine Online- und Offline-Handlungen und Käufe von Dritt-Datenanbietern, die berechtigt sind, uns deine Informationen bereitzustellen.") und Zeile 166-168 ("Dies basiert auf den Daten, die wir von dir und anderen erfassen und erfahren (einschließlich jedweder von dir bereitgestellten Daten mit besonderem Schutz, für die du uns deine ausdrückliche Einwilligung gegeben hast);") beschrieben wird, vorliegt.

8. Die Beklagte ist bei sonstiger Exekution schuldig, in Hinkunft die Verwendung der Daten des Klägers bezüglich des Besuchs bzw. der Nutzung von Drittseiten (insbesondere durch den Einsatz von "Social Plugins" und ähnlicher Techniken) zu unterlassen, sofern technische Daten nicht alleine zum Zweck der Anzeige von Webseitenelementen verarbeitet werden, und soweit der Kläger nicht ohne jeden Zweifel, frei, informiert und eindeutig vorab einem spezifischen Verarbeitungsvorgang zugestimmt hat ("Opt-In"; z.B. durch Anklicken eines "Social Plugins").

9. Die Beklagte ist bei sonstiger Exekution schuldig, in Hinkunft die für eigene Zwecke der Beklagten erfolgende Verarbeitung von personenbezogenen Daten des Klägers, welche die Beklagte von Dritten erhalten hat, zu unterlassen, soweit der Kläger nicht ohne jeden Zweifel, frei, informiert und eindeutig einem spezifischen Verarbeitungsvorgang vorab zugestimmt hat ("Opt-In").

10. Die Beklagte ist bei sonstiger Exekution schuldig, in Hinkunft die Verwendung der Daten des Klägers im Rahmen der Datenanwendung "Graph Search" sowie durch ähnliche Techniken zu unterlassen, soweit der Kläger nicht ohne jeden Zweifel, frei, informiert und eindeutig vorab zugestimmt hat ("Opt-In").“

werden **abgewiesen**.

IV.) Die Kostenentscheidung wird bis zur rechtskräftigen Erledigung der Streitsache vorbehalten.

E n t s c h e i d u n g s g r ü n d e :

Soweit Beilagenbezeichnungen fett markiert sind, sind diese Urkunden dem Urteil als integrierender Bestandteil angeschlossen.

Die Beklagte ist eine nach dem Recht der Republik Irland eingerichtete Gesellschaft mit Sitz in Dublin, Irland. Sie hat in Österreich keine Zweigniederlassung. Ein erheblicher Teil der Weltbevölkerung (ausgenommen vor allem China und Russland) kommuniziert regelmäßig über das „geschlossene“ Kommunikationsnetzwerk der Beklagten bzw. ihrer Muttergesellschaft Facebook Inc., wobei den Nutzern in der Europäischen Union die Beklagte den Facebook-Dienst zur Verfügung stellt.

Der **Facebook-Dienst** ist eine Online-Plattform und ein soziales Netzwerk zum Teilen von Inhalten. Er ermöglicht Nutzern diverse Inhalte (z.B. Textbeiträge, Bilder, Videos, Veranstaltungen, Notizen oder persönliche Informationen) hochzuladen und je nach den gewählten Einstellungen mit anderen Nutzern auszutauschen. Diese Inhalte können auch von anderen Nutzern mit weiteren Inhalten angereichert werden (z.B. durch Hinzufügen von Kommentaren, „Likes“ oder Markierungen in Fotos oder anderen Inhalten). Nutzer können auch direkt mit anderen Nutzern kommunizieren und mit diesen „chatten“ bzw auch Daten über Direktnachrichten und E-Mails austauschen.

Jeder Nutzer kann andere Nutzer als „**Freunde**“ hinzufügen. Diese „Freundschaften“ liegen üblicherweise in sehr hoher Zahl vor (500 oder sogar 1.000 „Freunde“ sind nicht selten) und sind daher eher als „lose Bekanntschaften“, nach üblichem Sprachgebrauch, einzuordnen. Es ist auch durchaus üblich, dass Nutzer nicht alle ihre „Freunde“ persönlich kennen oder wieder vergessen haben, um wen es sich eigentlich handelt. Die Funktion der „Freundschaften“ stellt ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal der Dienstleistung der Beklagten zu anderen Diensten dar.

Viele der von der Beklagten bereitgestellten Funktionen interagieren stark mit dem Netzwerk an „Freundschaften“ des einzelnen Nutzers. Durch die „Freundschaften“ wird die soziale Umgebung der Nutzer und sein Kommunikation innerhalb dieses „Netzwerks“ erfasst.

Praktisch alle Informationen von allen Nutzern werden somit verknüpft. Diese **Verknüpfung** von unzähligen Daten mit den Nutzern wird von der Beklagten als „Social Graph“ bezeichnet und erlaubt eine Auswertung von Informationen

über den einzelnen Nutzer über die von diesem selbst bereitgestellten Daten hinweg. So können z.B. durch Informationen über den Umkreis des Nutzers auch Informationen über einen Nutzer hochgerechnet werden, die dieser nicht angegeben hat. Hierfür wertet die Beklagte Daten über jeden Nutzer aus und versucht so die Interessen, Vorlieben und Verhältnisse der Nutzer zu erkunden. In die Erforschung der „Vorlieben“ und des „Profils“ der Nutzer fließen nicht nur vom Nutzer selbst angegebene Interessen oder Informationen ein, sondern alle personenbezogenen Daten, über welche die Beklagte verfügt.

Die Beklagte generiert selbst keine Inhalte, sondern erhält diese für ihre Dienste ohne direkten Kostenersatz bzw. ohne dafür ein bestimmtes „Entgelt“ zu leisten, von privaten und kommerziellen Nutzern. Sie beschränkt sich auf die Bereitstellung und Administration der Infrastruktur und bietet Funktionen zur automatischen Aggregation von Nutzerdaten. Das wirtschaftliche Modell der Beklagten besteht darin, Einnahmen durch maßgeschneiderte Werbung und kommerzielle Inhalte zu generieren, die auf den gleichen Vorlieben und Interessen beruhen. Sie erwirtschaftet ihren Gewinn primär durch Werbung, welche in verschiedenster Form in den Diensten der Beklagten untergebracht wird. Sie stellt ihren Nutzern ihre Dienste unentgeltlich zur Verfügung und erzielt Einkünfte, indem die Nutzerdaten verarbeitet werden, um Werbetreibenden die Möglichkeit der maßgeschneiderten und zielgerichteten Werbung zu verkaufen. Neben relativ statischer Werbung (die jedem Nutzer gleichermaßen angezeigt wird) bietet die Beklagte „personalisierte“ Werbung an, welche dem Werbetreibenden eine genaue Ausrichtung auf individuelle Personengruppen (z.B. nach Ort, Alter, Geschlecht, Interessen) oder sogar einzelne Personen erlaubt. Sie bietet Werbetreibenden daher die Möglichkeit an, ihre Anzeigen einem maßgeschneiderten Publikum zu präsentieren. Mehr als 2,2 Milliarden Nutzer weltweit (Stand 11/2018) haben sich bei Facebook angemeldet. Unternehmen können auch ihre Inhalte finanziell unterstützen („Sponsoring“) und so dafür sorgen, dass diese Inhalte mehr Nutzern angezeigt werden.

Die Beklagte stellt dafür kommerziellen Nutzern Facebook **Business-Tools** zur Verfügung. Bewertungs- und Analysedienste der Beklagten erlauben es den Werbetreibenden, die Effektivität ihrer Werbung zu ermitteln oder

festzustellen, wie die Webseiten-Nutzer mit Inhalten auf ihren Websites umgehen. Die Analysesysteme untersuchen durch Algorithmen große Datenmengen, suchen Korrelationen und Muster und ziehen daraus entsprechende Schlüsse.

Die Business Tools ermöglichen Werbetreibenden Werbeanzeigen zu erstellen und die relevanten Zielgruppen zu erreichen. Es gibt drei Möglichkeiten das Publikum zu definieren, das „Custom Audience Tool“, das „Look-A-Like Audience Tool“ oder die „Kernzielgruppenfunktion“. Für die Verwendung dieser Tools gelten die Nutzungsbedingungen für Facebook Business Tools (**.JAR**), die Nutzungsbedingungen für Custom Audiences (**.IAS**), die Bedingungen für die Datenverarbeitung (**.JAT**) und die Werberichtlinie (**.I55**).

Mit dem „**Custom Audience Tool**“ können Unternehmer Nutzer erreichen, die bereits mit dem Unternehmen interagiert haben. Das Unternehmen kann eine gehashte Liste mit Informationen über seiner aktuellen Kunden (z.B. E-Mail-Adresse, Telefonnummer) hochladen. Facebook gleicht diese Hashwerte mit Nutzerkonten ab, womit Unternehmen Kunden mit übereinstimmenden Indentifiern erreichen können.

Mit dem „**Look-A-Like Audience Tool**“ erstellt der Werbetreibende ein Ausgangspublikum und wählt dann den Ort und die Anzahl der Personen aus, die er erreichen möchte. Facebook verwendet Algorithmen, um das Ausgangspublikum mit anderen Facebook-Nutzern zu vergleichen und um Personen mit ähnlichen Interessen zu finden.

Der Werbetreibende kann auch wählen, ob Anzeigen den betreffenden Personen aufgrund des Alters, des Ortes, der Sprache oder möglichen Interessen (etwa an bestimmten Produkten) gezeigt werden sollen. Um die **Zielgruppe** bestimmen zu können, stellt Facebook ein Tool zur Verfügung, das die potenzielle Reichweite der Anzeige und eine Schätzung der Anzahl der Nutzer, die die Anzeige pro Tag erreichen könne, erklärt.

Die Werbetreibenden müssen vor Verwendung dieser Business Tools die genannten Bedingungen akzeptieren. Dies wird von der Beklagten als Garantie dafür angesehen, dass die Werbetreibenden alle rechtlichen Auflagen erfüllen, den Nutzern alle relevanten Informationen zur Verfügung gestellt haben und die Interaktionen, die Gegenstand dieser Informationen

waren, an die Beklagte gesendet werden.

Der **Kläger** nutzt seinen Facebook-Account seit 8.6.2008 für private Zwecke. Er entscheidet dabei selbst, mit wem er in Kontakt steht, ob und wem er Nachrichten sendet, welche Informationen er in seinem Facebook-Profil einträgt und wer diese sehen kann (Profilfotos, Ausbildung, Beziehungsstatus, Arbeitgeber usw.), welche Beiträge und Status-Updates er postet oder teilt, welche Veranstaltungen er anlegt, wen er dazu einlädt, an welchen Veranstaltungen anderer Personen er teilnimmt, welche Fotos und Videos er teilt, wer (nur er selbst, Freunde, bestimmte Listen, alle User) sie sehen darf, welche Gruppen er anlegt, wen er dazu einlädt, an welchen Gruppen er teilnimmt. Der Kläger ist mit zahlreichen Personen auf Facebook befreundet. Diese Personen speichern regelmäßig auch Daten über den Kläger.

Das „**Profil**“ ist der Ausgangspunkt des Nutzers und es gibt dort mehrere Möglichkeiten zur Personalisierung. Beispielsweise gibt es die Möglichkeit ein "Profil-Bild" und ein "Titelbild" einzustellen. Die Nutzer haben auch die Möglichkeit, Informationen über sich zu teilen, z.B. wo sie arbeiten, wo sie wohnen, wo sie die Schule besucht haben und welche Interessen sie haben. Nutzer verwenden ihre Profile, um auszudrücken, wer sie sind und was in ihrem Leben vor sich geht. Das Profil ist der Zugang zu vielen Funktionen, die auf Facebook verfügbar sind (z.B. Chronik, Freundesliste etc), und ist der Hauptmechanismus, um sich mit Menschen, Unternehmen, Organisationen und Themen, die für den Nutzer von Bedeutung sind, im Facebook-Dienst zu verbinden.

