

Zweckänderung von Zahlungsdaten

Werbung durch Zahlungsdienstleister am Beispiel PayPal

Von Dr. Thilo Weichert, Kiel

Zahlungsdienste als Datenlieferanten für Online-Werbung standen bisher nicht im Fokus der Datenschutzdiskussion. Nachdem PayPal im Frühjahr 2025 Werbung zu seinem zusätzlichen Geschäftsfeld gemacht hat, gewinnt die Frage nach der Zweckbindung von Finanztransaktionsdaten verstärkt praktische Relevanz.

I. Zahlungsdienstleister auf dem Vormarsch

Digitales Bezahlen im bzw. über das Internet erfolgt seit Längerem mit Kreditkarten und (SEPA-) Lastschriftverfahren. In den letzten Jahren drängen weitere Online-Zahlungsdienstleister auf den Markt. Am Point of Sale (POS) verdrängt digitales Bezahlen immer mehr das Bargeld: Erfolgt 2016 noch 79% der Zahlungen im Euro-Raum am POS bar, so waren es 2024 nur noch 52%. Gemäß dem Koalitionsvertrag von CDU/CSU und SPD 2025 will sich die Bundesregierung dafür einsetzen, dass neben Bargeld das digitale Zahlen per Karte oder App künftig überall möglich wird.¹ 39% der digitalen Zahlungen 2024 erfolgten über EC- oder Kredit-Karte und 6% über mobile Apps, also mit dem Smartphone. Die Zahlungsmöglichkeit mit PayPal wird in Deutschland von 92% der Anbieter digitalen Bezahlers angeboten. Im Online-Handel dominierte beim Umsatz in Deutschland der Anbieter PayPal mit 28,7%, gefolgt von Rechnungszahlung (Überweisung 26%), Lastschrift (17,4%), Kreditkarte (12,4%) und Sonstigen (insges. 15,4%).²

BigTech aus den USA wie Apple, Google, Amazon und Co. betätigen sich auch in Europa zunehmend im Finanzsektor. Zudem versuchen sich chinesische Firmen (Alipay, Tencent) hier zu etablieren. BigTech agiert dabei als Anbieter von IT-Diensten für andere Finanzunternehmen und durch eigene Finanzdienste für Endkunden. Sie sind dabei insbesondere mit digitalen Geldbörsen aktiv (zB Apple Pay³, Google Pay). Das gemeinsame Bestreben besteht darin, die in Deutschland noch besonders verbreitete Bargeldnutzung zurückzudrängen und als Intermediäre zwischen Kunden und Verkäufer neue Geschäftsfelder zu erschließen und wertvolle Transaktionsdaten zu erlangen.⁴ PayPal agiert hierbei besonders offensiv. So startete das Unternehmen eine Werbekampagne unter dem Motto: „Du liebst Bargeld. Aber hat Bargeld dich jemals zurückgeliebt?“⁵ Gemeinsames Anliegen der Big Tech ist nicht nur der Zahlungsservice für die Kunden. Deren Daten versprechen ein zusätzliches Geschäft. Insbesondere für Werbezwecke haben Zahlungsdaten mit ihrer hohen Aussagekraft für das Konsumverhalten einen Wert. Im Frühjahr 2025 erweiterte PayPal in Deutschland sein Portfolio mit einem umfangreichen Werbeangebot für Unternehmen.

Die Werbenutzung von Internet-Daten findet große Aufmerksamkeit von Datenschützern und Verbraucherschützern. Der Spezialfall Online-Finanzdaten blieb dabei aber weitgehend unbeachtet. Angesichts deren zunehmender Bedeutung gebührt der Frage der Zweckänderung dieser Datenkategorie verstärkte Aufmerksamkeit.

II. Grundrechte

Bei digitalen Finanztransaktionen von natürlichen Personen ist das Grundrecht auf Datenschutz (Art. 8 Abs. 1 GRCh, Art. 2 Abs. 1 iVm Art. 1 Abs. 1 GG) tangiert. Bei Online-Transaktionen ist zudem das Recht auf Schutz von Privatsphäre und Kommunikation mit dem Telekommunikationsgeheimnis betroffen (Art. 7 GRCh, Art. 10 GG). Sowohl die Umstände der Transaktion wie auch deren Inhalte stehen unter dem grundrechtlichen Kommunikationsschutz.⁶ Art. 14 Abs. 1 GG und Art. 17 Abs. 1 GRCh gewährleisten den Schutz des Eigentums. Jeder Mensch hat das Recht, sein rechtmäßig erworbenes Eigentum zu nutzen und in freier Entscheidung darüber zu verfügen.⁷ Dies gilt auch für den Umgang mit Geld als vermögenswertem Recht.

Finanzdienstleister genießen – wie alle Wirtschaftsunternehmen – Grundrechtsschutz. Dies gilt insbesondere für die in Art. 16 GRCh und in den Art. 2 Abs. 1, 12 Abs. 1, 14 und 19 Abs. 3 GG gewährleistete unternehmerische Freiheit.⁸

Im Finanzbereich besteht regelmäßig ein großes Macht- und Informationsgefälle zwischen den Parteien – zwischen den Finanzunternehmen und deren Kunden. Die Grundrechte einschließlich des Rechts auf Datenschutz entfalten auch im Privatrechtsverkehr als verfassungsrechtliche Wertentscheidungen ihre Wirkkraft. Hat ein Partner in einem Vertragsverhältnis ein derartiges Gewicht, dass er die Vertragsinhalte faktisch einseitig bestimmen kann, so ist es Aufgabe des Rechts, auf die Wahrung

1 Verantwortung für Deutschland – Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD, 21. Legislaturperiode, 2025, S. 49; dazu BT-Drs. 21/1573 u. 21/1816.

2 Kontaktlos an der Kasse mit Paypal zahlen: So viele Menschen haben sich schon angemeldet, 8.1.2025, <https://www.businessinsider.de>.

3 Siebrecht, in: Herresthal/Schindele/Müller, PayTechLaw, 2025, § 26 (S. 509 ff.).

4 Zu europäischen Gegenbestrebungen Bartz, Kann Europa PayPal? Der Spiegel Nr. 38, 12.9.2025, 63 f.

5 Bialek, Paypal startet Werbeoffensive in Deutschland, <https://www.horizont.net> v. 2.6.2025.

6 Däubler/Wedde/Weichert/Sommer, EU-DSGVO und BDSG/Weichert, 3. Aufl. 2024, TTD SG § 3 Rn. 16-22 mwN.

7 Weichert, Das Recht auf Anonymität finanzieller Transaktionen, 27.12.2016, https://www.netzwerk-datenschutzexpertise.de/sites/default/files/gut_2016_5gwrl271216.pdf, S. 10.

8 Casper/Terlau, Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz/Störung, 3. Aufl. 2024, ZAG § 59 Rn. 32.

und den Ausgleich der Grundrechtspositionen beider Vertragspartner hinzuwirken. Dies gilt insbesondere, wenn die Vertragsleistung für den anderen Partner für seine Lebensgestaltung von erheblicher Bedeutung ist. In solchen Fällen kommt dem Staat eine Schutzpflicht zu. Es muss vermieden werden, dass die Selbstbestimmung des schwächeren Partners in dessen Fremdbestimmung umschlägt.

Die Regelungen des Datenschutzrechts und des Verbraucherrechts zielen darauf ab, angesichts des Ungleichgewichts zwischen großen Wirtschaftsunternehmen einerseits und betroffenen Verbrauchern andererseits einen gerechten Ausgleich zu schaffen. Bei der Auslegung offen formulierter Regelungen bedarf es einer umfassenden Abwägung der gegenläufigen Belange.⁹ Bei Finanzunternehmen muss im Rahmen der Auslegung des Datenschutz-, des AGB- und des Verbraucherrechts der Schutz der schwächeren Seite eine zentrale Bedeutung erlangen.¹⁰

III. Sensible Finanztransaktionsdaten

Bei der Erfassung digitaler Finanztransaktionen durch Finanzdienstleister handelt es sich um einen erheblichen Grundrechtseingriff mit einer hoher Streubreite. Gespeichert werden die Daten bei PayPal weltweit zentral von allen PayPal-Nutzenden. Diese Daten beziehen sich auf Tätigkeiten, die im Alltagsleben elementar und für die Teilnahme am sozialen Leben in der modernen Welt unverzichtbar sind. Es bestehen dabei regelmäßig keine Anknüpfungspunkte an zurechenbar vorwerfbare Verhaltensweisen oder an eine – auch nur abstrakte – Gefährlichkeit oder sonst eine qualifizierte Situation.¹¹ Vielmehr geht es um rein zivilrechtliche Aktivitäten der Kunden mit oft geringem materiellen Wert, die in der Vergangenheit üblicherweise anonym mit Bargeld erfolgten.

