

Kommunikation & Recht

K&R

12 | Dezember 2024
27. Jahrgang
Seiten 765 - 836

Chefredakteur

RA Torsten Kutschke

Stellvertretende

Chefredakteurin

RAin Dr. Anja Keller

Redakteur

Maximilian Leicht

Redaktionsassistentin

Stefanie Lichtenberg

www.kommunikationundrecht.de

dfv Mediengruppe
Frankfurt am Main

DSA, DSC & Trusted Flagger: Ein Plädoyer für den demokratischen Diskurs in digitalen Zeiten

Tabea Rößner

765 Digitale Barrierefreiheitspflichten entmystifiziert

István Fancsik

771 QR-Codes und ihre juristischen Herausforderungen

Prof. Dr. Thomas Hoeren und Stefan Pinelli

774 EuGH, DSGVO und UWG – Folgen des weiten Verständnisses von besonderen Kategorien personenbezogener Daten

Dr. Florian Eisenmenger und Julia Kaufmann

777 Präventiver Verfassungsschutz durch Verbote von Medien?

Dr. Frederik Ferreau

781 Vertragliche Depriorisierungsklauseln im Visier der Netzneutralität?

Prof. Dr. Christian Koenig und Dr. Anton Veidt

787 Länderreport Österreich

Prof. Dr. Clemens Thiele

789 **EuGH:** Wirtschaftliches Interesse an Datenverkauf als berechtigtes Interesse i. S. d. DSGVO

mit Kommentar von **Dr. Simon Menke**

800 **EuGH:** Datenschutzverstoß durch zeitlich unbegrenzte Verarbeitung von Nutzerdaten

810 **EuGH:** Keine Urheberrechtsverletzung durch Cheat-Software für Spielkonsole

813 **BGH:** Über alle Berge: Keine Panoramafreiheit für Drohnen-Fotos

815 **BGH:** Manhattan Bridge: Haftung von Online-Marktplätzen bei Urheberrechtsverletzungen

820 **OLG Hamburg:** Wir sind Papst: Ansprüche gegen Lizenzierung von Fotos einer Zeitung

828 **BVerwG:** COMPACT: Vereinsrechtliches Verbot eines Medienunternehmens

833 **BAG:** Anforderungen an Schadensersatz wegen befürchteten Datenmissbrauchs

Dienstleistungen an die künftigen digitalen Barrierefreiheitsregeln anpassen.

Nicht nur werden Marktteilnehmer ihre Angebote zum Stichtag BStG-konform umsetzen, sondern auch maßgebliche Barrierefreiheitsregeln überwachen und Änderungen berücksichtigen müssen. Besonders gilt dies mit Blick auf technische Neuerungen und die Veränderung geltender Standards, aber auch in Bezug auf die vom Gesetz für die Umsetzung von Pflichten gebotenen Ausnahmen und Erleichterungen. Auch wenn bei der initialen Umsetzung von BStG-Pflichten gewisse Altprodukte und -verträge durch Übergangsregeln – wie aus § 38 BStG – begrenzten Bestandsschutz genießen werden.

Zur Sanktionierung von Verstößen stehen Marktüberwachungsbehörden umfangreiche Befugnisse zur Verfügung. Nicht nur können sie von Verpflichteten umfassend Auskünfte und Informationen verlangen und diese zur Umsetzung der Barrierefreiheitspflichten auffordern. Vielmehr können Behörden auch den Rückruf von Produkten und die Einstellung der Erbringung von Dienstleistungen verfügen. Darüber hinaus

sind sie befugt, gegenüber nicht konformen Wirtschaftsakteuren Bußgelder von bis zu EUR 100 000 zu verhängen.

Die Umsetzung der digitalen Barrierefreiheitspflichten kann Unternehmen allerdings auch einen Wettbewerbsvorteil bieten, wenn sie mit inklusiven Produkten und Dienstleistungen bislang noch nicht hinreichend bediente Märkte weiter erschließen. Letztlich steht es aber auch in der sozialen Verantwortung von Marktteilnehmern, ihren digitalen Barrierefreiheitspflichten nachzukommen.



