DataAgenda-Arbeitspapier 74, 11/2025

DataAgenda - das Informationsportal zum Datenschutzrecht

Präsentiert von DATAKONTEXT

www.DataAgenda.de

Wettbewerbsrechtliche Sanktionen für Datenschutzverstöße – Zusätzliche Gefahren durch Bundeskartellamt und Abmahnungen

1. Einleitung

Seit Anwendungspflicht der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) im Jahr 2018 haben sich die rechtlichen Rahmenbedingungen für den Umgang mit personenbezogenen Daten erheblich verändert. Während die öffentliche Wahrnehmung primär von den hohen Bußgeldandrohungen nach Art. 83 DS-GVO geprägt ist, zeigt die jüngere Entwicklung, dass Datenschutzverstöße keineswegs ausschließlich datenschutzrechtliche Risiken auslösen. Vielmehr können Verstöße – insbesondere im digitalen Wettbewerb – **wettbewerbsrechtliche Relevanz** entfalten und somit zusätzliche Sanktionen auslösen.

Dieses Arbeitspapier untersucht die parallelen und kumulativen Sanktionsmechanismen aus Datenschutzrecht, Lauterkeitsrecht und Kartellrecht und stellt dar, welche zusätzlichen Gefahren sich für Unternehmen ergeben. Das Papier folgt einer rechtsdogmatischen Analyse und ordnet aktuelle Rechtsprechung, insbesondere des EuGH und des BGH, in den Gesamtzusammenhang ein.

2. Datenschutzrecht und Wettbewerbsrecht im europäischen Rechtsrahmen

Die DS-GVO verfolgt das Ziel, einen hohen gleichmäßigen Schutz personenbezogener Daten in der EU sicherzustellen. Gleichzeitig ist sie integraler Bestandteil des digitalen Binnenmarkts. Wettbewerbsrechtlich relevante Aspekte ergeben sich insbesondere, wenn Daten als strategischer Faktor eingesetzt werden und ihre Verarbeitung oder Zusammenführung Marktmacht verstärkt oder unlautere Wettbewerbsvorteile erzeugt.

Daraus resultieren drei zentrale Thesen:

1. **Datenschutz- und Wettbewerbsrecht überschneiden sich zunehmend.**
   Die Digitalisierung führt zu einer engen Verzahnung beider Rechtsmaterien.
2. **Unternehmen sind multiplen Risiken ausgesetzt.**
   Neben Datenschutzaufsicht und Bußgeldern drohen kartellrechtliche Verfahren, Abmahnungen von Mitbewerbern und Klagen von Verbraucherschutzverbänden.
3. **Abmahnungen bleiben ein relevantes Risiko**, insbesondere vor dem Hintergrund aktueller EuGH-Vorlagen zur Frage, ob DS-GVO-Normen als Marktverhaltensregeln gelten.

DATAKONTEXT GmbH • Augustinusstraße 11 A • D – 50226 Frechen • Telefon: +49 22 34/989 49 -30 • Fax: +49 22 34/989 49 -32 • E-Mail: info@datakontext.com

3. Rechtsgrundlagen und dogmatische Verortung

3.1 Datenschutzrecht (DS-GVO)

Die zentralen Normen des Datenschutzrechts und seines Rechtsvollzugs sind:

- Art. 5 DS-GVO – Grundsätze der Verarbeitung
- Art. 6 DS-GVO – Rechtmäßigkeit der Verarbeitung
- Art. 83 DS-GVO – Bußgelder und Sanktionsrahmen

Neben aufsichtsbehördlichen Maßnahmen eröffnet Art. 82 DS-GVO **Schadensersatzansprüche** der betroffenen Person gegen Unternehmen – oft unterschätzt, aber potenziell massenhaft und dann in der Summe denkbar existenzgefährdend.