Der „**News Feed**“ ist die erste, regelmäßig aktualisierte Seite, die die Nutzer sehen, wenn sie Facebook öffnen. Es ist eine personalisierte und regelmäßig aktualisierte Auflistung von Beiträgen, Fotos, Videos und kommerziellen Inhalten. Der News Feed jedes Benutzers ist personalisiert, basierend auf seinen Interessen und den geteilten Aktivitäten seiner Freunde. Um dem Nutzer einen personalisierten "News Feed" zur Verfügung zu stellen, verarbeitet die Beklagte Daten, um Vorhersagen zu treffen, welche Inhalte für den jeweiligen Nutzer wahrscheinlich am sinnvollsten sind. Man sieht im "News Feed" Ereignisse die von Freunden geteilt wurden und auch

personalisierte Werbung. Man kann im "News Feed" Inhalte, auch Beiträge von „Freunden“, mit „gefällt mir“ markieren. Dies beeinflusst, welche Inhalte in Zukunft gezeigt werden. Veranstaltungsvorschläge kommen zu Arten von Veranstaltungen, auf die der Nutzer schon einmal reagiert hat, die sich an seinem allgemeinen Standort befinden oder an denen seine Freunde teilnehmen oder diese mit ihm teilen.

Die „**Chronik**“ bietet jedem Nutzer einen Ort um zu teilen, "was ihm durch den Kopf geht". Die Nutzer können dort Inhalte wie einen Status, ein Foto oder Video, einen Link zu einem Artikel oder eine Grafik teilen. Die Chronik ist auch ein Ort für andere, um Inhalte mit dem Nutzer zu teilen. So kann beispielsweise ein Nutzer Inhalte in der Chronik eines anderen Nutzers veröffentlichen.

„**Seiten**“ sind öffentliche Seiten (ähnlich wie Webseiten), mit denen Künstler, Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, Unternehmen, Marken, Organisationen und gemeinnützige Organisationen eine Präsenz auf Facebook aufbauen und sich mit der „Facebook-Community“ verbinden können. Jeder Nutzer kann mit Seiten interagieren, indem er der Seite "folgt" oder den Inhalt einer Seite "likt" oder kommentiert. Eine Seite kann etwa für Unternehmen, Markeninhaber, Gemeinden oder bekannte Personen eingerichtet werden. Wenn ein Benutzer eine Seite "liked", kann er Updates von dieser Seite in seinem "News Feed" sehen.

„**Gruppen**“ sind ein Ort für die Kommunikation in kleineren Gruppen um gemeinsame Interessen und Meinungen zu teilen. „Gruppen“ bietet einen öffentlichen oder privaten Raum, um bestimmte Inhalte mit anderen Menschen, wie Familie, Teamkollegen, Freunden oder anderen zu teilen. Innerhalb einer Gruppe können Benutzer Updates veröffentlichen, Fotos und Dateien freigeben und Ereignisse organisieren. Gruppen ermöglichen es, sich zu einem gemeinsamen Anlass, Thema, oder zur Organisation von Aktivitäten zusammenzufinden, Ziele zu formulieren, zu diskutieren, Updates zu veröffentlichen, Fotos und Dateien auszutauschen und Veranstaltungen zu organisieren. Die Datenschutzeinstellungen können für jede Gruppe separat angepasst werden.

Mit „**Veranstaltungen**“ können Nutzer Veranstaltungen organisieren, Einladungen verwalten und Benachrichtigungen sowie Erinnerungen zu

Veranstaltungen an ihre Freunde senden. Durch "Veranstaltungen" können Freunde und andere zu jedem Anlass eingeladen werden, von der Dinnerparty bis zur Spendenaktion.

Die "**Freundesliste**" ist im Profil abrufbar. Die Facebook "**Freunde**" sind andere Nutzer, die der Nutzer zu seinem Netzwerk hinzugefügt hat. Abhängig von den Zugriffseinstellungen eines Nutzers können "Freunde" das Profil des Nutzers, Inhalte, die der Nutzer veröffentlicht hat und andere Informationen über ihn sehen, wie z.B. Seiten, die der Nutzer "likt", Gruppen, denen er angehört, und Ereignisse, an denen er teilnehmen wird.

„**Messenger**“ ist eine mobile Messaging-App, die es Benutzern ermöglicht, sich gegenseitig über ihr Handy sofort zu erreichen. Mit Messenger können Benutzer private Nachrichten versenden, mit Gruppen chatten und kostenlose Anrufe tätigen, auch in andere Länder.

„**Fotos**“ - Benutzer können eine unbegrenzte Anzahl von Fotos hochladen und mit ihren Freunden auf Facebook teilen. Benutzer können Alben erstellen und ihr Publikum festlegen. Sie können auch Details wie Beschriftung und Standort hinzufügen.

„**Video**“ - Benutzer können Videos im News Feed hochladen und solche anderer ansehen. Wie bei Fotos können Benutzer Alben erstellen und organisieren, Freunde markieren und ihr Publikum festlegen.

Die **Personalisierung** bzw. das personalisiertes Erlebnis unterscheidet Facebook von anderen sozialer Netzwerken. Die Beklagte verwendet die Daten der Nutzer um die Inhalte, die sie ansehen und mit denen sie interagieren, zu personalisieren. Die Datenverarbeitung der Beklagten unterstützt alle Aspekte der Personalisierung des Facebook-Dienstes, nicht nur Werbeanzeigen. Die Personalisierung von Inhalten erfolgt in allen Aspekten des Dienstes, seien es Beiträge, Artikel, Empfehlungen, Gruppen, Events oder Werbeanzeigen.

In der Datenrichtlinie (**JAN**) ist unter dem Punkt „Wie verwenden wir diese Information“ wie folgt festgehalten: „**Bereitstellung, Personalisierung und Verbesserung unserer Produkte.** Wir verwenden die uns zur Verfügung stehenden Informationen, um unsere Produkte bereitzustellen, also auch um Funktionen und Inhalte (u. a. deinen News Feed, deinen Instagram Feed,

deine Instagram Stories und deine Werbeanzeigen) zu personalisieren und dir auf und außerhalb von unseren Produkten Vorschläge zu unterbreiten (wie z. B. Gruppen oder Veranstaltungen, an denen du möglicherweise interessiert bist, oder Themen, die du eventuell abonnieren möchtest).“

Die Beklagte erfasst (in der angeschlossenen Datenrichtlinie **JAN** detaillierter dargelegt) drei grundlegende Kategorien von Daten über Nutzer:

- Daten über Dinge, die Nutzer tun oder teilen auf den Diensten und Produkten der Beklagten (und mit wem sie sich verknüpfen);
- Daten über Geräte, die Personen für den Zugriff auf die Dienste und Produkte der Beklagten verwenden; und
- Daten, die von Partnern empfangen werden, einschließlich der Websites und Apps, die die Business Tools der Beklagten nutzen.

Beispielsweise verwendet die Beklagte die Daten,

a. welche die Nutzer auf ihrem Profil über ihr Alter oder Geschlecht zur Verfügung stellen, um zu helfen, die Pronomen auf der Website anzupassen und den Nutzern relevante Erlebnisse zu übermitteln (./94, Abbildung 25)

b. über Dinge die Menschen auf Facebook tun (z.B. Seiten die sie "gelikt" haben, Gruppen denen sie beigetreten sind, Beiträge, mit denen sie interagieren), um Vorschläge und Empfehlungen zu geben (./94, Abbildung 26). Zum Beispiel wenn eine Person eine Seite über Fußball „likt“, kann die Beklagte "Fußball" oder "Sport"-Seiten, Gruppen, Veranstaltungen, Werbeeinschaltungen usw anzeigen, vorschlagen oder empfehlen;

c. vom Beitrag eines Nutzers, der einen bestimmten Standort (z.B. ein Restaurant) markiert, um dem Nutzer Beiträge, die mit diesem Standort verbunden sind, anzuzeigen (./94, Abbildung 31);

d. von der Freundesliste des Nutzers, um Gruppen zum Beitritt vorzuschlagen, die für den Nutzer relevant sind (z.B. Gruppen, denen Freunden beigetreten sind) (./94, Abbildung 32);

e. von der Interaktion mit einem bestimmten Inhalt (z.B. Fotos oder Videos) bis hin zur Art und Weise, wie der Nutzer mit diesen Inhalten interagiert (z.B. posten, teilen, kommentieren usw), um die Anzeige von Inhalten im News Feed dieses Nutzers zu ordnen;

f. über Seiten, welche der Nutzer "gelikt" hat, in welche Standorte er "eingcheckedt" hat, und Künstler, an denen der Nutzer im Profil Interesse

bekundet hat, um Veranstaltungen vorzuschlagen (./94, Abbildungen 26, 30, 35);

g. über das Gerät des Nutzers, um beispielsweise zu verstehen, welchen Gerätetyp er verwendet oder wie schnell die aktuelle Internetverbindung eines Nutzers ist, mit dem Ziel, der geeignetsten Art von Inhalten, die im News Feed zu einem beliebigen Zeitpunkt angezeigt werden sollen (z.B. einen Link, ein Foto oder ein Video).

Der Grad der Personalisierung, den die Beklagte vornehmen kann, hängt von den Daten ab, die sie hat. Wenn ein Nutzer sich entscheidet, sich mit mehr Produkten und Funktionen des Facebook-Dienstes zu beschäftigen, erhält die Beklagte mehr Daten und kann relevantere Inhalte bereitstellen, die auf der Nutzung des Dienstes durch den Nutzer basieren. Im Laufe der Zeit kann die Beklagte zusätzliche Daten erhalten, die Unternehmen und Organisationen mit der Beklagten über die Interaktionen der Nutzer außerhalb von Facebook teilen, wenn sie Apps oder Websites besuchen. Daten, die gesammelt und verwendet werden, um den „News Feed“ zu personalisieren, Vorschläge für Veranstaltungen oder Seiten usw, die den Nutzern gefallen und die sie schätzen, werden ebenfalls verwendet, um die Werbung anzupassen.

"Interessen" sind Schlüsselwörter, die einem Nutzer zugeordnet sind, basierend auf Aktivitäten, wie dem „Liken“ von Seiten und dem Anklicken von Werbeanzeigen.

Der Kläger brachte zusammengefasst vor, dass er ein rechtliches Interesse an der Feststellung habe, dass er „Verantwortlicher“ im Sinne der DSGVO sei. Daraus ergebe sich auch der Anspruch laut Klagebehren 3 und 4. Auch wenn die Beklagte nunmehr zugestehe, dass er keine Einwilligung iS der Art 6f DSGVO zur Datenverarbeitung erteilt habe und sich auf die vertragliche Notwendigkeit der Verarbeitung stütze, bestehe va. aufgrund der gekoppelten Einwilligungserklärungen in den Nutzungsbedingungen ein Feststellungsinteresse an der Feststellung laut Klagebehren 5 und 7. Die Datenverarbeitung der Beklagten verstoße in mehreren Bereichen gegen die DSGVO. Es bestehe Wiederholungsgefahr und daher ein

Unterlassungsanspruch wie Klagebehren 6, 8 bis 10. Insbesondere würden Daten trotz Einleitung eines Löschvorganges nicht wirklich gelöscht werden, eine Suche nach Daten des Klägers sei ohne seine Einwilligung möglich und es würden Daten iSd Art 9 DSGVO ohne eine Einwilligung iSd Art 7 DSGVO verarbeitet werden. Es werde bezweifelt, dass früher angekaufte Daten des Klägers mittlerweile gelöscht worden seien und die Beklagte nicht über die biometrischen Daten des Klägers verfüge und dessen Mausbewegungen verfolge.

