

## Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
<b>A. Einleitung .....</b>	<b>1</b>
I. <i>Forschungsleitendes Erkenntnisinteresse .....</i>	3
II. <i>Gegenstand, Grenzen und Gang der Untersuchung .....</i>	6
<b>B. Privatsphäre und Datenschutz: Theorien, Konzepte, Rechtsgenese .....</b>	<b>11</b>
I. <i>Abgrenzung zum Begriff der Öffentlichkeit .....</i>	13
II. <i>Zentrale soziologische und philosophische Zugänge .....</i>	15
III. <i>Historische Entwicklung des Rechts auf Privatsphäre .....</i>	22
IV. <i>Konturierung des Rechtsgutes über die Rechtsprechung .....</i>	25
V. <i>Weiterentwicklung im Informationszeitalter .....</i>	29
VI. <i>Die normative Genese des Grundrechts auf Datenschutz .....</i>	33
VII. <i>Nebengesetze und weitere Normen .....</i>	38
VIII. <i>Zwischenergebnis .....</i>	40
<b>C. Grundrechtsdogmatik und datenschutzrechtliche Regelungssystematik .....</b>	<b>43</b>
I. <i>Grundrechte als subjektive Abwehrrechte und Prinzipien .....</i>	43
II. <i>Eingriff, Verletzung und Rechtfertigung (durch Einwilligung) .....</i>	45
III. <i>Verhältnismäßigkeit in Einwilligungskonstellationen .....</i>	48
IV. <i>Unmittelbare Drittwirkung des Datenschutzrechts .....</i>	50
V. <i>Grundrechtsträger und persönlicher Schutzbereich .....</i>	52
VI. <i>Zwischenergebnis .....</i>	55
<b>D. Sachverhaltsbezogener Geltungsbereich .....</b>	<b>57</b>
I. <i>Sachlicher Anwendungsbereich .....</i>	57
1. Personenbezogene Daten .....	58

a) Pseudonyme Daten .....	67
b) Anonyme Daten .....	68
2. Automatisierte Verarbeitung .....	69
3. Ausnahme persönlicher und familiärer Tätigkeiten .....	70
4. Zwischenergebnis .....	75
<i>II. Räumlicher Anwendungsbereich</i> .....	78
1. Niederlassungsprinzip .....	82
a) Der Begriff „Niederlassung“ .....	82
b) Der Ausdruck „im Rahmen der Tätigkeit“ .....	84
c) Der Begriff „Verantwortlicher“ .....	85
2. Bezug zum Sachverhalt und Subsumtion .....	94
3. Rechtswahlklausel .....	97
4. Nationales Datenschutzrecht .....	100
5. Zwischenergebnis .....	102
<i>E. Die Rechtsfigur der Einwilligung im Datenschutzrecht</i> .....	105
<i>I. Rechtsnatur und Art der Erklärung</i> .....	106
<i>II. Vertragstyp und Daten als Leistung</i> .....	112
<i>III. Recht auf jederzeitigen Widerruf</i> .....	115
<i>IV. Verzicht und datenschutzrechtliche Disponierbarkeit</i> .....	117
<i>V. Wirksamkeitsvoraussetzungen der Einwilligung</i> .....	119
1. Formerfordernisse .....	121
2. Tatbestandsmerkmale .....	122
a) „freiwillig“ .....	122
aa) Machtasymmetrie und Monopolstellung .....	123
bb) Standardisierung der Geschäftsbedingungen .....	125
cc) Koppelungsverbot .....	130
dd) Beeinflussung und kognitive Hemmnisse .....	132
b) „für den bestimmten Fall“ .....	133
aa) Zweckänderung .....	134
bb) Studien und Produktentwicklung .....	135
c) „in informierter Weise“ .....	136
aa) Verständlichkeit und Transparenz .....	138
bb) Kenntnisnahme .....	141
d) „unmissverständlich“ .....	143
aa) Opt-in und Opt-out .....	144
<i>VI. Cookies</i> .....	145
<i>VII. Einwilligungs- und Geschäftsfähigkeit</i> .....	148
<i>VIII. Auslegungstradition und Argumentationsfiguren</i> .....	151
<i>IX. Zwischenergebnis</i> .....	155

<b>F. Interdisziplinäre Methodologie</b> .....	159
I. <i>Rechtssoziologie als erkenntnistheoretisches Paradigma</i> .....	160
II. <i>Methodische Schnittstellen und Einfallstore</i> .....	161
III. <i>Das Verhältnis von Normativität (Sollen) und Faktizität (Sein)</i> .....	164
<b>G. Empirischer Zugang</b> .....	169
I. <i>Angewandte methodische Verfahren</i> .....	169
II. <i>Interdisziplinäre Triangulation</i> .....	170
III. <i>Methodische Herausforderungen</i> .....	170
<b>H. User Interface Analyse</b> .....	173
I. <i>Anmeldung, Begrüßung und Rundgang</i> .....	175
II. <i>Profilvervollständigung und Animation zur Dateneingabe</i> .....	177
III. <i>Möglichkeiten zur Konfiguration der Privatsphäre</i> .....	178
IV. <i>Analyse der Standardeinstellungen (Default Settings)</i> .....	179
V. <i>Zwischenergebnis</i> .....	185
<b>I. Formale Analyse der Geschäftsbedingungen</b> .....	189
I. <i>Geschäftsbedingungen anderer Unternehmen im Vergleich</i> .....	191
II. <i>Sprachstil und Unternehmensphilosophie</i> .....	194
III. <i>Zwischenergebnis</i> .....	197
IV. <i>Ausgewählte datenschutzrechtliche Vertragsinhalte</i> .....	198
1. Verwendung der Nutzerdaten für Werbeanzeigen .....	199
2. Datenverarbeitung für Studien und Produktforschung .....	201
3. Regelung zum Markieren anderer Personen .....	203
4. Klarnamenpflicht .....	204
5. Keine Löschung geteilter Inhalte .....	205
6. Weiterleitung der Daten in die USA .....	208
7. Zugriff auf Daten zur Strafverfolgung .....	210
<b>J. Qualitative Interviews mit Betroffenen</b> .....	213
I. <i>Auswahl der Gesprächspartner*innen</i> .....	214
II. <i>Auswertung und Interpretation</i> .....	215
III. <i>Allgemeine Einstellung zu Facebook</i> .....	216
IV. <i>Anmeldung, Vertragsabschluss und Erklärungsbewusstsein</i> .....	217