3.2 Lauterkeitsrecht (UWG)

Das UWG schützt Mitbewerber, Verbraucher und sonstige Marktteilnehmer vor unlauterem Verhalten. Relevant sind insbesondere:

- **§ 3a UWG** – Verstoß gegen gesetzliche Marktverhaltensregeln
- **§ 8 UWG** – Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche
- **§ 13 Abs. 4 Nr. 2 UWG** – Ausschluss des Aufwendungsersatzes bei Datenschutzabmahnungen (grundsätzlich bis 250 Beschäftigte).

Zentral ist dabei die Frage, **ob DS-GVO-Normen Marktverhaltensregeln darstellen**. Die Rechtsprechung hierzu ist noch nicht abschließend; mehrere Verfahren sind anhängig.

3.3 Kartellrecht (GWB und EU-Wettbewerbsrecht)

Das GWB ergänzt das Datenschutzrecht, wenn Datenverarbeitung marktbeherrschende Stellungen verstärkt. Relevant sind folgende Bestimmungen:

- **§ 19 GWB** – Missbrauch marktbeherrschender Stellungen
- **Art. 102 AEUV** – Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung

Seit der BGH und vor allem der EuGH im Verfahren betreffend den meta-Konzern bestätigt haben, dass Datenschutzverstöße **Missbrauchsindikatoren** sein können, hat dieser Ansatz erheblich an Bedeutung gewonnen.

4. Datenschutzverstöße als Wettbewerbsverstöße

Datenschutzverstöße können unlauteres Verhalten darstellen, wenn sie Einfluss auf Marktverhalten oder Marktgleichgewicht haben. Dazu zählen:

- unzulässige Datenerhebung als Grundlage personalisierter Werbung,
- intransparente Einwilligungsmechanismen,
- Datenzusammenführung zur Verstärkung von Marktmacht,
- Verletzung von Informationspflichten gemäß Art. 12–14 DS-GVO.

Die wettbewerbliche Relevanz ergibt sich aus der Frage, ob eine bestimmte Norm des Datenschutzrechts **das Marktverhalten regelt**.

DATAKONTEXT GmbH • Augustinusstraße 11 A • D – 50226 Frechen • Telefon: +49 22 34/989 49 -30 • Fax: +49 22 34/989 49 -32 • E-Mail: info@datakontext.com

5. Rolle und Zuständigkeit des Bundeskartellamts

5.1 Missbrauchskontrolle bei marktbeherrschenden Unternehmen

Zu den Kernaufgaben des Bundeskartellamts zählen:

- Kartellkontrolle
- Fusionskontrolle
- Missbrauchsaufsicht

Im digitalen Sektor nehmen Daten eine Schlüsselrolle ein. Datenschutzverstöße können ein Indikator dafür sein, dass ein Unternehmen seine Marktmacht missbräuchlich einsetzt.

5.2 Datenschutz als Marktmachtfaktor

Der BGH (KVR 69/19) und der EuGH (C-252/21) haben anerkannt:

- Datenverarbeitungen wie auch Datenschutzverstöße können Marktmacht verstärken.
- Unzulässige Datenzusammenführungen können **wettbewerbsbeschränkend** wirken.
- Kartellbehörden dürfen Datenschutzverstöße **inzident prüfen**.

Damit wird Datenschutz zu einem wesentlichen Wettbewerbsparameter.

5.3 Loyalitäts- und Kooperationspflicht gegenüber Datenschutzbehörden

Der EuGH hat festgelegt:

- Wettbewerbsbehörden dürfen nicht im Widerspruch zu bestehenden Entscheidungen der Datenschutzaufsicht handeln.
- Vor eigenen Prüfungen müssen sie die Datenschutzaufsicht konsultieren.
- Ein kooperatives Verfahren ist zwingend.

Daraus entsteht ein „institutioneller Schulterschluss“ zwischen Kartellbehörden und Datenschutzaufsicht.

6. Wettbewerbsrechtliche Rechtsfolgen bei Datenschutzverstößen

6.1 Aufsichtsbehördliche Sanktionen durch das Bundeskartellamt

Mögliche Maßnahmen:

- Verfügungen und Unterlassungsanordnungen;
- Verhaltensauflagen;
- Ordnungsgelder;
- Bedingungen zur Unternehmensstruktur (z. B. Einschränkung der Datenzusammenführung).

