

- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh) -

Erfahrungswerte aus Onlinehändlersicht zu Kundenkonten

Berlin, den 12.02.2026

Ansprechpartnerin: Eva Behling, eva.behling@bevh.org

Der **Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)** repräsentiert als die Interessenvertretung der Branche der in Deutschland aktiven Online- und Versandhändler Unternehmen aller Größen und aller denkbaren Handelsformen (Online, Multichannel, Katalog, TV-Shopping, Plattformhändler und -betreiber). Die Mitglieder des bevh stehen für mehr als 75% des gesamten Branchenumsatzes. Darüber hinaus sind dem Verband mehr als 130 Dienstleister aus dem Umfeld der E-Commerce-Branche angeschlossen.

Mit diesem Papier möchten wir unsere Bedenken in Bezug auf die Empfehlung des edsa über die Pflicht zum Anbieten von Gastbestellungen in Onlineshops äußern. In Anbetracht der Tatsache, dass Onlinehändler besonders im Visier der Positionen stehen, die bereits in Deutschland von der Datenschutzkonferenz (DSK) und in Frankreich von der Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) eingenommen werden, ist es wichtig, die negative Einstellung gegenüber dieser wichtigen Funktion von E-Commerce-Websites zu zerstreuen und zu erklären, warum Kundenkonten wichtig sind. Der edsa sollte sich den Ausmaßen seiner Empfehlung bewusst sein. Denn die Aussagen führen dazu, dass der Datenschutz Cybersicherheitsziele unterläuft, Nachhaltigkeitsziele schwächt und die Binnenmarktintegration behindert.

Gastbestellungen müssen freiwillige Gestaltungsoptionen bleiben und dürfen nicht als Verpflichtung angesehen werden.

Zu den Ausführungen des edsa möchten wir uns wie folgt äußern. Dass wir uns zu einzelnen Punkten nicht äußern, bedeutet nicht, dass wir den Ansichten des edsa dahingehend zustimmen.

A. Verfassungsrechtliche Bedenken

1. Unternehmerische Freiheit

In der Empfehlung des europäischen Datenschutzausschusses (edsa) vom 03.12.2025 verfolgt der edsa einen einseitigen Ansatz, der sich ausschließlich auf die Rechte der Verbraucher

konzentriert und das in Art. 16 der EU-Grundrechtecharta (EU-GrCh) garantierte Recht der unternehmerischen Freiheit außer Acht lässt. Die Einstufung des edsa, Gastbestellungen verpflichtend anbieten zu müssen, stellt eine unverhältnismäßige Beschränkung der Berufsausübung dar.

In der Empfehlung verkennt der edsa die unterschiedlichen Geschäftsmodelle bei Onlineshops und Online-Marktplätzen. Manche Onlineshops gestalten den Service im Kundenkonto als ein USP mit einzigartigem, vorteilhaftem Nutzen für Kunden. Ein starker USP ist zielgruppenorientiert und oft der Kern einer erfolgreichen Unternehmensstrategie. Die Ansichten, die der edsa in seiner vorliegenden Empfehlung vertritt, nimmt unseres Erachtens keine Abwägung zwischen dieser unternehmerischen Freiheit und den datenschutzrechtlichen Interessen vor, zumal er dabei auch die tatsächlichen Bedürfnisse und Erwartungen der Verbraucher nicht richtig berücksichtigt. Eine generelle Verpflichtung zur Gastoption würde die unternehmerische Freiheit unverhältnismäßig beschränken, da mildere Mittel beispielsweise durch die Sicherstellung datenschutzkonformer Kontomodelle bestehen.

Die Ausführungen in der Empfehlung hätten zur Folge, dass langjährige, etablierte Geschäftsmodelle als gänzlich rechtswidrig einzustufen wären. Demnach müssten Unternehmen ihr gesamtes Modell überarbeiten, was ein kostenintensiver, langjähriger Prozess wäre und - wie unten weiter ausgeführt - ohne Vorteile für die Verbraucher oder den Datenschutz.

Es muss klargestellt werden, dass die Ausgestaltung des Geschäftsmodells dem Händler obliegt und die Datenminimierung erst innerhalb dieses gewählten Rahmens greift.