Die Partner der Beklagten laut ./DI hätten keine Einwilligung des Klägers für die Übermittlung von Daten an und/oder weitere Verwendung durch die Beklagte eingeholt. Die Beklagte sei auch ihrer Auskunftspflicht nicht nachgekommen.

Der Schaden des Klägers fuße auf ein emotionales Ungemach, aufgrund der bereits jahrelang andauernden Unsicherheit in Bezug auf die immense Verarbeitung seiner Daten. Der Kläger habe bis heute keinen abschließenden Überblick, wofür seine Daten tatsächlich verwendet bzw. an wen sie weitergegeben wurden. Er habe unwiederbringlich die Kontrolle über seine Daten verloren. Hinzu komme die Verarbeitung von Daten nach Art 9 DSGVO, die sich beispielsweise in der unaufgeforderten Übermittlung von Einladungen zu Events für Homosexuelle widerspiegle. Durch die unvollständige Beauskunftung werde der Kläger auch an einer Kontrolle seiner Daten gehindert. Er könne nicht einmal abschätzen, an wen seine Daten weitergegeben werden. All dies führe zu einer enormen Beeinträchtigung des Klägers in seinem Grundrecht auf Datenschutz und seinen damit verbundenen Freiheiten. Darüber hinaus liege unter anderem ein Verstoß gegen den Grundsatz der Datenminimierung und Speicherbegrenzung vor.

Die Beklagte bestritt. Der Kläger sei nicht „Verantwortlicher“ im Sinne der DSGVO. Es gelte die Haushaltsausnahme. Die Verarbeitung der Daten des Klägers erfolge entsprechend den vereinbarten Richtlinien und Bedingungen, die mit der DSGVO in Einklang stünden. Die Datenverarbeitung sei rechtmäßig und stütze sich nicht auf die Einwilligung des Klägers iS des Art 6f DSGVO, sondern auf andere Rechtfertigungsgründe, überwiegend auf vertragliche Notwendigkeit.

Feststellungen:

Vor Inkrafttreten der DSGVO erteilten die Nutzer von Facebook eine ausdrückliche Einwilligung in die Verarbeitung ihrer Daten in Übereinstimmung mit den damaligen Nutzungsbedingungen der Beklagten (mit dem Titel "Erklärung der Rechte und Pflichten"). Potenzielle neue Nutzer wurden vor der Übermittlung personenbezogener Daten darüber informiert, dass sie mit der Registrierung, der Erklärung der Rechte und Pflichten zustimmen und sie die Datenrichtlinie, einschließlich der Cookie-Richtlinie, gelesen haben. Sie konnten die Einwilligung jederzeit ändern oder widerrufen, indem sie ihre Privatsphäre-Einstellungen änderten, ihre personenbezogenen Daten löschten oder ihr Konto schlossen. Ein Nutzer konnte beispielsweise jederzeit seine Privatsphäre-Einstellungen so einstellen, dass die Beklagte die Aktivitäten des Nutzers am Facebook-Dienst nicht zur Optimierung personalisierter Werbeanzeigen nutzen konnte (nicht bestrittenes Vorbringen des Klägers (.JA, .JC)).

Aufgrund der vollen Wirksamkeit der DSGVO mit 25.5.2018 hat die Beklagte ihre früheren Nutzungsbedingungen („Erklärung der Rechte und Pflichten“ vom 15.11.2013 .JA = .48)) und ihre früheren Datenverwendungsrichtlinien vom 15.11.2013 (.JC = .47) komplett neu erstellt und den Nutzern von Facebook zur Zustimmung vorgelegt. Der Kläger hat, nachdem sein Konto zuvor gesperrt worden war, die neuen Nutzungsbedingungen vom 19.04.2018 (.IAM = .41) durch Anklicken (aktiv), in Kenntnis der verlinkten Daten-Richtlinie (.JAN = .43), der Cookie-Richtlinie (.JAP = .44) und der Rechtsgrundlage-Information (.JAO = .45) akzeptiert, damit er Facebook weiter nutzen kann. Die Einwilligung war erforderlich um weiterhin Zugang zum Konto zu erhalten und die Dienste zu nutzen. (.JAX, PV des Klägers)

Die Nutzungsbedingungen wurden in der Folge aktualisiert (Nutzungsbedingung vom 31.07.2019 .JCA = .78), wobei sie inhaltlich nur sehr geringfügig von der Version .IAM abweichen. Der Kläger nutzte Facebook auch in Kenntnis der aktualisierten Nutzungsbedingungen weiter. Ein neuerliches „aktives Akzeptieren“ dieser Aktualisierung war nicht

erforderlich. Die Beklagte aktualisierte die Nutzungsbedingungen einseitig und informierte darüber. (PV des Klägers)

Der **Kläger** hat ungefähr 400 Facebook-Freunde. Um mit diesen in gewohnter Weise zu kommunizieren, wollte und will er sein Konto bei der Beklagten beibehalten. Seine Facebook-Freunde wären zum Teil gar nicht, zum Teil nur auf unterschiedlichen anderen Plattformen verfügbar. Soweit sie auf anderen Plattformen sind, stellen sie dort nicht die selben Informationen bereit. Es werden Nachrichten, Updates und Veranstaltungen oft nur auf der Plattform der Beklagten geteilt und es besteht für den Kläger, der darüber laufend informiert sein will, keine realistische Möglichkeit die Dienste der Beklagten zu umgehen und trotzdem im gewünschten Umfang informiert zu sein. Im Profil des Klägers sind viele persönliche Erinnerungen und Korrespondenzen und diverse Freunde gespeichert und abrufbar. Es ist für ihn auch wesentlich einfacher mit seinen Freunden im Ausland, die ständig Telefonnummern und E-Mail-Adressen ändern, über Facebook Kontakt zu halten. (PV des Klägers)

Die Beklagte hat die, in Folge näher beschriebenen Werkzeuge (**Tools**) eingerichtet um den Nutzern einen Einblick und eine Kontrolle über deren gespeicherte Daten zu ermöglichen (konkret dargestellt in **./151**). In diesen Tools sind nicht alle verarbeiteten Daten ersichtlich, sondern nur die, die nach Ansicht der Beklagten für die Nutzer interessant und relevant sind. So sieht dort der Kläger beispielsweise, dass er auf Facebook eine App aufgemacht, eine Website besucht, etwas gesucht, etwas gekauft, etwas auf eine Wunschliste hinzugefügt, eine Werbeeinschaltung angeklickt hat. Die Tools wurden erstellt, um Nutzern Zugang zu aktuellen Daten in einem - nach Einschätzung der Beklagten - vernünftigen Rahmen zu geben. Personen mit Auskunftersuchen werden auf diese Tools verwiesen. Im Jahr 2010 gab es eine erste Version des Tools „Download deine Informationen“. Mit dem Inkrafttreten der DSGVO wurde das Tool „Zugriff auf deine Informationen“ erstellt und danach das Aktivitäten-Protokoll. Die Beantwortung der Auskunftersuchen in der alten, früheren Papierform dauerte lange, abhängig von diversen Variablen, vor allem auch welche Datenmengen generiert

wurden. Mit dem neuen System kann sich der User selbst und schneller Informationen beschaffen, wobei er auf Nachfrage durch dieses System geführt wird. (Zeugin Alvarez)

Das „**AYI-Tool**“ („Access Your Information Tool“, „Zugriff auf deine Informationen Tool“ bzw. „Zugriff auf deine Daten Tool“) ermöglicht den Zugriff auf Daten, gegliedert in "**Deine Informationen**", die aus Informationen bestehen, die der Nutzer hochgeladen und weitergegeben hat, wie z.B. Profil, Beiträge und Kommentare, und "**Informationen über Dich**", die Informationen über den Nutzer, z.B. welche Geräte er verwendet hat, der Standort, die IP-Adressen, von denen er sich angemeldet hat. Unter der Kategorie „Freunde“ sieht man auch die gelöschten Freunde und wann sie gelöscht wurden. Es ist dort möglich Werbeanzeigen und Unternehmen anzuklicken, man hat dort Zugang zu seinen Werbeinteressen und die Möglichkeit, die mit dem Konto verbundenen Werbeinteressen einzusehen und zu verbergen. Es informiert auch darüber, dass es ein separates Tool zum Herunterladen („**DYI Tool**“ „Download deiner Informationen Tool“) dieser Informationen gibt und leitet zu diesem Tool weiter. Insgesamt gibt es 60 Datenkategorien wie im Detail aus **./151** ersichtlich. Das Tool ermöglicht zu sehen, welche Kategorien von personenbezogenen Daten die Beklagte speichert, gegliedert nach Jahren und Tagen. Wenn man etwas zum Zweck und der Dauer der Speicherung dieser Daten wissen will, muss man die Datenrichtlinie lesen, die dazu eine allgemeine Auskunft gibt. Dort finden sich allgemeine Informationen zur Verarbeitung, Personalisierung, Empfängern, Herkunft, Aufbewahrungsfrist und Speicherdauer. (Zeugin Alvarez)

Das „**Download deiner Informationen-Tool**“ („**DYI Tool**“) ermöglicht Daten aus dem Facebook-Dienst abzu ziehen und woanders einzubringen. Der Nutzer kann die personenbezogenen Daten auf einmal herunterladen, oder er kann nur die Informationsarten und Datumsbereiche auswählen, innerhalb derer er herunterladen möchte. (unbestrittenes Vorbringen der Beklagten)

Die Tools stellen sich beim Kläger (Stand 11/2019) wie in **./DH** dar. Für das Öffnen und Laden sämtlicher Links und Unterverlinkungen, würde der Kläger viele Stunden brauchen (PV des Klägers).

Die Beklagte stellt seit einigen Monaten das Tool „**Aktivitäten außerhalb von Facebook**“ (Your Off-Facebook Activity“ = OFA, .J147) zur Verfügung. Dort werden die Partner aufgelistet, die der Beklagten Daten über Nutzer übermitteln. Der Kläger konnte dort erstmals eine Liste von Dritten herunterladen, die Informationen über ihn an die Beklagte weitergegeben haben (.DI, .DJ). Er erhält aber keine Informationen darüber, welche konkreten Daten übermittelt wurden. Es erfolgt keine Bekanntgabe der Rohdaten. (.DI, PV des Klägers).