Im Gegensatz zur Datenschutzaufsicht betrachtet das Bundeskartellamt primär die **Marktstruktur**, nicht die Grundrechte der betroffenen Personen.

6.2 Rechtsdurchsetzung durch Mitbewerber und Verbände (Abmahnungen)

Eine Rechtsdurchsetzung durch Mitbewerber und Verbände in Form von Abmahnungen ist grundsätzlich möglich. Dabei ist zu beachten:

- Mitbewerber dürfen nach § 8 UWG grundsätzlich abmahnen.
- Auch Verbraucherschutzverbände sind zur Durchsetzung befugt (EuGH C-319/20).
- Abmahnungen setzen detaillierte formale Anforderungen voraus.

Obwohl Abmahnungen wegen Datenschutzverstößen selten sind, besteht die theoretische Möglichkeit. In der Praxis bleibt dieses Instrument jedoch mit Rechtsunsicherheiten verbunden.

DATAKONTEXT GmbH • Augustinusstraße 11 A • D – 50226 Frechen • Telefon: +49 22 34/989 49 -30 • Fax: +49 22 34/989 49 -32 • E-Mail: info@datakontext.com

7. Empirisch-praktische Analyse: Fallstudien

7.1 Praxisbeispiel: Meta/Facebook

Der Fall Meta (Facebook/Instagram/whatsAPP) illustriert exemplarisch die neue Verzahnung von Datenschutz- und Wettbewerbsrecht:

- Meta führte Daten aus Facebook, WhatsApp und Instagram ohne wirksame Einwilligung zusammen.
- Das Bundeskartellamt untersagte diese Praxis im Februar 2019.
- Der BGH bestätigte 2020 im Rahmen einer Eilentscheidung: Datenschutzverstöße können wettbewerblichen Missbrauch darstellen.
- Der EuGH ergänzte mit seiner Entscheidung im Sommer 2023: Wettbewerbsbehörden dürfen Datenschutz prüfen, wenn die Datenverarbeitung wettbewerbliche Relevanz hat.
- Meta änderte in der Konsequenz sein System grundlegend (Trennung der Konten, verbesserte Transparenz), wodurch das Verfahren 2024 als erledigt und ohne gerichtliche Entscheidung im Hauptsacheverfahren beendet wurde.

Dies zeigt: Kartellrecht wirkt als **Durchsetzungsinstrument der DS-GVO**.

7.2 Cookie-Abmahnungen

Zahlreiche Gerichte (u. a. LG München, LG Hamburg) sahen unzureichende Cookie-Einwilligungen als Wettbewerbsverstoß an. Hierfür wurden in Einzelfällen rechtmäßige Abmahnungen ausgesprochen.

7.3 Abmahnungen wegen Datenschutzerklärungen

In frühen DS-GVO-Zeiten wurden fehlerhafte oder fehlende Datenschutzerklärungen mehrfach erfolgreich abgemahnt (z. B. LG Würzburg, 2018). Heute sind solche Abmahnungen seltener, bleiben aber möglich.

8. Handlungsempfehlungen für Unternehmen

Unternehmen sehen sich im Bereich des Datenschutzes und der wettbewerbsrechtlichen Compliance zunehmend einer komplexen Gemengelage aus regulatorischen Anforderungen, behördlichen Maßnahmen und privatrechtlichen Durchsetzungsmechanismen ausgesetzt. Vor diesem Hintergrund ist ein systematischer, organisationseinheitlicher und strategischer Umgang mit Datenschutz- und Wettbewerbsrecht essenziell.

