

BRANDI

RECHTSANWÄLTE

EuGH-Urteil zum Facebook-Plugin

Einleitung

Der Betreiber einer Website, in der der „Gefällt-mir“-Button von Facebook („Facebook-Plugin“) enthalten ist, kann für die Erhebung und die Übermittlung der personenbezogenen Daten der Besucher seiner Website gemeinsam mit Facebook verantwortlich sein. Dies hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) in einem Vorlageverfahren entschieden, in dem wir die Verbraucherzentrale NRW gegen die Fashion ID GmbH & Co. KG vertreten haben ([Urteil vom 29.07.2019, Az: C-40/17](#)). Die Entscheidung führt dazu, dass Seitenbetreiber im Rahmen der gemeinsamen Verantwortlichkeit bestimmte Informationspflichten zu erfüllen haben sowie für die Datenübermittlung jeweils eine aktive und informierte Einwilligung der Nutzer erforderlich ist.

Das Urteil des EuGH nimmt noch Bezug auf die Auslegung der europäischen Datenschutzrichtlinie, die zwischenzeitlich durch die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) abgelöst wurde. Die grundlegenden Wertungen und Entscheidungsgründe sind aber auf das aktuelle Datenschutzrecht unter Geltung der DSGVO übertragbar.

Was ist der Hintergrund der Entscheidung?

Die Verbraucherzentrale NRW hatte die Fashion ID GmbH & Co. KG (Peek & Cloppenburg) abgemahnt, nachdem auf deren Website der „Gefällt-mir“-Button von Facebook eingebunden worden war, ohne dass die Nutzer hierüber ausreichend aufgeklärt wurden und der damit verbundenen Datenübermittlung an Facebook zugestimmt hätten. In der Datenschutzerklärung von Fashion ID hieß es insoweit nur, eine Auswertung der Daten könne verhindert werden, wenn der Nutzer sich zuvor bei Facebook ausloggt. Nachdem Fashion ID nicht zusagen wollte, diese Praxis zukünftig zu ändern und entsprechend eine Unterlassungsverpflichtungserklärung abzugeben, haben wir für die Verbraucherzentrale NRW vor dem Landgericht Düsseldorf Klage erhoben. In erster Instanz waren wir mit der Klage erfolgreich; das Landgericht hat Fashion ID zur Unterlassung des angegriffenen Verhaltens verurteilt. Das Oberlandesgericht Düsseldorf hat in der Berufung die Angelegenheit dem EuGH vorgelegt, damit dieser über die verschiedenen Rechtsfragen zum europäischen Datenschutzrecht entscheidet.

Was ist die Kernaussage des Urteils?

Für die datenschutzrechtliche Bewertung ist es entscheidend, dass eine Übermittlung von Daten an Facebook nicht erst dann erfolgt, wenn ein Nutzer den „Gefällt mir“-Button tatsächlich anklickt. Bedingt durch die Gestaltung des Buttons, die von Face-

book vorgegeben wird, erfolgt eine Datenübermittlung an Facebook bereits dann, wenn der Nutzer eine Website öffnet, bei der der „Gefällt mir“-Button nur eingebunden ist. Für diese Datenerhebung und -übermittlung ist der Websitebetreiber mit verantwortlich, wodurch eine gemeinsame Verantwortlichkeit im Sinne von Art. 26 DSGVO zwischen Facebook und dem Seitenbetreiber entsteht. Die Datenverarbeitung ist dabei nicht privilegiert, sondern muss sich wie jede andere Datenweitergabe an den Anforderungen des Datenschutzrechts messen lassen. Nach Auffassung des EuGH ist insbesondere für die Übermittlung von personenbezogenen Daten im Rahmen der Nutzung des „Gefällt mir“-Buttons eine Einwilligung der Nutzer erforderlich. Für die weitergehende Datenverarbeitung durch Facebook, die sich an die Datenübermittlung anschließt, ist Fashion ID unterdessen nicht mehr (mit-) verantwortlich. Jedenfalls für die erste Phase der Erhebung und Übermittlung müssen aber sämtliche Informationspflichten erfüllt werden, weswegen unter anderem über die Zwecke der Verarbeitung zu informieren ist.

