



Werbung auf WhatsApp

Zumindest für Unternehmen, die WhatsApp Business verwenden, ist das Thema Werbung nicht mehr neu. Nun gibt es im privaten Bereich Neuigkeiten. Bisher konnte man die App weitgehend werbefrei nutzen. Doch seit einiger Zeit gibt es die Meldung, dass META plant, Werbung auf WhatsApp aufzunehmen – neben den Statusmeldungen oder in privaten Chats. META möchte damit neue Einnahmequellen erschließen, da der Messenger Dienst bislang kostenlos ist.

Diese Pläne stoßen unweigerlich auf Kritik, besonders bei Datenschützern, da WhatsApp sensible persönliche Daten verarbeitet. Viele befürchten, dass Werbung personalisiert auf Endgeräte landen – basierend auf dem Nutzungsverhalten. META betont, dass die Ende-zu-Ende-Verschlüsselung bestehen bleibt, doch das Vertrauen ist nicht bei allen vorhanden.

Die Einführung von Werbung könnte das Nutzungsverhalten verändern. Während sich einige Nutzer an die Veränderung gewöhnen, werden andere zur Konkurrenz wechseln, sollten sich die Werbepläne bewahrheiten.



Thema 1

Werbung auf WhatsApp

Seite 1

Thema 2

Firmen sind für KI- Chatbots verantwortlich

Seite 2

Thema 3

Datenschutz- verstöße durch YouTube Angebot

Seite 3



Firmen sind für KI-Chatbots verantwortlich

Viele Unternehmen versuchen, mit der Künstlichen Intelligenz beim Kundendienst Geld zu sparen. Insbesondere bei der Online-Kommunikation mit Kunden findet nicht nur der Erstkontakt bereits mit einer Maschine statt. Firmen gehen einen Schritt weiter und lassen Kundenbestellungen oder für den Vertrieb wertvolle Empfehlungen mittlerweile durch einen Chatbot erledigen.

Welches Risiko dahinter steht gehört zwischenzeitig zur Bewertung und Analyse vor der Einführung eines solchen KI-Chatbots. Denn mittlerweile müssen Unternehmen sich an diverse Gesetze und soziale Gegebenheiten halten, die schnell zum Verlust von Ansehen und Wertschöpfung führen können. Auch vorab definierte Ziele und die damit erwünschten Effekte können hierdurch in die entgegengesetzte Richtung laufen. Es empfiehlt sich, in einer Testphase mit ausgewählten Teilnehmenden, die ersten Kinderkrankheiten zu beseitigen.

Den Anfang ins Zeitalter der Künstlichen Intelligenz mit einem KI-Chatbot zu beschreiten, ist offenbar ein Mehrwert für das Unternehmen, um Erfahrungen im Bereich Künstliche Intelligenz zu sammeln. Ob jede Antwort mit dem Hinweis auf einen telefonischen Kontakt mit der Kundenberatung die Quintessenz der modernen Kundengewinnung ist, mag jedes Unternehmen für sich entscheiden. Wie jede Neuerung gibt es – wie im Jahr 2018 einige Wiener Mietparteien aus datenschutzrechtlichen Gründen das Entfernen ihrer Klingelschilder forderten – auch bei der Einführung von Künstlicher Intelligenz erwähnenswerte Stilblüten.

Ein Gerichtsurteil in Kanada hat im Jahr 2024 für Aufsehen gesorgt und wird gerne als Beispiel für fehlerhaftes Risikomanagement in KI-Schulungen verwendet. Im November 2022 nutzte ein Kunde den KI-Chatbot der Fluggesellschaft Air Canada. Dieser hatte dem Kunden schriftlich zugesichert, den vergünstigten Trauerfall-Tarif nachträglich erhalten zu können, was die Fluggesellschaft nach erfolgter Reise zur Beerdigung seiner Großmutter jedoch ablehnte.

Das Gericht entschied zu Gunsten des Fluggastes.



Datenschutzverstöße durch YouTube Angebot des Bundes

Im vergangenen Newsletter der Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) wurde darüber informiert, dass bei einem automatisierten Webseitenscan auf den Webseiten der Bundesbehörden diverse Datenschutzverstöße durch die Einbettung von YouTube aufgedeckt habe.

Die oberste Aufsichtsbehörde für Datenschutz sieht sich in ihrer Rolle in einer unterstützenden Funktion und hat anschließend Empfehlungsschreiben an die jeweilige Behörde verschickt, um ihre Videopräsenz datenschutzkonformer zu gestalten.

Im Newsletter wird auch die Empfehlung für den Umgang mit YouTube detailliert dargestellt. Hierbei werden zwei Varianten vorgestellt:

Als Favorit gilt weiterhin das Selbsthosting auf den eigenen Servern, um die Kontrolle über die Datenverarbeitung und die Nutzerinteraktion zu gewährleisten.

Steht das außer Frage, so ist die Zwei-Klick-Lösung akzeptable, in der Nutzende aktiv auf ein Vorschaubild klicken müssen, bevor Daten an YouTube übermittelt werden. Diese Variante ist bereits bei Ihnen umgesetzt? Nun, der Haken dabei ist, dass bei dieser Option immer eine gleichwertige Alternative ohne Drittanbieter im Angebot sein sollte. Hierbei wird Wert daraufgelegt, dass der Nutzende eine tatsächliche Wahl hat, die Grundvoraussetzung einer Einwilligung.

Impressum

complimant AG, Edt 4, 84558 Kirchweidach

Vorstand: Franz Obermayer, Ann-Karina Wrede

Vorsitzender des Aufsichtsrates: Christian Volkmer

Telefon: +49 8683 99390-40

E-Mail: info@complimant.de / datenschutz@complimant.de

www.complimant.de

Eintragung im Handelsregister: Amtsgericht: Traunstein

Registernummer: HRB 20500 Steuernummer: 141/120/07009

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß §27a

Umsatzsteuergesetz: DE274380239

Verantwortlich für den Inhalt nach § 55 Abs. 2 RStV Franz Obermayer