2. Vertragsfreiheit

Ob bei einer Bestellung im Onlineshop ein Kundenkonto angelegt werden muss oder nicht, ist nicht zuletzt auch eine Ausgestaltung der allgemeinen Vertragsfreiheit, Art. 16 EU-GrCh. Demnach steht es jeder Person frei, Verträge abzuschließen und dabei den Inhalt und den Vertragspartner selbst zu bestimmen. Ähnlich wie bei den Preisen oder den Versandbedingungen steht es Unternehmen frei zu entscheiden, ob sie einen Vertragsschluss nur anbieten, wenn der Kunde ein Kundenkonto anlegt. Der Kunde hat seinerseits ebenfalls die freie Entscheidung, ob er diese Konditionen akzeptieren möchte oder nicht. Ein Verbot von Kundenkontos stellt daher einen unzulässigen Eingriff in die in Art. 16 EU-GrCh garantierte Vertragsfreiheit dar.

3. Gleichheit

Wir halten es auch für inkonsequent, die vorherige Identifizierung im E-Commerce zu verbieten, während sie für Streaming-Dienste, Videospiele und soziale Netzwerke, die auf denselben algorithmischen Mechanismen für personalisierte Empfehlungen beruhen, zulässig ist. Wenn der

Zweck identisch ist, kann die DSGVO keine unterschiedliche Behandlung rechtfertigen. Hier sehen wir einen Verstoß gegen den Gleichheitsgrundsatz, Art 20 bzw. Art. 16 EU-GrCh.

B. Zu 2. Allgemeine Anmerkungen

Die Aussagen des edpb, dass Kundenkonten ein erhöhtes Sicherheitsrisiko bergen, die Erhebung von mehr personenbezogenen Daten als bei Gastbestellungen erfordern und zu unrechtmäßiger Verarbeitung sowie irreführenden Aktivitäten führen, mögen nicht zu überzeugen.

Denn die Gefahr, dass Verbraucher bei einer betrügerischen E-Mail auf einen Link klicken und damit Opfer einer Phishing-Mail werden, ist im Rahmen von Gastbestellungen ungleich höher als mit einem Kundenkonto. Ein Kundenkonto ermöglicht es den Kunden sich in einen sicheren Bereich einzuloggen und potenzielle neue Informationen zu prüfen, ohne einen Link anklicken zu müssen. Spezielle Anforderungen an das anzulegende Passwort können zudem das Risiko von immer gleichen Passwörtern verringern. Auch eine Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA) verhindert aktiv Identitätsdiebstahl, unbefugte Bestellungen und den unrechtmäßigen Zugriff auf Kundendaten und bietet so eine so eine wesentliche sowie effektive Sicherheitsebene für Kundenkonten.

Darüber hinaus erschwert ein Kundenkonto tatsächlich den Einsatz bössartiger Bots zum Zwecke des Scalping, da die Erstellung und Authentifizierung von Konten in großem Umfang schwieriger zu automatisieren ist. Die Ausführungen des edsa entsprechen insoweit nicht den Erfahrungen unserer Mitglieder.

Ferner übersieht der edsa, dass Kundenkonten auch datenschutzkonform implementiert werden können und nicht zwangsläufig mehr Daten gesammelt werden, als es bei Gastbestellungen der Fall ist. In seiner Empfehlung sollte der edsa klarstellen, dass die datenschutzrechtliche Konformität von Kundenkonten davon abhängt, wie ein Unternehmen diese implementiert. Vor diesem Hintergrund werden über ein Kundenkonto nicht zwingend mehr Daten gesammelt oder länger gespeichert, als im Rahmen von Gastbestellungen. Ganz im Gegenteil können Gastbestellungen, insbesondere bei wiederkehrenden Kunden, zur Verarbeitung zusätzlicher personenbezogener Daten führen, die mit einem Kundenkonto nicht verarbeitet werden müssten. Zum Beispiel müssen bestimmte Basisdaten bei Gastbestellungen erneut erhoben und doppelt verarbeitet werden (z. B. Anschriftendaten). Zu einem Mehr an Datenverarbeitung kommt es darüber hinaus typischerweise im Zusammenhang mit bei Betrugsprävention und, soweit erforderlich, Bonitätsprüfungen, da für den Händler jeder Gast ein Neukunde ist.

