

Der Facebook „Like“-Button und der Datenschutz (LG Düsseldorf)

Das LG Düsseldorf hat zu der Thematik „Facebook - Like -Button“ mit Urteil vom 09.03.2016 (Az: 12 O 151/15) entschieden: Unternehmen müssen Webseitenbesucher über Datenweitergabe an Facebook aufklären / Das LG Düsseldorf nimmt bei der Einbindung von Facebooks „Like“-Button auf Unternehmenswebseiten ohne Aufklärung und Zustimmung der Seitenbesucher hinsichtlich der Weitergabe von Daten an Facebook einen Verstoß gegen Datenschutzvorschriften an.

Die Problematik in Kürze:

Die Klägerin hatte gerügt, dass schon beim einfachen Aufrufen einer Website Daten über das Surfverhalten des Kunden an Facebook weitergeleitet werden. Dieses auch völlig unabhängig davon, ob der Seitenbesucher einen eigenen Facebook-Account habe oder nicht. Dabei wurden die Seitenbesucher über die Datenweitergabe weder vorher informiert, noch könnten sie dieser Datenweitergabe in irgendeiner Form widersprechen.

Der „Like“-Button verstößt gegen Datenschutzvorschriften

Das LG Düsseldorf führt weiterhin aus, dass Unternehmen den Seitenbesucher über die Weitergabe seiner Daten aufklären muss. Die Implementierung des „Like“-Buttons verletze danach Datenschutzvorschriften, weil dadurch unter anderem die IP-Adresse des Seitenbesuchers ohne seine ausdrückliche Zustimmung an das Social Media Portal Facebook weitergeleitet werde.

Die Verbraucherzentrale mahnte dabei sechs größere Unternehmen ab, die diesen Like Button auf der Webseite hatten. Vier Unternehmen unterwarfen sich, zwei Unternehmen wurden verklagt. Davon änderte ein Unternehmen bereits die Social Media Dienste auf der Webseite derart ab, dass diese von den Seitenbesuchern selbst aktiviert werden müssen und dabei die Zustimmung erteilen, dass Daten an die Betreiber der sozialen Netzwerke übertragen werden.

Was sind die Konsequenzen?

Das Urteil des LG Düsseldorf hat eine Indizwirkung dahingehend, wie möglicherweise auch andere Gerichte entscheiden könnten. Zwar hat diese Instanzentscheidung keine Bindungswirkung für weitere Gerichte, jedoch zeigt es deutlich, dass auch die Gerichte die Problematik des Datenschutzes von Facebook „auf Sicht haben“. Nicht nur die Datenschutzbestimmungen von Facebook selbst sind umstritten. Auch Unternehmen können sich nach der Entscheidung nicht einfach aus der Verantwortung ziehen, indem sie auf Facebook in den Datenschutzbestimmungen einfach verweisen.

Festzuhalten ist jedoch, dass das Urteil noch nicht rechtskräftig ist. Es besteht also die Möglichkeit, dass das OLG die Entscheidung aufhebt oder ändert, bzw. zurückverweist mit Maßgaben. Demgemäß ist diese Entscheidung noch nicht in Rechtskraft erwachsen (Stand 16.3.16).

Nicht zu verkennen ist jedoch, dass die Datenschutzproblematik von Facebook durch die Implementierung von Facebook-Elementen auf der eigenen Webseite „Tür und Tor“ für Folgeproblematiken eröffnet, nämlich: Wird die eigene Webseite den stetig steigenden Anforderungen an den Datenschutz im Rahmen einer verbraucherfreundlichen Rechtsprechung noch gerecht?

Was sollte nun explizit beachtet werden?

Anzuraten ist in jedem Fall den Like-Button zunächst von der Webseite zu entfernen, bis die Entscheidung des LG rechtskräftig wird oder eine Entscheidung des OLG vorliegt. Um etwaigen Abmahnungen aus dem Weg zu gehen, sollte vielmehr „Tür und Tor“ geschlossen werden.

Nicht auszuschließen ist, dass mehrfach Abmahnungen aufgrund des Urteils des LG Düsseldorf ausgesprochen werden. Dieses bleibt jedoch abzuwarten und dürfte im Streitfall mit entschiedener Raffinesse zu verteidigen sein, gerade im Hinblick auf etwaige abzugebende Unterlassungserklärungen.

Gerade die eigenen Datenschutzbestimmungen auf der Webseite werden zu optimieren sein sowie mögliche Hinweise hinsichtlich Social-Media. Des Weiteren sollten unverzüglich Facebook-Elemente deaktiviert werden, wenn es sich dabei um Like-Buttons oder ähnlichen Buttons handelt, die Informationen an Facebook übertragen könnten.

Es werden bereits Alternativmodelle wie eine 2-Klick-Lösung oder Shariff-Buttons diskutiert, denn die Social-Media-Implementierung hat für viele Unternehmen einen geschäftlichen und somit finanziellen Hintergrund im Rahmen des Marketings.

Demgemäß gilt es den Markt und die Entwicklungen im Social Media Bereich weiter zu beobachten, so dass weiter zu prüfen sein wird, ob es wirkliche Alternativen zum Like-Button gibt und wie Social Media „rechtssicher“ auf die eigene Seite eingebunden werden kann.

Pressekontakt:

Rechtsanwalt Björn Thorben M. Jöhnke

Telefon: 040 - 34 80 97 50

E-Mail: joehnke@joehnke-reichow.de

Unternehmen

Jöhnke & Reichow Rechtsanwälte in Partnerschaft mbB

Großneumarkt 20

20459 Hamburg

Internet: www.joehnke-reichow.de