Dieses Tool ermöglicht den Nutzer auch, die dort ersichtlichen Daten zu löschen, was zur Folge hat, dass sie nach 48 Stunden „entknüpft“ werden. Die gelöschten Daten werden hauptsächlich für Analyse- und Messzwecke 48 Stunden verknüpft aufbewahrt. (Zeugin Alvarez)

Das „**Aktivitäten-Protokoll**“ (das mit dem „AYI-Tool“ verlinkt ist) zeigt eine Verkaufshistorie der Aktivitäten auf Facebook, wie z.B. Beiträge, die ein Nutzer kommentiert oder mit "gefällt mir" markiert hat, Apps die der Nutzer verwendet hat oder die Suchanfragen des Nutzers und bietet die Möglichkeit Informationen über Aktivitäten zu löschen. Es ist dynamisch um aktuell zu sein, weil laufend und permanent neue Informationen generiert werden, vor allem durch die diversen Aktivitäten der User. (Zeugin Alvarez)

Die Seite „**Privatsphäre-Grundlagen**“ erklärt Aspekte des Datenschutzes und ist mit zwei Klicks von jeder Facebook-Desktopseite aus zugänglich, indem man auf den Link Datenschutz klickt und dann Privatsphäre-Grundlagen auswählt. Sie enthalten eine Erklärung über Aspekte der Privatsphäre im Facebook-Dienst und bieten interaktive Anleitungen, die die häufigsten Fragen beantworten, wie Nutzer ihre Informationen auf Facebook kontrollieren können. (unbestrittenes Vorbringen der Beklagten)

Die Beklagte erklärt ua dort zu „Standort“: *„Mithilfe von Verbindungsinformationen wie deiner IP-Adresse oder deinem WLAN-Netz sowie spezifische Standortinformationen wie dem GPS-Signal deines Gerätes können wir erfahren, wo du dich befindest“* (.J140).

Der „**Privatsphäre-Check**“, den es seit vielen Jahren gibt (Zeugin Alvarez), dient der Überprüfung und Anpassung der Datenschutzeinstellungen. Er ermöglicht zu überprüfen, wer Beiträge und Informationen aus dem Profil sehen kann, wie Telefonnummer und E-Mail-Adresse. Nutzer können dort überprüfen, welche Anwendungen und Websites mit ihrem Konto verbunden sind. Er zeigt die Einstellungen für Apps an, bei denen sie sich Nutzer mit ihrem Facebook-Konto angemeldet haben und ist über zahlreiche Stellen verfügbar. Dort kann ein Nutzer überprüfen, wer seine Beiträge oder andere Informationen aus seinem Profil, wie z.B. die E-Mail-Adresse oder das Geburtsdatum sehen kann, ob nur der Nutzer, oder auch Freunde, oder Freunde von Freunden, oder bestimmte Freunde oder jeder auf und abseits des Facebook-Dienstes. Auf „Graph Search“ kann man nur entsprechend diesen Einstellungen gefunden werden. Die Einstellungen, wer die Beiträge sehen kann, haben keinen Einfluss darauf, ob die Beklagte diese Informationen zur Personalisierung von Inhalten (oder Werbeanzeigen) verwendet. (.143, unbestrittenes Vorbringen der Beklagten)

In einem „**Control-Centre**“ werden die Privatsphäre-Einstellungen gebündelt. Von dort können Nutzer auf ihre Werbepräferenzen, Sicherheits- und Anmelde- sowie andere Privatsphäre-Einstellungen zugreifen und diese ändern. Nutzer können mit zwei Klicks von jeder Facebook-Desktopseite aus auf das Control-Centre zugreifen, indem sie auf das Fragezeichen oben rechts klicken und dann "Privatsphäre auf einen Blick" auswählen. Das "Control-Centre" bietet eine Übersicht für die Überprüfung und/oder Verwaltung der für die Privatsphäre-Einstellungen verfügbaren Kontrollen, welche in einem Menü "Privatsphäre auf einen Blick" zusammengefasst sind. Benutzer können dort ihre Werbeanzeigeneinstellungen verwalten, sich die Facebook-Dienst Informationen anzusehen oder herunterladen, das Konto löschen, sich über die Richtlinien und Praktiken der Beklagten zu informieren. (.49, unbestrittenes Vorbringen der Beklagten)

In einem Bereich „**Deine Dateneinstellungen auf Facebook**“ werden die Dateneinstellungen und möglichen Optionen gezeigt. (Augenschein-Video, Zeugin Alvarez). Nutzer können einstellen, welche Informationen über ihre

Geräteeinstellungen mit der Beklagten geteilt werden. Die Geräteeinstellungen können aktiviert oder deaktiviert werden (.154).

Das Tool „**Warum sehe ich diese Werbeanzeige?**“ listet bei jeder Werbeanzeige durch Auswahl des Drop-Menüs in der oberen rechten Ecke, die Auswahlkriterien (etwa Alter/Standort) auf. Es gibt einen Link zu den „Werbepräferenzen“. Der Kläger bekam aufgrund dieses Werkzeugs die Auskunft wie aus .JDF ersichtlich. „**Über Facebook Werbeanzeigen**“ erklärt das Werbesystem und die verfügbaren Benutzerkontrollen zur Verwaltung der Werbeeinstellungen.(.141) „**Werbepräferenzen**“ ermöglicht Nutzern zu sehen, welche Interessenkategorien mit ihnen verbunden sind und warum. Dieses Werkzeug informiert die Nutzer auch darüber, mit welchen Werbetreibenden sie interagiert haben. Nutzer können sich aus einer Interessenkategorie entfernen (.155 bis .157, .159). Der Kläger bekam aufgrund dieses Werkzeugs ua die Auskunft wie aus .JDE ersichtlich.

Die Beklagte verwendet **Cookies** (im einzelnen .JCK), **Social Plugins** und **Pixels** wie in ihren Bedingungen/Richtlinien festgehalten.

Ein **Cookie** ist eine kleine Datendatei, die ein Webserver an den Browser (z.B. Internet Explorer oder Firefox) sendet und speichert. Das Cookie speichert und übermittelt bestimmte Informationen zwischen dem Webserver und dem Browser. Wenn ein Internet-Nutzer bestimmte Optionen auswählt, nimmt ein Cookie diese Informationen auf und speichert dies für eine bestimmte Zeitperiode. Wenn der Browser das nächste Mal eine Anfrage an dieselbe Website sendet, erhält die Website diese Optionen, die im Cookie registriert sind (z.B. Sprache oder Einstellungen). Cookies werden auch verwendet, um Sicherheitsprobleme zu lösen, weil sie helfen können, nicht authentifizierte Einträge in einem Nutzer Konto oder eine Cyberattacke zu identifizieren. Die Beklagte kann durch die Cookies die Quelle der Aufrufe zuordnen. Ohne Aktivierung der Cookie-Funktion sind viele Dienste der Beklagte nicht nutzbar. (nicht bestrittenes Vorbringen des Klägers)

Die „**Social Plug-ins**“ der Beklagten werden von Webseiten-Betreibern in ihre Seiten „eingebaut“. Am weitesten verbreitet ist der sog „Like Button“ der Beklagten. Dabei wird technisch ein „Fenster“ (iframe) in eine Webseite

geschnitten und dieses Fenster wird sodann von der Beklagten mit diesem „Social Plug-in“ gefüllt. Bei jedem Abruf solcher Webseiten, die einen „Like Button“ der Beklagten enthalten, werden an die Beklagte die hinterlegten Cookies, die URL der besuchten Seite und diverse Protokolldaten (z.B. IP-Adressen, Zeitangaben) übertragen. Es ist dabei nicht notwendig, dass der Nutzer mit dem „Like Button“ interagiert (z.B. durch Klicken oder Ähnliches) oder diesen wahrgenommen hat. Das Laden einer Seite mit einem solchen „Social Plug-in“ reicht aus, um diese Daten an die Beklagte zu übermitteln. „Plug-ins“ befinden sich auch auf Seiten von politischen Parteien, auf medizinischen Seiten oder auf Seiten für Homosexuelle, die der Kläger besucht hat. Aufgrund des „Plug-ins“ auf fpoe.at konnte die Beklagte das konkrete Surfverhalten des Klägers verfolgen und es wurde ein Datenfluss an die Beklagte ausgelöst (./CF, ./CG, nicht bestrittenes Vorbringen des Klägers) Wie Social Plug-ins sind **Pixels** eine Software, die ein Webseiten-Betreiber in die Webseite integrieren kann und ermöglicht, relevante Informationen über die Webseitennutzer zu sammeln. Pixels werden häufig verwendet, um Webseiten bei der Messung und Optimierung von Werbung zu unterstützen. Beispielsweise beim Integrieren eines Facebook-Pixel in die eigene Webseite, können Webseitenbetreiber von der Beklagten Berichte darüber erhalten, wie viele Personen ihre Werbung auf Facebook gesehen haben und dann anschließend auf seine eigene Webseite gingen, um einen Kauf zu tätigen oder eine bestimmte vordefinierte Handlung durchzuführen. (nicht bestrittenes Vorbringen des Klägers)

Social Plugins und Pixels arbeiten Hand in Hand mit Cookies, um Informationen an den Webserver zu übermitteln. Sie sind Bausteine der Internetwerbung, wobei die große Mehrheit der heute im Internet verfügbaren Inhalte über Werbung finanziert wird. Internetwerbung ermöglicht es Milliarden von Nutzern auf der ganzen Welt zum Nulltarif online zu kommunizieren und auf Nachrichten, Informationen, Bildung, Unterhaltung und weitere Dienste zuzugreifen. Der Einsatz von Cookies ist weit verbreitet. So gut wie jede Website verwendet Cookies. Sie tragen auch zu einer wesentlichen Verbesserung der Benutzerfreundlichkeit von Websites bei. Sie sind hilfreich, wenn der Benutzer eine bestimmte Seite, die eine Benutzer-Authentifizierung verlangt, häufig besucht, weil benutzerspezifische

Einstellungen gespeichert werden. Cookies spielen auch bei der Förderung der Internetsicherheit eine Rolle, weil sie helfen, Angriffe zu identifizieren und zu blockieren. Gemeinsam mit sozialen Plugins dienen sie der Bereitstellung von relevanten Anzeigen an die Benutzer. Pixels spielen in der Internetwerbung inzwischen eine wichtige Rolle, weil sie Werbetreibenden die Messung von Kampagnenleistung und Konversationsereignissen sowie die Gewinnung von Zielgruppenwissen ermöglichen. (.113, .114)

Die Beklagte verwendet auch sogenannte „**Datr-Cookies**“, die etwa auch auf der Seite www.fpo.e.at, die der Kläger besuchte, zum Einsatz kamen. Dieses Cookie beinhaltet die Nutzer-ID des Klägers und wird zur Authentifizierung der Identität gegenüber Facebook verwendet (.1CK).

Der Kläger löscht auf seinem Browser regelmäßig Cookies, die allerdings bei Nutzung immer wieder neu gesetzt werden. Er kann sie nicht generell blockieren, weil er dann Facebook faktisch nicht nutzen könnte. Beim Kläger verwendete Cookie-Banner sahen weder einer Auswahlmöglichkeit vor, noch ein aktives („Opt-In“) Erfordernis. (.146, PV des Klägers).

Der Kläger erhielt über das DYI-Tool Auskunft über ein verwendetes Datr-Cookie (.1DP). Es ist nicht feststellbar, ob diese Urkunde die erteilte Auskunft vollständig wiedergibt.

Wie die meisten Websites verfügt auch Facebook über eine **Suchfunktion** ("Suche"), die es Nutzern ermöglicht, für sie wichtige Personen, Beiträge, Fotos, Videos, Orte, Seiten, Gruppen, Apps und Veranstaltungen zu finden. Die Suchergebnisse beruhen ausschließlich auf den Aktivitäten eines Nutzers im Rahmen des Facebook-Dienstes. Die Suchergebnisse zeigen beispielsweise Inhalte, die Freunde mit einem Nutzer geteilt haben, Beiträge von Freunden eines Nutzers, Orte, an denen ein Nutzer markiert wurde oder Orte, basierend auf jenen Dingen, die ein Nutzer "likt" (z.B. Seiten, denen er folgt oder die in seinem Profil angegeben sind), Gruppen, denen er angehört, Veranstaltungen, die einem Nutzer gefallen haben, und Inhalte, mit denen der Nutzer im News Feed interagiert hat. (unbestrittenes Vorbringen der Beklagten)

Seit 2013 die Suchfunktion „**Graph Search**“ eingeführt wurde, ist es möglich Daten dynamisch zu durchsuchen. Zunächst konnte man beispielsweise

Männer mit Interesse an anderen Männern im Iran oder Falun Gong Sympathisanten in China abrufen (./P). Derartige Abfragen sind nicht mehr möglich (./142, Zeugin Alvarez).

