



Datenschutz beim Dropshipping im Onlinehandel

Ein Whitepaper für Onlinehändler

26.01.2016

Einführung

Beim Dropshipping (oder auch Streckengeschäft) übermittelt ein Plattformbetreiber die Bestellung seines Kunden an einen angebotenen Betreiber/Händler. Dieser liefert die Ware dann direkt (ohne Umweg über den Betreiber) an den Kunden aus. Um dies zu ermöglichen, muss der Betreiber jedoch die Kundendaten (Adress- und Bestelldaten) an den Händler weitergeben. Die Weitergabe erfolgt in der Regel über eine technische Schnittstelle und läuft weitgehend automatisiert ab. Da es sich bei den Adress- und Bestelldaten jedoch um personenbezogene Daten der Kunden handelt, stellt sich die Frage des Datenschutzes.

Grundsatz

Die rechtliche Grundlage für Datenschutzmaßnahmen im Onlinehandel ergibt sich insbesondere aus dem Telemediengesetz (TMG) und dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG).

Gemäß § 13 TMG hat der Dienstleister (Betreiber) den Nutzer (Kunden) über Art, Umfang und Zweck der Datenerhebung zu informieren.

Darüber hinaus legt § 4 BDSG grundsätzlich fest, wann eine Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von Daten überhaupt erlaubt ist. Danach ist eine Datenerhebung nur dann zulässig, wenn ein Gesetz die Erhebung ausdrücklich erlaubt oder wenn der Nutzer in die Erhebung zuvor eingewilligt hat.

Für die Verarbeitung von Daten durch Dritte im Auftrag (meist Dienstleister) sieht § 11 BDSG darüber hinaus zusätzliche strenge Voraussetzungen vor. Hierbei handelt es sich um die sogenannte Auftragsdatenverarbeitung (ADV).

Würde eine solche Auftragsdatenverarbeitung vorliegen, so träfen Betreiber und Händler weitreichende Pflichten. Über den Abschluss eines ADV-Vertrages hinaus müsste der Händler gem. § 9 BDSG technische und organisatorische Maßnahmen treffen, um die Datensicherheit zu gewährleisten. Der Betreiber wiederum müsste regelmäßig Datenschutz-Audits beim Händler durchführen um diese Maßnahmen zu überwachen. Dies hätte weitreichende praktische Konsequenzen für das Dropshipping. Insbesondere würde das Geschäftsmodell erheblich komplizierter und kostenintensiver werden.

Abgrenzung der ADV zur Funktionsübertragung

Die ADV gemäß § 11 BDSG ist von der sog. Funktionsübertragung abzugrenzen. Bei der Funktionsübertragung handelt es sich im Gegensatz zur ADV um eine „echte“ Weitergabe von Daten an Dritte. Wesentlich für die Unterscheidung ist das Verhältnis zwischen Auftraggeber (Betreiber) und Auftragnehmer (Händler). Ist der Auftragnehmer von den Weisungen des Auftraggebers abhängig und verbleibt ihm kein eigener Entscheidungsspielraum beim Umgang mit den übermittelten Daten, liegt regelmäßig eine ADV vor. Hier ist der Auftragnehmer also so stark von den Weisungen des Auftraggebers abhängig, dass er rechtlich zur Sphäre des Auftraggebers zählt. Konsequenterweise ist letzterer dann auch unmittelbar für den Datenschutz bei seinem Auftragnehmer verantwortlich.

Ist die Datenverarbeitung jedoch nur ein Nebenzweck der Beziehung zwischen Betreiber und Händler, erbringt der Händler in erster Linie weitere materielle vertragliche Leistungen und ist er frei in der inhaltlichen Organisation seiner Geschäftsabläufe, so liegt eine Funktionsübertragung gemäß § 3 Abs. 4 Nr. 3 BDSG vor. In diesem Fall sind die Vorschriften des § 11 BDSG nicht zu beachten, sondern die des § 4 BDSG.

Welche Datenschutzbestimmungen gelten nun beim Dropshipping?

Beim Dropshipping wird der Händler zunächst im Auftrag des Betreibers tätig, indem er die Ware an den Kunden ausliefert. Hierfür benötigt der Händler personenbezogene Kundendaten (insbesondere Name und Adresse) die der Betreiber zuvor beim Kunden erhoben hat. Dies ist jedoch nur eine nebensächliche Notwendigkeit. Beim Dropshipping besteht der Hauptzweck der Vertragsbeziehung zwischen Betreiber und Händler keinesfalls in der Erhebung oder Verarbeitung der Kundendaten beim Händler. Deshalb ist der Händler auch nicht weisungsgebunden. Er entscheidet selbst, wie er die logistischen Prozesse aufbaut und die Kundendaten in seinen Systemen speichert und verarbeitet.

Demnach liegt beim Streckengeschäft keine Auftragsdatenverarbeitung, sondern eine Funktionsübertragung vor.

Welche datenschutzrechtlichen Auswirkungen hat das?

Da beim Dropshipping keine Auftragsdatenverarbeitung, sondern eine Funktionsübertragung vorliegt, gilt zunächst der Grundsatz des § 4 BDSG: die Daten dürfen verarbeitet werden, wenn es ausdrücklich erlaubt ist oder der Kunde hierin eingewilligt hat. Darüber hinaus greift jedoch zu Gunsten des Betreibers die gesetzliche Ausnahme des § 28 Abs. 1 Nr. 1 BDSG. Danach ist die Übermittlung der Daten an Dritte auch dann erlaubt, wenn sie für die Abwicklung des Vertrages erforderlich ist.