© Foto: Marcus Pietrek

István Fancsik

LL.M. (London), Solicitor (England & Wales) ist Rechtsanwalt bei der Luther Rechtsanwalts-gesellschaft mbH in Essen. Er berät und vertritt Mandanten im Informationstechnologie- und Datenschutzrecht sowie im Gewerblichen Rechtsschutz, insbesondere bei nationalen und internationalen Vorhaben sowie in regulatorischen Angelegenheiten im Technologieumfeld.

Prof. Dr. Thomas Hoeren und RA Stefan Pinelli*

QR-Codes und ihre juristischen Herausforderungen

Kurz und Knapp

QR-Codes sind aus unserem alltäglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Durch den Einsatz von QR-Codes werden zahlreiche rechtliche Fragen aufgeworfen. Betroffen sind neben klassischen Bereichen des Zivilrechts, wie dem Vertragsschluss und dem AGB-Recht, auch Fragen im Verbraucherrecht und beim Datenschutz. Noch in den Kinderschuhen steckt der Einsatz von QR-Codes im Prozessrecht. Der folgende Beitrag geht auf die damit einhergehenden Fragen ein.

I. Einführung

In den letzten Jahren haben QR-Codes zunehmend an Bedeutung gewonnen, auch im juristischen Kontext. Sie bieten eine effiziente Art, Informationen schnell und unkompliziert zu übertragen, und können dazu verwendet werden, Verträge zu schließen, Zahlungen durchzuführen oder werden alternativ im Produktmanagement eingesetzt.

II. Eine kurze Geschichte von QR-Codes

QR-Codes – QR steht für „Quick Response“ – sind eine Art von zweidimensionalen Barcodes, die in den frühen 1990er Jahren von der japanischen Firma Denso Wave entwickelt wurden. Sie entstanden ursprünglich, um den wachsenden Anforderungen der Automobilindustrie gerecht zu werden.¹ Die Besonderheit eines QR-Codes liegt in der Eigenschaft, Daten in einem zweidimensionalen Muster speichern zu können, was im Vergleich zu traditionellen „1D-Barcodes“, wie sie etwa auf Produkten im Einzelhandel zu finden sind, zu einer zehnmal höheren Platzeffizienz führt. Ein QR-Code sieht aus wie ein quadratisches Muster aus schwarzen und weißen

Modulen, das zwar zufällig erscheint, jedoch eine hochstrukturierte Anordnung hat. Diese Muster bestehen aus verschiedenen Komponenten, die dem Code ermöglichen, effizient gelesen und entschlüsselt zu werden.

In einem QR-Code gibt es drei Positionsmarkierungen, die sich in drei der vier Ecken des Quadrats befinden. Diese Markierungen erleichtern es Scannern, Ausrichtung und Größe des Codes schnell zu erkennen. Neben diesen Markierungen gibt es einen Zeichenbereich, der die kodierten Informationen und auch eine Art Fehlerkorrekturmuster enthält. Diese Fehlerkorrekturtechnologie ermöglicht es, den QR-Code selbst dann noch korrekt zu scannen, wenn ein Teil der gedruckten Oberfläche beschädigt ist oder verdeckt wird.² Je nach Fehlerkorrektur-Level sind bis zu 30 % fehlerhafter Daten unschädlich. Hinzu kommen Synchronisationsmuster, die helfen, die genaue Position der Datenzellen im Code zu bestimmen, sowie Formatinformationen, die Details wie die Fehlerkorrekturstufe und das Maskenmuster des Codes selbst bereitstellen.³

Die Anwendungsmöglichkeiten von QR-Codes sind zahlreich und reichen weit über ihren Ursprung in der Automobilindustrie hinaus. Im Marketingsektor sind sie zu einem verbreiteten Mittel geworden, um potenziellen Kunden den Zugang zu

* Mehr über den Autor erfahren Sie am Ende des Beitrags. Der Autor dankt wiss. Mit Yannick Buchholz sowie den stud. Hilfskr. Martin Bangard und Anna-Luisa Rode für die kritische Durchsicht. Alle zitierten Internetquellen wurden zuletzt abgerufen am 6. 11. 2024. [Anm. der Redaktion: Der Name des Co-Autors wurde nach Drucklegung ergänzt.]