Grundlage einer effektiven Compliance bildet zunächst die Etablierung klarer, nachvollziehbarer und belastbarer Datenschutzstrukturen. Diese umfassen nicht nur die Implementierung geeigneter technischer und organisatorischer Maßnahmen (TOMs), sondern auch eine umfassende Dokumentation sämtlicher Prozesse im Sinne der Rechenschaftspflicht gemäß Art. 5 Abs. 2 DS-GVO. Ein weiterer zentraler Baustein ist die kontinuierliche Verbesserung des Einwilligungsmanagements. Insbesondere im Bereich personenbezogener Datenverarbeitung zu Werbezwecken oder im Rahmen digitaler Plattformangebote ist die Granularität und Transparenz von Einwilligungen zu erhöhen und klar kommunizierbar zu gestalten. Dies betrifft auch Cookie- und Tracking-Technologien, die häufig Gegenstand von Abmahnungen und aufsichtsbehördlichen Verfahren sind. Unternehmen sollten regelmäßig überprüfen, ob ihre Consent-Banner den Anforderungen der DS-GVO und des TDDDG entsprechen.

DATAKONTEXT GmbH • Augustinusstraße 11 A • D – 50226 Frechen • Telefon: +49 22 34/989 49 -30 • Fax: +49 22 34/989 49 -32 • E-Mail: info@datakontext.com

Darüber hinaus ist die Bedeutung des Wettbewerbsrechts im Kontext der Datenverarbeitung stärker in die unternehmensinterne Risikosteuerung einzubeziehen. So empfiehlt es sich, wettbewerbsrechtliche Risiken bereits im Rahmen von datenschutzrechtlichen Risikobewertungen, etwa im Kontext von Datenschutz-Folgenabschätzungen gemäß Art. 35 DS-GVO, mitzudenken. Dies gilt insbesondere für datenintensive Geschäftsmodelle, in denen eine Zusammenführung oder Weiterverarbeitung von Daten potenziell Marktmacht begründen oder verstärken kann. Auch der Aufbau einer nachhaltigen Schulungs- und Sensibilisierungsstruktur trägt wesentlich zur Minimierung von Compliance-Risiken bei. Beschäftigte – insbesondere in Bereichen wie Marketing, Produktentwicklung und Vertrieb – sollten nicht nur regelmäßig zu datenschutzrechtlichen Anforderungen, sondern auch zu lauterkeits- und kartellrechtlichen Implikationen geschult werden.

Insgesamt zeigt sich, dass Datenschutz-Compliance längst nicht mehr isoliert betrachtet werden kann. Vielmehr ist ein integrativer Ansatz erforderlich, der sowohl datenschutzrechtliche als auch wettbewerbsrechtliche Anforderungen umfasst und diese in ein kohärentes Governance- und Compliance-System überführt.

9. Schlussfolgerung

Die Betrachtung zeigt deutlich, dass sich Datenschutzrecht und Wettbewerbsrecht – einst weitgehend getrennte Regulierungsbereiche – zunehmend zu einem integrierten Regulierungsregime verdichten. Die DS-GVO bildet dabei den zentralen normativen Rahmen, der jedoch nicht mehr allein über die datenschutzrechtliche Aufsicht durchgesetzt wird. Vielmehr wirken lauterkeitsrechtliche Abmahnmechanismen und die kartellbehördliche Missbrauchsaufsicht als zusätzliche, teils gegenseitig verstärkende Durchsetzungsinstrumente. Diese Parallelität schafft für Unternehmen ein erheblich komplexeres Risikoprofil.

Deutlich geworden ist insbesondere, dass datenschutzrechtliche Normverletzungen längst nicht mehr ausschließlich als Eingriffe in das grundrechtliche Datenschutzrecht der betroffenen Personen verstanden werden, sondern zunehmend als wettbewerbliche und marktliche Handlungen begriffen werden. Der EuGH hat diesen Paradigmenwechsel in seiner Rechtsprechung ausdrücklich bestätigt, indem er Datenschutzverstöße als Indikator für eine missbräuchliche Ausnutzung von Marktmacht anerkannt hat. Damit gewinnt das Kartellrecht eine neue, erhebliche Relevanz für datengetriebene Geschäftsmodelle.