Die freie wirtschaftliche Betätigung soll im Interesse des Grundrechts- und des Demokratieschutzes nicht total erfasst und registriert werden. Gemäß dem deutschen wie dem europäischen Verfassungsrecht ist die Anonymität des Zahlungsverkehrs der geforderte Urzustand, der nur nach besonderer Rechtfertigung und nur soweit erforderlich verlassen werden darf.¹² Durch den Wechsel vom anonymen und weitgehend spurlosen Zahlungsverkehr mit analogem Bargeld zum elektronischen Zahlen gewinnt der Grundrechtsschutz zunehmende Relevanz: Wer was bei welcher Gelegenheit kauft bzw. verkauft, wird beim elektronischen Zahlen im Web und am Point of Sale erfasst, kontrolliert und verwertet. Die Kontrolle und Überwachung unseres Konsums durch die Erfassung und Registrierung der Bezahlung führt zu einer informationellen Beschränkung unserer marktwirtschaftlichen Freiheit.¹³

In unserer Wirtschaftsordnung ist fast nichts umsonst. Der Alltag des Menschen wird geprägt von seinen Finanztransaktionen. Diese sind für den Homo Oeconomicus identitätsbestimmend. Unabhängig von jeder Sensibilität im Einzelfall gibt es kaum etwas Aussagekräftigeres über die Persönlichkeit eines Menschen als die Gesamtheit seiner Zahlungsdaten.¹⁴

Informationen dazu, wer als Privatperson wann bei welcher Gelegenheit wie viel für welchen Zweck an wen bezahlt hat, ge-

ben tiefe Einblicke in die Persönlichkeit der Betroffenen. Sie geben Auskunft über die Inhalte von Beziehungen und deren ökonomische Bewertung. Dies gilt in besonderem Maße für sensitive Vorgänge: Spenden für politische, karitative oder religiöse Zwecke, Zahlungen für sexuelle Dienstleistungen, die kostenpflichtige Inanspruchnahme psychologischer, medizinischer, sozialer oder finanzieller Hilfe, das Entgelt für privaten Konsum – der möglicherweise zu Selbstschädigungen führt oder gesellschaftlich unerwünscht ist (zB Drogenkonsum). In all diesen Fällen lassen sich sehr weit gehende Rückschlüsse auf die Persönlichkeit der Betroffenen ziehen.

Die Aussagekraft der Finanztransaktionsdaten begründet ein hohes Nutzungs- und auch ein hohes Missbrauchspotenzial. Aus den Daten lässt sich die Bonität ableiten, die im Wirtschaftsverkehr von großer Relevanz ist. Informationen über Konsumgewohnheiten, Interessen und wirtschaftliches Verhalten ermöglichen zielgerichtete manipulative Werbung. Aus Zahlungsdaten können Rückschlüsse gezogen werden, welche Preise eine Person bereit ist, für Produkte zu zahlen, was eine individualisierte Preisgestaltung durch Anbieter ermöglicht.¹⁵

In detaillierten Finanzdaten, aus denen Rückschlüsse auf Alter, sozialen Status, Finanzkraft oder spezifische Merkmale (sexuelle Orientierung, politische Vorlieben, Behinderungen, seelische Verfasstheit) möglich sind, liegt zudem ein hohes Diskriminierungsrisiko.¹⁶

Die besondere Schutzbedürftigkeit von Finanzdaten basiert weiterhin auf dem Umstand, dass von diesen finanzielle Gefährdungen für die Betroffenen ausgehen können. Online-Betrug ist im Internet inzwischen allgegenwärtig. Er basiert darauf, dass Finanzdaten manipuliert werden, dass durch die Übernahme von Konten unberechtigte Transaktionen veranlasst werden oder dass die Betroffenen durch Täuschungen veranlasst werden, für sie schädliche Transaktionen vorzunehmen.

Zahlungsdaten beziehen sich auf Finanztransaktionen, in denen oft auf beiden Seiten natürliche Personen beteiligt sind. Sie haben nicht nur Aussagekraft über den Zahler, sondern auch über den Zahlungsempfänger.¹⁷

9 BVerfG 23.10.2006 – 1 BvR 2027/02, Rn. 29-36, JZ 2007, 576 f.; BVerfG 17.7.2013 – 1 BvR 3167/08, JZ 2013, Rn. 17-20.

10 Weichert Compliance-Berater (CB) 2016, 111.

11 BVerfG 2.3.2010 – 1 BvR 256/08 u.a., NJW 2010, 838, Rn. 210.

12 Weichert Compliance-Berater (CB) 2016, 110.

13 Weichert, Recht auf Anonymität, aaO, S. 11 f.

14 Weichert, Recht auf Anonymität, aaO, S. 12 f.

15 Flottau/Salzburger, Wenn KI die Preise macht, SZ v. 17.9.2025, 14.

16 EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse, Rn. 61 f., NJW 2025, 812.

17 Commission Nationale de l'Informatique et des Libertés (CNIL), When Trust Pays Off, September 2021, https://www.cnil.fr/sites/cnil/files/atoms/files/cnil-white-paper_when-trust-pays-off.pdf, S. 10 ff.

IV. Datenverarbeitung bei PayPal

Wird PayPal zur Bezahlung verwendet, so erhebt das Unternehmen regelmäßig Transaktionsdaten, die über den Umfang einer normalen Bank-Überweisung hinausgehen.

1. Datenkategorien

Die Datenschutzerklärung von PayPal¹⁸ benennt auf vier Seiten Kategorien an Daten, die beim Kunden erhoben werden: „Anmelde- und Kontaktdaten“, „Identifizierungs- und Unterschriftsdaten“, „Zahlungsinformationen“, „Informationen zu Ihren importierten Kontakten“, „Daten in Ihrem Kontoprofil“, „Informationen, die Sie angeben, wenn Sie uns kontaktieren“, „Gerätedaten“ sowie „abgeleitete Daten“. Diese Liste ist kaum überschaubar. Die unter jeder Kategorie benannten Präzisierungen werden beispielhaft genannt, so dass auch darüber hinausgehende Merkmale verarbeitet werden können: „Ihr Einkommen, Ihre Telefonnummer, Ihre Steuernummer, Ihre Zahlungsinformationen, Informationen über Ihren Beruf, Ihr Beschäftigungsverhältnis“, „Ihr Alter und Ihre biometrischen Daten“, „Beschreibung Ihrer Person, die sensible personenbezogene Daten enthalten kann, welche Aufschluss über religiöse Überzeugungen, politische oder philosophische Ansichten, Behinderungen, sexuelle Orientierung sowie biometrische Daten geben. Sie können Ihr Profil jederzeit als ‚privat‘ kennzeichnen“, „Verhaltensmuster und persönliche Vorlieben, Browsing- und Kaufgewohnheiten sowie Ihre Kreditwürdigkeit“.

Hinzu kommen Daten, die von Dritten erhoben werden: „Daten aus den von Ihnen verknüpften Drittkonten“, „Informationen von Auskunftseien“ im Fall von kreditorischen Geschäften,¹⁹ „Transaktionsinformationen“, „Anwendungen von Drittanbietern“ sowie „abgeleitete Daten“. Diese Kategorien beziehen praktisch alles ein, was über Finanztransaktionen von Dritten in Erfahrung gebracht werden kann, darunter u.a. „Einkäufe, wie zB Transaktionscode, Datum, Status, Artikelbeschreibung, Menge, Preis, Währung, Lieferadresse, Online-Warenkorbinformationen“, „Standortinformationen“, „Geräte-ID, Browser-ID“. Genannt werden u.a. auch Informationen und Verlauf Ihrer Transaktionen, bei denen Sie unsere Dienste ohne ein PayPal-Konto nutzen.“²⁰

Als weitere Oberkategorie benennt PayPal Daten aus „Tracking-Technologien“, also von Cookies sowie Geräte- und Standortdaten sowie „abgeleitete Daten“, was wie folgt beschrieben wird: „Gezogene Schlussfolgerungen aus Ihren Interaktionen mit unseren Diensten sowie aus Werbeanzeigen und Angeboten, um ein Profil über Sie zu erstellen, das Verhaltensmuster und persönliche Vorlieben wie Geschlecht, Einkommen, Surf- und Kaufgewohnheiten und Kreditwürdigkeit widerspiegeln kann.“

2. Zwecke

PayPal nennt eigene Zwecke, für die eine Speicherung im Rahmen der Erforderlichkeit legitim sein kann:²¹

- „die Erbringung unserer Dienstleistungen, die Erfüllung unserer gegenüber Ihnen bestehenden vertraglichen Verpflichtungen und die sonstige Betreuung unserer Geschäftsbeziehung zu Ihnen; ...