1 Springer Fachmedien Wiesbaden (Hrsg.), *Kompakt-Lexikon Wirtschaftsinformatik*, S. 155.

2 *Uitz/Harnisch*, *Information-Spektrum* Ausgabe 35, 339, 342.

3 Instrukтив zur Historie und Funktionsweise von QR-Codes siehe das Video des Wissenschaftskommunikators Dr. Derek Muller auf seinem YouTube Kanal „Veritasium“, abrufbar unter youtu.be/w5ebcowAJD8.

Produktinformationen, speziellen Angeboten oder Unternehmenswebseiten zu erleichtern. Hersteller integrieren QR-Codes häufig in ihre Produktverpackungen, um den Verbrauchern detaillierte Informationen über das Produkt bereitzustellen. Im Bereich des Ticketings bieten QR-Codes eine bequeme Lösung, um Fahrkarten, Eintrittskarten für Veranstaltungen oder Flugtickets zu verwalten, indem sie den papierlosen Zugang ermöglichen.⁴

Die technologische Grundlage für QR-Codes ist mittlerweile ein international anerkannter Standard (ISO/IEC 18004), was ihre Integration in globale Märkte fördert. Es gibt weiterhin Innovationen, wie die Entwicklung des Micro-QR-Codes, welcher noch platzeffizienter ist und in kleineren Produkten Anwendung findet.⁵ Diese Entwicklungen zeigen, dass die Technologie hinter QR-Codes anpassungsfähig bleibt und weiter neue Anwendungen findet.

Allerdings kommen mit der steigenden Verbreitung von QR-Codes auch eine Reihe von Herausforderungen, insbesondere im Bereich der Datensicherheit. Da QR-Codes auf den ersten Blick identisch aussehen können, besteht das Risiko, dass sie zu betrügerischen Zwecken eingesetzt werden, beispielsweise um Nutzer unwissentlich auf manipulierte Webseiten zu leiten. Um diesem Risiko entgegenzuwirken, ist es ratsam, nur Codes aus vertrauenswürdigen Quellen zu scannen. Abhilfe können auch spezielle Apps zum Scannen von QR-Codes schaffen, die zunächst eine Vorschau des Inhalts und gegebenenfalls Weiterleitungen sog. Shortlinks anzeigen.⁶

QR-Codes stellen also eine nützliche Technologie dar, die es ermöglicht, Informationen schnell und effizient auszulesen. Ihre unkomplizierte Anwendbarkeit und die Fähigkeit, in einer mobilen und vernetzten Welt große Datenmengen zu verarbeiten, machen sie zu einer wertvollen Ressource in zahlreichen Branchen. QR-Codes sind ein hervorragendes Beispiel für die Evolution einer Technologie, die speziell für eine Branche entwickelt wurde, dann aber zu einem unverzichtbaren Bestandteil unseres Alltags geworden ist und unser Leben so nachhaltig beeinflusst.

III. QR-Codes und Vertragsschluss – das Beispiel Amazon Go

Die Besonderheiten des Vertragsschlusses mittels QR-Codes lassen sich anhand des Beispiels des kassenlosen Supermarkts „Amazon Go“ darstellen, bei dem man mit einer Handy-App und im Rahmen seines Amazon-Kontos bei Betreten des Supermarktes einmalig einen QR-Code scannt und sämtliche Produkte, die man aus dem Regal nimmt, vom System automatisch erfasst werden.⁷ Nach Einpacken aller Produkte verlässt man anschließend den Laden und erhält per App eine Liste der eingekauften Objekte, der Betrag wird automatisch von der in der App hinterlegten Kreditkarte abgebucht. Fraglich ist, wo in diesem Vorgang Angebot und Annahme vorliegen. Das Check-In mittels App kann mangels hinreichender Bestimmtheit und mangels Rechtsbindungswillens nicht als Willenserklärung des Kunden fungieren. Auch könnte das Bereitstellen der Ware im Regal seitens Amazon Go eine Willenserklärung darstellen. Sämtliche essentialia negotii außer dem Vertragspartner sind ersichtlich, die Figur des Antrags ad incertas personas lässt jedoch das Fehlen des Vertragspartners zu.⁸ Auch das Herausnehmen aus dem Regal seitens des Kunden könnte eine Willenserklärung darstellen, hier fehlt allerdings der Rechtsbindungswille, da nicht ersichtlich ist, ob der Kunde das Produkt nur begutachten möchte und es danach wieder ins Regal stellt. Auch die Aufnahme in den virtuellen Warenkorb

