

## Datenschutz und Social Media: Rechtskonformes Campaigning

*Digitale Präsenz und mit Social-Media-Diensten unterstützte Wahlkampagnen werden zunehmend unverzichtbare Kanäle, um insbesondere auch das jüngere Publikum mit politischen Anliegen und Ideen zu erreichen. Datenschutz darf hierbei aber nicht auf der Strecke bleiben, ansonsten drohen empfindliche Strafen und ein „gefundenes Fressen“ für die Opposition. Wie müssen daher politische Online-Kampagnen rechtlich gestaltet werden? Was sind die Rechtsgrundlagen für die Verarbeitung der notwendigen personenbezogenen Daten? Wann muss die Zustimmung der Betroffenen eingeholt werden? Wie können die rechtlichen Bestimmungen in der Praxis implementiert werden, ohne abzuschrecken? In diesem Artikel werden die datenschutzrechtlichen und telekommunikationsrechtlichen Fallstricke des politischen Online-Campaigning analysiert und an Praxisbeispielen gezeigt, wie Campaigning rechtskonform gestaltet werden muss, um keine rechtliche Angriffsfläche zu bieten.*

<sup>1</sup> Die Autoren haben die für die Kampagne der Jungen ÖVP verantwortliche Kampagnenagentur *Campaigning Bureau Kampagnenberatungs GmbH* rechtlich beraten und unterstützt. Der folgende Artikel dient der Veranschaulichung einer Auswahl einschlägiger Gesetzesbestimmungen, die im Zuge von Online-Auftritten oder digitalen Werbekampagnen unter Verwendung sozialer Medien regelmäßig zur Anwendung kommen. Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass jedes einzelne Vorhaben einer individuellen rechtlichen Prüfung bedarf, wodurch die folgenden Ausführungen keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Bitte, wenden Sie sich im konkreten Anlassfall zur Abklärung der rechtlichen Rahmenbedingungen an Ihren Rechtsberater!

Digitale Präsenz und mit Social-Media-Diensten unterstützte Wahlkampagnen werden zunehmend unverzichtbare Kanäle, um insbesondere auch das jüngere Publikum mit politischen Anliegen und Ideen zu erreichen. Datenschutz darf hierbei aber nicht auf der Strecke bleiben, ansonsten drohen empfindliche Strafen und ein „gefundenes Fressen“ für die Opposition.

Die Verbreitung neuer und sozialer Medien nimmt ständig zu und umfasst immer weitere Teile des täglichen Lebens. Dem können sich auch das politische Leben im Allgemeinen und politische und wahlwerbende Parteien im Speziellen immer weniger verschließen. Dies trifft umso mehr zu, wenn es darum geht, die eigenen Ideen und Anschauungen zu verbreiten und hierfür bei der nächsten Wahl Zustimmung zu finden. Neben den herkömmlichen Informationsmaterialien, Werbeplakaten oder Internetauftritten, wo sich der/die Interessierte aktiv informieren kann, gilt es heutzutage immer mehr, das Wählerpublikum auch aktiv in die politische Arbeit und Meinungsbildung mit einzubeziehen. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung und „sozialen“ Vernetzung durch so genannte Social-Media-Dienste (z. B. Facebook, Twitter, Google+, Instagram, LinkedIn, YouTube, WhatsApp) eröffnet sich eine Vielzahl von Möglichkeiten, die bereits bestehenden (digitalen) Strukturen für die Durchführung politischer Kampagnen zu nützen. So einladend und vielversprechend die Nutzung solcher Medien und Dienste auch sein mag, erfordert ein zielorientiertes und das Nutzerpublikum mit einbeziehendes Kampagnenmanagement (Campaigning) auch die elektronische Erhebung und Speicherung personenbezogener Daten und die aktive elektronische Kontaktpflege. Hierbei kommen ebenso wie in der „realen Welt“ die einschlägigen gesetzlichen Regelungen – wie insbesondere jene des Datenschutz- und Telekommunikationsrechts – zur Anwendung, die bei einem rechtskonformes Campaigning zu berücksichtigen sind.

### **Die Zulässigkeit der Verwendung personenbezogener Daten**

Die Bestimmungen des Datenschutzgesetzes (DSG 2000) kommen immer dann zur Anwendung, wenn

- personenbezogene Daten,
- automationsunterstützt

- verwendet werden, an denen
- ein schutzwürdiges Geheimhaltungsinteresse der Betroffenen besteht.