- sicherzustellen, dass Inhalte auf die für Sie und Ihr Gerät effektivste Weise dargestellt werden,
- den Missbrauch unserer Dienste im Rahmen unserer Bemühungen, unsere Plattform sicher und geschützt zu halten, zu verhindern,
- die Ermittlung Ihrer Berechtigung zur Inanspruchnahme von Diensten, die für Sie von Interesse sein könnten, zB durch Vornahme interner Bonitätsprüfungen, und die damit verbundene Kommunikation mit Ihnen;
- Risikoanalysen, Betrugsprävention und Risikomanagement durchzuführen,²²
- die Weiterentwicklung unserer Dienste sowie allgemeine Geschäftszwecke, wie zB die Optimierung von Risikomodellen zur Betrugsreduzierung, die Entwicklung neuer Produkte und Funktionen und die Erschließung neuer Geschäftsmöglichkeiten; ...
- Einhaltung des geltenden Rechts, wie zB der Gesetze zu Geldwäscheprävention und Buchführungspflichten sowie der aufsichtsrechtlichen Vorschriften über die Eigenkapitalanforderungen und der von unseren zuständigen Banken und relevanten Kartennetzwerken erlassenen Regeln. Zum Beispiel, wenn wir personenbezogene Daten zur Einhaltung der Know-Your-Customer-Voraussetzungen („KYC“) verarbeiten, um Geldwäsche, Terrorismusfinanzierung und Betrug zu vermeiden, zu erkennen und zu untersuchen. Wir führen auch Sanktionsprüfungen durch, melden Steuerbehörden, Polizeivollzugsbehörden, Vollstreckungsbehörden und Aufsichtsbehörden, wenn wir nicht durch EU-Recht und das Recht der Mitgliedstaaten dazu verpflichtet sind, aber wir nach Treu und Glauben davon ausgehen, dass die Weitergabe der Informationen erforderlich ist, um die geltenden Vorschriften einzuhalten,²³ ...
- Durchführung von Verpflichtungen zum Risikomanagement wie Kreditleistung und Qualität, Versicherungsrisiken und Erfüllung der Eigenkapitalanforderungen nach geltendem Recht.“

V. DSGVO-Rechtsgrundlagen

Das stark regulierte Recht der Finanzdienstleistungen zielt auf Finanzstabilität, Marktregulierung, die Sicherheit des Wirt-

¹⁸ PayPal-Datenschutzerklärung Nr. 4.

¹⁹ PayPal-Datenschutzerklärung Nr. 12; dazu Nutzung ihrer persönlichen Daten durch Kreditauskunfteien in Deutschland, Stand 17.7.2025, https://www.paypal.com/de/legalhub/paypal/creditref?locale.x=de_DE.

²⁰ Vgl. auch Get started with PayPal REST APIs, <https://developer.paypal.com/api/rest/#send-an-invoice>.

²¹ PayPal-Datenschutzerklärung Nr. 5.

²² Art. 94 Abs. 1 PSD 2, § 59 Abs. 1 ZAG; Europäischer Datenschutzausschuss (EDSA), Leitlinien zum Zusammenspiel zwischen der zweiten Zahlungsdiensterichtlinie und der DSGVO, 06/2020, Vers. 2.0 v. 15.12.2020, https://www.edpb.europa.eu/system/files/2021-06/edpb_guidelines_202006_psd2_afterpublicconsultation_de.pdf, S. 12 (Rn. 20); dazu CNIL, aaO, S. 66 f.

²³ Art. 3 Nr. 2 lit. a Richtlinie (EU) 2015/849 v. 20.5.2015 zur Verhinderung der Nutzung des Finanzsystems zum Zwecke der Geldwäsche und der Terrorismusfinanzierung.

schaftsverkehrs generell sowie von Finanztransaktionen speziell, der Verhinderung von Betrug und anderen Straftaten sowie den Verbraucherschutz. Es gibt gesetzliche Vorgaben in Bezug auf den Umgang mit den Kundendaten, etwa zur Geldwäsche- und Betrugsbekämpfung. Nachweispflichten gegenüber dem Kunden und aus handels- und steuerrechtlichen Gründen²⁴ können eine mittel- oder sogar langfristigen Speicherung von ePayment-Daten legitimieren.²⁵

1. Allgemeines

Die Rechtsgrundlagen für Zwecke, bei denen es um Vertragserfüllung, um die Erfüllung rechtlicher Verpflichtungen oder in spezifischen Fällen um die Wahrung berechtigter Interessen geht, finden sich in Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 lit. b, c u. f DSGVO. Ob eine Verarbeitung danach zulässig ist, hängt vom konkreten finanziellen Transaktionsvorgang ab. Eine vertiefte rechtliche Bewertung kann im Rahmen dieses Beitrags nicht erfolgen. Hierfür fehlt es zudem an hinreichenden öffentlich zugänglichen Informationen zur Funktionsweise und technischen Gestaltung der Finanzdienstleister.

Die DSGVO als zentrale europäische Datenschutzregelung enthält keine spezifischen Vorgaben für die Verarbeitung von Finanzdaten. Diese gehören grds. nicht, wie zB Gesundheits- oder biometrische Identifizierungsdaten, zu den besonders geschützten „besonderen Kategorien personenbezogener Daten“ gemäß Art. 9 Abs. 1 DSGVO.²⁶

Erfolgt eine Verarbeitung von als sensibel wahrgenommenen, aber nicht in Art. 9 Abs. 1 DSGVO erfassten Daten, so ist dies bei der Abwägung von berechtigten Verarbeitungsinteressen mit den schutzwürdigen Betroffeneninteressen zu berücksichtigen.²⁷ Daher muss die hohe Sensibilität von Finanzdaten (s.o. III.) immer im Blick bleiben.

2. Erhöhte gesetzliche Sensibilität

Können aus Finanzdaten Rückschlüsse auf in Art. 9 Abs. 1 DSGVO genannte Merkmale gezogen werden, so fallen sie unter den spezifischen Schutz des Art. 9 DSGVO. Dies ist zB der Fall bei Zahlungen an einen Heilberuf wegen einer Gesundheitsbehandlung. Aus Spenden an eine politische Partei kann auf die politische Meinung, an eine religiöse Einrichtung auf die religiöse Überzeugung geschlossen werden. Werden biometrische Merkmale zur Authentifizierung bei einer Finanztransaktion verwendet, so fällt auch dies in den Anwendungsbereich des Art. 9 DSGVO.²⁸ Ist der Anwendungsbereich des Art. 9 Abs. 1 DSGVO gegeben, so gelten die in Art. 9 Abs. 2-4 DSGVO genannten zusätzlichen Rechtmäßigkeitsvoraussetzungen. Bei Daten aus dem weiten Bereich der Gesundheitsversorgung (Art. 9 Abs. 2 lit. h DSGVO) sind durch nationales Recht spezifische Geheimhaltungspflichten des beteiligten Fachpersonals (zB die berufliche Schweigepflicht) geregelt (Art. 9 Abs. 3 DSGVO). Finanztransaktionsdaten sind somit personenbezogene Daten, aus denen direkt oder in Kombination miteinander Merkmale zu entnehmen sind, die in Art. 9 Abs. 1 DSGVO als sensitiv definiert sind.²⁹