C. Zu 3.1 Vertragserfüllung, Art. 6 I (b) DSGVO

Der edsa übersieht in seiner Empfehlung weitere Geschäftsmodelle, bei denen die Pflicht eines Kundenkonto zur Erfüllung des Vertrags nach Art. 6 I b) DSGVO gerechtfertigt sein kann. Hier sind

exemplarisch einige Geschäftsmodelle aufgeführt, bei denen ein Kundenkonto für die Vertragserfüllung wichtig ist:

1. Kauf virtueller Produkte

Bei dem Kauf von virtuellen Produkten, wie Grafiken, e-Books oder Hörbüchern ist es für die Verbraucher ein großer Mehrwert, wenn diese Produkte nach dem Kauf im Kundenkonto weiterhin angezeigt werden, da damit beispielsweise über verschiedene Endgeräte besser drauf zugegriffen werden kann und auch sichergestellt werden kann, dass das Produkt beim Kunden nicht verloren geht.

2. Elektrogeräte mit Aktualisierungspflichten

Durch Änderungen im Verbrauchervertragsrecht sind Unternehmer verpflichtet, beim Kauf einer Ware mit digitalen Elementen auch nach dem Kauf Aktualisierungen bereitzustellen. Gerade bei hochwertigen Elektronikprodukten ist eine kontinuierliche Unterstützung erforderlich. Verbraucher erwarten gerade bei kritischen Aktualisierungen umfassende Unterstützung, um den korrekten Betrieb, die Sicherheit und die langfristige Kompatibilität zu gewährleisten. Das sicherste und weniger eingreifende Vorgehen ist dabei die Zurverfügungstellung dieser Updates über ein Kundenkonto. Das Zusenden eines Links per E-Mail beispielsweise wäre keine angemessene Alternative. Solche E-Mails werden oft in betrügerischer Absicht kopiert, um Daten von Verbrauchern abzufangen. Zudem können die Updates oftmals technisch sehr komplex sein. Den besten Kundenservice können Elektronikhändler dabei nur über ein Kundenkonto anbieten. Hier kann die Kontostruktur als integraler Bestandteil der Leistung angesehen werden.

3. Marktplätze

In Deutschland hat sich zudem bereits das OLG Hamburg mit Kundenkonten bei Marktplätzen befasst. Hier ist das deutsche Gericht nach einer Interessenabwägung zu dem Entschluss gekommen, dass die betriebliche Effizienz, also die Koordinierung der Kundenbestellungen, -anfragen und -retouren mit dem großen Netzwerk der Drittanbieter die obligatorische Einrichtung eines Kontos rechtfertigt (OLG Hamburg, Urteil vom 27.02.2025, Az. 5 U 30/24, S. 18f.).

4. Ganzheitliche Geschäftsmodelle

Es gibt Onlineshops, deren Geschäftsmodell gerade die Zusammenführung verschiedener Geschäftsmodelle auszeichnet, bei denen die Gesamtheit der Dienste und Produkte die Kernfunktion des Angebotes darstellt. In einer solchen Konstellation sind die Angebote nicht jeweils isoliert zu betrachten, sondern als ganzheitliches Gesamtangebot, bei dem ein Kundenkonto unter einem Vertrag den Zugang zu den verschiedenen Diensten und Produkten

ermöglicht. Wäre eine Differenzierung zwischen den Diensten und Produkten erforderlich, würde das ganzheitliche Geschäftsmodell vollständig verändert; eine entsprechende Vorgabe würde das Recht der unternehmerischen Freiheit aus Art. 16 der EU-GrCh verletzen.

5. Kundenkonto als Dienst

Wie oben angemerkt steht es Unternehmen und Verbrauchern frei zu entscheiden ob und welche Verträge sie schließen wollen. Diesbezügliche Einschränkungen für Händler würden das Recht der unternehmerischen Freiheit aus Art. 16 der EU-GrCh verletzen. Auch ein Kundenkonto als solches kann einen Dienst darstellen, der auf Grundlage eines Vertrages mit dem Kunden angeboten wird. Daher sollten die Empfehlungen des edsa berücksichtigen, dass die Zwecke der Datenverarbeitung sich nach dem zwischen den Parteien geschlossenen Vertrag richten und nicht umgekehrt.