Grundregel im Datenschutzrecht ist: Die Verwendung personenbezogener Daten ist unzulässig, sofern keine rechtliche Befugnis<sup>2</sup> vorliegt, sie zu verwenden, oder schutzwürdige Geheimhaltungsinteressen<sup>3</sup> Betroffener verletzt werden.<sup>4</sup>

Daher ist im ersten Schritt zu prüfen, ob im Zuge einer Kampagne überhaupt mit personenbezogenen Daten von Nutzern solcher Dienste gearbeitet werden soll. Personenbezogene Daten sind beispielsweise: Name, Adresse, Geburtsdatum, Geschlecht, Körpergröße, Gewicht, Fotos und Videos von Personen, Telefonnummer, E-Mail-Adresse, IP-Adresse, Benutzername, Personenkenntnummern, aber auch Interessen, Verhalten (Aufenthaltsorte), Meinungen, Vorlieben und Anschauungen einer bestimmten oder bestimmbarer Person.<sup>5</sup>

Weiters sind die Bestimmungen des DSGVO 2018 überwiegend nur dann anwendbar, wenn personenbezogene Daten automatisiert (also elektronisch) verwendet werden.<sup>6</sup> Verwenden bedeutet jede Handhabung von Daten, wie das Ermitteln, Speichern, Benutzen, Abfragen, Ausgeben oder Übermitteln. Unter Übermittlung ist die Weitergabe von Daten an jede vom Datenverarbeiter („Auftraggeber“) verschiedene Person oder Personengemeinschaft zu verstehen, wenn der Datenempfänger die erhaltenen Daten für eigene Zwecke weiterverwendet.<sup>7</sup> Auch das Veröffentlichen von Daten ist eine Datenübermittlung, wobei eine Veröffentlichung dann vorliegt, wenn für einen *unbestimmten* Kreis Dritter die Möglichkeit besteht,

2 Im hier interessierenden Bereich ergibt sich der Umfang der rechtlichen Befugnis aus den Vereins- oder Parteistatuten.

3 In welchen Fällen schutzwürdige Geheimhaltungsinteressen als nicht verletzt gelten, ergibt sich entweder direkt aus dem DSGVO 2018 oder aus anderen gesetzlichen Bestimmungen in Verbindung mit dem DSGVO 2018.

4 Knyrim, *Datenschutzrecht* 2 (2010), S. 84 f; Pollirer/Weiss/Knyrim, DSGVO (2014), § 7 Anm 5.

5 Jähnel, *Datenschutzrecht und E-Government*, S. 27 ff.

6 Die §§ 1 bis 3 DSGVO 2018 sind für jede Art der Verwendung personenbezogener Daten anwendbar, die übrigen Bestimmungen nur für eine automatisiert unterstützte Verwendung oder – mit gewissen Einschränkungen – für eine Verwendung in manuellen Dateien (§ 4 Z 6 DSGVO 2018).

7 Ebenso ist es als Datenübermittlung zu sehen, wenn derselbe Auftraggeber personenbezogene Daten für ein anderes seiner Aufgabengebiete verwendet.

die Daten einzusehen.<sup>8</sup> Dies wird regelmäßig dann der Fall sein, wenn personenbezogene Daten auf einer Kampagnenseite im Internet oder über Social-Media-Dienste frei abrufbar sind. Dass ein Dienst nur nach einer vorherigen Registrierung genutzt werden kann, schadet der Öffentlichkeit an sich nicht; vielmehr ist ausschlaggebend, ob der Empfängerkreis zum Zeitpunkt der Veröffentlichung definiert und in sich geschlossen ist.

Im letzten Schritt ist zu prüfen, ob die Verwendung von den rechtlichen Befugnissen des Auftraggebers gedeckt ist und dass hierdurch keine schutzwürdigen Geheimhaltungsinteressen Betroffener verletzt werden. Der Umfang der *rechtlichen Befugnis* ergibt sich im konkreten Anwendungsfall aus der Satzung der Partei oder aus den Statuten eines politisch orientierten Vereins. Eine Datenverwendung, die mit dem Partei- bzw. Vereinszweck entsprechend der Satzung/den Statuten in keinem Zusammenhang steht, ist mangels rechtlicher Befugnis der Partei oder des Vereins unzulässig. Weiters ist zu prüfen, dass durch die Datenverwendung keine *schutzwürdigen Geheimhaltungsinteressen* Betroffener verletzt werden. Wann dies zutreffend ist, ergibt sich, abhängig davon, ob sensible Daten verwendet werden oder nicht, aus § 8 oder § 9 DSGVO 2000. Sensible Daten sind unter anderem personenbezogene Daten über die politische Meinung bestimmter Personen. Darunter sind grundsätzlich alle Informationen über Betroffene zu verstehen, die Anhaltspunkte über ihre politische Ausrichtung oder ihre politische Meinung liefern. Hierfür ist es nicht erforderlich, dass aus solchen Informationen direkt auf eine politische Partei geschlossen werden kann oder dass Betroffene eine Mitgliedschaft zu einer solchen begründen, unterhalten oder beenden. Vielmehr ist bereits eine besonders deutliche Dokumentation der politischen Meinung ausreichend. Somit sind bereits bestimmte Daten über einen Betroffenen relevant, aus denen sich Informationen ableiten lassen, ob der Betroffene bestimmten politischen Anschauungen gegenüber positiv oder negativ eingestellt ist.<sup>9</sup> Dies umfasst somit auch die Information, wie der Betroffene zu einzelnen politischen Fragestellungen „steht“ und diese beurteilt. Von der politischen Meinung ist folglich auch die aktive Unter-