Eine Erforderlichkeit der Verarbeitung für die in den Art. 9 Abs. 2 lit. b-j DSGVO genannten Zwecke (zB Gesundheitsversorgung, erhebliches öffentliches Interesse) durch PayPal ist zumeist nicht gegeben.³⁰ Die Vertragserfüllung zwischen PayPal und seinem Kunden legitimiert eine Verarbeitung solcher Daten nicht.³¹ Initiiert ein Patient eine PayPal-Zahlung an einen ärztlichen Dienstleister, so liegt hierin eine Datenerhebung von Gesundheitsdaten durch PayPal, wobei ausschließlich der Zahlungszweck verfolgt wird.³² In solchen Fällen kann von einer ausdrücklichen Tätigkeit zur Erfüllung einer rechtlichen Pflicht (Art. 9 Abs. 2 lit. f DSGVO) ausgegangen werden, die im Erklärungswert einer Einwilligung entspricht.³³ Dies legitimiert PayPal aber nicht zu Datennutzungen, die über die Zahlungsabwicklung hinausgehen, insbesondere wenn dabei Übermittlungen an Dritte erfolgen.³⁴

Zusätzliche Anforderungen bestehen, wenn ein Berufsgeheimnisträger nach § 203 StGB für Zahlungsvorgänge, die vom Berufsgeheimnis umfasst werden, Zahlungsdienstleister nutzt. Mit dem Zahlungsgeschäft wird dem Zahlungsdienst ein Geheimnis nach § 203 StGB offenbart, wenn sich die Zahlung zB auf eine ärztliche oder anwaltliche Leistung bezieht. Eine Erforderlichkeit zur Offenbarung an den Zahlungsdienstleister besteht nicht, da andere direkte Zahlungsmöglichkeiten bestehen. Eine Legitimation ist daher nur durch die Einwilligung (Schweigepflichtentbindung) des Betroffenen, also des Patienten oder Mandanten, möglich (s. u. VIII).³⁵

Davon unabhängig ist die Frage, ob zB Gesundheitsdienstleister berechtigt sind, im Rahmen ihrer Dienstleistungen Finanzdienste wie die von PayPal als Zahlungsform zu nutzen, da sie dadurch ihre Patienten animieren, nicht nur ihrer Zahlungspflicht nachzukommen, sondern diesen auch ihre Gesundheitsdaten offenzulegen.³⁶

PayPal differenziert in seinen AGB zumeist nicht nach der Sensibilität der Daten. Insofern setzt das Unternehmen nicht die rechtlichen Vorgaben um, zwischen „sensiblen Zahlungsdaten“ (§ 1 Abs. 26 ZAG)³⁷, sensitiven Daten (Art. 9 Abs. 1 DSGVO) und Berufsgeheimnissen (§ 203 StGB) zu differenzieren.

VI. Spezifisches Zahlungsdiensterecht

Es gibt kein besonderes Finanzdatenschutzrecht. Spezifisch geregelt sind Zahlungsdienstleister in der Payment Service Direc-

24 Weichert CB 2016, 113 f.

25 Überblick bei Heinson, in: Specht/Mantz, Handbuch Europäisches und deutsches Datenschutzrecht, 2019, § 14 (S. 391 ff.).

26 Kühling/Buchner, DS-GVO BDSG/Weichert, 4. Aufl. 2024, DSGVO Art. 9 Rn. 19a.

27 Paal/Pauly, Datenschutz-Grundverordnung Bundesdatenschutzgesetz/Frenzel, 4. Aufl. 2026, DSGVO Art. 9 Rn. 7.

28 Forgo/Skorjanc, in: Möslin/Omlor, FinTech-Handbuch, 2. Aufl. 2021, § 15 Rn. 34 f.

29 CNIL, aaO, S. 11.

30 EDSA, aaO, S. 22 f. (Rn. 54-56).

31 EDSA, aaO, S. 23 (Rn. 57).

32 EDSA, aaO, S. 21 (Rn. 51).

33 Weichert BB 2018, 1164.

34 EDSA, aaO, S. 23 (Rn. 58).

35 Weichert BB 2018, 1164 mwN.

36 Die Beantwortung dieser Frage hängt davon ab, ob der Dienstleister als Auftragsverarbeiter des Gesundheitsdienstes tätig ist oder als Verantwortlicher die Transaktionsdaten für eigene transaktionsfremde Zwecke nutzen kann.

37 Weichert BB 2018, 1162, vgl. §§ 49 Abs. 4, 51 Abs. 1 S. 2 ZAG.

tive 2 (PSD2) und deren Umsetzung im Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz (ZAG). Bei der Anwendung der Regelungen im ZAG muss der von Art. 6 und 9 DSGVO gesetzte Rahmen beachtet werden.

Die Regulierung von Zahlungsdienstleistungen erfolgt auf europäischer Ebene mit der Payment Service Directive 2 (PSD 2 – zweite Richtlinie für Zahlungsdienstleister).³⁸ Gemäß ErwGr 89 PSD 2 müssen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten im Rahmen dieser Richtlinie die genauen Zwecke der Verarbeitung angegeben werden. Die entsprechenden Rechtsgrundlagen sind zu benennen. Die Sicherheitsanforderungen der DSGVO sind umzusetzen. Die Grundsätze der Notwendigkeit, Verhältnismäßigkeit, Beschränkung auf den Zweck und der Angemessenheit der Frist für die Speicherung sind zu achten. Art. 66 Abs. 3 lit. g PSD 2 sieht vor, dass ein Zahlungsauslösedienst „Daten nicht für andere Zwecke als für das Erbringen des vom Zahler ausdrücklich geforderten Zahlungsauslösedienstes verwenden, darauf zugreifen und speichern“ darf.

Die PSD 2 wird im deutschen Recht durch das Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz (ZAG) umgesetzt.³⁹ PSD 2 und ZAG sind anwendbar auf Zahlungsinstitute und Zahlungsdienste⁴⁰ und damit auf PayPal, das folgende Funktionen wahrnimmt: Einzahlungsgeschäft, Auszahlungsgeschäft, Lastschrift, Kartenzahlung, Überweisung, Zahlungsgeschäft mit Kreditgewährung. PayPal ist Emittent von E-Geld.⁴¹

Gemäß § 59 Abs. 1 ZAG (Datenschutz, Art. 94 Abs. 1 S. 1 PSD 2) wird die Datenverarbeitung durch Zahlungssysteme und Zahlungsdienstleister gestattet, „sofern das zur Verhütung, Ermittlung und Feststellung von Betrugsfällen im Zahlungsverkehr notwendig ist“. Ansonsten gilt § 59 Abs. 2 ZAG (Art. 94 Abs. 2 PSD 2): „Zahlungsdienstleister dürfen die für das Erbringen ihrer Zahlungsdienste notwendigen personenbezogenen Daten nur mit der ausdrücklichen Einwilligung des Zahlungsdienstnutzers abrufen, verarbeiten und speichern.“ Im Übrigen ist die DSGVO anwendbar. Gemäß dem Europäische Datenschutzausschuss (EDSA) handelt es sich bei der in Art. 94 Abs. 2 PSD 2 (= § 59 Abs. 2 ZAG) geforderten Zustimmung/Einwilligung um eine „zusätzliche vertragliche Anforderung“. Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung ist demnach Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO.⁴²

Der EDSA fordert, dass die Zwecke der Erhebung klar und konkret festzulegen sind: Es muss hinreichend detailliert benannt werden, welche Art der Verarbeitung zu dem jeweiligen bestimmten Zweck gehört bzw. nicht gehört. So muss es möglich sein, dass die Einhaltung des Rechts bewertet und die Anwendung von Datenschutzgarantien sichergestellt werden kann. Die ausdrückliche Zustimmung muss umfassend informiert und freiwillig erfolgen.⁴³

Die PSD 2 und das ZAG weiten dadurch die Vorgaben des klassischen Bankgeheimnisses auf die durch die Digitalisierung des Zahlungsverkehrs hinzu gekommenen Zahlungsdienstleister aus. Diese erhalten die Befugnis, die dem Bankgeheimnis unterliegenden Daten auch für ihre Geschäftszwecke zu nutzen, werden aber zugleich zu einer weitgehenden Vertraulichkeit verpflichtet.⁴⁴