Zu 3.1.1 Einmalkäufe

Auch bei Einmalkäufen können die oben aufgeführten Argumente zu den Aktualisierungspflichten, bei Marktplätzen und ganzheitlichen Geschäftsmodellen gelten. Denn auch wenn ein Kunde nur einmal einen Download oder Elektrogerät gekauft hat, müssen ihm dennoch die Datei und zukünftige Aktualisierungen zur Verfügung gestellt werden. Und auch ein Marktplatz muss bei einer einmaligen Bestellung sicherstellen können, dass er die Kundenbestellung mit dem Drittanbieter koordinieren kann. Einmalkäufe können außerdem auch relevanter Bestandteil eines ganzheitlichen Geschäftsmodells sein.

Zu 3.1.3 Zugang zu exklusiven Angeboten

Wie bereits oben unter 1. ausgeführt, ist es die freie Entscheidung eines Unternehmens ob und wie es seine Angebote anzeigen möchte. Dem liegen neben dem Datenschutz oft viele weitere wirtschaftliche Erwägungen zu Grunde, die bei einer sorgfältigen Abwägung die Exklusivität solcher Angebote sehr wohl rechtfertigt. Wie bereits oben ausgeführt, muss klargestellt werden, dass die Ausgestaltung des Geschäftsmodells dem Händler obliegt und die Datenminimierung erst innerhalb dieses gewählten Rahmens greift.

Zu 3.1.4 Einkauf mit Konditionen

Bei den vom edsa vorgeschlagenen alternativen Vorgehen kann nicht nachvollzogen werden, inwiefern diese Vorgehensweisen den Anforderungen des DSGVO eher entsprechen. Diese Vorgehensweise ist extrem aufwendig bei wiederkehrenden Käufern, da immer wieder die Kundeneigenschaft neu abgeprüft werden müsste. Dadurch wird der Bestellprozess unnötig

erschwert. Gerade dann, wenn bspw. Studenten einen Vorteil in einem Shop erhalten, werden sie dort mit Sicherheit öfter kaufen wollen. Wenn sie dann im Bestellprozess immer wieder ihre Studenteneigenschaft belegen müssen, ist das eine unverhältnismäßige Hürde. Dafür ist der Vorschlag des edsa, „beispielsweise über ein sicheres Online-Formular zur Erfassung von Daten zur Überprüfung des Status eines Nutzers und zum Hochladen der entsprechenden Belege“ nicht weniger datenarm als die einmalige Abspeicherung in einem Kundenkonto. Und gerade dann, wenn die Eigenschaft einmal abgeprüft wurde, ist davon auszugehen, dass die Kunden öfter bestellen werden, da auch der Kunde einen Vorteil von dem Kundenkonto hat.

Zu Rnd. 36 ff – Einwilligung zum Kundenkonto

Der edsa übersieht, dass Kundenkonten sehr wohl datenschutzkonform implementiert werden können und nicht zwangsläufig mehr Daten gesammelt werden als über eine Gastbestellung. In seiner Empfehlung sollte das edsa klarstellen, dass die Konformität des Kundenkonto abhängt von den Einstellungen, die das Unternehmen für die Kundenkonten vorsieht. Den grundsätzlich werden über ein Kundenkonto nicht mehr Daten gesammelt oder länger gespeichert, als über eine Gastbestellung.

Darüber hinaus kann Kunden jederzeit die Möglichkeit eröffnet werden, das Konto zu löschen, wenn sie kein Online-Benutzerkonto führen möchten.