<sup>8</sup> Jahnel, *Datenschutzrecht* (2010), RZ 3/119.

<sup>9</sup> Dammann, in: Simits (Hg.), *Bundesdatenschutzgesetz (2006)*, § 3 RZ 260 ff.

stützung oder Förderung politischer Ziele oder die dezidierte Ablehnung eines politischen Programms zu verstehen. Ein zielgerichtetes Campaigning ohne die Verwendung personenbezogener Daten über die politische Meinung wird praktisch wohl kaum möglich sein, wodurch in diesem Anwendungsbereich stets von der Verwendung sensibler Daten auszugehen ist.

### **Die Zulässigkeit der Verwendung von Daten über die politische Meinung**

Grundsätzlich ist die Verwendung personenbezogener Daten immer dann zulässig, wenn der Betroffene (in voller Kenntnis der konkreten Umstände) seine Zustimmung erteilt (§§ 1, 8 Abs 1 Z 2, 9 Z 6 DSGVO 2000). In Bezug auf sensible Daten muss eine solche Zustimmung stets *ausdrücklich* erfolgen, wenn auch nicht notwendigerweise schriftlich. Entscheidender Nachteil der Zustimmung ist, dass diese jederzeit widerrufen werden kann, was die Unzulässigkeit der weiteren Verwendung der Daten des Betroffenen zur Folge hat. Die Daten über den Betroffenen sind daher zu löschen, wenn nicht in § 9 DSGVO 2000 eine andere Rechtsgrundlage für ihre (zulässige) Verwendung gefunden werden kann.

Nach § 9 Z 13 DSGVO 2000 ist es politischen Vereinigungen auch ohne Zustimmung des Betroffenen gestattet, personenbezogene Daten über die politische Meinung von Betroffenen zu erheben und zu verwenden, wenn

- dies im Rahmen ihrer erlaubten Tätigkeit erfolgt und
- nur Daten über Mitglieder, Förderer oder sonstige Personen verarbeitet werden, die *regelmäßig* ihr Interesse für den Tätigkeitszweck der Vereinigung (Partei) bekundet haben und
- Daten nur mit Zustimmung des Betroffenen an Dritte weitergegeben werden, sofern sich aus gesetzlichen Vorschriften nichts anderes ergibt.

Hinsichtlich des ersten Punktes werden bei der Durchführung politischer Kampagnen durch eine Partei oder einen politisch orientierten Verein mithilfe von Kampagnenwebseiten und -diensten keine Zweifel bestehen, dass das im Rahmen ihrer erlaubten Tätigkeit erfolgt. Es dürfen aber immer nur solche Daten über Betroffene erhoben werden, die sich im Rahmen der er-

laubten Tätigkeit der politischen Vereinigung bewegen. Umgekehrt dürfen beispielsweise keinerlei personenbezogene Daten über den Gesundheitszustand oder die religiöse Orientierung bestimmter Benutzer der Kampagnenwebseite erhoben werden.<sup>10</sup> Eine solche Erhebung wäre nicht von den rechtlichen Befugnissen der politischen Vereinigung gedeckt.