im System von Amazon Go scheidet aufgrund der Tatsache, dass der Warenkorb für den Kunden zu diesem Zeitpunkt nicht sichtbar ist und der Kunde einzelne Waren im Nachhinein digital von der Einkaufsliste löschen kann, mangels Bestimmtheit und Rechtsbindungswille aus. Die Mitnahme bzw. das Einpacken der Ware kann hingegen als Willenserklärung verstanden werden, die Produkte sind klar bestimmt und aufgrund der Tatsache, dass sie nicht wieder zurück ins Regal gestellt wurde, liegt Rechtsbindungswille vor. Das Zurückstellen der Ware wäre als Widerruf gemäß § 130 Abs. 1 S. 2 BGB zu werten. Anknüpfungspunkte für eine Willenserklärung stellen ebenfalls das Verlassen des Ladens, die Push-Benachrichtigung von Amazon Go über die Liste der Einkaufswaren und die Zahlung des Kaufpreises per hinterlegter Kreditkarte dar. Aufgrund der Tatsache, dass bei der Annahme eines späteren Zeitpunktes des Vertragsschlusses eine zeitliche Lücke entstehen würde, in der der Kunde den Laden verlassen hat, jedoch noch nicht Eigentümer geworden ist, ist die Willenserklärung von Amazon Go in der Bereitstellung der Ware zu sehen. Die Willenserklärung des Kunden könnte im Einpacken/Mitnehmen der Ware oder im Verlassen des Ladens bestehen. Der Zeitpunkt des Mitnehmens ist jedoch schwierig zu bestimmen, weswegen es sinnvoller ist, an das Verlassen des Ladens anzuknüpfen. Abschließend liegt der Antrag von Amazon Go also im Bereitstellen der Ware und die Annahme in dem Verlassen des Ladens durch den Kunden.⁹ Unabhängig von dem angeführten Beispiel ist die reine Bezahlung mittels QR-Codes akzeptiert und mit der gewöhnlichen Kartenzahlung gleichzusetzen.¹⁰

IV. QR-Codes und AGB

Im Urteil des AG Lübeck vom 13. 1. 2023¹¹ wurde nun auch die Nutzung von QR-Codes zur AGB-Einbindung bestätigt, da es dem Durchschnittskunden mit internetfähigem Smartphone zuzumuten sei, die AGB per Link auf der Homepage oder über einen QR-Code abzurufen.¹² Diese Argumentation wird darauf gestützt, dass im Jahr 2018 77 % aller Haushalte in Deutschland über ein Smartphone verfügten.¹³ Zudem muss das Unternehmen nach § 305 BGB lediglich auf die AGB hinweisen und dem Kunden so die Möglichkeit verschaffen, ihn zur Kenntnis zu nehmen; ob die AGB tatsächlich gelesen werden, ist unbeachtlich.¹⁴ Da es gemäß § 305 Abs. 2 BGB Aufgabe des Händlers ist, das Einverständnis des Kunden einzuholen, und die Beweislast bei ihm liegt, wird empfohlen, nach dem Abrufen der AGB mit einem bestätigenden „Pop up“-Fenster zu arbeiten.¹⁵

V. QR-Codes und Verbraucherschutz

Eine andere juristische Fragestellung in Bezug auf QR-Codes ist die Erfüllung von Informationspflichten im Verbraucherschutz, insbesondere in der Produktwerbung. Händler sind

4 *Uitz/Harnisch*, Information-Spektrum Ausgabe 35, 339, 345; zu weiteren Einsatzmöglichkeiten: *Lorenz*, InTeR 2021, 218, 219 f.