Der EuGH begründet die Annahme einer gemeinsamer Verantwortlichkeit unter anderem damit, dass Fashion ID mit der Einbindung des „Gefällt mir“-Buttons bewusst das Ziel verfolgt, die Werbung für ihre Produkte zu optimieren. Um in den Genuss dieses Vorteils zu kommen, ist Fashion ID bereit, Facebook die Möglichkeit zu gewähren, die Nutzung der eigenen Homepage zu analysieren, indem bei jedem Aufruf der Homepage durch das Nachladen des „Gefällt mir“-Buttons Daten an Facebook übermittelt werden. Fashion ID und Facebook haben insoweit unterschiedliche Interessen, die aber miteinander verknüpft sind. Diese Konstellation reicht dem EuGH als Rechtfertigung einer gemeinsamen Verantwortlichkeit aus, für die gem. Art. 26 DSGVO gemeinsame Zwecke und Mittel der Verarbeitung festgelegt werden müssen.

Daneben präzisiert der EuGH noch in zwei Punkten die Voraussetzungen für die rechtmäßige Verarbeitung personenbezogener Daten bei einer gemeinsamen Verantwortlichkeit: Soweit sich die Verarbeitung auf eine Einwilligung stützt, muss diese von dem Betreiber einer Website, wie im vorliegenden Fall, nur für die Verarbeitungen eingeholt werden, für die er (mit-)verantwortlich ist. Soweit eine Datenverarbeitung auf berechnete Interessen gestützt wird, muss jeder für die Verarbeitung (Mit-)Verantwortliche, also der Betreiber der Website und Facebook als Anbieter des „Gefällt mir“-Buttons, sich auf ein berechtigtes Interesse an der Datenverarbeitung berufen können.

Für Unternehmen hat diese Entscheidung gravierende Bedeutung: Aufgrund der gemeinsamen Verantwortlichkeit drohen beim Einsatz von „Gefällt-mir“-Buttons die gleichen Sanktionen

wie auch gegen Facebook, also beispielsweise Bußgelder in Millionenhöhe und damit verbundene negative Schlagzeilen.

Die Entscheidung dürfte auch auf vergleichbare Funktionen anderer Anbieter übertragbar sein. Dies gilt jedenfalls dann, wenn dort ebenfalls Daten von Seitenbesuchern an die Anbieter übertragen werden, obwohl der Besucher in diese Datenübertragung nicht eingewilligt hat. Insoweit ist Unternehmen zu einer risikobewussten Einbindung von z. B. Instagram, YouTube oder Twitter auf der eigenen Website zu raten. Bezüglich der Nutzung von einfachen Internetlinks ändern sich die Anforderungen durch das EuGH-Urteil unterdessen nicht.

Welche weiteren Fragen hat der EuGH geklärt?

Der EuGH hat auch Stellung zu der Frage genommen, ob es deutschen Verbraucherschutzverbänden zur Wahrung der Interessen von Verbrauchern unter dem alten Datenschutzrecht erlaubt ist, gegen die mutmaßlichen Verletzer zum Schutz personenbezogener Daten Klage zu erheben. Dies hatten Fashion ID und Facebook mit der Begründung abgelehnt, dass das Datenschutzrecht lediglich die Geltendmachung von Datenschutzrechten durch die Betroffenen und die Datenschutz-Aufsichtsbehörden vorsehe.

Dieser Auffassung hat der EuGH eine klare Absage erteilt. Die Klagekompetenz deutscher Verbraucherschutzverbände wurde vom EuGH stattdessen deutlich bestärkt: Das Gericht verwies insoweit darauf, dass die Möglichkeit für Verbände zur Wahrnehmung von Verbraucherinteressen die Schutzziele des Datenschutzrechts fördere. Insbesondere trage die Klagekompetenz gerade dazu bei, dass ein europaweit hohes Datenschutzniveau erreicht werde.

Unter der Geltung der DSGVO besteht diese Streitfrage nicht mehr. Durch die Neufassung des § 2 Abs. 2 S. 1 Nr. 11 Unterlassungsklagegesetz (UKlaG), welcher auf Art. 80 Abs. 2 DSGVO beruht, sind Normen der DSGVO als Verbraucherschutzgesetz anzusehen, soweit diese die Verarbeitung von Verbraucherdaten betreffen. Damit sind Verbraucherschutzverbände zur Abmahnung von Datenschutzverstößen, die gegen Verbraucher begangen werden, aus dem UKlaG ermächtigt.

Was müssen Unternehmen jetzt tun?