Weiters dürfen nur personenbezogene Daten über solche Personen erhoben werden, die *regelmäßig* ihr Interesse an der Tätigkeit der Vereinigung bekundet haben. Weitere Anhaltspunkte, wie intensiv diese Regelmäßigkeit ausgestaltet sein muss, lassen sich weder den europäischen oder österreichischen Gesetzesmaterialien noch der einschlägigen Judikatur oder Literatur entnehmen. „Regelmäßig“ wird auf jeden Fall so zu verstehen sein, dass es mindestens zu einem zwei- oder mehrmaligen Kontakt gekommen sein muss und der letzte Kontakt nur einen bestimmten Zeitraum zurückliegen darf. Die Registrierung auf der Webseite einer Kampagne alleine könnte hierfür somit noch nicht ausreichend sein, wodurch ein wiederholter Besuch oder eine wiederholte Interaktion mit der Webseite der Kampagne (oder der Kampagne an sich) notwendig sein könnte. Ebenso wird die letzte Interaktion nicht allzu lange in der Vergangenheit liegen dürfen. Ein Aufschluss, wie häufig eine Interaktion stattfinden muss oder welcher Zeitraum maximal zwischen zwei Interaktionen liegen darf, ergibt sich aus dieser Gesetzesbestimmung bedauerlicherweise nicht. Um für Rechtssicherheit zu sorgen, empfiehlt sich daher, in jedem Fall die Zustimmung der Nutzer von Kampagnendiensten in Bezug auf die Verarbeitung ihrer Daten einzuholen.

Zu beachten ist in diesem Zusammenhang weiters, dass eine „Weitergabe“ personenbezogener Daten nach § 9 Z 13 DSG 2000 immer nur mit Zustimmung des Betroffenen zulässig ist. Unter „Weitergabe“ ist die Übermittlung von Daten an Dritte zu verstehen, die auch die Veröffentlichung umfasst, sowie die Überlassung an Dienstleister, die diese Daten im Auftrag und auf Weisung der politischen Vereinigung verwenden (z. B. Service Provider). Daher ist ein effektives Campaigning unter Nutzung sozialer Medien, das in der Regel auch auf die Veröffentlichung von Nutzerprofilen

10 Jahnel, *Datenschutzrecht*, RZ 4/94; Pollirer/Weiss/Knyrim, *DSG2 (2014)*, § 9 Anm 11.

und -aktivitäten (z. B. Profildaten, Interessen, Aktivitäten, Meinung) abzielt, ohne Zustimmung der Nutzer rechtlich nicht zulässig. Eine solche Zustimmung muss nach §§ 7 Abs 2 iVm 9 Z 6 DSG 2000 ausdrücklich<sup>11</sup> erfolgen, weil es sich um die Veröffentlichung sensibler Daten handelt.

### **Die Voraussetzungen für eine rechtswirksame Zustimmung**

Damit eine Zustimmungserklärung rechtswirksam ist, muss diese ohne Zwang in Kenntnis der Sachlage für den konkreten Fall erteilt werden (§ 4 Z 14 DSG 2000). Darüber hinaus hat der Oberste Gerichtshof (OGH) weitere Voraussetzungen entwickelt, die für eine rechtswirksame Zustimmungserklärung in Bezug auf sensible Daten erfüllt sein müssen: Bei der Einholung der ausdrücklichen Zustimmung ist der Betroffene über den Zweck der Verwendung seiner Daten, über die verwendeten Datenarten und über die Übermittlungsempfänger zu informieren. In Bezug auf Datenübermittlungen sind weiter der Zweck der Übermittlung sowie die betroffenen Datenkategorien anzugeben. Dies trifft folglich auch auf die Veröffentlichung von Daten zu. Darüber hinaus muss auf den jederzeit möglichen Widerruf der Zustimmung hingewiesen werden und die Zustimmungserklärung muss, sofern sie sich in Allgemeinen Geschäftsbedingungen befindet, im Text hervorgehoben werden (z. B. durch Fettdruck). Auf einer Informationsseite sollte der Betroffene daher genau über die Funktionalitäten der Kampagnenwebseite und -dienste informiert werden und welche Verwendung (insbesondere Veröffentlichung) seiner personenbezogenen Daten die Nutzung bestimmter technischer Funktionalitäten auslöst.

Es ist daher sinnvoll, dass der Nutzer nach Möglichkeit bei jeder technischen Funktionalität des Kampagnendienstes durch einen entsprechenden Hinweis informiert wird, welche Verwendung seiner Daten die Nutzung dieser Funktionalität zur Folge hat. Es empfiehlt sich, den Betroffenen stets an den Stellen auf der Webseite oder dem Social-Media-Dienst, an denen er bestimmte Daten eingeben oder Interaktionen setzen kann, über die

<sup>11</sup> Eine schlüssige (konkludente) Zustimmung wäre für die Zulässigkeit der Verwendung sensibler Daten nicht ausreichend.

