



GEFÄLLT MIR (NICHT) – AUSWIRKUNGEN DES EUGH-URTEILS AUF SOCIAL-MEDIA-PLUG-INS

Der Europäische Gerichtshof hat am 29. Juli 2019 entschieden, dass Webseitenbetreiber für eine eingebundene „Gefällt mir“-Schaltfläche neben Facebook als gemeinsame Verantwortliche mitverantwortlich sind. Dieser Beitrag soll einen Überblick über die sich daraus ergebenden Konsequenzen für Webseitenbetreiber geben.

Urteil – Gemeinsame Verantwortlichkeit

Ausgangspunkt für die EuGH Entscheidung war ein Rechtsstreit zwischen der Verbraucherzentrale NRW und einem Online-Händler.

Die Klage richtete sich auf die Einbindung des Facebook-Like-Buttons auf der Webseite des Händlers. Denn durch die Einbindung eines solchen Social-Media-Plug-ins werden in der Regel beim Besuch der Seite automatisch die Daten der Nutzer (etwa die IP-Adresse) an Facebook weitergeleitet, – unabhängig davon, ob Nutzer den Button aktiv anklicken. Auch wenn der Online-Händler selbst keine Daten an Facebook weiterleitete, bestand der Vorwurf gegen den Online-Händler darin, dass dieser die Datenübertragung an Facebook durch die Einbindung des Plug-ins auf seiner Webseite überhaupt erst ermöglichte und somit mitverantwortlich für die Verarbeitung der personenbezogenen Daten war. Verantwortlich für die Verarbeitung personenbezogener Daten sind laut der DSGVO diejenigen, die über Mittel und Zwecke der Verarbeitung entscheiden (vgl. Art. 4 Nr. 7 DSGVO). Kooperieren Unternehmen miteinander, kann beiden eine gemeinsame Verantwortlichkeit zugesprochen werden. Im vorliegenden Fall entschied der EuGH, dass genau eine solche gemeinsame Verantwortlichkeit von Facebook und dem Webseitenbetreiber gegeben ist.

Konsequenzen für Webseitenbetreibende

Zwar grenzt das Gericht die Verantwortlichkeit der Webseitenbetreiber auf die Erfassung und Übermittlung der Daten ein, jedoch ergeben sich trotzdem erhebliche Folgen für die Betreiber. So muss zum einen zwischen den gemeinsam Verantwortlichen

eine entsprechende Vereinbarung abgeschlossen werden (gem. Art. 26 DSGVO). Eine solche existiert auf Seiten von Facebook sowie auch bei den meisten anderen Onlinediensten bislang noch nicht. Damit ist das Betreiben dieser Plug-ins nach aktueller Rechtsprechung gesetzeswidrig. Außerdem sind Webseitenbetreibende als Mitverantwortliche dazu verpflichtet, über den Einsatz von Social-Plug-ins, Videos, Tracking-Tools etc. entsprechend zu informieren sowie eine Vorab Einwilligung der Nutzer einzuholen. Die Einführung von Cookie-Bannern oder sogenannten Zweiklicklösungen wird somit obligatorisch und die verwendeten Cookies müssen ebenso in der Datenschutzerklärung ausführlich beschrieben werden. ●

FAZIT

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der Einsatz von Facebook-Plug-ins aktuell wegen der mangelnden Mitwirkung von Facebook nicht gesetzeskonform möglich ist. Unternehmen müssen daher die Risiken gegenüber dem Nutzen genau abwägen, bevor sie die Dienste von Facebook und anderer Anbieter auf den eigenen Webseiten weiternutzen. Werden auf der Webseite Plug-ins, Videos, Tracking- und Onlinemarketing-Tools eingesetzt, die Daten der Nutzer erheben, muss der Betreiber eine Einwilligung der Besucher mit Hilfe eines Cookie-banners einholen und in der Datenschutzerklärung über den Einsatz informieren.



David Große Dütting
david.grosse-duetting@curacon.de