<i>V. Sozialer Druck, Zwang und Freiwilligkeit</i> . . . . .	219
<i>VI. Zweck der Datenverarbeitung</i> . . . . .	220
<i>VII. Verwendung der Nutzerdaten für Werbeanzeigen</i> . . . . .	221
<i>VIII. Klarnamenpflicht und Pseudonyme</i> . . . . .	222
<i>IX. Weiterleitung der Daten in die USA</i> . . . . .	222
<i>X. Zugriff auf Daten zur Strafverfolgung</i> . . . . .	223
<i>XI. Veröffentlichen von Daten und Markieren anderer Personen</i> . . . . .	224
<i>XII. Standardeinstellungen zur Indexierung über Suchmaschinen</i> . . . . .	226
<i>XIII. Standardeinstellungen zur Verwendung der Einstellungen für Werbeanzeigen</i> . . . . .	226
<i>XIV. Recht auf Auskunft und Löschung</i> . . . . .	228
<i>XV. Zwischenergebnis</i> . . . . .	229
<i>K. Quantitativer Online-Survey</i> . . . . .	233
<i>I. Stichprobenziehung</i> . . . . .	233
1. Nutzung von Social Media Diensten in Österreich . . . . .	235
2. Einstellung zum Thema Privatsphäre im Internet . . . . .	236
3. Soziodemographische Aufschlüsselung der Stichprobe . . . . .	238
<i>II. Nutzungsverhalten auf Facebook</i> . . . . .	239
<i>III. Rezeption der Geschäftsbedingungen</i> . . . . .	242
<i>IV. Datenschutzrechtliches Erklärungsbewusstsein</i> . . . . .	244
<i>V. Sozialer Druck, Zwang und Freiwilligkeit</i> . . . . .	245
<i>VI. Zweck der Datenverarbeitung, Kontrolle und Vertrauen</i> . . . . .	246
<i>VII. Adblocker und Standardeinstellungen</i> . . . . .	247
<i>VIII. Klarnamenpflicht und Pseudonyme</i> . . . . .	249
<i>IX. Selbstverantwortung, Selbstdarstellung und gegenseitiges Ausspionieren</i> . . . . .	250
<i>X. Anonymität, Überwachung und Datenschutz als Hindernis für Fortschritt</i> . . . . .	251
<i>XI. Recht auf Auskunft, Widerspruch und Löschung</i> . . . . .	251
<i>XII. Kenntnis der Verarbeitungstätigkeiten und subjektive Einwilligung</i> . . . . .	252
1. Kenntnis der Datenverarbeitung . . . . .	254
2. Einwilligung in die Datenverarbeitung . . . . .	257
3. Vorlage der Werbeanzeigen-Klausel im Original-Wortlaut . . . . .	258
<i>XIII. Abschließende Kommentare</i> . . . . .	262
<i>XIV. Zwischenergebnis</i> . . . . .	265

L.	Subsumtion und Rechtsfolgen .....	269
I.	<i>Rechtsbehelfe und Rechtswege</i> .....	274
1.	Amtswegiges Prüfverfahren .....	274
2.	Beschwerde bei der Aufsichtsbehörde .....	275
3.	Gerichtlicher Rechtsbehelf .....	277
4.	Vertretung von betroffenen Personen .....	279
5.	Zwischenergebnis .....	280
M.	Kritische Würdigung .....	283
I.	<i>Methodische Anmerkungen</i> .....	283
II.	<i>Interdisziplinäre Praxis</i> .....	285
N.	Schlussfolgerungen und abschließende Diskussion .....	287
	<b>Appendix</b> .....	295
I.	<i>Liste der Expert*innen</i> .....	295
II.	<i>AGB der Wirtschaftskammer</i> .....	295
III.	<i>AGB von Facebook und anderen digitalen Diensten</i> .....	297
IV.	<i>Links in den AGB von Facebook</i> .....	301
V.	<i>Weitere Richtlinien und Bedingungen von Facebook</i> .....	305
VI.	<i>Standardeinstellungen (Default Settings)</i> .....	306
VII.	<i>Fragebogen „Nutzung von Facebook“</i> .....	320
	<b>Zusammenfassung</b> .....	331
	<b>Literatur</b> .....	333
	<b>Online-Quellen</b> .....	355
	<b>Sachverzeichnis</b> .....	363