VII. Informiertheit

Bei den oft komplexen digitalen Zahlungsgeschäften ist die Betroffenentransparenz von Bedeutung. Die Art. 12-14 DSGVO, die in Ermangelung von Transparenzregeln zur Datenverarbeitung in der PSD 2 und im ZAG voll anwendbar sind,⁴⁵ verpflichten den Verantwortlichen, die Betroffenen „in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache“ (Art. 12 Abs. 1 S. 1 DSGVO) zu informieren über die Identität des Verantwortlichen, den Kontakt des Datenschutzbeauftragten, Zwecke und deren Rechtsgrundlagen, konkrete berechnete Interessen, Empfänger, Drittlandsübermittlungen, Speicherdauer, automatisierte Entscheidungen sowie die den Betroffenen zustehenden Rechte. Dies gilt sowohl bei der Direkterhebung wie auch bei einer Datenerhebung bei Dritten (Art. 13/14 Abs. 1, 2 DSGVO). Die Information über das berechnete Interesse ist Rechtmäßigkeitsvoraussetzung einer Verarbeitung nach Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO.⁴⁶

VIII. Einwilligung

Mit einer Einwilligung nimmt ein Betroffener sein informationelles Selbstbestimmungsrecht wahr. Sie legitimiert die davon erfasste Datenverarbeitung (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO). Für die Verarbeitung sensibler Daten bedarf es einer ausdrücklichen Einwilligung (Art. 9 Abs. 2 lit. a DSGVO). Bezieht sie sich auf die Offenbarung eines Berufsgeheimnisses, so wirkt sie als Schweigepflichtentbindung.⁴⁷

Gemäß Art. 4 Nr. 11 DSGVO ist Einwilligung der betroffenen Person „jede freiwillig für den bestimmten Fall, in informierter Weise und unmissverständlich abgegebene Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutigen bestätigenden Handlung, mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten einverstanden ist“. Eine Einwilligung muss „ohne jeden Zweifel“ erfolgt sein und auf einem aktiven Tun des Betroffenen beruhen.⁴⁸ Voraussetzung für eine wirksame Einwilligung ist, dass der Betroffene der konkreten Verarbeitung seiner Daten bewusst zugestimmt hat (Art. 7 Abs. 1 DSGVO). Sie muss in verständlicher Form so erfolgen, dass dies von anderen Sachverhalten klar zu unterscheiden ist (Art. 7 Abs. 2 DSGVO).

Soweit die PSD 2 und das ZAG den Begriff Zustimmung verwenden⁴⁹, unterscheiden sich die materiellen Anforderungen

38 RL (EU) 2015/2366 v. 25.11.2015, ABl. 2015 L 337, 5 v. 23.12.2015.

39 ZAG v. 17.7.2017, BGBl. 2017 I 2446.

40 § 1 Abs. 1 ZAG, vgl. ErwGr 28 PSD 2.

41 Grohé, in: Herresthal/Schindele/Müller, PayTechLaw, 2025, Kap. F Rn. 5 f. (S. 560 f.).

42 EDSA, aaO, Rn. 35-37; zu abweichenden Bewertungen ausführlich Casper/Terlau, Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz/Störing, 3. Aufl. 2024, ZAG § 59 Rn. 29-37 mwN.

43 EDSA, aaO, Rn. 41-43.

44 Weichert BB 2018, 1162.

45 Weichert BB 2018, 1165.

46 EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse, Rn. 63, NJW 2025, 807; dazu Leicht/Baumann NJW 2025, 2126.

47 Kühling/Buchner, DS-GVO BDSG/Weichert, 4. Aufl. 2024, DSGVO Art. 9 Rn. 49.

48 EuGH 1.10.2019 – C-673/17, ECLI:EU:C:2019:801 – Planet49, Rn. 52 f.

49 ZB Art. 66 Abs. 2, Abs. 3 lit. c, Art. 94 Abs. 2 PSD 2.

hieran nicht von denen einer Einwilligung iSd Datenschutzrechts.⁵⁰

1. Einwilligungen bei PayPal

Die online verfügbaren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) von PayPal decken sämtliche Anwendungen des Unternehmens ab.⁵¹ Die Datenschutzerklärung von PayPal⁵² besteht aus knapp 50.000 Zeichen und knapp 7.000 Wörtern. Die allgemeinen Nutzungsbedingungen⁵³ bestehen aus knapp 130.000 Zeichen mit knapp 20.000 Wörtern. In den Nutzungsbedingungen heißt es eingangs: „Mit der Eröffnung und Nutzung eines PayPal-Kontos erklären Sie sich damit einverstanden, alle Bestimmungen dieser Nutzungsbedingungen einzuhalten.“ Und fast ganz am Ende steht: „Der Schutz Ihrer Daten ist uns sehr wichtig. Lesen Sie unsere Datenschutzerklärung, um zu erfahren, wie wir Ihre Daten schützen und in welchem Umfang wir sie verwenden und offenlegen.“

Die Datenschutzerklärung unterstellt an mehreren Stellen ausdrückliche Einwilligungen, „damit Sie in den Genuss bestimmter Funktionen kommen können, die zwar für die Nutzung der Dienste nicht notwendig, für Sie jedoch möglicherweise von Interesse sind, wie zB die Synchronisierung Ihrer Kontaktliste mit Ihrem Konto, die Bereitstellung von biometrischen Daten, bestimmte gezielte Werbung, die Verknüpfung Ihres E-Mail-Kontos für das Tracking von Paketen oder die Verbindung mit einer Plattform Dritter“.⁵⁴

Unter Nr. 16 der PayPal-Datenschutzerklärung wird mit Verweis auf eine umfangreiche Empfängerliste erklärt: „Durch die Nutzung der PayPal-Dienste willigen Sie in die Übermittlung solcher Daten durch uns zum Zweck der Bereitstellung der PayPal-Dienste an Sie ein. Insbesondere stimmen Sie allen folgenden Datenverarbeitungsmaßnahmen zu und weisen PayPal an, diese vorzunehmen.“ Es folgt ein umfangreicher Text (über 6.000 Zeichen, über 700 Wörter), in dem Empfänger und deren Zwecke aufgeführt werden.

Weiterhin wird folgende Einwilligung unterstellt: „Insbesondere stimmen Sie allen folgenden Datenverarbeitungsmaßnahmen zu und weisen PayPal an, diese vorzunehmen: a. Offenlegung notwendiger Informationen gegenüber: der Polizei und anderen Strafverfolgungsbehörden, Sicherheitskräften, zuständigen staatlichen, zwischenstaatlichen oder überstaatlichen Stellen, zuständigen Behörden, Abteilungen, Aufsichtsbehörden, Selbstregulierungsbehörden oder -organisationen“.⁵⁵

Eine Einwilligung in die Übermittlung unterstellt wird an „andere Nutzer, soweit dies ausweislich Ihrer Kontoeinstellungen zulässig ist“.⁵⁶ Bei der Eröffnung eines neuen PayPal-Kontos war bis November 2025 die Zustimmung zur Werbenutzung voreingestellt. Das Auffinden der Einstellungen zu den Einwilligungen erfordert einen großen Suchaufwand. Die verwendeten schwarz und grau hinterlegten Schalter sind in ihrer Bedeutung nicht erkennbar.

2. Freiwilligkeit

Die Einwilligung muss freiwillig erfolgen. Dabei muss größtmöglich dem Umstand Rechnung getragen werden, dass keine

Abhängigkeit zur Erfüllung des Vertrags besteht (Art. 7 Abs. 4 DSGVO). Die Freiwilligkeit kann in Frage stehen, wenn die Einwilligung von einem übermächtigen Vertragspartner eingefordert wird. Für die Freiwilligkeit spricht in solchen Fällen, dass für den Einwilligenden erkennbar ein Vorteil bewirkt wird oder zumindest von ihm und dem Unternehmen gleichgelagerte Interessen verfolgt werden.⁵⁷ Dies ist zB bei Werbung oder bei Marketingmaßnahmen regelmäßig nicht der Fall.

Bezieht sich die Einwilligung auf eine gesetzlich vorgesehene Datenübermittlung, etwa an Behörden oder wenn die Verarbeitung für die Vertragsabwicklung unabdingbar ist, so ist diese unwirksam, da insofern keine Freiwilligkeit und keine Wahlmöglichkeit besteht. Einwilligungen müssen widerrufbar sein (Art. 7 Abs. 3 DSGVO). Sie können pauschal keine Verarbeitung über das gesetzlich vorgesehene Maß hinaus legitimieren.