Vor Einführung von „Graph Search“ gab die Beklagte den Nutzern die Option, in allen Suchmaschinen „auf und außerhalb von Facebook“ nicht aufzuscheinen. Der Kläger wählte diese Option. Er gab bei seiner Privatsphäre Einstellung an, dass er in gar keiner öffentlichen Suche aufscheinen möchte. Nach der Einführung von „Graph Search“ änderte die Beklagte den Text und es gab (und gibt) nur mehr die Möglichkeit in „anderen Suchmaschinen“ nicht aufzuscheinen. Der Kläger scheint damit entgegen seiner früheren Einstellungsauswahl in Suchergebnissen auf Facebook auf. Damit ist es für seine „Freunde“ möglich, Daten über ihn suchen und zu finden, die bereits sehr alt sind, sonst schwer auffindbar wären und die dem Kläger selbst gar nicht mehr bewusst sind. (unbestrittenes Vorbringen des Klägers, PV des Klägers)

Bei der Suche eines „Freundes“ des Klägers nach „Obertauern“, wurde diesem ein Beitrag des Klägers und zwar ein Video aufgenommen in Obertauern Dezember 2018 samt Kommentar des Klägers im Jänner 2019 und die erlangten „Reaktionen“ auf den Beitrag angezeigt. (./CJ) .

Die Suche achtet die Privatsphäre-Einstellungen eines Nutzers. Ist beispielsweise ein Beitrag oder eine Information mit der Zielgruppe "Nur ich" eingestellt, scheint dieser Beitrag oder diese Information nicht als Suchergebnis für andere Nutzer auf. Mittels Einstellung kann ein Nutzer entscheiden, ob er nach E-Mail-Adresse (falls angegeben), Telefonnummer (falls angegeben) oder über Suchmaschinen hinweg zu finden sein möchte. (unbestrittenes Vorbringen der Beklagten)

Die Beklagte stützt sich in der Datenrichtlinie in folgenden Fällen auf die **Einwilligung** ihrer Nutzer zur Datenverarbeitung:

- „• Für die Verarbeitung von Daten mit besonderem Schutz (z. B. deine religiösen Ansichten, deine politische Meinung, an wem du „interessiert“ bist oder deine Gesundheit, wenn du diese Informationen in deinen Facebook-Profilfeldern oder unter Lebensereignisse teilst), damit wir diese mit den von dir ausgewählten Personen teilen und deine Inhalte personalisieren können.
- Für die Verwendung von Gesichtserkennungstechnologie

- *Für die Verwendung von Daten, die Werbetreibende und andere Partner uns bezüglich deiner Aktivität außerhalb der Produkte der Facebook-Unternehmen bereitstellen, damit wir die Werbeanzeigen personalisieren können, die wir dir auf Produkten der Facebook-Unternehmen sowie auf Webseiten, Apps und Geräten, die unsere Werbedienste nutzen, zeigen.*
- *Für das Teilen von personenbezogenen Daten, die dich persönlich identifizieren (Informationen wie dein Name oder deine E-Mail-Adresse, die für sich genommen verwendet werden können, um dich zu kontaktieren oder zu identifizieren) mit Werbetreibenden; beispielsweise wenn du uns anweist, deine Kontaktinformationen mit einem Werbetreibenden zu teilen, damit dieser dich kontaktieren kann, etwa um dir zusätzliche Informationen über ein hervorgehobenes Produkt bzw. eine hervorgehobene Dienstleistung zu senden.*
- *Zum Erfassen von Informationen, deren Erhalt du uns durch die von dir aktivierten gerätebasierten Einstellungen gestattest (wie den Zugriff auf deinen GPS-Standort, deine Kamera oder Fotos), damit wir die beschriebenen Funktionen und Dienste bereitstellen können, wenn du die Einstellungen aktivierst.“*

Der Kläger hat keine Einwilligung zu den genannten Datenverarbeitungen gegeben (außer Streit). Die Beklagte erfasste Informationen über den Aufenthalt des Klägers bei Aufnahme eines später hochgeladenen Fotos, weil er die diesbezüglichen gerätebasierenden Einstellungen des Aufnahmegerätes eingestellt hatte. (PV des Klägers, /DD)

Nutzer können daher wählen, ob es der Beklagten gestattet ist, Daten, die sie von Werbetreibenden und anderen Partnern über Aktivität außerhalb von Facebook- Produkten erhalten, zum Zweck der Anpassung von Anzeigen zu verwenden ("**Werbeanzeigen auf Basis von Partnerdaten**"). Weil der Kläger dem nicht zugestimmt hat (außer Streit) verarbeitet die Beklagte keine personenbezogenen Daten des Klägers, die sie von Partner über Aktivitäten außerhalb von Facebook-Produkten erhalten hat, zum Zweck der Darstellung personalisierter Werbung für den Kläger. Die Daten des Klägers, die über Cookies, Social Plugins und vergleichbare Technologien auf Webseiten Dritter

erlangt werden, werden aber von der Beklagten gespeichert und auch zum Zwecke der Personalisierung, der Verbesserung der Facebook Produkte, „zur Förderung von Schutz, Integrität und Sicherheit“ verwendet, und auch um dem Kläger Veranstaltungen anzubieten. (Zeugin Alvarez).

Die Beklagte erläutert dazu bei den Einstellungen für Werbeanzeigen auf Basis von Partnerdaten, die die Möglichkeit „nicht zulassen“ geben: *"Wir löschen keine Daten, wenn du die Verwendung dieser Daten für Werbung nicht zulässt. Du wirst auch weiterhin genauso viele Werbeanzeigen sehen. Diese basieren allerdings auf deinen Aktivitäten in Produkten der Facebook-Unternehmen oder können von bestimmten Unternehmen stammen, mit denen du deine Kontaktdaten geteilt hast (falls wir dein Profil mit deren Kundenliste abgeglichen haben). (./94)*

Die Beklagte verwendet auch die Daten, die der Kläger der Beklagten zur Verfügung stellt, und die Daten, die die Beklagte aufgrund seiner Handlungen über ihn erhält, um dem Kläger die nach ihrer Einschätzung relevanten, personalisierten Inhalte, einschließlich personalisierter Werbung, anzuzeigen. Dies umfasst die Verwendung des Alters, der Interessen und die Facebook-Nutzung des Klägers. Dazu gehört auch die Verwendung von Informationen zum Standort des Klägers, um abzuschätzen, wo sich der Kläger möglicherweise befindet, um Inhalte anzuzeigen, die für den Standort des Klägers relevant sind (z.B. eine Anzeige, die für ein bevorstehendes Konzert in seiner Stadt wirbt). (unbestrittenes Vorbringen der Beklagten)

Dem Kläger wird personalisierte Werbung auch aufgrund des (oben beschriebenen) Tools „Custom Audience“ gezeigt. Die gehashten Daten werden nach maximal 48 Stunden, nach der Durchführung des Abgleichs, gelöscht. Um Custom Audience nutzen zu dürfen, muss ein Werbetreibender die Nutzungsbedingungen für Custom Audience annehmen, worin erläutert wird, dass der Werbetreibende als „Verantwortlicher“ (im Sinne der DSGVO) und die Beklagte als „Auftragsverarbeiterin“ (im Sinne der DSGVO) des Werbetreibenden fungiere. (Zeugin Alvarez)

Ob, wann, auf welche Weise, Werbetreibende die „Custom Audience“ oder die anderen Business-Tools nutzten bzw. die aus ./DI ersichtlichen Unternehmen, vom Kläger eine Einwilligung zur Übermittlung der Daten an

die Beklagte im Rahmen dieser Tools einholten, ist nicht feststellbar.

Facebook verfolgt das „Klick-verhalten“ des Klägers wie in der in der Datenrichtlinie geregelt, und „weiß“ daher, wenn er mit einer Werbung, einem Video etc. interagiert. Die Beklagte verfolgt die Mausbewegungen des Klägers zu Integritätszwecken um beispielsweise sicherzustellen, dass ein Mensch und kein Bot den Facebook-Dienst nutzt. So hat der Kläger die Nachricht „Du wurdest vorübergehend blockiert“ (./DM) erhalten und wurde auch kurzfristig blockiert, weil er schnell und/oder wiederholt auf die Funktion "Why Am I Seeing This Ad" geklickt hat. Die Beklagte unterbindet übermäßiges Klicken auf bestimmte Funktionen, weil sie das für die Gewährleistung der Sicherheit der Daten für erforderlich erachtet. Die Beklagte verwendet Mausbewegungen nicht um Werbung zu personalisieren. Der Inhalt der Nachrichten wird nicht für Zwecke der personalisierten Werbung analysiert. (./CO, ./DM, Zeugin Alvarez)

Der Kläger hat seinem Profil keine sensiblen Daten zugefügt. Nur seine "Freunde" können seine zukünftigen Beiträge oder Beiträge auf seiner Timeline sehen und seine "Freundschaftsliste" ist nicht öffentlich. Der Kläger hat sich auch dagegen entschieden, der Beklagten die Verwendung von Informationen zu den Profil-Feldern Beziehungsstatus, Arbeitgeber, Berufsbezeichnung und Ausbildung für gezielte Werbung zu gestatten. (unbestrittenes Vorbringen der Beklagten)

Die Beklagte verarbeitete personenbezogene Daten des Klägers (z.B. die IP-Adresse) um seinen Aufenthaltsort möglichst genau festzustellen und zu verarbeiten „Last Location“). Die Beklagte speicherte im Jahr 2011 im Rahmen der Berechnung der „Last Location“ des Klägers den genauem Längen- und Breitengrad (./BH).

Die Beklagte hat die Gesichtserkennungsvorlagen des Klägers nicht gespeichert und verwendet diese daher auch nicht. Die Beklagte gibt keine Daten, die den Kläger direkt identifizieren, an Werbetreibende weiter. Es konnte in dieser Allgemeinheit nicht festgestellt werden, dass keine Daten weitergegeben werden, die die Identität des Klägers offenbaren. (Zeugin

Alvarez)

Partnerkategorien war ein Produkt, das es Werbetreibenden ermöglichte, Zielgruppen mithilfe von Daten von Marketingpartnern, wie z.B. LiveRamp, zu erreichen. Dieses Produkt wurde in der EU im Mai 2018 eingestellt. Ob alle Daten des Klägers, die die Beklagte im Zuge dieses Produkts verarbeitet hatte, unwiederbringlich gelöscht wurden, ist nicht feststellbar.

Die Datenverarbeitung der Bekl unterscheidet insofern nicht zwischen „einfachen“ personenbezogenen Daten und „sensiblen“ Daten (**besondere Kategorien personenbezogener Daten**), als sie keine Daten zuordnet, dh sie extrahiert nicht heraus, ob Daten sensibel sind oder nicht (Zeugin Alvarez).