Zu Rnd. 39 ff - Nachvertragliche Pflichten und Geltendmachung von Rechten

Der Vorschlag des edsa in Rnd. 40, dem Kunden per E-Mail einen Link zur Verfügung zu stellen, über den Kunden Probleme mit dem Produkt melden können, ist nicht praktikabel. Da die Gewährleistungsfrist (in Deutschland) zwei Jahr beträgt, kann nicht sichergestellt sein, dass ein Verbraucher über diese lange Dauer hinweg die E-Mail mit dem Link, oder auch die Bestellbestätigungs-E-Mail mit der Vertragsnummer, behält und auch findet.

Zudem birgt dieses Verfahren ein höheres Sicherheitsrisiko, da solche E-Mails oftmals in betrügerischer Absicht kopiert werden, mit dem Ziel Kundendaten abzufangen.

Ferner werden ohne Kundenkonten bei der Geltendmachung von Rechten unter der DSGVO möglicherweise zusätzliche Informationen für die Prüfung der Identität der betroffenen Person benötigt. Dies gilt insbesondere für Kunden, die keinen Zugang mehr zur ursprünglichen Bestellmethode bei der Gastbestellung haben (z. B. weil sie den Zugang zu ihrem E-Mail-Konto verloren haben oder die Handynummer geändert haben). Darüber hinaus wird in den Erwägungsgründen der DSGVO sogar ein Fernzugriff auf ein sicheres System empfohlen, das der betroffenen Person direkten Zugriff auf ihre personenbezogenen Daten ermöglicht (vgl. Erwägungsgrund 63 der DSGVO). Ein Kundenkonto kann einen solchen Fernzugriff ermöglichen.

D. Zu 3.2 Gesetzliche Pflichten, Art. 6 I c) DSGVO

Die Empfehlung des edsa berücksichtigt nicht alle potenziell relevanten Verpflichtungen, die eine über ein Kundenkonto gewährleistete Authentifizierung und Rückverfolgbarkeit erfordern können (z. B. im Rahmen von Altersbeschränkungen, Produktrückrufen und Transparenz unter dem Digital Markets Act (DMA)).

Der Einsatz eines Kundenkontos kann ferner sehr wohl dazu beitragen, rechtliche Pflichten einzuhalten. Hier zwei, nicht abschließende Beispiele:

1. Datenminimierung

Ein Kundenkonto berücksichtigt die datenschutzrechtliche Pflicht zur Datenminimierung: Über ein Kundenkonto kann die Datenminimierung sehr effektiv eingehalten werden. Wenn Kunden wiederholt als Gast in einem Onlineshop bestellen, passiert es nicht selten, dass sie unterschiedliche/ abweichende Daten angeben, beispielsweise durch Tippfehler oder die Angabe unterschiedlicher E-Mail-Adressen. Dadurch werden vermeintliche Mehrfachidentitäten erzeugt und unnötige Datensätze gespeichert. Da die Pflicht zur Datenminimierung nicht nur quantitativ zu verstehen ist („weniger Daten“), sondern auch strukturell („keine unnötige Mehrfachverarbeitung“), helfen Kundenkonten diese Vorgabe einzuhalten.

Auch im Rahmen der Betrugsbekämpfung wird durch Kundenkonten die Datenminimierung gewahrt, da die Identität des Kunden nur einmal - nämlich bei der Erstellung des Kontos - überprüft werden muss und nicht bei jeder einzelnen Bestellung.

Darüber hinaus muss bei Kunden, die ein Kundenkonto angelegt haben, nicht bei jeder Bestellung eine Bonitätsprüfung vorgenommen werden. Bestellen Kunden wiederholt mit bonitätsseitig unsicheren Zahlungsarten, ist ggf. bei jeder Bestellung eine Bonitätsprüfung (inkl. Auskunftabfrage) erforderlich, wenn die Gastbestellungen getrennt voneinander behandelt werden. Die wiederholte Abfrage bei der Auskunft hat negative Auswirkungen auf den Scorewert und ist daher für die Kunden von Nachteil. Bei Bestellungen über ein Kundenkonto ist dies nicht der Fall, da auf Basis positiver Zahlungserfahrungen eine erneute Prüfung vermieden werden kann.

