

Facebook-Fanpages: EuGH nimmt auch Händler in die Pflicht

Facebook-Fanpages: Europäischer Gerichtshof nimmt auch Händler in die Pflicht

Facebook bietet Unternehmen zahlreiche Möglichkeiten und Chancen: Zum einen können sie über Fanpages des sozialen Netzwerks mit ihren Kunden und Interessenten in Verbindung bleiben und auch Hilfestellung geben. Zum anderen sind sie in der Lage, über diesen Kanal Dienstleistungen und Produkte zu vermarkten, Neuigkeiten bzw. Aktionen zu verkünden oder Informationen sonstiger Art zu hinterlegen.

Umso gravierender ist die Entwicklung, die vor wenigen Wochen im Rahmen einer Entscheidung des Europäischen Gerichtshofes in Gang gebracht wurde: Das Gericht hat sich nämlich mit der Frage beschäftigt, wer für die Speicherung, Verarbeitung und grundlegenden Nutzung sensibler Userdaten in dem Netzwerk verantwortlich ist – Facebook oder die Unternehmen, die eine Fanpage betreiben?

Händler haben bei der Datenverarbeitung ihre Finger im Spiel

Die Antwort auf die Frage nach der Haftung lautet: beide. Der EuGH urteilte, dass sowohl Facebook als auch die irische Tochtergesellschaft Facebook Ireland für die Verarbeitung personenbezogener Nutzerdaten als „Verantwortliche“ gelten, schließlich entschieden sie „in erster Linie über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung dieser Daten“, lässt sich im Urteil lesen.

Darüber hinaus werden im Zuge der Entscheidung jedoch auch die Unternehmen bzw. Fanpage-Betreiber selbst in die Mithaftung genommen, da sie ebenfalls an der Entscheidung beteiligt sind, zu welchem Zweck und Mittel die personenbezogenen Nutzerdaten verarbeitet werden. In diesem Atemzug nennt der Europäische Gerichtshof beispielsweise demografische oder auch geografische Daten (wie beispielsweise Alter, Geschlecht und Lebensstil oder die regionale Ansässigkeit eines Users).

Warum ist das Urteil problematisch?

Grundsätzlich soll die gerichtliche Entscheidung dazu führen, dass den Besuchern von Fanpages ein umfassender Schutz ihrer Rechte gewährt wird. Dabei verändert das Urteil des Europäischen Gerichtshofes allerdings die bisherige Nutzung von Facebook für alle Unternehmen bzw. Fanpage-

Betreiber. Denn es verpflichtet sie dazu, die Fanpage-Besucher umfassend darüber zu informieren, wer welche Daten zu welchem Zweck und mit welchen Mitteln erhebt und verarbeitet und welche Daten in welchem Umfang gespeichert und eventuell an Dritte weitergegeben werden. Kurz gesagt: Sie müssen die User umfassend zur Datenerhebung, -verarbeitung und -speicherung informieren.

Das Problem an der Sache ist allerdings, dass niemand genau weiß, wie das System hinter Facebook funktioniert, welche Daten genau erhoben und ausgewertet werden und wer noch Zugriff auf sensible Informationen hat. Und obwohl sie eben mit Blick auf die Datennutzung des Netzwerkes keinen Einfluss haben, sind sie von der Haftung nicht befreit.

Auch das Gericht sah einen bestimmten Fakt daher als unumgänglich an: Facebook muss künftig transparenter werden als bisher und quasi mithelfen, dass Unternehmen ihren Informationspflichten nachkommen können. Ganz uneigennützig wird eine entsprechende Wandlung des Konzerns hin zu mehr Transparenz nicht sein, denn schließlich ist auch Facebook daran interessiert, dass Unternehmen im eigenen Netzwerk aktiv sind und um Kunden werben. Auf diesem Weg verdient das Unternehmen schließlich Geld.

Und jetzt? – Darauf müssen Fanpage-Betreiber achten

In der Praxis sieht die Konsequenz auf das Urteil folgendermaßen aus: Fanpage-Betreiber müssen ihrer Mitverantwortung nachkommen, indem sie eine entsprechende Datenschutzerklärung hinterlegen, in der sie die Besucher detailliert darüber aufklären, wie ihre Daten erhoben, genutzt und gespeichert werden. Ohne juristische bzw. anwaltliche Hilfe wird es wohl für die Unternehmen nur sehr schwer werden, vollständige und vor allem rechtskonforme Datenschutzerklärungen zu erstellen.

Nun sollten Händler Ruhe bewahren und professionelle Hilfe von fachkundigen Juristen einholen. Auch der [Händlerbund](#) hat für seine Mitglieder eine entsprechende Datenschutzerklärung parat, sodass sie ihre Informationspflichten erfüllen können. Wenn Sie sich als Kunde der SEO-Küche jetzt für die umfangreichen Rechtsdienstleistungen des Händlerbundes entscheiden, erhalten Sie mit dem **Rabattcode P822#2015** einen **Nachlass von 3 Monaten** auf das Mitgliedschaftspaket Ihrer Wahl im ersten Jahr.

Ein Gastbeitrag von Tina Plewinski

Über die Autorin

Als Redakteurin von OnlinehändlerNews ist Tina Plewinski seit Anfang 2013 in der Welt des Online-



Handels zu Hause. Zudem hat sie ein besonderes Faible für Amazon und verfolgt mit Spannung alle Neuerungen und Entwicklungen des Online-Riesen. Nicht umsonst zeigt sie sich als Redakteurin vom Dienst für den Amazon Watchblog verantwortlich und verfolgt mit Spannung jegliche Innovationen und Geschäftskonzepte des US-Riesen.

Titelbild © RS-Studios / Fotolia

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX