

13.05.2024

Klage gegen „Pay-or-Consent“-Modell von Meta

Verbraucherzentrale NRW zieht gegen die Umsetzung des Bezahlmodells auf Facebook und Instagram vor Gericht

- Gestaltung der Einwilligung lässt Nutzer:innen keine echte Wahl
- Teures Bezahlmodell bietet auch keinen Schutz vor Datensammlung

Zahlreiche Nutzer:innen von Facebook und Instagram mussten sich entscheiden: Ob sie die Dienste weiterhin mit personalisierter Werbung nutzen oder für Werbefreiheit bezahlen wollen. Dieses sogenannte „Pay-or-Consent“-Modell hatte der Mutterkonzern Meta Anfang November letzten Jahres auf seinen Plattformen umgesetzt. Die Verbraucherzentrale NRW sieht darin Verstöße gegen die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und mahnte das Unternehmen ab. Da der Social-Media-Gigant keine Unterlassungserklärung abgeben wollte, reichte die Verbraucherzentrale NRW nun Klage beim Oberlandesgericht Köln ein.

„Es kann nicht sein, dass sich große Unternehmen wie Meta nicht an geltende Regeln halten. Wer mit Willkür und Selbstherrlichkeit versucht, geltendes Verbraucherrecht zu unterwandern, gegen den gehen wir vor – egal wie groß dieser Anbieter auch sein mag“, kommentiert Wolfgang Schuldzinski, Vorstand der Verbraucherzentrale NRW.

Einwilligung auf freiwilliger Basis zweifelhaft

Aus Sicht der Verbraucherzentrale NRW können die Verbraucher:innen bei der Entscheidung zwischen „Zahlen oder Einwilligen“ keine Wahl auf freiwilliger Basis treffen. Entweder schließen die Nutzer:innen der Netzwerke ein Abo ab, was für beide Plattformen schnell über 250 Euro pro Jahr kostet, oder sie willigen in die Datenverarbeitung für personalisierte Werbung ein. Dadurch liegt ein zentraler Verstoß gegen den Datenschutz vor. Die gesamte Gestaltung der angebotenen Auswahloptionen ist darauf angelegt, dass Nutzer:innen gar nicht anders können, als der kostenfreien Nutzung zuzustimmen – und Meta damit das umfassende Nutzertracking zum Zweck personalisierter Werbeanzeigen zu gestatten.

Pressestelle

Verbraucherzentrale
Nordrhein-Westfalen e.V.

Mintropstraße 27
40215 Düsseldorf

Tel. (0211) 91380-1101

presse@verbraucherzentrale.nrw
www.verbraucherzentrale.nrw

„Hieran wird deutlich, dass das Unternehmen stark von der Auswertung der persönlichen Daten der Nutzer:innen profitiert. Vermutlich mehr noch als von Einnahmen durch das Bezahlmodell“, so Schuldzinski. „Allein aufgrund des abschreckend hohen Preises werden sich vermutlich die meisten Nutzer:innen für personalisierte Werbung entscheiden.“

Bezahlmodell kommt einer „Mogelpackung“ gleich

Das Bezahlmodell von Meta verspricht zwar ein werbefreies Erlebnis, doch wer glaubt, sich mit dem Abomodell von der Datensammelei freikaufen zu können, irrt. Denn Meta verwendet zwar die Daten nicht mehr für personalisierte Werbung beziehungsweise spielt diese den zahlenden Nutzer:innen nicht mehr aus. Der Konzern sammelt aber weiterhin deren Nutzerdaten. „Wir finden, dass Meta nicht deutlich genug macht, dass trotz Zahlung Daten gesammelt werden. Nutzer:innen, die das nicht wissen, wähnen sich nach Abschluss des Abos gegebenenfalls in dem vermeintlichen Gefühl, ihr Nutzerverhalten werde nicht gespeichert“, erläutert Schuldzinski.

Weiterführende Infos und Links:

❖ Abo für Facebook und Instagram: Meta muss nachbessern

Für weitere Informationen

Pressestelle Verbraucherzentrale NRW

Tel. (0211) 91380-1101

presse@verbraucherzentrale.nrw