5 *Lorenz*, InTeR 2021, 218, 223 f.

6 *Polizei NRW*, Betrugsmasche mit QR-Codes: Die unterschätzte Gefahr im digitalen Zeitalter, abrufbar unter: <https://polizei.nrw/qrcode>.

7 Pressemitteilung Amazon v. 27. 8. 2020, abrufbar unter: <https://www.aboutamazon.com/news/retail/introducing-the-first-amazon-fresh-grocery-store>.

8 BGH, 7. 11. 2001 – VIII ZR 13/01, MMR 2002, 95, 96.

9 *Etzorn*, CR 2019, 586, 586 ff.

10 *Staudinger/Omlor*, BGB, 2020, § 675c Rn. 21.

11 AG Lübeck, 13. 1. 2023 – 26 C 1289/22.

12 Bestätigt durch LG Lübeck, 7. 12. 2023 – 14 S 19/23, K&R 2024, 228 ff.

13 *Graf von Westphalen*, NJW 2024, 2223, Rn. 5.

14 LG Lübeck, 7. 12. 2023 – 14 S 19/23, K&R 2024, 228, 228 ff.

15 *Graf von Westphalen*, NJW 2024, 2223, Rn. 6.

dazu verpflichtet, Produktinformationen transparent preiszu- geben – Falschinformationen oder die Vorenthaltung wesentlicher Informationen verstoßen gegen Irreführungsregeln der §§ 5 ff. UWG.¹⁶ Das OLG Düsseldorf¹⁷ beschäftigte sich dies- bezüglich mit den Informationspflichten bei der Werbung für Süßwaren, die in einer Zeitungsannonce als „klimaneutral“ bezeichnet wurden, für weitere Informationen wurde auf einen daneben abgebildeten QR-Code verwiesen. Der Kläger ging davon aus, der Herstellungsprozess verlaufe emissionsfrei, weil er sich allein auf die Angabe der Klimaneutralität bezog, er kritisierte, dass nähere Erläuterungen hinsichtlich der Kli- maneutralität direkt in der Werbung und nicht erst in der verlinkten Website zu finden sein müssten.¹⁸ Nach Ansicht des OLG Düsseldorf sei es dem Verbraucher aber zuzumuten, den QR-Code zu scannen bzw. die alternative URL, die zu densel- ben Informationen führt, manuell einzugeben. Zu kritisieren ist hier allerdings, dass der vollständig digitale Ansatz dieje- nigen ausschließt, die kein Smartphone besitzen oder mit der Technologie nicht vertraut sind.

Das LG Karlsruhe¹⁹ pflichtete dem OLG Düsseldorf bei und kam zu dem Schluss, dass die Vorhaltung von Informationen auf einer verlinkten Website ausreicht, um den Informations- pflichten zu genügen. Als Argument wurde in dem Kontext angeführt, dass bei der Verwendung von Gütesiegeln ebenfalls auf Prüfkriterien auf eine Website verwiesen wird.²⁰ Daraus ginge hervor, dass nicht alle Pflichtangaben direkt in der Werbeanzeige enthalten sein müssen. Es stellt keinen Verstoß des § 5a UWG dar und erfüllt die erforderliche Informations- pflicht, wenn via QR-Code auf weitere Hinweise verlinkt wird. Dem könnte allerdings das deutsche Produktsicherheitsgesetz entgegenstehen, das bei Markteinführung eines Produkts eine Bedienungsanleitung in deutscher Sprache fordert, aber nicht spezifiziert, ob es sich dabei auch um eine digitale Anleitung handeln kann.²¹ Ab Februar 2027 tritt bezüglich der Verwei- sung auf umfassendere Informationen eine Neuerung in Kraft, die auf der neuen Battery Regulation der EU beruht.²² Laut dieser Regelung müssen ausgewählte Batterietypen mit einem digitalen Batteriepass versehen sein, der unter anderem einen QR-Code enthält und somit auf weitere Informationen über die Batterie hinweist.²³ Auch kann im Schuldrecht statt einem klassischen, ausgedruckten Exemplar auf die Montageanlei- tung mithilfe eines abgedruckten QR-Code verwiesen werden, da internetfähige Endgeräte weit verbreitet sind.²⁴ Allgemein lässt sich sagen, dass die Nutzung von QR-Codes bei der Produktkennzeichnung immer mehr an Anerkennung ge- winnt, die Herausforderung der Zukunft besteht darin, die Balance zwischen digitaler Innovation und Verbraucherschutz zu gewährleisten.²⁵