dadurch ausgelöste Verwendung seiner Daten zu informieren. Sollen beispielsweise personenbezogene Daten mit anderen Social-Media-Diensten ausgetauscht werden (z. B. Facebook, Twitter), so muss der Betroffene einer solchen Datenübermittlung zustimmen. Dabei ist anzugeben, welche Daten konkret übermittelt und wie diese vom jeweils anderen Dienst genutzt werden.<sup>12</sup>

#### Veröffentlichung von Daten

Prinzipiell werden Deine Daten, die Du uns zur Verfügung gestellt hast, nicht veröffentlicht oder anderen Benutzern zur Verfügung gestellt. Sinn und Zweck mancher Funktionalitäten der Webseite ist es jedoch, bestimmte Daten über Dich zu veröffentlichen und den anderen Nutzern zur Verfügung zu stellen. In solchen Fällen wirst Du aber vor Klick auf den entsprechenden Button, der eine solche Veröffentlichung bestimmter Deiner Daten zur Folge hat, über diesen Umstand informiert.

Abbildung 1 : Information über die Veröffentlichung von Daten

© Campaigning Bureau

#### Datenübermittlung von Facebook

An manchen Stellen bietet Dir unsere Webseite die Möglichkeit, durch Klick auf den Button „Mit Facebook verbinden“ Deine personenbezogenen Daten, für die an der entsprechenden Stelle Eingabefelder vorgesehen sind, direkt aus Facebook zu importieren. Falls Du auf diesen Button klickst, wird eine Datenverbindung zu Facebook, 1601 South California Avenue, Palo Alto, CA 94304, USA (im Folgenden „Facebook“) hergestellt und es werden die für die vorgesehenen Datenfelder notwendigen Daten automatisch von Facebook übernommen. Sofern Du zu diesem Zeitpunkt bei Facebook eingeloggt bist, erfolgt die Datenübertragung automatisch, sofern Du ausgeloggt bist, wirst Du vorher zum Login aufgefordert. Durch Klick auf den Button „Mit Facebook verbinden“ erteilst Du uns Deine Zustimmung, dass die vorgesehenen Eingabefelder automatisch mit Deinen persönlichen Daten befüllt werden, indem diese Daten direkt von Facebook an uns übermittelt werden. Bitte bedenke, dass, wenn Du Dich mit Facebook verbindest, Facebook die Information erhält, welche IP-Adresse Dir zugewiesen ist und von welcher Webseite aus Du den Aufruf von Facebook veranlasst hast.

Abbildung 2: Information über die Datenübermittlung an Facebook

© Campaigning Bureau

12 Werden auf einer Kampagnenseite im Internet Social-Media-Plugins (z. B. Facebook-, +1- oder Twitter-Buttons) verwendet, so sollten diese als „2-Klick-Buttons“ implementiert werden. Ohne explizites Zutun des Nutzers sind solche Buttons auf der Kampagnenseite deaktiviert und werden ausgegraut dargestellt. Daher werden alleine durch den Aufruf der Seite keine Daten an den Social-Media-Dienst übermittelt. Möchte der Nutzer einen solchen Button verwenden, muss er den Button im ersten Schritt durch Klick aktivieren, wodurch er seine Zustimmung zur Übermittlung von Daten an den Dienst erteilt. Im Anschluss wird der Button aktiviert und kann genutzt werden. Erst ab diesem Zeitpunkt werden Daten an den Dienst übermittelt.

Insbesondere sollte der Betroffene auch bei jeder Interaktion, die eine Veröffentlichung seiner Daten zur Folge hat, entsprechend informiert werden. So kann sichergestellt werden, dass seine Zustimmung durch Nutzung der Funktion in voller Kenntnis der Sachlage und der damit verbundenen Verwendung seiner Daten erfolgt. Immer dann, wenn dem Nutzer augenscheinlich ersichtlich ist, welche Verwendung seiner personenbezogenen Daten die Nutzung einer bestimmten Funktionalität zur Folge hat, kann seine Zustimmung zur Verwendung seiner sensiblen Daten praktisch kaum bestritten werden.

### Widerruf der Zustimmung

Der Nutzer muss die Möglichkeit haben, die Zustimmung zur Verwendung seiner Daten jederzeit zu widerrufen. Dies zieht technisch die Notwendigkeit nach sich, dass sämtliche Daten des Nutzers gelöscht werden müssen, wenn er seine Zustimmung widerruft. Somit muss der Kampagnendienst eine Funktionalität vorsehen, die eine Löschung des Nutzerprofils einschließlich aller veröffentlichten Daten über Aktivitäten ermöglicht. Es darf folglich nicht nur das Nutzerprofil nicht mehr abrufbar sein, sondern es müssen auch alle anderen im Zusammenhang mit der Identität des Nutzers stehenden Informationen gelöscht werden (z. B. Teilnahme an Aktivitäten, Kommentare etc.), sofern keine rechtlich zulässigen anderen Gründe für eine weitere Verarbeitung vorliegen (z. B. zu Dokumentationszwecken oder zu Beweis Zwecken in behördlichen Verfahren).