3. Bestimmtheit

Als Mindestmaß an konkreter Information sind bei Einwilligungen die Anforderungen der Art. 12-14 DSGVO zu beachten (s.o. VII). Die von PayPal eingeholten „Einwilligungen“ sind nicht hinreichend bestimmt und informiert. Die Betroffenen können nicht im Ansatz erkennen, in welche Nutzungen und welche Übermittlungen an welche Stellen sie einwilligen.

Eine Einwilligung wird zB unterstellt für die Übermittlung an hunderte „Drittanbieter und Geschäftspartner, die Dienstleistungen für uns erbringen“, die in einer umfangreichen Liste aufgeführt werden.⁵⁸ Zudem heißt es weiter: „PayPal kann die oben genannte Drittanbieterliste am ersten Werktag eines jeden Quartals (dh im Januar, April, Juli und Oktober) aktualisieren.“ Solche einseitigen Änderungen des Einwilligungsinhalts sind nicht zulässig.

4. Ausdrücklichkeit

Die Datenschutzerklärung PayPals unterstellt unter Nr. 5 und 16 eine ausdrückliche Einwilligung. Dabei ist unklar, ob sich diese auf sensitive Daten iSv Art. 9 Abs. 2 lit. a DSGVO beziehen soll oder auf die Regelungen im ZAG, die in speziellen Fällen ausdrückliche Einwilligungen bzw. Zustimmungen einfordern (§§ 45 Abs. 1 Nr. 2, 46 S. 1 Nr. 1, 48 Abs. 1, 49 Abs. 4 S. 3 ZAG). In keinem Fall kann eine Einwilligung wie bei PayPal hinsichtlich einer völlig unbestimmten Datenverarbeitung erfolgen.⁵⁹ Bei einer Bezugnahme auf das ZAG wird mit der Verwendung des Begriffs „ausdrücklich“ intendiert, dass die Einwilli-

50 Vgl. § 59 Abs. 2 ZAG; zur rechtlichen Einordnung s. o., EDSA, aaO, S. 16 ff. (Rn. 34-44); Kühling/Buchner, DS-GVO BDSG/Buchner/Petri, 4. Aufl. 2024, DSGVO Art. 6 Rn. 22a.

51 Alle AGB von PayPal unter <https://www.paypal.com/de/legalhub/paypal/home>.

52 <https://www.paypal.com/de/legalhub/paypal/privacy-full>.

53 <https://www.paypal.com/de/legalhub/paypal/useragreement-full>

54 PayPal-Datenschutzerklärung Nr. 5. am Ende.

55 PayPal-Datenschutzerklärung Nr. 16.

56 PayPal-Datenschutzerklärung Nr. 6.

57 Vgl. § 26 Abs. 2 S. 2 BDSG im Verhältnis Arbeitgeber-Arbeitnehmer.

58 S.o. VIII. 1; PayPal-Datenschutzerklärung Nr. 16.

59 Kühling/Buchner, DS-GVO BDSG/Weichert, 4. Aufl. 2024, DSGVO Art. 9 Rn. 47; Simitis/Hornung/Spiecker, Datenschutzrecht/Petri, 2. Aufl. 2025, DSGVO Art. 9 Rn. 32, 33.

gung grundsätzlich im Einzelfall erfolgt. Sie kann nicht pauschal erteilt werden und schon gar nicht im Kleingedruckten einer Datenschutzerklärung.

IX. Speziell: Werbung

Gemäß § 59 Abs. 2 ZAG (Art. 66 Abs. 2 PSD 2) dürfen Zahlungsdienstleister die für das Erbringen ihrer Zahlungsdienste notwendigen personenbezogenen Daten nur mit der ausdrücklichen Einwilligung des Zahlungsdienstnutzers verarbeiten.

1. Werbung bei PayPal

Im Frühjahr 2025 erweiterte PayPal in Deutschland sein Portfolio mit einem umfangreichen Werbeangebot für Unternehmen unter dem Namen „Offsite Ads“. Werbetreibende Unternehmen sollen darüber Medienentscheidungen treffen und ihre Werbung zielgruppenpräzise adressieren können. Grundlage für die Zielgruppenansprache sind die händler- und kategorienübergreifende „Kaufdaten aus dem eigenen Netzwerk“. Die Werbung wird auf externen Seiten, in Apps sowie im CTV-Umfeld⁶⁰ ausgespielt. PayPal behauptete beim Marktstart, dass trotz der Nutzung von sensiblen Kaufdaten der Datenschutz gewährleistet sei. Die Daten würden anonymisiert und aggregiert genutzt. Ziel sei es, „ein handelszentriertes Werbeökosystem zu schaffen, das sowohl Kunden als auch Händlern zugutekommt“.⁶¹

Es gehe darum, „Ihnen Informationen, Nachrichten und Werbung über unsere Dienste zur Verfügung zu stellen, einschließlich Rewards oder Werbeanzeigen von uns oder wo wir uns mit anderen zusammengetan haben, um ähnliche Dienstleistungen anzubieten, abhängig von Ihren Kommunikationspräferenzen, die auf Ihre Interessen zugeschnitten sind.“ Ursprünglich plante PayPal nicht nur das Anzeigen in eigenen Diensten, sondern auch den Datenverkauf an externe Werbefirmen, die die Kundeninformationen für Anzeigeneinblendungen auf anderen Diensten verwenden.⁶² Inwieweit dies in Europa praktiziert wird, ist nicht bekannt.

PayPal behauptet im Rahmen der Kontoeinrichtung, seine Werbung sei anonym und aggregiert. Diese Information verschleierte den Umstand, dass Werbung zielgerichtet auf der Grundlage der bei PayPal verfügbaren Daten erfolgt. Über die Art der Zielgruppenauswahl und -ansprache liegen keine Informationen vor. Unklar ist auch, ob neben dem Ausspielen von Werbung werbenden Unternehmen auch personenbezogene Daten direkt übermittelt erhalten. Die Werbenutzung durch PayPal erfolgt aber in jedem Fall personenbezogen.

Soweit aus allgemein zugänglichen Quellen erkennbar erfolgt die Werbenutzung – abgesehen von der Widerspruchsmöglichkeit nach Art. 21 Abs. 3 DSGVO – ohne die Betroffenen schützende Beschränkungen. Eine solche Datennutzung zielt nicht auf die Vertragserfüllung, also hier die Durchführung von Finanztransaktionen (Art. 6 Abs. 1 lit. b DSGVO).⁶³ Das Unternehmen geht davon aus, diese Daten unbeschränkt für Werbezwecke selbst wie auch für Dritte nutzen und sogar weitergeben zu dürfen. Als Rechtsgrundlagen hierfür kommen ausschließlich Art. 6 Abs. 1 lit. a und lit. f DSGVO in Betracht.

2. Keine Legitimation durch Einwilligung

Wohl in Bezugnahme auf § 59 Abs. 2 ZAG heißt es unter 5. der Datenschutzerklärung: „Wir stützen uns bei der Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten auf Ihre ausdrückliche und freiwillige Einwilligung, damit Sie in den Genuss bestimmter Funktionen kommen können, die zwar für die Nutzung der Dienste nicht notwendig, für Sie jedoch möglicherweise von Interesse sind, wie zB die Synchronisierung Ihrer Kontaktliste mit Ihrem Konto, die Bereitstellung von biometrischen Daten, bestimmte gezielte Werbung, die Verknüpfung Ihres E-Mail-Kontos für das Tracking von Paketen oder die Verbindung mit einer Plattform Dritter. Sie können Ihre Entscheidung zur Nutzung dieser Funktionen jederzeit in Ihren Kontoeinstellungen ändern“.

