

Social Media Plugins auf Websites (Facebook, Google 1+, etc.) und der Datenschutz

Veröffentlicht : 10.03.2016

Das Landgericht Düsseldorf (Urteil vom 09.03.2016, Az. 12 O 151/15) ist der Auffassung, dass Unternehmen den „Gefällt mir-Button“ von Facebook nicht auf ihrer Website einbinden dürfen, ohne dass der Besucher der Website vor der Aktivierung des Buttons auf dessen Funktionsweise und die Datenübermittlung an Facebook hingewiesen wird und der Nutzer seine ausdrückliche Einwilligung hierzu erklärt hat.

Das sollten Sie wissen:

- Wenn auf Ihrer Website ein „Gefällt mir-Button“ von Facebook eingebunden ist, werden Daten wie z.B. die IP-Adresse des Besuchers Ihrer Website gleichzeitig auch an Facebook übermittelt.
- Wenn der Seitenbesucher gleichzeitig Mitglied von Facebook ist und entweder bei Facebook eingeloggt ist oder sich sogenannte Cookies, also kleine Dateien, von Facebook in seinem Browser befinden, kann Facebook den Besuch auf Ihrer Unternehmenswebsite auch dem Facebook-Account des Seitenbesuchers zuordnen.
- Diese Datenübermittlung an Facebook beäugen Datenschützer bereits seit längerem äußerst kritisch. Der Grund hierfür ist, dass die Besucher Ihrer Unternehmenswebsite in der Regel nicht wissen, welche Daten sie preisgeben bzw. welche Daten an wen übermittelt werden und wofür diese verwendet werden und dass sie hierüber vor Übermittlung dieser Daten auch nicht informiert werden.
- Diese Sichtweise hat das LG Düsseldorf auf eine Unterlassungsklage der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen ausdrücklich bestätigt. Die einfache Einbindung des „Gefällt mir-Buttons“ von Facebook sei unzulässig.
- Wir erwarten, dass sich auf Grundlage dieser Entscheidung wieder diverse wirkliche oder vermeintliche Wettbewerber finden, die Abmahnungen aussprechen. Wir empfehlen Ihnen, auf dieses Risiko zu reagieren kurzfristig zu reagieren.
- Was sich anbietet, ist eine technische und nicht so sehr eine rechtliche Lösung dieses Problems: die sogenannte „Zwei-Klick-Lösung“. Hierbei binden Sie den Facebook-Button so ein, dass auf Ihrer Unternehmenswebsite zunächst nur ein Facebook-Symbol erscheint, das der Nutzer anklicken kann, um die Verknüpfung zu Facebook zu aktivieren. Bevor die Aktivierung wirksam wird, müssen Sie dem Nutzer Hinweise über die Aktivierung und die Funktion des Facebook-Buttons geben, die der Nutzer dann einmalig und dauerhaft bestätigen kann. Erst danach wird die Verbindung zu

Facebook hergestellt.

- Zwar ist auch die Zulässigkeit der Zwei-Klick-Lösung unter Datenschützern umstritten. Wenn Sie allerdings Facebook-Buttons oder andere Social Media Plugins (z.B. von Google 1+, Xing, Twitter o.ä.) verwenden möchten, ist diese Art der Einbindung derzeit das Mittel der Wahl.
- Ihre Datenschutzerklärung müssten Sie natürlich an die Zwei-Klick-Lösung anpassen.

Das Urteil des Landgerichts Düsseldorf ist noch nicht rechtskräftig und die Frage der Zulässigkeit von Social-Plugins wird kontrovers diskutiert. Es lohnt sich deshalb, auch die weitere Entwicklung zu beobachten.