#### Widerruf Deiner Zustimmung

Du kannst Deine Zustimmung zur Verarbeitung Deiner personenbezogenen Daten sowie zur Zusendung von Informationsnachrichten jederzeit widerrufen. Dies kannst Du dadurch erreichen, indem Du in einer erhaltenen Informationsnachricht den Link am Ende der Nachricht anklickst, der die Abmeldung vom Informationsdienst zur Folge hat. Du kannst uns Deinen Widerruf auch schriftlich an [datenschutz@sebastian-kurz.at](mailto:datenschutz@sebastian-kurz.at) unter Angabe Deines Vornamens, Deines Nachnamens sowie Deiner E-Mail Adresse mitteilen. Im Fall des Widerrufs Deiner Zustimmung zur Verarbeitung Deiner personenbezogenen Daten oder zur Übermittlung von Informationsnachrichten sowie bei Löschung Deines Profils werden alle Deine personenbezogenen Daten unwiderruflich gelöscht, sofern keine gesetzliche Notwendigkeit besteht, diese Daten weiter zu verarbeiten.

Abbildung 3: Belehrung über das Recht auf jederzeitigen Widerruf der Zustimmung

© Campaigning Bureau

## Information des Betroffenen

Nach § 24 DSGVO 2000 muss der Betroffene über den Zweck der Datenanwendung (der Verwendung seiner Daten) und über den Auftraggeber (die die Kampagne organisierende Vereinigung) informiert werden, sofern dem Betroffenen diese Informationen nicht ohnedies vorliegen.

### Personenbezogene Daten werden von uns über Dich elektronisch erfasst, wenn Du

- mittels Quick-SignUp der Zusendung von Informationen zustimmst,
- mittels Standard SignUp unsere Kampagne unterstützen möchtest,
- mit der Share Page Freunde über Deine Unterstützung informierst und sie einlädst,
- ebenfalls Unterstützer zu werden
- Dich auf unserer Webseite registrierst
- eine eigene Subkampagne startest
- eine eigene Aktion organisierst
- Deine Teilnahme an Aktionen bekannt gibst
- uns weitere optionale Informationen über Dich zur Verfügung stellst.

Abhängig davon, welche Funktionalitäten unserer Webseite Du nutzt und welche Daten Du uns preisgegeben hast, werden folgende Daten über Dich gespeichert: Vorname, Nachname, Geburtsdatum, Geschlecht, Arbeitgeber, Beruf, Foto, Adresse, E-Mail Adresse, Telefonnummer, Beitrittsdatum, Benutzername, Passwort, wie Du uns unterstützen möchtest, welchen Freunden Du wann welche Informationsnachrichten gesendet hast, wann Du welche Subkampagne mit welchen Parametern gestartet hast und welche Freunde Du darüber informiert hast, wann Du welche Aktion mit welchen Parametern gestartet hast und welche Freunde Du darüber informiert hast, wann Du welche Freunde über welche Subkampagne oder Aktion informiert hast, zu welchen Aktionen Du Dich angemeldet hast und wie viele Personen Du mitbringen wolltest und welche Personen Du mittels Unterschriftenliste dazu bewegen konntest, uns zu unterstützen.

Abbildung 4: Information über die Datenverwendung

© Campaigning Bureau

Diese Informationserteilung kann auch zusammen mit dem nach § 5 ECG und § 25 MedienG erforderlichen Impressum erfolgen. Diese Bestimmungen schreiben vor, dass der für den Kampagnendienst Verantwortliche bestimmte Informationen über sich offenlegen muss.

## Meldepflicht bei der Datenschutzbehörde

Grundsätzlich muss jede Datenanwendung beim Datenverarbeitungsregister<sup>13</sup> gemeldet werden, bevor ihr Betrieb aufgenommen wird. Werden

<sup>13</sup> Dabei handelt es sich um ein bei der Datenschutzbehörde eingerichtetes öffentlich einsehbares Register mit allen (gemeldeten) Datenanwendungen.

sensible Daten verwendet, muss zuvor die Genehmigung der Datenschutzbehörde abgewartet werden. Für bestimmte Datenanwendungen bestehen Ausnahmen von der Meldepflicht.