Die Voreinstellung bei Einrichtung eines PayPal-Kontos auf „Werbung zulassen“ widersprach der Verpflichtung in Art. 25 Abs. 2 DSGVO, diese auf den für den ursprünglichen Verarbeitungszweck erforderlichen Umfang zu beschränken (Privacy by Default).⁶⁴

Eine wirksame Einwilligung setzt zudem ein aktives Verhalten voraus. Vorher muss der einwilligenden Person eine Information über alle Umstände im Zusammenhang mit dieser Verarbeitung in verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache erteilt werden, die sie in die Lage versetzt, die Konsequenzen dieser Einwilligung leicht zu ermitteln, so dass gewährleistet ist, dass die Einwilligung in voller Kenntnis der Sachlage erteilt wird.⁶⁵ Beim Einrichten eines PayPal-Accounts erhält der Kunde keine Information über die Bedeutung der Einwilligung. Dies entspricht nicht den Anforderungen an eine informierte (ausdrückliche) Einwilligung. Durch die voreingestellte Zustimmung zur Werbung folgte zudem keine Zustimmung durch aktives Tun, so dass auch insofern keine wirksame Einwilligung eingeholt wird.

Voraussetzung für eine wirksame Einwilligung ist, dass es Betroffenen einfach möglich ist, diese zu widerrufen. Der Widerruf muss so einfach wie die Erteilung der Einwilligung sein (Art. 7 Abs. 4 DSGVO). Diesen Anforderungen genügt PayPal nicht: Nach Kontoeinrichtung ist es für den Betroffenen auf dem Handy nur durch langes Suchen und mehrfaches Klicken möglich, auf die Seite „Datensicherheit und Datenschutz“ zu gelangen. Beim Anklicken „personalisierte Angebote und Werbung werden einem zwei Optionen angeboten: Werbung für PayPal-Unternehmen sowie für andere Unternehmen. Für den Nutzer ist durch die Farbwahl (schwarz-grau) nicht erkennbar, welche Optionen gewählt sind.

3. Verarbeitung von Cookie-Daten

Unter Nr. 9 der PayPal-Datenschutzerklärung findet sich folgende Aussage zu Cookies: „Wenn Sie mit unseren Diensten in-

⁶⁰ Connected Television.

⁶¹ PayPal startet Offsite Ads: Werbung basierend auf echtem Kaufverhalten, 1.5.2025, <https://retail-news.de/paypal-offsite-ads-start/>.

⁶² Kannenberg, „Wir wissen, wer die Produkte wo kauft“: PayPal plant Werbenetzwerk, 29.5.2024, <https://heise.de/-9740358>.

⁶³ CNIL, aaO, S. 59; Simitis/Hornung/Spiecker, Datenschutzrecht/Schantz, 2. Aufl. 2025, DSGVO Art. 6 Abs. 1 Rn. 33.

⁶⁴ CNIL, aaO, S. 56 f.

⁶⁵ EuGH 11.11.2020 – C-61/19, ECLI:EU:C:2020:901 – Orange Romania, Rn. 52; EuGH 1.10.2019 – C-673/17, ECLI:EU:C:2019:801 – Planet 49, Rn. 52 ff.

teragieren, E-Mails öffnen, die wir Ihnen senden, oder eine Website eines Drittanbieters besuchen, für die wir Dienste bereitstellen, verwenden wir und unsere Partner Cookies und andere Tracking-Technologien wie Pixel-Tags, Web-Beacons und Widgets (zusammen „Cookies“), um Sie als Benutzer zu erkennen, Ihre Online-Erfahrungen und Online-Inhalte anzupassen, einschließlich um Ihnen interessenbezogene Werbung bereitzustellen, Analysen durchzuführen, Risiken zu mindern und potenziellen Betrug zu verhindern und Vertrauen und Sicherheit auf unseren Websites und Diensten zu fördern. Wenn Sie also bestimmte Cookies ablehnen, kann Ihre Nutzung der Websites und Dienste eingeschränkt oder nicht möglich sein.“

Die Nutzung von Tracking-Instrumenten und insbesondere Cookies rechtfertigt PayPal⁶⁶ u.a. damit, um „zu messen, wie nützlich und effektiv unsere Dienste und Kommunikation für Sie sind“ und „zu verfolgen und verstehen, wie Sie unsere Online-Dienste, Werbeanzeigen und E-Mails nutzen und mit ihnen interagieren“.

Die Speicherung von Informationen in der Endeinrichtung von Teledienste-Endnutzern (sog. Cookies) und der Zugriff hierauf ist erlaubt, wenn dies für die Durchführung einer Nachricht oder für die Erbringung eines vom Nutzer ausdrücklich gewünschten Telemediendienst erforderlich ist (§ 25 Abs. 2 TDDDG). Ansonsten bedarf es einer Einwilligung „auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen gemäß der DSGVO (§ 25 Abs. 1 TDDDG).

Die in der PayPal-Datenschutzerklärung aufgeführten Zwecke gehen über die in § 25 Abs. 2 TDDDG aufgeführten Zwecke hinaus. Dies gilt insbesondere für die Nutzung der Cookies für Werbezwecke sowie generell, wenn es darum geht, „Ihre Online-Erfahrungen und Online-Inhalte anzupassen“. Diese Nutzungszwecke werden durch PayPal untrennbar verbunden mit Nutzungszwecken, die von § 25 Abs. 2 TDDDG abgedeckt sind. Dadurch werden die darüber hinausgehenden Zwecke nicht zulässig. Für diese bedürfte es einer wirksamen Einwilligung, die auf „klaren und umfassenden Informationen“ beruht (§ 25 Abs. 1 S. 1 TDDDG). Diesen Anforderungen genügt die von PayPal eingeholte vorangekreuzte „Einwilligung“ sowohl hinsichtlich der Form wie auch der Bestimmtheit der Information nicht.

X. Hilfsweise: Werbung mit Finanztransaktionsdaten per Abwägung

Wegen der eindeutigen Regelung des § 59 Abs. 2 ZAG bedarf es für die Feststellung der Rechtswidrigkeit der Werbenutzung der Transaktionsdaten durch PayPal keiner Abwägung zwischen berechtigten Interessen an einer solchen Nutzung und entgegenstehenden Schutzinteressen von Betroffenen. Es ist aber streitig, inwieweit gemäß dieser Regelung durch den Finanzdienstleister auf die Rechtsgrundlage des Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO neben der Vertragsabwicklung und der Einwilligung und der Vertragsabwicklung zugegriffen werden darf.⁶⁷ Daher wird im Folgenden untersucht, inwieweit bei Finanztransaktionsdaten im Rahmen einer Abwägung ein berechtigtes Werbeinteresse gegenüber den Schutzinteressen der Betroffenen überwiegt.

Der Begriff des berechtigten Interesses schließt ein rechtliches, ein wirtschaftliches oder ideelles Interesse mit ein, was zunächst ein breites Spektrum umfasst.⁶⁸ Es darf nicht illegitim oder sittenwidrig sein und muss mit der Rechtsordnung im Einklang stehen.⁶⁹ Die Nutzung muss den Anforderungen von Treu und Glauben entsprechen (Art. 5 Abs. 1 lit. a DSGVO). Das berechnete Interesse kann auch das von Dritten sein. Fehlt es an einer möglichen wirksamen Einwilligung des Betroffenen, so ist die Rechtfertigung nach Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO jedoch eng auszulegen.⁷⁰

Die DSGVO anerkennt ein berechtigtes Interesse an einer Verarbeitung innerhalb einer Unternehmensgruppe für „interne Verwaltungszwecke“ (ErwGr 48 S. 1 DSGVO). Bei Werbezwecken handelt es sich jedoch nicht um solche Verwaltungszwecke.⁷¹

Fraglich ist schon die Erforderlichkeit. Zwar werden Werbezwecke von der Rechtsordnung grundsätzlich anerkannt.⁷² Doch bestehen hier Möglichkeiten einer anonymen bzw. weniger eingreifenden Form als die einer zielgruppenspezifischen Werbeansprache.⁷³ Finanzdienstleistungsunternehmen lassen sich die von ihm vorgenommenen Transaktionen in dem Dreiecksverhältnis mit Kunden und Verkäufern von Letzteren durch Gebühren vergüten. Eine Finanzierung des Vorgangs durch Werbeeinnahmen ist also nicht erforderlich.

Die Nutzung von Finanztransaktionsdaten für Werbezwecke steht im Widerspruch zu überwiegenden Betroffeneninteressen. Dies ist der Fall, wenn ein Betroffener vernünftigerweise nicht mit einer solchen Verarbeitung rechnet und diese auch nicht absehen kann (ErwGr 47 S. 1, 3, 4 DSGVO).⁷⁴ Die Werbung bei PayPal erfolgt, soweit erkennbar, auf einer umfassenden Analyse der erfassten Zahlungsdaten, aus denen ein zielgenaues Konsumprofil abgeleitet werden kann. Die Finanztransaktionsdaten haben einen Umfang und eine Detailtiefe, die im Fall einer Werbenutzung subtiler Manipulation Tür und Tor öffnet.