Die Beklagte verarbeitete (auch beim Kläger) das Interesse an „sensiblen Themen“ wie etwa an Gesundheitsthemen, sexueller Orientierung, ethnischen Gruppen, politischen Parteien. Es ist möglich eine Zielgruppe für Werbung auch nach diesen Interessen festzulegen. Die Beklagte erlaubt daher Männer anhand des Interesses an Männern zu bewerben, Menschen anhand des Interesses an Homosexualität, an politischen Parteien oder an Krankheiten und erlaubt auch als Zielgruppe Personen auszuwählen, die nicht in ihrem Heimatland leben. (./BM)

Die „**Interessenliste**“ des Klägers umfasste Ende Juni 2018 folgende Interessen: „Alexander Van der Bellen, Anleger, Area 51, Ausbildung, Autos, Banksy, Baugewerbe, Bell Canada, Berater, Coaching, Community-Themen, Computermonitore, Dankbarkeit, Denken, Die (musician), Die Grünen – Die Grüne Alternative, Don Giovanni, Dorf, Einkaufen und Mode, Elektronik, Europa, Familie, Fernseher, Finanzen, Flughafen, Forbes, Forschung, Futur, Gander, Gesetzloser, Glaube, Gleis, Globalisierung, Glücksspiele, Golfplatz, Gott, Gründerzentrum, Handel, Handlungswissen, Haus, Hobby, Homo sapiens, Informationen, Innsbruck, Investitionen, IP-Telefonie, Italien, Jahr, Judi, Kapital, Kar (Talforn), Kobuk, Alaska, Krone, Kronen Zeitung, Las Vegas, Last Week Tonight with John Oliver, Leben, Leuchtturm, Lokomotive, Marketing, Marktnische, Menschen, Mobile App, Moral, Nationalismus, Neos,

Non-metropolitan district, Offizier, Omnibus, ORF eins, Panoramabild, Park, Parken, Personal Trainer, Politik, Polizei, Provinz Entre Ríos, Rechtsanwalt, Reichtum, Reisen, Richard Wagner, Ringe des Saturn, Salz.B.urg, Sebastian Kurz, Seele, Selbstständigkeit, Siemens, Smartphone, Sozialer Status, Stammtisch, Startup-Unternehmen, Strategy, Straßenbahn, Student/in, Stunde, Tablet-Computer, Tag, Taxi, Technologie, TV-Talkshows, UFO, Ufologie, Universität, Unternehmen, Unternehmen, Unternehmensleitung, Vorfelddbus, Vorsitz im Rat der Europäischen Union, Wi-Fi, Wien, Wiener Staatsoper, Woche, Wunsch, Zeit, Öffentlicher Verkehr, Österreich, Österreichische Schule, Österreichischer Rundfunk und Švyturys “. (. /BC)

Der Umstand, dass sich auf dieser Interessenliste des Klägers der Begriff „Kobuk“ (= ein Ort in Alaska) befand, ist darauf zurückzuführen, dass der Kläger eine Web-Seite mit diesem Namen, die Kritik zu journalistischen Fehlgriffen zum Inhalt hat, besucht hatte. Das „Interesse“ (im Jahr 2013) an „eletronic viewfinder“ war auf den Besuch der Website Europe versus Facebook, abgekürzt „evf“, zurückzuführen (unbestrittenes Vorbringen des Klägers, ./L).

Dem Kläger wurde aufgrund seiner „Freunde“ bei jeweils noch zwei anderen Auswahlmöglichkeiten, als Wohnort Wien, als Geburtsort seine Heimatstadt Salzburg, als Schule sein Gymnasium in Salzburg und als Universität die Universität Wien vorgeschlagen (./M).

Dem Kläger wurde eine Werbung für die Neos-Politikerin Beate Meinl-Reisinger angezeigt (./BL), die auf der Analyse basierte, dass er anderen „Kunden“ ähnelt, die diese Politikerin mit „gefällt mir“ markiert haben. Der Kläger erhielt regelmäßig Werbung, die auf homosexuelle Personen abzielte und Einladungen zu entsprechenden Veranstaltungen, obwohl er sich davor für die konkrete Veranstaltung nicht interessiert hatte und den Veranstaltungsort nicht kannte (./DC, PV des Klägers). Diese Werbung bzw. diese Einladungen orientierten sich nicht unmittelbar an der sexuellen Orientierung des Klägers oder seiner „Freunde“, sondern an der Analyse deren Interessen (Zeugin Alvarez).

Es wird dem Kläger angezeigt, dass ein Freund des Klägers ein Produkt mit

gefällt mir markiert hat und umgekehrt (unstrittig).

Der Kläger hat eine Analyse in Auftrag gegeben, welche Rückschlüsse aus seiner Freundesliste herausgerechnet werden können und diese hat ergeben, dass er Zivildienst beim Roten Kreuz in Salzburg gemacht hat und dass er homosexuell ist (PV des Klägers).

Auf der Liste seiner Aktivitäten außerhalb von Facebook scheinen ua Apps oder Websites von [REDACTED] chat und der FPÖ auf (/DI). Es sind bei seinen Daten einerseits die E-Mail-Adresse [REDACTED] gespeichert, die es nicht gibt und seine E-Mail-Adresse [REDACTED] die er nicht in seinem Profil angegeben, allerdings bei Anfragen an die Beklagte verwendet hat. (PV des Klägers)

Der Kläger konnte und kann (auch bei der gewünschten Beibehaltung des Kontos) bestimmte Inhalte, etwa Nachrichten und Fotos, von seinem Konto löschen, indem er einen Löschvorgang auslöst. Ausgenommen davon sind beispielsweise Name und E-Mail-Adresse und abgelehnte Freundschaftsanfragen und entfernte Freunde, die erst gelöscht werden, wenn das Konto gelöscht wird. Alte Pokes werden, wenn sie vom Nutzer gelöscht werden, nur verborgen um weitere Belästigungen zu vermeiden. Auch alte Passwörter und alte Namen werden - jedenfalls vor Löschung des Kontos - nicht gelöscht. (/H, PV des Klägers)

Mit „Löschung“ (bei aufrechtem Konto) meint die Beklagte, dass die Daten vom Konto losgelöst, dh entknüpft werden. Die Daten werden „entpersonalisiert“. Es gibt neben der Möglichkeit des Löschens auch die Möglichkeit des Entfernens und des Verbergens. Wenn man eine Nachricht über Messenger sendet, kann man innerhalb von zehn Minuten diese Nachricht wieder entfernen. Damit wird diese Nachricht für alle unsichtbar, auch für den Empfänger. Nach Ablauf dieser zehn Minuten kann man diese Nachricht aus den eigenen Nachrichten entfernen, beim Empfänger bleibt die Nachricht. Einen Beitrag, den jemand anderer gepostet hat, kann man nicht löschen, sondern nur verbergen. (Zeugin Alvarez).

Bei alten Nachrichten oder Postings ist nur die Einzellöschung jedes Elements oder eine Deaktivierung des gesamten Kontos möglich

(unbestrittenes Vorbringen des Klägers). Von der Möglichkeit sein Konto dauerhaft löschen, möchte der Kläger nicht Gebrauch machen, weil er Facebook weiter nutzen will.

In einer Studie von Studenten betreffend die nach dem Auskunftersuchen 7/2011 übermittelten Daten des Klägers (.JH) wurden vom Kläger Passagen gelb markiert. Soweit dort als „true“ (richtig) markiert bedeutet das, dass der Kläger diese Daten (durch Anklicken „Löschen“) gelöscht hat. Die Beklagte hat daraufhin die Markierung „deleted true“ gesetzt. Die „deleted false“ bezeichneten Daten wurden nicht gelöscht, sondern nur als gelöscht markiert. Bei den Freundschaftsanfragen bedeutet das Feld „rejected true“, dass der Kläger die Freundschaftsanfragen abgelehnt hat. Dennoch werden diese von der Beklagten gespeichert und auch entfernte Freunde nur in eine Liste mit gelöschten Freunden verschoben. Gelöschte Markierungen in Fotos wurden von der Beklagten nur unsichtbar gesetzt. Bei den aufgrund des Auskunftsbegehren 2011 übermittelten Daten befanden sich Postings aus dem Jahr 2009, die der Kläger spätestens ein halbes Jahr vor dem Auskunftsbegehren gelöscht hatte. (PV des Klägers)

Zum **Löschen von Daten** erklärt die Beklagte in ihren Nutzungsbedingungen (.ICA) Punkt 3.1.:

„Du kannst Inhalte einzeln oder alle gleichzeitig (durch Löschung deines Kontos) löschen. ... Wenn du einen Inhalt löschst, ist er für andere Nutzer nicht mehr sichtbar. Es ist jedoch möglich, dass er an anderer Stelle in unseren Systemen noch vorhanden ist wenn

. eine sofortige Löschung aufgrund technischer Beschränkungen nicht möglich ist (in dem Fall wird dein Inhalt innerhalb von max. 90 Tagen nach der Löschung durch dich gelöscht);

. dein Inhalt in Einklang mit dieser Lizenz bereits von anderen genutzt wurde und sie ihn nicht gelöscht haben (in diesem Fall findet diese Lizenz solange Anwendung, bis der Inhalt gelöscht wird); oder

. die sofortige Löschung uns bei folgenden Maßnahmen einschränken würde:

. Untersuchung oder Erkennung illegaler Aktivitäten oder Verstößen gegen unsere Nutzungsbedingungen und Richtlinien (z.B. Zuerkennung oder Untersuchung von Missbrauch unserer Produkte oder Systeme);

. Erfüllung einer gesetzlichen Pflicht, z.B. Aufbewahrung von Beweisen; oder

*. Erfüllung einer Anforderung seitens einer Gerichts- oder Verwaltungsstelle, einer Strafverfolgungsbehörde oder einer Behörde;
in einem solchen Fall wird der Inhalt nur so lange aufrechterhalten, wie es für die Zwecke erforderlich ist, die der Aufrechterhaltung zugrunde liegen (die genaue Dauer hängt vom Einzelfall ab).
In allen oben genannten Fällen gilt diese Lizenz solange weiter, bis der Inhalt vollständig gelöscht worden ist.“*

Die Beklagte erklärt (in ihren aktuellen Bedingungen), dass sie ein dauerhaftes Löschen von Daten von den Servern erst 30 Tage nach Löschung eines Kontos einleitet. Sie begründet dies damit, dass ein gelöscht Konto nicht reaktiviert werden kann und dies zum dauerhaften Verlust von Inhalten, die der Nutzer auf Facebook hochgeladen hat, führt, weshalb sie dem Nutzer eine 30-tägige Wartezeit (d.h. eine "cooling-off Zeit") gewährt um seine Meinung zu ändern und seine Anfrage zu stornieren, wobei mit dem Löschauftrag die personenbezogenen Daten des Nutzers jedoch für andere Nutzer nicht mehr erreichbar seien. Dann beginne die Beklagte nach Ablauf der 30-tägigen Wartezeit mit dem Löschvorgang und die personenbezogenen Daten des Nutzers würden innerhalb von 90 Tagen dauerhaft von den Servern der Beklagten gelöscht werden, wobei die personenbezogenen Daten dauerhaft gelöscht werden, werden, die verbleibenden Metadaten nur de-identifiziert und anonymisiert würden. Einige Daten könnten nach 90 Tagen in unzugänglichen Backups, die für Zwecke der Wiederherstellung im Falle einer Katastrophe, für einen begrenzten (nicht näher feststellbaren) Zeitraum bestehen bleiben.