2. Kundenbewertungen

Art. 7 Abs. 6 der EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken verlangt, dass Unternehmen, die Kundenbewertungen anzeigen, angeben müssen ob und wie sie sicherstellen, dass die Kundenbewertungen von solchen Verbrauchern stammen, die die Waren oder Dienstleistungen

tatsächlich genutzt oder erworben haben. Um diese gesetzliche Vorgabe einzuhalten, ist die Einrichtung von Kundenkonten ein probates Mittel. Durch die Einrichtung von Konten sind die Nutzer in der Lage, schnell und einfach Bewertungen zu Produkten zu hinterlassen, in denen sie ihre positiven oder negativen Erfahrungen mit ihrem letzten Kauf detailliert beschreiben können. Händler haben alternativ nicht die Möglichkeit, Verbrauchern unaufgefordert eine E-Mail zuzusenden mit der Bitte eine Kundenbewertung abzugeben, da dies eine unerlaubte Werbe-E-Mail darstellen würde.

E. Zu 3.3 Berechtigtes Interesse, Art. 6 I f) DSGVO

Der edsa erkennt in seinen Ausführungen, dass die DSGVO bewusst technologie- und modellneutral ist. Eine faktische Branchenpflicht widerspricht dem risikobasierten Ansatz und einer Einzelfall bezogenen Prüfung.

Bei den unter 3.3. getroffenen Abwägung erkennt der edsa die unterschiedlichen Geschäftsmodelle im E-Commerce und berücksichtigt dementsprechend die Interessen der Händler im Rahmen der Abwägungen nicht hinreichend. Entgegen den Ausführungen unter Rnd. 49 und 51, dass eine Gastbestellung ein milderer Mittel darstellt, ist dies jedenfalls regelmäßig nicht gleich effektiv. Eine Verarbeitung kann gerade dann als erforderlich angesehen werden, wenn die verfolgten berechtigten Interessen praktisch nicht gleich wirksam mit anderen Mitteln erreicht werden können, welche die Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Personen weniger einschränken. Hier sollten Unternehmen nach wie vor die Möglichkeit haben, eine Interessenabwägungen vorzunehmen.

Zu Rnd. 57 – Tracking der Bestellung

Das Tracking der Bestellung stellt meist nur ein Service dar, der in dem Kundenkonto zur Verfügung gestellt wird. Mit dem Tracking der Bestellung geht meist auch die Möglichkeit einher, die Bestellung im Nachhinein zu widerrufen oder zu reklamieren.

Zu Rnd. 64 - Kundentreue

Es ist nach wie vor eine freie Entscheidung des Kunden, ob er bereit ist, unter den Umständen, die der Händler vorgibt, bei dem Händler zu kaufen.

Hier gilt das gleiche wie im stationären Handel: selbstverständlich sind auch Onlinehändler darum bemüht, den Kunden von vorneherein einen guten und persönlichen Service zu bieten. Wie im Geschäft auch, sollten auch Onlinehändler die Möglichkeit haben, ihren Kunden im Einklang mit anwendbaren rechtlichen Anforderungen weitere Empfehlungen geben zu dürfen. Wenn Kunden dies nicht wünschen, haben sie immer – online wie offline – die Möglichkeit das Geschäft wieder zu verlassen.

Hinzukommt, dass Kunden in vielen Fällen eine personalisierte Erfahrung erwarten. Aus einem Bericht von Salesforce¹ aus dem Jahr 2022 geht hervor, dass 56 % der Kunden personalisierte Angebote erwarten und in Ermangelung eines solchen Erlebnisses das Interesse am Kauf verlieren können.

Zu 3.3.3. Betrugsprävention

Auch hier erkennt der edsa, dass eine Gastbestellung aus Verbrauchersicht zwar ein milderes Mittel darstellt, aber nicht gleich effektiv ist zur Betrugsabwehr. Onlinehändler müssen hier die Höhe des Betrugsrisikos (auch für den Verbraucher), Reputation und andere wirtschaftliche Aspekte gegenüber den datenschutzrechtlichen Bestimmungen aber auch dem Schutz der Verbraucher abwägen.

So besteht beispielsweise bei Unternehmen, die hochwertige Produkte anbieten, aufgrund der hohen Einzelwerte und der Attraktivität der Produkte ein besonders hohes Betrugsrisiko. Insofern sollte es diesen Unternehmen überlassen bleiben, wie sie das Betrugsrisiko am effektivsten eindämmen.

