

Klarnamenpflicht: Facebook muss nachbessern / ARAG Experten über das aktuelle Urteil zu den AGB des sozialen Netzwerkes



ARAG Tower und Umgebung

© ARAG

Jeder Benutzer von Facebook verfügt über eine Profilseite, auf der er sich vorstellen sowie Fotos und Videos hochladen kann. Auf der Pinnwand des Profils können Besucher Nachrichten hinterlassen oder Kommentare zu den Beiträgen des Profil-Inhabers veröffentlichen. Wer diesen Service von Facebook nutzt, zahlt mit seinen Daten und den Nutzungsrechten daran meist gleich mit. Das ruft regelmäßig Daten- und Verbraucherschützer auf den Plan.

In dem aktuellen Urteil des Landgerichts Berlin geht es im Besonderen darum, dass Nutzer durch den Anmeldemodus bei Facebook ihre Daten sogar mit dem richtigen Vor- und Nachnamen (Klarnamen) vergolden müssen.

Facebook bleibt „kostenlos“

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) wollte die Werbeaussage "Facebook ist kostenlos" verbieten lassen. Der Bundesverband hatte argumentiert, die Anwender bezahlen die Facebook-Nutzung zwar nicht in Euro, aber mit ihren Daten. Das Landgericht (LG) Berlin hielt die Werbung in seinem Urteil vom 16. Januar 2018 (Az.: 16 O 341/15) allerdings für zulässig. Die immateriellen Gegenleistungen sind laut Urteilsbegründung nicht als Kosten anzusehen. Trotzdem erklärte das Landgericht einige der von den Verbraucherschützern monierten Voreinstellungen auf Facebook für unwirksam.

Klarnamenpflicht ist unzulässig

Facebook muss die Voreinstellungen für seine Dienste in Deutschland überarbeiten, die Anwender zur Anmeldung mit ihrem echten Namen zwingen. In dem Urteil wurden Teile der Nutzungs- und Datenschutzbedingungen für unzulässig erklärt. Die nötigen Einwilligungen zur Datennutzung, die sich das Unternehmen einholt, seien teilweise unwirksam, so das LG.

Facebook hat gegen das Urteil Berufung eingelegt und verwies in einer Stellungnahme darauf, dass sich die Produkte und Richtlinien von Facebook seit Beginn des Verfahrens im Jahr 2015 sehr verändert hätten. Außerdem nehme man 2018 angesichts der bevorstehenden Gesetzesänderungen weitere Änderungen an den Geschäftsbedingungen und Datenschutzrichtlinien vor. Die Verbraucherschützer begrüßten hingegen das Urteil: Facebook versteckt laut Meinung des VZBV datenschutzunfreundliche Voreinstellungen in seinem Privatsphäre-Center, ohne bei der Registrierung ausreichend darüber zu informieren. Das LG gab dem Verband mit dieser Auffassung in weiten Teilen Recht. Unzulässig ist dem Urteil zufolge die Klausel, mit der sich Nutzer verpflichten, auf Facebook nur ihre echten Namen und Daten zu verwenden. Der VZBV fordert, dass Anbieter von Online-Diensten Nutzern auch eine anonyme Teilnahme, etwa unter Verwendung eines Pseudonyms, ermöglichen müssen. Das Gericht wies laut ARAG Experten aber ausdrücklich darauf hin, dass die aktuelle Entscheidung nichts darüber aussagt, ob das Klarnamenprinzip grundsätzlich zulässig ist. Nach Auffassung der Richter war die Klarnamenpflicht hier schon deshalb unzulässig, weil Nutzer damit versteckt der Verwendung ihrer Daten zustimmten.

Acht weitere Klauseln unwirksam

Außerdem erklärten die Richter acht Klauseln in den Nutzungsbedingungen für unwirksam. In dem Kleingedruckten müssen sich die Facebook-Anwender bislang damit einverstanden erklären, dass der Konzern Namen und Profilbilder der Nutzer für kommerzielle, gesponserte oder verwandte Inhalte einsetzen und deren Daten in die USA weiterleiten durfte. Mit solchen vorformulierten Erklärungen kann keine wirksame Zustimmung zur Datennutzung erteilt werden, heißt es in dem Urteil.

Ihre Ansprechpartnerin

Brigitta Mehring Konzernkommunikation ARAG SE
Fachpresse/Kunden PR
Telefon: 0211 963-2560
Fax: 0211 963-2025
E-Mail: brigitta.mehring@arag.de
www.arag.de