#### Cookies

Unsere Webseite verwendet für die Bereitstellung ihrer Funktionalitäten „Cookies“. Dabei handelt es sich um kleine Datenelemente (Dateien), die von Deinem Browser auf dem Endgerät, das Du für den Aufruf unserer Seite nützt, gespeichert werden. Die Informationen, die ein Cookie beinhaltet, werden vom Webserver festgelegt und dann auf Deinem Computer gespeichert, wenn Du unsere Webseite aufrufst. Diesen Cookies wird vom Webserver eine Lebensdauer zugeteilt, wodurch die Cookies nach Ablauf dieser Lebensdauer wieder von Deinem Endgerät gelöscht werden. In Deiner Browsersoftware kannst Du aber auch Einstellungen vorsehen, dass Cookies immer auch dann gelöscht werden sollen, wenn Du Deinen Browser schließt.

Cookies sind notwendig, um Dir die Aufrufe unserer Webseiten eindeutig zuordnen zu können, was für die Bereitstellung bestimmter Funktionalitäten notwendig ist, wie insbesondere die Login-Funktion. Wir verwenden Cookies jedoch nicht dazu, um Dein Surfverhalten zu überwachen oder um Dir gezielt Werbung anzuzeigen.

Falls Du nicht möchtest, dass unsere Webseite Cookies auf Deinem Endgerät speichert, kannst Du dies in den Einstellungen Deines Browsers festlegen und so eine Speicherung verhindern. Bitte informiere Dich im Benutzerhandbuch Deiner Browsersoftware, wie Du die Verwendung von Cookies deaktivieren kannst. Bedenke dabei aber, dass Dir in der Folge die Nutzung bestimmter Funktionalitäten unserer Webseite nicht mehr möglich sein könnte.

Abbildung 5: Information über Cookies

© Campaigning Bureau

## Die Verwendung von Cookies

Werden von einem Kampagnendienst Cookies auf dem Endgerät des Benutzers gespeichert, ist dies nach § 96 Abs 3 TKG 2003 nur unter bestimmten Voraussetzungen zulässig: Liegt der alleinige Zweck der Speicherung in der Durchführung der Übertragung einer Nachricht oder ist die Speicherung unbedingt erforderlich, damit der Anbieter einen vom Benutzer ausdrücklich gewünschten Dienst in Anspruch nehmen kann (z. B. eine Login-Funktionalität), so ist keine Zustimmung des Nutzers erforderlich. In diesem Fall ist eine entsprechende Information des Nutzers ausreichend. Diese Informationen über den Einsatz von Cookies und über die Möglichkeit, die Speicherung von Cookies zu verhindern, sollten in die Datenschutzerklärung aufgenommen werden.

In allen anderen Fällen muss vom Nutzer bereits unmittelbar nach dem Aufruf des Kampagnendienstes die Zustimmung zur Speicherung von Cookies eingeholt werden. Dies trifft beispielsweise dann zu, wenn

das Nutzerverhalten auf der Webseite analysiert werden soll (z. B. für die Erhebung von Klickpfaden) oder individuell abgestimmte Werbung geschaltet werden soll. Die Speicherung von Cookies muss wirksam abgelehnt werden können. Technisch könnte dies durch ein Banner realisiert werden, der unmittelbar beim Aufruf der Kampagnenwebseite eingeblendet wird und den Nutzer zur Erteilung seiner Zustimmung auffordert. Auch diese Zustimmungserklärung muss den oben beschriebenen Anforderungen entsprechen. Ein sehr gutes Beispiel für einen solchen Banner findet sich auf der Webseite der englischen Datenschutzbehörde (ico.org.uk).

### **Zustimmung zur telefonischen oder elektronischen Kontaktaufnahme**

Eine weitere oft wichtige Komponente digitaler Kampagnen ist die laufende Kontaktaufnahme mit den Nutzern von Kampagnendiensten und Interessenten, um diese über das aktuelle Geschehen zu informieren und sie zur Beteiligung an der Kampagne zu animieren. Nach § 107 TKG 2003 ist eine telefonische oder elektronische Kontaktaufnahme zum Zweck der Direktwerbung ohne Zustimmung des Betroffenen aber untersagt. Ist eine solche Kontaktaufnahme im Zuge der Kampagne aber geplant, muss folglich die Zustimmung der Betroffenen eingeholt werden.