Zukünftig ist die Einbindung von „Gefällt-mir“-Buttons und ähnlicher Inhalte nur dann rechtskonform möglich, wenn der Seitenbetreiber die Besucher zuvor über die Funktion des Plugins aufklärt sowie die aktive, informierte Zustimmung in die Datenerhebung und -übermittlung einholt. Dies kann praktisch beispielsweise durch die sogenannte „Zwei-Klick“-Lösung umgesetzt werden, bei der der Seitenbesucher zunächst durch einen ersten Klick das Plugin aktiviert und mit dem zweiten Klick die Funktion des Plugins nutzt. Auch bei dieser Lösung muss aber darauf

geachtet werden, dass die datenschutzrechtlichen Informationspflichten eingehalten werden und die notwendigen Informationen über das eigene Unternehmen und über Facebook in transparenter Form bereitgestellt werden. Soweit die notwendigen Informationen über Facebook dem Webseitenbetreiber nicht bekannt sind, darf das Plugin nicht verwendet werden.

Ähnliche Anforderungen sind zukünftig auch für dem „Gefällt-mir“-Button vergleichbare Dienste zu beachten. So dürfte beispielsweise auch bei der Einbindung von Instagram-Inhalten auf der Website eine dem „Gefällt-mir“-Button vergleichbare Verbindung zu Instagram bzw. Facebook aufgebaut werden. Ähnliches gilt bei der Live-Einbindung von anderen Social-Media-Inhalten. Die Bedeutung des EuGH-Urteils geht somit weit über den Grundfall des „Gefällt-mir“-Buttons hinaus.

Denkbar ist, dass die Social-Plugin-Anbieter ihre eigenen Angebote mit Hinblick auf das EuGH-Urteil zeitnah optimieren. Facebook könnte beispielsweise seinen „Gefällt-mir“-Button umgestalten und es den eigenen Unternehmenskunden dadurch einfacher machen, das Plugin datenschutzkonform zu verwenden. Google bietet beispielsweise für die Einbindung von YouTube-Inhalten ausdrücklich die Option an, den Umfang der übermittelten Daten zu reduzieren und keine Cookies auszulesen. Fehlt es an entsprechenden Möglichkeiten, ist Unternehmen ein Verzicht auf die Nutzung entsprechender Plugins zu empfehlen.

Fazit und Ausblick

Nach dem Urteil des EuGH muss das Oberlandesgericht Düsseldorf unter Berücksichtigung der Vorgaben des EuGH über das Verfahren entscheiden. Aufgrund der relativ klaren Vorgaben durch den EuGH dürfte insoweit nicht mehr mit größeren Überraschungen zu rechnen sein.

Unternehmen ist im Hinblick auf die Entscheidung zu empfehlen, das Facebook-Plugin von der eigenen Website zu entfernen und auf keinen Fall eine direkte Einbindung vorzunehmen. Zugleich sollten Unternehmen genau überprüfen, ob nicht auch andere Dienste eine dem Facebook-Plugin vergleichbare Datenübermittlung vornehmen. In diesem Fällen sollte weiter geprüft werden, ob die Datenübermittlung wie im Beispiel von YouTube zumindest minimiert werden kann.

Soweit Unternehmen derartige Plugins weiterhin nutzen wollen, ist jedenfalls die Datenschutzerklärung diesbezüglich anzupassen. Insbesondere muss dabei auf die gemeinsame Verantwortlichkeit eingegangen werden. Ein bloßes Abwarten, inwieweit Facebook technische Anpassungen vornimmt, kann im Hinblick auf die klare Entscheidung des EuGH nicht empfohlen werden.

Robert Bommel, LL.M. / Dr. Sebastian Meyer, LL.M.

<p>Kontakt:</p> <p>BRANDI Rechtsanwälte Partnerschaft mbB Adenauerplatz 1 33602 Bielefeld</p> <p>Dr. Sebastian Meyer, LL.M. Rechtsanwalt Datenschutzauditor (TÜV) T +49 521 96535 - 812 F +49 521 96535 - 115 M sebastian.meyer@brandi.net www.brandi.net</p>		<p>Kontakt:</p> <p>BRANDI Rechtsanwälte Partnerschaft mbB Adenauerplatz 1 33602 Bielefeld</p> <p>Robert Bommel, LL.M. Wissenschaftlicher Mitarbeiter T +49 521 96535 - 890 F +49 521 96535 - 114 M robert.bommel@brandi.net www.brandi.net</p>	
---	---	--	---