Hinzu kommt, dass in den detaillierten Finanzdaten ein hohes Diskriminierungsrisiko liegt. Aus den bei PayPal vorhandenen Daten sind das Geschlecht, das Alter, die Bonität und viele weitere Merkmale abzulesen, die das Risiko einer Diskriminierung begründen, wodurch Betroffeneninteressen beeinträchtigt werden (s.o. III).⁷⁵

66 PayPal-Datenschutzerklärung Nr. 9.

67 Richtigerweise restriktiv Casper/Terlau, Zahlungsdiensteaufsichtsgesetz/Störung, 3. Aufl. 2024, ZAG § 59 Rn. 28, 37, 45 f., unklar Rn. 41.

68 EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse, Rn. 46, NJW 2025, 810; Leicht/Baumann NJW 2025, 2127, Rn. 6.

69 Simitis/Hornung/Spiecker, Datenschutzrecht/Schantz, 2. Aufl. 2025, DSGVO Art. 6 Abs. 1, Rn. 100.

70 EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse, Rn. 27, NJW 2025, 808.

71 Simitis/Hornung/Spiecker, Datenschutzrecht/Schantz, 2. Aufl. 2025, DSGVO Art. 6 Abs. 1 Rn. 119.

72 Gola/Heckmann, DS-GVO BDSG/Schulz, 3. Aufl. 2022, DSGVO Art. 6 Rn. 70.

73 EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse, Rn. 28, 48 f., NJW 2025, 808 (810).

74 EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse, Rn. 50, 58, NJW 2025, 811.

75 EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse, Rn. 61 f., NJW 2025, 812.

Es ist der PayPal-Datenschutzerklärung nicht zu entnehmen, dass, soweit im Rahmen der Zahlungsabwicklung sensitive Daten erhoben werden, diese von der Werbenutzung ausgeschlossen werden. Davon ist nicht auszugehen, da PayPal keine derartige Differenzierung vornimmt. Dies dürfte praktisch auch kaum möglich sein. Eine Werbung auf der Grundlage von sensiblen Daten ist gemäß Art. 9 DSGVO nicht erlaubt. Eine wirkungsvolle „ausdrückliche Einwilligung“ hierfür liegt nicht vor (s.o. VIII. 4).

Der Werbenutzung stehen schutzwürdige Betroffeneninteressen auch entgegen, weil die Nutzung für Online-Werbezwecke bei PayPal auf der Grundlage eines Profilings und damit einer automatisierten Entscheidung iSv Art. 22 DSGVO erfolgt.⁷⁶

Der Umstand, dass Betroffenen ein Widerspruchsrecht gegen die Datennutzung für Zwecke des Direktmarketings in Art. 21 Abs. 3 DSGVO eingeräumt wird und dies auch in der Datenschutzerklärung bestätigt wird, hat keinen Einfluss auf die Rechtswidrigkeit der Werbenutzung gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO.⁷⁷

Der Werbenutzung der Daten zu Finanztransaktionen durch PayPal stehen also überwiegende Interessen und Grundrechte oder Grundfreiheiten der betroffenen Personen iSv Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO entgegen.⁷⁸

XI. Ergebnis

BigTech-Unternehmen drängen auf den Finanzmarkt und sammeln im Rahmen ihrer Finanzdienstleistungen personenbezo-

gene Daten, bei denen ein gewaltiges Potenzial für zweckfremde Nutzungen besteht. Eine solche Nutzung besteht im personalisierten Marketing, der Direktwerbung. Am Beispiel von PayPal wurde dargestellt, welche Anforderungen an Zweckänderungen durch die DSGVO sowie die spezifischen Vorgaben in der PSD 2 sowie im ZAG gestellt werden. Diesen Anforderungen, die Einholung einer ausdrücklichen, hinreichend bestimmten informierten und freiwilligen Einwilligung, wird PayPal nicht gerecht.

PayPal ist nicht der einzige Finanzdienstleister, für den diese Diagnose zutrifft. Werbenutzungen mit Finanztransaktionsdaten stehen nicht nur im Widerspruch zum traditionellen Bankgeheimnis, sondern stellen eine unvereinbare Zweckänderung im digitalisierten Finanzwesen dar. Insofern wäre es naheliegend und letztlich im Interesse der Rechtsklarheit geboten, eine solche Nutzung gesetzlich völlig auszuschließen.

⁷⁶ Däubler/Wedde/Weichert/Sommer, EU-DSGVO und BDSG/Weichert, 3. Aufl. 2024, DSGVO Art. 22 Rn. 31 mwN; Simitis/Hornung/Spiecker, Datenschutzrecht/Scholz, 2. Aufl. 2025, DSGVO Art. 22 Rn. 25, 40; Artikel-29-Datenschutzgruppe, WP 251rev.01 v.06.2.2018, S. 11; aA Wolff/Brink, Datenschutzrecht/von Lewinski, 2. Aufl. 2022, DSGVO Art. 22 Rn. 41; Kühling/Buchner, DS-GVO BDSG/Buchner, 4. Aufl. 2024, DSGVO Art. 22 Rn. 26; Auernhammer, DSGVO BDSG/Herbst, 8. Aufl. 2024, DSGVO Art. 22 Rn. 17.

⁷⁷ EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse, Rn. 65 ff., NJW 2025, 812.

⁷⁸ EuGH 9.1.2025 – C-394/23, ECLI:EU:C:2025:2 – Mousse Rn. 60, NJW 2025, 811 f.; CNIL, aaO, S. 60.

Die Thermofenster-Saga oder wie deutsche Behörden und Gerichte den EuGH ignorieren

Zum Urteil des EuGH vom 1.8.2025, Rs. C-666/23 – Volkswagen AG*

Von Prof. Dr. Peter Rott, Oldenburg

I. Einleitung

Der EuGH war in der Rechtssache *CM, DS gegen Volkswagen AG* schon zum fünften Mal mit dem Komplex Thermofenster befasst. In seiner ersten Entscheidung vom Dezember 2020¹ hatte er festgestellt, dass eine Software, die die Höhe der Fahrzeugemissionen anhand der von ihr ermittelten Fahrbedingungen verändert und die Einhaltung der Emissionsgrenzwerte nur unter Bedingungen gewährleistet, die denen der Zulassungstests entsprechen, eine „Abschalteinrichtung“ iSd Art. 3 Nr. 10 der Verordnung (EG) Nr. 715/2007 über die Typengenehmigung von Kraftfahrzeugen darstellt. In einem weiteren Urteil speziell zu einem Caddy Maxi ergänzte er, dass eine Einrichtung, die die Einhaltung der in der Verordnung (EG) Nr. 715/2007 vorgesehenen Emissionsgrenzwerte nur gewährleistet, wenn die Außentemperatur zwischen 15 und 33 Grad Celsius liegt und der Fahrbetrieb unterhalb von 1 000 Höhenmetern erfolgt, eine „Ab-

schalteinrichtung“ darstellt, die nur unter besonderen Umständen zulässig ist. Dazu müsste sie ausschließlich notwendig sein, um die durch eine Fehlfunktion dieses Bauteils verursachten unmittelbaren Risiken für den Motor in Form von Beschädigung oder Unfall zu vermeiden. Die Risiken müssten so schwer wiegen, dass sie eine konkrete Gefahr beim Betrieb des mit dieser Einrichtung ausgestatteten Fahrzeugs darstellen. Eine Abschalt-einrichtung, die unter normalen Betriebsbedingungen den überwiegenden Teil des Jahres funktionieren müsste, damit der Motor vor Beschädigung oder Unfall geschützt und der sichere Betrieb des Fahrzeugs gewährleistet ist, könne jedenfalls nicht unter die in Art. 5 (2) lit. a der Verordnung Nr. 715/2007 vorge-

* EuGH 1.8.2025 – C-666/23, ECLI:EU:C:2025:604 – Volkswagen AG, VuR 2026, 64, in diesem Heft.

¹ EuGH 17.12.2020 – C-693/18, ECLI:EU:C:2020:1040 – CLCV.