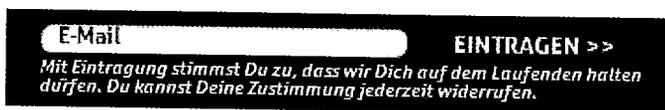


Abbildung 6: Zustimmung zur Übermittlung elektronischer Informationen

© Campaigning Bureau

Im Fall des Zuwiderhandelns kann eine Verwaltungsstrafe in Höhe von bis zu 37.000 Euro verhängt werden, für unerbetene Werbeanrufe droht eine Verwaltungsstrafe von bis zu 58.000 Euro. Vom Begriff der „Direktwerbung“ ist nicht nur jedweder werbender Inhalt in Bezug auf bestimmte Produkte umfasst, sondern auch in Bezug auf eine bestimmte Idee einschließlich bestimmter politischer Anliegen. Wer somit für politische Anliegen wirbt oder Argumente hierfür liefert, betreibt ebenso Direktwerbung im Sinn dieser

Bestimmung.<sup>14</sup> Auch eine entsprechende Gestaltung als „Information“ hindert eine Qualifikation als Werbung nicht. Dies trifft auch für Zusendungen zur Erlangung von Unterstützungserklärungen für einen Wahlvorschlag zu. Derartige Zusendungen sind nur dann zulässig, wenn sie entweder postalisch in Papierform übermittelt werden oder wenn die Empfänger der Zusendung in elektronischer Form ausdrücklich oder schlüssig zugestimmt haben. Zu beachten ist in diesem Zusammenhang auch, dass die Zusendung einer elektronischen Nachricht mit der Bitte, der Zusendung elektronischer Werbenachrichten zuzustimmen, selbst als Werbung anzusehen ist.

Auch die Verwendung einer sogenannten „Tell-a-Friend“-Funktion<sup>15</sup> ist mit äußerster Vorsicht zu genießen. Der deutsche Bundesgerichtshof (BGH) urteilte im Herbst 2013, dass die Zusendung von (Werbe-)Nachrichten durch Privatpersonen unter Verwendung technischer Funktionen, die vom Werbenden zur Verfügung gestellt werden, ebenso als unerwünschte Werbung anzusehen sei.<sup>16</sup> Es komme dabei nicht darauf an, ob die Versendung der Nachricht auf dem Willen des Nutznießers oder eines Dritten, des Nutzers, beruht. Hierbei spiele es auch keine Rolle, dass die E-Mail-Adressen, an die die Nachrichten versendet werden, vom Nutzer selbst eingegeben werden. Ein entsprechendes Urteil gibt es in Österreich aktuell noch nicht, jedoch ist nicht auszuschließen, dass die österreichischen Höchstgerichte letztendlich diese Auffassung teilen könnten.

## Zusammenfassung

Zusammengefasst ist davon auszugehen, dass politische Parteien oder Vereine personenbezogene Daten über Mitglieder, Förderer oder Interessenten elektronisch verarbeiten dürfen, sofern diese Daten für den Tätigkeitszweck der Partei relevant sind. Interessenten müssen aber regelmäßig ihr Interesse an der Vereinigung beurkunden (z. B. durch regelmäßige Teilnahme an Ver-

14 VwGH vom 26.6.2013, 2012/03/0089.

15 Hierbei stellt ein Plattformbetreiber oder Kampagnenorganisator eine technische Funktion zur Verfügung, bei der ein Nutzer bestimmte E-Mail-Adressen eingeben kann, an die auf Veranlassung des Nutzers hin bestimmte idR vordefinierte elektronische Nachrichten versendet werden, die der Förderung des Kampagnenzwecks dienen.

16 BGH vom 12.9.2013, I ZR 208/12.

anstaltungen oder regelmäßige Interaktion auf einer Kampagnenwebseite). Wann jedoch die Voraussetzungen des § 9 Z 13 DSG 2000 genau erfüllt sind (bzw. nicht mehr erfüllt sind), lässt sich mangels entsprechender Judikatur nicht mit der notwendigen Sicherheit feststellen. Daher ist zu empfehlen, insbesondere in Bezug auf Interessenten die Zustimmung der Nutzer zur Verwendung ihrer Daten einzuholen. Eine solche Zustimmung ist im Fall der Veröffentlichung von Daten auf Kampagnenwebseiten oder -diensten ohnedies erforderlich, wodurch sich hieraus in der Praxis kein wesentlicher Mehraufwand ergeben wird. Darüber hinaus muss auch die Zustimmung des Betroffenen zu einer elektronischen Kontaktaufnahme oder zu Anrufen eingeholt werden, weil die Zusendung elektronischer Nachrichten im Zuge politisch motivierter Kampagnen ebenso als Werbung anzusehen ist. Widrigenfalls drohen empfindliche Strafen.