VI. QR-Codes und Datenschutz

Datenschutzrechtlich ist der Tracking-QR-Code von besonde- rer Relevanz, der als Marketing-Strategie eingesetzt wird, um aus Nutzerdaten eine Scan-Statistik zu erstellen. Dynamische QR-Codes können getrackt werden, wodurch die Effektivität der Werbemaßnahme gemessen und analysiert wird. Bei sol- chen QR-Codes erfolgt die Weiterleitung auf die Ziel-URL nicht direkt, sondern es erfolgt eine Umleitung über eine Tracking- URL. Als Beispiel ist hier die Analyse von Social Media Crea- tors anzuführen, die untersuchen, in welchen Ländern die Werbekampagne funktioniert. Der QR-Code wird also als Wer- betracking-Tool eingesetzt, nicht als bloßes Zugangsmittel. Unstreitig ist, dass QR-Codes, die sich nicht auf natürliche Personen zurückführen lassen, sondern nur die Gesamtanzahl der Scans tracken, zulässig sind. Art. 4 Nr. 1 DSGVO verlangt

nämlich einen Personenbezug, wie beispielsweise eine IP- Adresse.²⁶ Zudem dürfen Tracking Cookies nur eingesetzt werden, wenn der Endgerätnutzer einwilligt und der Widerruf muss gemäß Art. 7 Abs. 3 S. 1 DSGVO jederzeit möglich sein.²⁷ Falls die Einwilligung nicht erfolgt ist und dennoch personen- bezogene Daten erhoben wurden, müssen sie anonymisiert werden.

VII. QR-Codes und Prozessrecht

Juristisch relevant können QR-Codes auch in Bezug auf Gerichtsverfahren sein, sie können beispielsweise die Zustel- lung der einstweiligen Verfügung vereinfachen, wie in einem britischen Urteil²⁸ erstmalig thematisiert wurde. In dem Fall musste eine einstweilige Verfügung an einen namentlich benannten Beklagten und an unbekannte Personen adressiert werden, für eben diese Zustellung an unbekannte Personen erteilte das Gericht eine Genehmigung, dass diese mithilfe eines gedruckten QR-Codes erfolgen dürfte. Die wirksame Zustellung von gerichtlichen Schriftstücken ist essenziell – die betreffenden Personen müssen vom Antrag auf die Ver- fügung und von der verhängten Verfügung Kenntnis erhalten. Wenn die Adresse einer unbekannteten Person, gegen die eine Verfügung ausgestellt wird, ebenfalls nicht zu ermitteln ist, kann der Kläger eine alternative Zustellung der Verfügung beantragen. In der vorliegenden Rechtssache wurde gegen Unbefugte, die potenziell ein baufälliges Gebäude betreten, aufgrund des Sicherheitsrisikos eine einstweilige Verfügung in Form von an dem Zaun des Geländes angebrachten QR- Codes ausgestellt, beim Scannen des Codes werden die un- erwünschten Besucher direkt zu dem Gerichtsurteil weiterge- leitet. Demnach stellen QR-Codes eine effektive, alternative Zustellungsmöglichkeit von einstweiligen Verfügungen dar, was zumindest in England seit dem Urteil *Anglo International Upholland Ltd v Wainwright* von einer gerichtlichen Grund- lage gestützt ist.²⁹

