

SOCIAL MEDIA UND DATENSCHUTZ

Whitepaper 01/2018

INFO-KASTEN

Beim Einsatz von Social Media im Unternehmen spielen viele rechtliche Aspekte eine Rolle:

- Datenschutz
- Bildrechte
- Impressum
- Kennzeichnungspflicht (Werbung, Influencer Marketing)
- Löschpflichten bei u.a. Beleidigungen
- Umgang im Arbeitsverhältnis (Social Media Guidelines)



FACEBOOK, TWITTER & CO. DATENSCHUTZKONFORM EINSETZEN – DIE AGOR REIHE TEIL I

Die Uhr tickt: Ab den 25. Mai 2018 gilt die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO). Diese bringt erhebliche Änderungen für Unternehmen mit sich, viele Prozesse, interne Abläufe und die Webauftritte müssen angepasst werden.

Im Rahmen der Umsetzung der neuen europäischen Vorgaben dürfen die sozialen Medien nicht vernachlässigt werden. Plattformen wie Facebook, Instagram, oder YouTube haben enormen Einfluss und sind daher eine wichtige Marketing-Maßnahme. Dabei stellt sich jedoch die Frage, ob bei der Nutzung ein angemessenes Datenschutzniveau gewährleistet werden kann?

In unserer AGOR-Reihe „Facebook, Twitter & Co. datenschutzkonform einsetzen“ stellen wir Ihnen in den kommenden Wochen relevante Informationen zu dem Thema vor. Heute: **Social Plug-Ins!**

Social Plug-Ins: Begriffsbestimmung und aktuelle Rechtslage

F: Warum sind Social Plug-Ins datenschutzrechtlich relevant?

A: Social Plug-Ins, wie der „Gefällt-mir“-Button von Facebook, werden regelmäßig auf die eigene Webseite eingebunden. Das Problem: Das Plug-In stellt bereits beim Aufruf der Seite eine Verbindung zu dem sozialen Netzwerk her, sodass personenbezogene Daten des Nutzers – ohne seine Kenntnis – erhoben und verarbeitet werden. Es findet folglich ein User-Tracking durch die Plattform statt.

F: Wie sieht es heute rechtlich aus?

A: Der Einsatz von Social Plug-Ins ist bereits heute rechtlich problematisch. Nach einem Urteil des LG Düsseldorf (09.03.2016, Az.: 12 O 151/15) können sich Unternehmen mit der sog. „2-Klick“-Lösung

Merke: Die dynamische IP-Adresse stellt nach der Rechtsprechung des EuGH ein personenbezogenes Datum dar! Die Social Plug-Ins sind daher auch dann datenschutzrechtlich bedenklich, wenn der Nutzer gar kein Facebook-Konto hat!



*Justyna Rulewicz / Managing Consultant Datenschutz
/ Rechtsanwältin*

So erreichen Sie uns

AGOR AG

Hanauer Landstraße 151-153
60314 Frankfurt
+49 (069) 904 379 65
info@agor-ag.com
jrulewicz@agor-ag.com
www.agor-ag.com

behelfen. Dabei wird das beim Seitenaufruf nicht direkt aktiviert und es werden keine Daten übermittelt, bevor der Nutzer über eine externe Schaltfläche informiert wurde und seine Einwilligung erteilt hat. Achtung: Ein Hinweis in der Datenschutzerklärung reicht nicht aus, um die Rechtswidrigkeit des Einsatzes zu beheben!

„2-KLICK-LÖSUNG“ UND DS-GVO?

Eine wirksame Einwilligung setzt nach Art. 7 EU-DS-GVO u.a. Transparenz voraus. Das bedeutet, dass der Nutzer vollumfassend wissen muss, in was er genau einwilligt. Ihm muss mitgeteilt werden, welche Daten von bspw. Facebook erhoben und wie diese genutzt werden. Der Webseitenbetreiber verfügt jedoch nicht über diese internen Informationen der sozialen Plattformen. Knapp zusammengefasst kann das Unternehmen daher i.d.R. keine wirksame Einwilligung zur Nutzung des Plug-Ins einholen!

Ein weiteres (praktisches) Problem liegt in der Beweisbarkeit. Im Falle eines Prozesses müssen Sie nachweisen können, dass Sie die Einwilligung wirksam eingeholt haben. Dies wird praktisch jedoch nur über das sog. Double-Opt-In-Verfahren

SHARRIFF-BUTTON-LÖSUNG

Aufgrund des Vorgesagten kann der weitere Einsatz der „2-Klick-Lösung“ nicht empfohlen werden. Der Nachfolger „Shariff“- ein Open-Source-Programm, das durch heise online entwickelt wurde - kann aber für eine datenschutzkonforme Nutzung sorgen.

Anders als bei üblichen Share-Buttons trackt man bei der „Shariff-Lösung“ nicht direkt bei Besuch der Webseite. Vielmehr stellt der Shariff-Button den direkten Kontakt zwischen Social Plattform und dem Nutzer erst dann her, wenn dieser aktiv auf den Button klickt.

UMSETZUNG IN DER PRAXIS

Durch die DS-GVO wird der Einsatz von Social Plug-Ins zwar nicht grundsätzlich verboten, im Hinblick auf die drohenden hohen Bußgelder besteht jedoch dringender Handlungsbedarf. Empfehlenswert sind dabei folgende Möglichkeiten:

- Verzicht auf Plug-Ins
- Alternativ Verlinkung auf das eigene Social Media Profil
- Einsatz der Shariff-Lösung

AGOR GOES TWITTER!

Sie finden uns ab sofort auch auf Twitter unter **@die_agor_ag** mit vielen weiteren datenschutzrechtlichen Informationen, Meinungen und praxisrelevanten Tipps! Wir freuen uns auf Ihren Besuch und den angeregten Austausch.