Beim Dropshipping müssen personenbezogene Daten des Kunden an den Händler übermittelt werden, damit dieser die Ware zum Kunden bringen kann. Ohne die Übermittlung dieser Daten ist die Durchführung des Kaufvertrages bei diesem Geschäftsmodell unmöglich. Entsprechend gilt hier § 28 BDSG zu Gunsten des Betreibers. Eine Einwilligung des Kunden nach § 4 BDSG ist somit entbehrlich. Insofern gilt beim Streckengeschäft also nichts anderes, als bei der Weitergabe von Adressdaten an einen Logistiker.

Fazit – Das sollten Dropshipping-Betreiber beachten

Im Ergebnis liegt beim Streckengeschäft keine Auftragsdatenverarbeitung vor. Dennoch sollten Betreiber auf gewisse datenschutzrechtliche Vorgaben achten.

Die Ausnahme des § 28 BDSG gilt nur für solche Daten, die für die Durchführung des Kaufvertrages wirklich erforderlich sind. Weitere Daten (z.B. zu Marketingzwecken) sind von der Ausnahme nicht umfasst. Hier wird weiterhin die Einwilligung des Kunden benötigt, wenn solche Daten an Dritte weitergegeben werden sollen.

Ferner ist eine rechtssichere Datenschutzerklärung notwendig. Bereits § 13 TMG schreibt vor, dass Betreiber von Onlinediensten über Art und Zweck der Datenerhebung informieren müssen. Dies umfasst auch die Informationen über die Weitergabe der Daten an Dritte, also den Händler. Der Kunde sollte deshalb der Bestellung über die Datenschutzerklärung und ggf. auch über die Artikelbeschreibung (z.B. „Versand durch xy“) über die Einschaltung des jeweiligen Händlers informiert werden.

Darüber hinaus ist der Zweck der Datennutzung gemäß § 28 Abs. 1 a. E. BDSG „konkret festzulegen“. Die erhobenen Daten dürfen folglich auch nur für den festgelegten Zweck genutzt werden, damit die Ausnahme greifen kann.

Fehlerhafte oder unzureichende Datenschutzerklärungen können zu teuren Abmahnungen führen. Für eine rechtssichere Lösung empfiehlt es sich daher Rechtsrat bei einem spezialisierten Anwalt zu suchen.

Über den Autor



Florian Decker

Fachanwalt für Informationstechnologierecht (IT-Recht)

Rechtsanwalt Florian Decker verfügt als Fachanwalt für IT-Recht insbesondere über hervorragende Kenntnisse im IT-Projektgeschäft, dem Datenschutzrecht und dem Recht des E-Commerce. Zu den von ihm betreuten Mandanten zählen unter anderem Softwarehäuser, Agenturen und E-Commerce-Plattformen. Darüber hinaus ist er als Datenschutzbeauftragter tätig.

Als Referent ist Rechtsanwalt Decker regelmäßig bei fachbezogenen Veranstaltungen vertreten. Dazu zählen unter anderem Vorträge bei IT-Events, Industrie- und Handelskammern, Messen und Workshops. In der Vergangenheit war er bereits als Lehrbeauftragter an der FH Worms tätig.

Rechtsanwalt Decker Artikel für Fachzeitschriften und Blogs. So betreut er unter anderem die Rechtskolumne der Zeitschrift <kes> und veröffentlicht Artikel in der INTERNETWORLD Business. Außerdem schreibt er Beiträge für das Expertenblog SecTank und für das Blog-IT-Recht.

Über RESMEDIA

Die im Jahr 2007 gegründete Kanzlei RESMEDIA mit Standorten in Mainz und Berlin steht für hoch spezialisierte Rechtsberatung in den Kernbereichen IT-Recht, IP-Recht und Medienrecht.

Das 8-köpfige Expertenteam besteht aus Fachanwälten für IT-Recht und gewerblichen Rechtsschutz, die ausschließlich in diesen Bereichen tätig sind.

Die Leistungsschwerpunkte der Kanzlei liegen in der Beratung von E-Commerce-Plattformen und großen Onlineshops, der Erstellung von IT-Verträgen und der

Beratung im Marken-, Wettbewerbs- und Designrecht.

Die Kanzlei ist im Bereich business-to-business (B2B) tätig und berät IT-Unternehmen, Softwarehäuser, Onlinehändler und Agenturen sowie Künstler und Kreative.

RESMEDIA ist Gründungsmitglied des agilen Partnernetzwerks United E-Commerce.

Sie finden RESMEDIA im Internet unter <http://www.res-media.net>.

Was wir für Sie tun können

IT-Recht

IT-Projekte, IT-Verträge, Lizenzverträge, Cloud Computing, Datenschutz, Compliance

IP-Schutz

Markenanmeldungen, Markenberatung, Know-How-Schutz, Urheberrechtssicherung, Beratung bei Abmahnungen

E-Commerce-Recht

Shopprüfungen, laufender Update-Service, Beratung von großen Onlineplattformen, Marketplaces, AGB-Erstellung, Beratung bei Abmahnungen