VIII. Schluss

Wie die vorstehenden Ausführungen zeigen, ist der QR-Code je nach Anwendungsgebiet durchaus von juristischer Relevanz. Und diese wird im Rahmen der weiteren digitalen Transforma- tion rund um Volkswirtschaften und Gesellschaften mit großer Wahrscheinlichkeit zunehmen. Parallel hierzu wird es aber auch darauf ankommen, dass Verwender von QR-Codes („Scanner“)

16 Basierend auf Richtlinie (EU) 2019/2161 zur Änderung der Richtlinie 93/ 13/EWG und der Richtlinien 98/6/EG, 2005/29/EG und 2011/83/EU (BGBl. I S. 3504).

17 OLG Düsseldorf, 6. 7. 2023 – 20 U 152/22, K&R 2023, 614, 614 ff.

18 OLG Düsseldorf, 6. 7. 2023 – 20 U 152/22, K&R 2023, 614 ff. = WRP 2023, 1123 Rn. 2.

19 LG Karlsruhe, 26. 7. 2023 – 13 O 46/22 KfH, VersR 2024, 657, 659.

20 *Ackermann*, Legal perspective: Which product information is allowed behind a QR-Code? (<https://www.houseofchange.net/en/resources/das-qr-code-dilemma-welche-produktinformationen-d%C3%BCrfen-hinter-einen-qr-code>).

21 § 3 Abs. 4 ProdSG.

22 Art. 13 Abs. 6 der VO (EU) 2023/1542 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. 7. 2023 über Batterien und Altbatterien, zur Änderung der RL 2008/98/EG und der VO (EU) 2019/1020 und zur Aufhebung der RL 2006/66/EG.

23 Art. 13 Abs. 6 EU-BatterieVO 2023/1542.

24 *Staudinger/Matusche-Beckmann*, BGB, 2023, § 434 Rn. 167.

25 *Huber*, Erfüllung von Informationspflichten via QR-Codes und URLs (<https://www.it-recht-kanzlei.de/pflichtinformationen-qr-code-url-olg-duesseldorf.html>).

26 BGH, 16. 5. 2017 – VI ZR 135/13, K&R 2017, 501, 504.

27 *Lorenz*, InTeR 2021, 218, 223.

28 *Anglo International Upholland Ltd v Wainwright*, 2023, 5 WLUK 613.

29 *Moore*, QR-Codes in Law: A new method of effective service? (<https://www.clarionsolicitors.com/articles/qr-codes-in-law-a-new-method-of-effective-service>).

sich des Risikos bewusst sein müssen, dass der technische Vorgang der Nutzung dieser Codes in Einzelfällen auch die Integrität von Informationen oder von Hardware beeinträchtigen kann – nämlich dann, wenn willentlich Codes manipuliert wurden oder zu „schadhaften“ Informationen führen. Und auch hier geht es dann wieder auch um Rechtsfragen, die beispielsweise die Informations- und Datensicherheit betreffen.



Prof. Dr. Thomas Hoeren

ist Direktor des Instituts für Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht, zivilrechtliche Abteilung. Er war 17 Jahre lang am OLG Düsseldorf als Richter im Nebenamt tätig.

RA Dr. Florian Eisenmenger und RAin Julia Kaufmann, LL.M. (Univ. of Texas)*

EuGH, DSGVO und UWG – Folgen des weiten Verständnisses von besonderen Kategorien personenbezogener Daten

Zugleich Kommentar zu EuGH, Urteil vom 4. 10. 2024 – C-21/23, K&R 2024, 795 ff. (in diesem Heft)

Kurz und Knapp

Dieser Beitrag widmet sich dem in diesem Heft abgedruckten Urteil des EuGH vom 4. 10. 2024 – C-21/23 (Lindenapotheke) und ordnet es in die jüngere Rechtsprechung des EuGH ein. Der Beitrag geht der Frage nach, ob diese Entscheidung den Begriff der besonderen Kategorien personenbezogener Daten weiter konturiert und zeigt mögliche Konsequenzen für die datenschutzrechtliche Praxis der Verarbeitung solcher Daten auf, insbesondere im Lichte von Mitbewerberklagen.