Der Kläger hat persönliche Daten auf der Website Europe versus Facebook als Musterdaten öffentlich gemacht, etwa als Beispiel für die Funktion „Last Location“, die GPS-Daten seiner Universität, woraus er sich eingeloggt (./149) Der Kläger ist homosexuell und kommuniziert dies auch gegenüber der Öffentlichkeit. (./150) Er hat seine sexuelle Orientierung aber nicht in seinem Profil angegeben (unstrittig).

Der Kläger stellte 2011, 2012, 2013, 2015 und zuletzt 2019 ein **Auskunftsbegehren** an die Beklagte. (PV, ./DG).

Im Rahmen eines umfangreichen E-Mail-Verkehrs (.X) erhielt er am 09. 06. 2011 eine erste PDF-Datei mit 18 Seiten (.Y). Nach weiteren Interventionen übermittelte das Mutterunternehmen der Beklagten (Facebook Inc.) im Juli 2011 eine CD-Rom mit einer weiteren PDF-Datei im Umfang von 1.222 A4-Seiten. Danach erhielt er keine weiteren Daten und wurde in der Beantwortung seines letzten Begehrens (letzte Seite der Beilage ./DG) auf die Auskunft- und Download-Tools verwiesen.

Die Beklagte stellt in ihren Tools nur einen Teil der von ihr über den Kläger verarbeiteten Daten zur Verfügung, nämlich nur die, die sie für den Nutzer für relevant und interessant hält (.AA, Zeugen Alvarez). Im Download-Tool sieht man wesentlich weniger Daten als über die Entwicklerschnittstelle API (.AA). In den Tools sind keine Metadaten wie Empfänger oder Herkunftszweck und keine Löschfristen ersichtlich und keine Profiling-Daten. Die Beklagte erteilte dem Kläger keine individuelle Information zu Zweck, Quelle, konkrete Verwendung seiner Daten. Auch die Existenz oder Logik etwaiger Analysen werden von der Beklagten nicht bekannt gegeben. Die Beklagte verweist diesbezüglich auf die allgemeinen Angaben in ihren Richtlinien und Bedingungen. Auskunft über das oben festgestellte wiederholte Anklicken, das zu einer vorübergehenden Blockierung des Klägers führte, wurde in den Tools nicht gegeben. (PV des Klägers, unstrittig)

In dem Tool „Aktivitäten außerhalb von Facebook“ sieht man die Unternehmen, die Daten geschickt haben, aber nicht welche Daten die Unternehmen geschickt haben und man sieht die Rohdaten nicht. (PV des Klägers, unstrittig)

In dem Download-Tool des Klägers ist ein Foto ersichtlich, auf dem vier Menschen zu sehen sind. Einer davon ist der Kläger. Wenn man dieses Foto in Firefox untersucht, ergibt sich, dass mehr Daten gespeichert sind, als in den Tools der Beklagten ersichtlich sind, und zwar ein Kasten rund um das Gesicht des Klägers mit einer ID und die Information „vier Personen, Personen, die lachen“. (.DO, PV des Klägers)

In dem Download-Tool des Klägers sind Fotos („RIO“, „Spring Break“) ersichtlich, die 2015 von Geräten mit einer IP-Adresse in Österreich (Foto „RIO“,./144) bzw. in Kalifornien (Foto „Spring Break“,./145) hochgeladen

wurden. Der Kläger hatte die GPS-Einstellung auf den Aufnahmegeräten (seinem Blackberry, auf dem Facebook nicht installiert ist bzw. einer Canon EOS) nicht deaktiviert. Im Zuge des Hochladevorganges (auf Facebook) musste man nicht ausdrücklich zustimmen, dass die GPS-Daten mitgeladen werden und konnte dies auch nicht verbieten. Die Fotos hat der Kläger in Folge mit „Freunden“ geteilt. Im Oktober 2019 waren in dem Download-Tool jeweils nur die IP-Adresse und der Ort und die Zeit des Hochladens, nicht aber die EXIF-Daten des Fotos wie Aufnahmegerät und Speicherort, ersichtlich. (PV des Klägers, ./DD)

Über die Speicherfristen von EXIF-Daten informiert die Beklagte in den Tools nicht, sondern gibt in der Dateirichtlinie nur allgemein Auskunft über die Kriterien, die angewendet werden. (Zeugin Alvarez)

Der Kläger ist durch die Datenverarbeitung der Beklagten „massiv genervt“, aber nicht psychisch beeinträchtigt. Es gibt über ihn von der Beklagten gespeicherte und verarbeitete Daten, über die er keine Kontrolle hat, weil sie in den Tools nicht angezeigt werden. Für ihn ist bei der Nutzung von Facebook weder die Werbung noch der Faktor Forschung relevant. Er erhält es für problematisch, dass seine Daten für die Forschung verwendet werden und ihm ist es nicht recht, dass seine Daten gesammelt werden und von seinen „Freunden“ eingesehen werden können. (PV des Klägers)

Das Ausmaß des erforderlichen technischen und wirtschaftlichen Aufwandes um Tools zu entwickeln, die die personenbezogenen Daten eines Nutzers erkennen, herausfiltern und blockieren, damit die Algorithmen der Beklagten diese nicht für personalisierte Werbung oder für Marketingzwecke verwenden, ist nicht feststellbar. Es ist nicht feststellbar, dass derartige Tools nicht entwickelt werden könnten.

Die Beklagte verstößt bei der Verarbeitung der Daten des Klägers nicht gegen ihre Richtlinien, Bedingungen und Informationen. Weitere Feststellungen zu den Datenverarbeitungs- und Löschfunktionen der Beklagten als die angeführten und die sich aus den angeschlossenen Urkunden ergebenden, können nicht getroffen werden.

Beweiswürdigung:

Soweit Beweismittel in Klammer angeführt sind, waren sie unbedenklich und gab es keine widersprechenden Beweisergebnisse.

Der zu Beginn dieser Entscheidung wiedergegebene Sachverhalt und die Feststellungen mit dem Klammersausdruck „(nicht bestritten)“ beruhen darauf, dass in diesem Verfahren bereits aus dem Umstand, dass ein Vorbringen nicht konkret bestritten wurde, auf dessen Richtigkeit geschlossen werden konnte. Für die Parteien ist der Ausgang dieses Verfahrens von erheblicher Bedeutung, weil es allenfalls Anlass für ein Vorabentscheidungsverfahren vor dem EuGH sein könnte, bei dem die Nutzungsbedingungen und Richtlinien der Beklagten dahingehend überprüft werden, ob sie der DSGVO entsprechen. Beide Seiten waren daher sehr gut vorbereitet, sind Profis bezüglich der Funktionen des Facebook-Dienstes und der einschlägigen Bestimmungen und und setzten sich mit dem gegnerischen Vorbringen im Detail auseinander. Wenn sie dieses nicht konkret bestritten und Gegenteiliges behauptet haben, konnte bereits daraus geschlossen werden, dass das Vorbringen richtig ist. Die Parteien wurden darauf hingewiesen, dass die in englischer Sprache verfassten Urkunden übersetzt vorgelegt werden müssen. Soweit dies nicht erfolgte, wurden sie nicht verwertet.

Sowohl der Kläger als auch die Zeugin Alvarez vermittelten den Eindruck wahrheitsgemäß aussagen zu wollen. Sie hatten sich auf die Aussagen gut vorbereitet, auch weil der Prozess von internationalen Medien verfolgt und kommentiert wurde.

Da die Zeugin in ihrer Position als Director (bei Facebook Spanien) für Datenschutzfragen in Europa, Mittleren Osten und Afrika, aufgrund eigener Erfahrung und Einschätzung annahm, dass alte Passwörter nicht gelöscht werden, war davon auszugehen, dass dies auch so zutrifft.

Die Vermutung des Klägers, dass die Beklagte über seine biometrischen Daten verfügt, konnte er nicht beweisen. Es gab keinerlei Anhaltspunkte dafür, dass seine Gesichtserkennungsdaten gespeichert sind. Dies ergab sich nicht aus den Urkunden, auf die der Kläger bei seiner Aussage verwies. So ergibt sich aus ./H, in der sich ein Foto des Klägers mit einer (von wen auch

immer getroffenen) Zuordnung zu seinem Namen befindet und eine dem Ersteller und eine dem Kläger zugeordnete ID, nicht die Speicherung und Verarbeitung von biometrischen Daten. Auch aus ./I ergibt sich nur die mögliche Zuordnung des Namens zu einem Foto. Aus der Funktion „Facebox“ kann nicht auf eine Speicherung und Verarbeitung von biometrischen Daten geschlossen werden. Da der Kläger keinen einzigen Fall der Verarbeitung seiner Gesichtserkennungsdaten aufzeigen konnte, war davon auszugehen, dass die Aussage der Zeugin, dass die Beklagte über diese nicht verfügt, zutrifft.

Auch die Aussage der Klägers zu seiner Suche nach Produkten auf anderen Websites oder ./CE, ./DE und ./DF widerlegen nicht, dass beim Kläger die Werbeanzeigen nicht „auf Basis von Partnerdaten“ sondern über das Tool „Custom Audience“ erfolgten. Der „Identifier“ muss nicht zwingend seine E-Mail-Adresse gewesen sein, weshalb seine Aussage, dass er bei Amazon eine andere verwendet als bei Facebook, die Anwendung von „Custom Audience“ nicht widerlegt. ./DC widerlegt nicht, dass die aus diversen Aktivitäten hochgerechneten „Interessen“ des Klägers und seiner „Facebook-Freunde“ zu der Einladung führten und nicht die sexuelle Orientierung des Klägers. Glaubwürdig war zwar, dass der Kläger den Club nicht kennt, aber abgesehen davon, dass die Einladung dies nicht voraussetzt, ist nicht überzeugend, dass der Kläger dies bei allen seinen 400 „Freunden“ ausschließen kann.

Die Zeugin bestätigte glaubhaft und nicht widerlegt, dass die Beklagte keine Mausbewegungen verwendet um Werbung zu personalisieren und der Inhalt der Nachrichten nicht für Zwecke der personalisierten Werbung analysiert wird. Es gab dazu keine gegenteiligen Beweisergebnisse. Aus ihrer Aussage ergab sich auch, dass es seit Mai 2018 keinen Zukauf von Partnerdaten gibt, was sich letztlich auch aus den diesbezüglichen Online-Informationen der Beklagten ergibt, wenn auch die deutsche Version (./DB) der englischen Version „nachhinkte“. Insgesamt musste der Kläger zugestehen, dass er keine Anhaltspunkte dafür hat, dass die Beklagte bei der Verarbeitung seiner Daten gegen ihre eigenen Richtlinien und Bedingungen verstößt, weshalb dies auch so festgestellt werden konnte. Zur Geo-Lokalisierung sagte die Zeugin nachvollziehbar aus, dass dann wenn die Einstellungen des Gerätes

aktiviert sind, diese erfolgt. Andernfalls wird aus Informationen, die der Nutzer selbst eingibt und über die IP-Adressen auf die ungefähre Lokalität (naturgemäß möglichst genau) zurückgerechnet. Warum in ./.BH die genauen GPS-Daten des Jahres 2011 aufscheinen, konnte nicht geklärt werden, zumal sich das Wissen der Zeugin auf Vorgänge seit Inkrafttreten der DSGVO bezog.

Glaubwürdig war, dass der Kläger mehrere Stunden brauchte um sich in den Auskunftstools, durch alle Links zu „wühlen“. Glaubwürdig war auch, dass er regelmäßig die Cookies auf seinem Browser löscht, diese aber bei jeder Nutzung sofort neu gesetzt werden. Aus seiner Aussage ergab sich auch, dass er durch die Datenverarbeitung der Beklagten zwar genervt ist, aber keine „tiefe Verunsicherung“ erfolgte.