Gleichzeitig besteht weiterhin erhebliche Rechtsunsicherheit im Hinblick auf die privatrechtliche Durchsetzbarkeit von Datenschutzverstößen durch Mitbewerber. Insbesondere die Frage, ob spezifische DS-GVO-Vorschriften als Marktverhaltensregeln im Sinne des § 3a UWG qualifiziert werden können, ist nach wie vor ungeklärt und Gegenstand anhängiger Verfahren. Diese Unbestimmtheit jeder einzelnen DS-GVO-Norm erschwert Unternehmen die Risikobewertung und lässt Raum für strategische Abmahnungen, auch wenn deren praktische Relevanz bislang begrenzt geblieben ist.

Für die Zukunft ist zu erwarten, dass die regulatorische Verzahnung weiter zunimmt. Die europäische Rechtsentwicklung – insbesondere durch DSA, DMA, Data Act und KI-Verordnung – wird die Bedeutung von Daten als wettbewerbsentscheidendem Faktor weiter verstärken. Dies wird nicht nur die kartellbehördliche Kontrolle intensivieren, sondern zugleich die Anforderungen an Transparenz, Fairness und Rechtsgrundlagen der Datenverarbeitung weiter erhöhen.

Unternehmen sind damit mehr denn je gefordert, Datenschutz-Compliance nicht isoliert, sondern als Bestandteil einer ganzheitlichen Data Governance zu begreifen, welche datenschutzrechtliche, lauterkeitsrechtliche und wettbewerbsrechtliche Vorgaben zusammenführt.

DATAKONTEXT GmbH • Augustinusstraße 11 A • D – 50226 Frechen • Telefon: +49 22 34/989 49 -30 • Fax: +49 22 34/989 49 -32 • E-Mail: info@datakontext.com

Seminartipps zum Arbeitspapier

Datenschutz im Internet

Die zielgruppengerechte Ansprache von Interessenten sowie Kundinnen und Kunden per E-Mail gehört zu den effizientesten Mitteln der Kundengewinnung und -bindung. Bei Nutzung personenbezogener Daten zu Marketingzwecken muss jedoch das geltende Datenschutzrecht beachtet werden. Parallel zum Datenschutzrecht ist das Verbot unzumutbar belästigender Werbung (§ 7 UWG) zu beachten. Sofern im Rahmen der Onlinewerbung auf Endgeräte von Nutzern zugegriffen wird, um dort Informationen abzulegen bzw. auszulesen, etwa beim Einsatz von Cookies, besteht zum Schutz der Integrität des Endgeräts ein Einwilligungserfordernis nach § 25 TDDDG.

Eine Missachtung der geltenden Vorgaben kann infolge drohender Bußgelder, Abmahnkosten, Vertragsstrafen und nicht zuletzt wegen des zu erwartenden Reputationsschadens gravierende Auswirkungen für werbende Unternehmen haben.

Das Seminar beleuchtet in der Praxis gängige Marketingmethoden und -tools und zeigt Wege für deren rechtskonformen Einsatz auf.

Weitere Infos finden Sie hier.

DataAgenda
ist das Informationsportal zum Datenschutzrecht und fokussiert sich auf die inhaltlichen Entwicklungen in diesem Feld. Das DataAgenda-Experten-Team bietet Videos, News, Whitepaper und Seminartipps rund um den Datenschutz.

Datakontext
ist einer der führenden Fachinformationsdienstleister in den Bereichen Datenschutz und IT-Sicherheit und bietet Kompetenz aus einer Hand: Fachbücher, Fachzeitschriften und Seminare, Zertifizierung und Beratung.

Autoren

Prof. Dr. Rolf Schwartmann
Vorsitzender der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherheit e.V (GDD), Leiter der Kölner Forschungsstelle für Medienrecht (TH Köln) und Mitglied der Datenethikkommission.

Dr. Tobias Jacquemain, LL.M. (GDD e.V.)
Promotion zum Schadensersatz für Datenschutzverstöße nach Art. 82 DS-GVO und Lehrbeauftragter an der Universität zu Köln, an der Technischen Hochschule (TH) Köln sowie an der TH Georg Agricola in Bochum.