I. Hintergrund

Die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten nach Art. 9 Abs. 1 DSGVO (im Folgenden auch sensitive Daten) stellt Unternehmen regelmäßig vor Herausforderungen. Art. 9 Abs. 2 DSGVO erlaubt deren Verarbeitung nur im Ausnahmefall, da sie Art. 9 Abs. 1 DSGVO mit einem grundsätzlichen Verbot belegt. Anders als „einfache“ personenbezogene Daten können sensitive Daten gerade nicht allein auf Grundlage von Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO oder gar auf Grundlage von Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO verarbeitet werden.

Damit bleibt Verantwortlichen außerhalb bestimmter privilegierter Verarbeitungszusammenhänge oft nur die Einwilligung der betroffenen Personen als Rechtsgrundlage für die Verarbeitung sensibler Daten. Wird diese nicht eingeholt, steht schnell ein schwerwiegender Datenschutzverstoß im Raum. Dies begründet für Verantwortliche gerade dann besondere Risiken, wenn Datenschutzverstöße von Mitbewerbern angegriffen werden können.

II. Wesentliche Aspekte der Entscheidung

Die Entscheidung des EuGH betrifft zwei praktisch hochrelevante Problemkreise. Einerseits behandelt sie die Frage, wann personenbezogene Daten als sensitive Daten zu bewerten sind, andererseits den Dauerbrenner, ob Datenschutzverletzungen von Mitbewerbern verfolgt werden können.

1. Sachverhalt

Der Entscheidung des EuGH liegt ein Rechtsstreit zwischen zwei Apothekern aus dem Jahr 2017 zugrunde. Der Beklagte vertrieb apothekenpflichtige Arzneimittel über Amazon Marketplace, ohne Einwilligung der Kunden einzuholen. Der Kläger sah darin einen wettbewerbswidrigen Datenschutzverstoß. Er war der Meinung, dass im Rahmen der Medikamentenbestellungen Gesundheitsdaten verarbeitet werden, die in diesem Kontext nur auf Grundlage einer Einwilligung hätten verarbeitet werden dürfen. Dementsprechend beantragte er vor dem LG Dessau-Roßlau ein Verbot dieses Online-Vertriebs von Medikamenten, solange nicht sichergestellt sei, dass Kunden vorab ihre Einwilligung zur Verarbeitung erteilen können.

Über das LG Dessau-Roßlau¹ und das OLG Naumburg² fand der Streit seinen Weg zum BGH³ und von dort schließlich zum EuGH.

2. Einordnung in die jüngere Rechtsprechung des EuGH zu sensitiven Daten

Bei der Auslegung des Begriffs der besonderen Kategorien personenbezogener Daten folgt „Lindenapotheke“ ganz der vom EuGH erst 2022⁴ vorgegebenen Linie. Dies führt zu einem denkbar weiten Verständnis sensibler Daten im Allgemeinen und Gesundheitsdaten im Speziellen.

In dem der Entscheidung vom 1. 8. 2022 zugrundeliegenden Fall war unter anderem fraglich, ob sensitive Daten in Form von Daten zur sexuellen Orientierung schon dann vorliegen, wenn auf diese nur „mittels gedanklicher Kombination oder

* Mehr über den Autor und die Autorin erfahren Sie am Ende des Beitrags. Die Autoren danken Dr. Robin Mühlenbeck für die Unterstützung bei der Erstellung dieses Beitrags. Alle zitierten Internetquellen wurden zuletzt abgerufen am 7. 11. 2024.

1 LG Dessau-Roßlau, 28. 3. 2018 – 3 O 29/17.

2 OLG Naumburg, 7. 11. 2019 – 9 U 39/18 sowie OLG Naumburg, 21. 1. 2020 – 9 U 39/18 (Berichtigungsbeschluss).

3 BGH, 12. 1. 2023 – I ZR 223/19 – Arzneimittelbestelldaten.

4 EuGH, 1. 8. 2022 – C-184/20 – Vyriausioji tarnybinės etikos komisija.