Aus der Aussage des Klägers ergab sich - weil im Jahr 2011 unstrittig über 1200 A4- Seiten an Daten vorhanden waren - nachvollziehbar, dass man in den Datentools bzw. dem Aktivitäten-Protokoll weniger Daten sieht, als über den Kläger gespeichert sind. Aus der Aussage der Zeugin Alvraez ergibt sich außerdem, dass in den Tools nicht alle Daten ersichtlich sind, sondern nur die, die die Beklagte für relevant für den Nutzer hält.

Unstrittig war, dass die personalisierte Werbung zum Geschäftskonzept der Beklagten gehört. Abgesehen davon, dass die rechtliche Relevanz für die Klagebegehren nicht erkennbar ist, konnte anhand der vorgelegten Auftragsstudien keine sichere Feststellung zum Stellenwert der Werbung für die Nutzer von Facebook getroffen werden. Es ist davon auszugehen, dass der Großteil der Nutzer personalisierte Werbung der nicht personalisierten Werbung vorzieht und bewusst dafür in Kauf nimmt, die Plattform „gratis“ nutzen zu können, wobei auch dies nicht für entscheidungsrelevant gehalten wird.

Die vom Kläger beantragte „Urkundenvorlage“ wurde bereits in der Tagsatzung abgewiesen, weil der Kläger zunächst kein konkretes Speichermedium angeben konnte, dessen Vorlage er beantragt. In Wahrheit möchte er erreichen, dass die Beklagte ein derartiges Medium (eine CD, einen USB Stick oder eine externe Festplatte) auf dem alle seine Daten gespeichert sind, herstellt und herausgibt, was allerdings im Wege eines Antrages auf Urkundenvorlage, dessen Bewilligung voraussetzt, dass die

vorzulegende Urkunde bereits existiert, nicht erzwungen werden kann. Die in weiterer Folge beantragte Vorlage der „Festplatten auf denen sich die Daten des Klägers befinden“ wurde ebenfalls abgewiesen, da unklar ist welche Festplatten konkret gemeint sind und außerdem der Ausbau und die Übermittlung der Festplatten eines Computers (anders als die Vorlage einer externen Festplatte, auf der bestimmte Daten gespeichert wurden) nicht unter die Urkundenvorlage-Verpflichtung der ZPO subsumiert werden kann. Yvonne Cunnane, die vom Kläger beantragt wurde und als „Director“ der Beklagten als Partei geladen wurde, ist nicht erschienen und gab bekannt, dass sie nicht aussagen möchte, was auch nicht erzwungen werden kann. Aus ihrer Entscheidung nicht aussagen zu wollen, konnten keine entscheidungsrelevanten Schlüsse gezogen werden.

Weitere positive Feststellungen zur Datenverarbeitung und Löschung der Daten des Klägers waren nicht möglich, weil das Beweisverfahren keinen genaueren Einblick schaffte. Im Wesentlichen verwies die Zeugin auf die Richtlinien und Bedingungen und konnte zur Frage ob andere Daten (als die davor erörterten) endgültig und unwiederbringlich gelöscht werden, nur sagen, dass sie „*keine gegenteilige Information habe.*“ Die Zeugin konnte zu den technischen Fragen der Verarbeitungs- und Löschprozesse keine Auskunft geben. Nicht sicher war aus diesem Grund auch, dass eine unwiederbringliche Löschung der früher von Datenanbietern zugekauften Daten erfolgte. Bei der diesbezüglichen Aussage der Zeugin handelte es sich offensichtlich nur um eine Vermutung, die sie selbst nicht überprüft hat. Aber es gab auch keine Beweisergebnisse, die ihre Vermutung widerlegten.

Ob und inwieweit die Unternehmen laut ./DI eine Einwilligung des Klägers einholten, ließ sich durch die vorgelegten Datenschutzerklärungen dieser Unternehmen (. /DK) nicht klären, da sich aus diesen nicht ergibt, welche Erklärungen der Kläger durch ein Anklicken (das auch bereits längere Zeit zurückliegen könnte und ihm unter Umständen nicht mehr erinnerlich ist) abgegeben hat. Zu dem Vorbringen hinsichtlich des Aufwandes der Entwicklung anderer Tools gab es keine Beweisanbote.

rechtliche Beurteilung:

Gemäß Art 2 Abs 2 lit c ist die DSGVO auf die Verarbeitung personenbezogener Daten zur Ausübung privater oder familiärer Tätigkeiten („Haushaltsausnahme“) nicht anzuwenden. Dazu wird im Erwägungsgrund 18 ausgeführt:

„Diese Verordnung gilt nicht für die Verarbeitung von personenbezogenen Daten, die von einer natürlichen Person zur Ausübung ausschließlich persönlicher oder familiärer Tätigkeiten und somit ohne Bezug zu einer beruflichen oder wirtschaftlichen Tätigkeit vorgenommen wird. 2Als persönliche oder familiäre Tätigkeiten könnte auch das Führen eines Schriftverkehrs oder von Anschriftenverzeichnissen oder die Nutzung sozialer Netze und Online-Tätigkeiten im Rahmen solcher Tätigkeiten gelten. 3Diese Verordnung gilt jedoch für die Verantwortlichen oder Auftragsverarbeiter, die die Instrumente für die Verarbeitung personenbezogener Daten für solche persönlichen oder familiären Tätigkeiten bereitstellen.“

Der Kläger ist aufgrund seiner privaten Nutzung nicht „Verantwortlicher“ im Sinne der DSGVO, weil diese auf ihn nicht anzuwenden ist. Da sich das Weisungsrecht laut Klagebegehren 3 und das Recht auf Abschluss eines Vertrages laut Klagebegehren 4 - auch nach dem Rechtsvorbringen des Klägers - aus der Position als „Mitverantwortlicher“ ergeben, die der Kläger nicht hat, waren Klagebegehren 1 bis 4 abzuweisen.

Gegenstand einer Feststellungsklage kann neben der Echtheit oder Unechtheit einer Urkunde nur die Feststellung des Bestehens oder Nichtbestehens eines Rechtsverhältnisses oder Rechtes sein. Die Rechtsprechung verweigert die Feststellung der Unwirksamkeit von Rechtshandlungen als solche. Nicht feststellungsfähig sind einzelne Elemente von Rechtsverhältnissen, rechtliche Eigenschaften von Tatsachen, Rechtshandlungen oder deren rechtliche Qualifikation (*Rechberger/Klicka*, ZPO⁵ § 228 Rz 5, *Fasching in Fasching/Konecny*³ § 228 an Rz 38). Darüber hinaus wird ein rechtliches Interesse an der alsbaldigen Feststellung gefordert, es muss ein aktueller Anlass zur präventiven Klärung eines strittigen Rechtsverhältnisses bestehen (aaO Rz 7 bzw. 72 ff).

Beide Voraussetzungen sind bei Klagebegehren 5 und 7 nicht gegeben.

Ein Unterlassungsanspruch (Klagebegehren 6 und 8 bis 10) setzt einerseits voraus, dass die Handlung, deren Unterlassung geboten werden soll, verboten dh rechtswidrig ist und andererseits, dass die Gefahr der Wiederholung dieser rechtswidrigen Handlung besteht (RS0012064), d.h. dass die beklagte Partei bereits gegen die Norm, die die zu unterlassende Handlung verbietet, verstoßen hat. Die Datenverarbeitungen der Klagsbegehren 6, 8 bis 10 sind entweder durch die Akzeptanz der Bedingungen/Richtlinien vereinbart oder erfolgen nicht. Die Beklagte stützt sich nicht auf die Einwilligung des Klägers dafür, dass sie personenbezogene Daten des Klägers verarbeitet und stellte dem Kläger frei, in den Fällen, in denen die DSGVO die ausdrückliche Einwilligung zur Verarbeitung fordert, diese nicht zu erteilen, wovon er Gebrauch gemacht hat. Die Personalisierung und auch die personalisierte Werbung als ein wesentlicher Bestandteil des von der Beklagten angebotenen Dienstes ergibt sich aus den Nutzungsbedingungen und verlinkten Richtlinien, die zum Vertragsinhalt gemacht wurden, auch wenn der Kläger lieber einen anderen Vertrag mit einem anderen Dienst der Beklagten, hätte. Die durchgeführten Datenverarbeitungen, die ihr laut Klagebegehren verboten werden sollen, stützt die Beklagte auf den Vertragszweck der „Personalisierung“. Richtig ist, dass die Beklagte diesen Vertragszweck selbst vorgegeben hat. Der Kläger hat aber trotzdem einen Vertrag mit diesem Inhalt abgeschlossen, weshalb die Beklagte die festgestellten Datenverarbeitungen, die damit in Übereinstimmung mit der DSGVO stehen, durchführen darf, solange der Kläger sein Konto nicht löscht und damit den Vertrag mit der Beklagten beendet.

Auch eine Verletzung des Art 9 DSGVO ergibt sich aus dem festgestellten Sachverhalt nicht. Dahingestellt kann bleiben, ob die festgestellten Einladungen zu Veranstaltungen und Werbungen die Homosexualität des Klägers offenbaren, da der Kläger diese selbst öffentlich bekannt gemacht hat und damit ein Ausnahmegrund von dem Erfordernis einer ausdrücklichen Einwilligung (Art. 9 Abs. 2 lit. e) vorliegt. Sein „Interesse“ an verschiedenen Parteien und Politikern offenbart nur sein Interesse an Politik, aber keine

politische Meinung. Es ist aus der Tatsache, dass der Kläger beispielsweise FPÖ-Seiten besucht, nicht herauszulesen, dass er mit dieser Partei sympathisiert.

Der Kläger bringt auch keine Argumente gegen den Rechtsstandpunkt der Beklagten vor, dass sie im Rahmen der Business Tools nur „Auftragsverarbeiter“ und nicht „Verantwortlicher“ im Sinne der DSGVO ist. Zusammengefasst konnten keine rechtswidrigen Datenverarbeitungsvorgänge festgestellt werden für die die Beklagte verantwortlich wäre, weshalb auch keine diesbezüglichen Unterlassungsansprüche des Klägers bestehen.

Allerdings verletzte die Beklagte gegenüber dem Kläger, der nach Übermittlung einer PDF-Datei vor mehreren Jahren wiederholt neuerliche Auskunft begehrte, ihre Auskunftspflicht gemäß Art 15 DSGVO. Aus Art. 15 (beschrieben im Erwägungsgrund 63) ergibt sich die Verpflichtung in angemessenen Abständen über sämtliche personenbezogenen Daten, die Gegenstand der Verarbeitung sind, Auskunft zu erteilen und nicht nur über die, die die Beklagte für den Nutzer für relevant und interessant hält. Durch die Verletzung dieser Auskunftspflicht hat der Kläger keinen Überblick über sämtliche über ihn gespeicherten Daten und kann etwa auch nicht sein Recht auf Berichtigung (Erwägungsgrund 65) ausüben. Aus Erwägungsgrund 85 zu Art 82 ergibt sich, dass sein Verlust über diese Kontrolle und die damit verbundene Unsicherheit ihn berechtigt, Schadenersatz zu fordern, wobei € 500,-- dafür angemessen sind.

Der Kostenvorbehalt beruht auf § 52 ZPO.

Landesgericht für Zivilrechtssachen Wien, Abteilung 3

Wien, 30. Juni 2020

Mag. Margot Slunsky-Jost, Richterin

Elektronische Ausfertigung
gemäß § 79 GOG