Weitere Gründe

Darüber hinaus gibt es weitere Gründe, die aus Händlersicht für ein Kundenkonto sprechen:

1. Nachhaltigkeit

Um Verbraucher vor Enttäuschungen zu bewahren und Retouren zu vermeiden, gehen immer mehr Bekleidungsunternehmen dazu über, auf Grundlage bisheriger Bestellungen die richtige Größe zu ermitteln und bei zukünftigen Bestellungen eine Größenempfehlung abzugeben. Dies ist ein Service, der von den Verbrauchern sehr gerne in Anspruch genommen wird und den USP der Unternehmen ausmacht.

2. Kundenservice

Darüber hinaus ermöglicht ein Konto den Nutzern eine schnellere und bessere Erfahrung mit dem Kundendienst, da die Kundendienstteams schnell auf die notwendigen Informationsseiten zugreifen können, um die Fragen der Kunden rasch zu lösen. Die Erstellung von Konten ist eines der wichtigsten Instrumente, mit denen Unternehmen ihren Kunden solche Erfahrungen bieten können. Wir warnen daher davor, dass die Datenschutzaufsichtsbehörden Rechte durchsetzen möchte, von denen sie glauben, dass sie im Interesse der Verbraucher sind, wenn dies erfahrungsgemäß nicht der Fall ist.

¹ <https://www.salesforce.com/au/blog/how-personalisation-transforms-customer-experience/>

Die Kunden profitieren auch von einem leichteren Zugang zu Informationen, die es ihnen ermöglichen, ihre Verbraucherrechte wahrzunehmen. So gibt es zum Beispiel geringeren Reibungsverlust in Fällen, in denen sie alle ihre Daten erneut eingeben müssen, in denen sie ihre Rücktritts-, Widerrufs- oder Erstattungsrechte ausüben wollen, oder auch bei der gesetzlichen Gewährleistung. Auf der Kontoseite gibt es in der Regel einen sichtbaren, speziellen Bereich, in dem die Nutzer diese Rechte leicht wahrnehmen können. Über das Konto brauchen die Nutzer nicht nach ihren persönlichen Daten, der Bestellnummer oder anderen Kategorien von Informationen zu suchen, da diese bereits im System vorhanden sind.

Manche unsere Mitglieder haben die Erfahrung gemacht, dass ein Kundenkonto gewünscht oder sogar verlangt wird, um leicht, komfortabel und irrtumssicher Waren nachzubestellen, die öfter benötigt werden (der Lieblingswein, das unverzichtbare Medikament, die fortlaufend benötigten Inkontinenzprodukte, etc.). Umgekehrt fordern Kunden mit einem bestimmten Sammelgebiet oder Hobby oft eine Übersicht ihrer Warenbezüge, um nicht versehentlich das gleiche Produkt mehrfach zu kaufen.

Sind die Nutzer mit dem Service eines Unternehmens unzufrieden und wollen die entsprechenden Dienstleistungen nicht mehr in Anspruch nehmen, haben sie außerdem die Möglichkeit, ihr Konto jederzeit zu löschen. Dies ist eine Funktion, die in der DSGVO bereits festgeschrieben und garantiert ist.

F. Fazit

Der edsa sollte berücksichtigen, dass es in der Verantwortung des für die Datenverarbeitung Verantwortlichen liegt, von Fall zu Fall zu entscheiden, welche Verarbeitungsvorgänge für einen bestimmten Zweck erforderlich sind und welche Rechtsgrundlage angemessen ist. Das Fazit des edsa, dass die Verpflichtung zur Einrichtung von Benutzerkonten nur in sehr wenigen Fällen gerechtfertigt sein kann, wodurch der Gastmodus praktisch zu einer branchenweiten Verpflichtung wird, ist zu eng und verkennt viele Faktoren und die Vielfältigkeit im Onlinehandel. Diese einheitliche Auslegung des Gesetzes lässt den spezifischen Kontext der Verkäufer-Kunden-Beziehung völlig außer Acht und untergräbt diesen Einzelfallansatz.