

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

LG Frankfurt am Main: Unrichtige Datenschutzbelehrung zu Facebook-Plugins nicht unlauter

Das LG Frankfurt hatte im Rahmen seiner Entscheidung (Urteil vom 11.09.2014, Az.: 2-03 O 27/14) die Meinung vertreten, dass in der unrichtigen datenschutzrechtlichen Belehrung zu sog. Facebook-Plugins kein unlauteres Verhalten zu erblicken sei. Das Gericht begründet seine Ansicht damit, dass die streitentscheidende Norm des § 13 Abs. 1 TMG keine Marktverhaltensregelung darstelle. Lesen Sie mehr zur Entscheidung des Gerichts in unserem heutigen Beitrag:

1. Was war passiert?

Stein des Anstoßes war eine Abmahnstreitigkeit zweier Webshop-Betreiber. Der Kläger beanstandete die Datenschutzerklärung des Beklagten in dessen Online-Shop. Die dortige Datenschutzerklärung enthielt unter der Rubrik „Weitergabe personenbezogener Daten“ die folgende Belehrung:

“

"Eine Weitergabe Ihrer Daten an Dritte ohne ihre ausdrückliche Einwilligung erfolgt nicht. Ausgenommen hiervon sind lediglich unsere Dienstleistungspartner, die wir zur Abwicklung des Vertragsverhältnisses benötigen. In diesen Fällen beachten wir strikt die Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetzes. Der Umfang der Datenübermittlung beschränkt sich auf ein Mindestmaß."

”

Der Kläger monierte hierbei, dass **keine ausreichende datenschutzrechtliche Belehrung** erfolgt sei, da sehr wohl Daten an Dritte weitergegeben werden würden und zwar durch die Verwendung sog. Facebook-Plugins ("Gefällt-mir"- bzw. "Like"-Button). Auch sei die Datenweitergabe nach der klägerischen Auffassung nicht durch den Vertragsabwicklungszweck gerechtfertigt gewesen. Der Kläger verfolgte den geltend gemachten Unterlassungsanspruch, der es dem Beklagten untersagen lassen soll, die genannte Datenschutzpassage zu verwenden, wenn zugleich der "Gefällt-mir"-Button von Facebook verwendet wird.

2. Hintergrund

Die beklagte Partei hatte im Webshop den sog. „**Gefällt mir**“- bzw. "**Like**"-Button von Facebook verwendet. Bei einer Betätigung des Facebook-Plugins wird den Facebook-Freunden des Webseitenbesuchers angezeigt, dass diesem die damit verknüpfte Ware gefällt. Hierdurch wird die Ware einem erweiterten potentiellen Verbraucherkreis angezeigt. Gleichzeitig werden bei einer Betätigung des „Gefällt-mir“-Buttons die Daten des Nutzers **automatisch** an Facebook weitergeleitet. Eine Einwilligung ist nicht vorgesehen. Der Betreiber des Webshops hat auf diese automatische Weiterleitung keinen Einfluss (auch weiß der Verwender dieser Facebook-Plugins nicht genau, welche Daten überhaupt genau erhoben werden).

Da es sich bei der Weitergabe von Daten an Facebook um einen Automatismus handelt, auf den weder der Webshopbetreiber, noch der Verbraucher Einfluss nehmen können, wäre zumindest eine datenschutzrechtliche Belehrung gefordert, welche (bestmöglich) darüber informiert, dass personenbezogene Daten an Facebook weitergegeben werden. Das OVG Schleswig-Holstein (Urteil vom 04.09.2014, Az.: 4 LB 20/13) hatte hier erst unlängst entschieden, dass der Betreiber einer Facebook-Fanseite nicht für die allein von Facebook vorgenommene Verarbeitung personenbezogener Daten von Besuchern der Facebook-Fanpage verantwortlich ist. Das OVG Schleswig-Holstein begründete seine Ansicht gerade damit, dass der Betreiber der Facebook-Fanpage keinen Einfluss auf die technische und rechtliche Ausgestaltung der Datenverarbeitung bei Facebook habe.

3. Die Entscheidung des Gerichts

Das LG Frankfurt **wies** die Klage hinsichtlich des begehrten Unterlassungsanspruchz in Bezug auf die verwendete Datenschutzklausel trotz Verwendung des "Gefällt-mir"-Buttons von Facebook **zurück**.

Das Gericht ließ die Klage aus rein wettbewerbsrechtlichen Gründen scheitern. Es begründete seine Rechtsansicht damit, dass einem Unterlassungsanspruch gem. § 4 Nr. 11 UWG nur dann stattgegeben werden könne, sofern eine Marktverhaltensregel verletzt werde. Dieses sei nur dann der Fall, wenn § 13 TMG als eine solche Marktverhaltensregelung aufzufassen sei. Das frankfurter Gericht sah allerdings § 13 TMG **nicht als eine Marktverhaltensregelung** an und begründete seine Rechtsansicht folgendermaßen:

“

"Die fehlende Unterrichtung über die Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit dem „Gefällt mir“-Button wirkt sich nämlich – im Gegensatz zu geschäftsbezogenen Informationen wie etwa der unrichtigen oder unvollständigen Belehrung der Verbraucher über ein etwaiges Widerrufs- oder Rückgaberecht – nicht auf das kommerzielle Verhalten des Besuchers der Webseite aus. Zweck der Informationspflicht des § 13 Abs. 1 TMG ist es, sämtlichen Nutzern von Telemediendiensten allgemein die Möglichkeit zu bieten, sich einen umfassenden Überblick über die Erhebung und Verwendung ihrer personenbezogenen Daten sowie über mögliche Alternativen verschaffen

zu können, nicht aber Verbraucher vor der Beeinflussung ihrer geschäftlichen Entscheidungen zu schützen. Einen solchen Schutz der Allgemeinheit bezweckt § 4 Nr. 11 UWG gerade nicht. Soweit sich § 13 Abs. 1 TMG auch auf Verbraucher bezieht, ist dies für sich nicht ausreichend. Erforderlich ist vielmehr, dass das Schutzobjekt der jeweiligen Norm gerade aufgrund seiner Marktteilnahme in seinen Interessen betroffen ist, woran es hier fehlt. Der Facebook-Nutzer, der das Plugin nutzt, ist nicht Adressat von unerwünschter Werbung, sondern sorgt selbst dafür, dass die betreffenden Inhalte auf seiner Facebook-Seite veröffentlicht werden. Der angemeldete Facebook-Nutzer, der den Button nicht betätigt, erhält bereits keine Werbung, die unmittelbar durch den Besuch der betreffenden Seite veranlasst wurde (vgl. Schüßler, jurisPR-ITR 12//2011 Anm. 2)."

”

Die Rechtsansicht des frankfurter Gerichts ist allerdings mit Vorsicht zu genießen, da es durchaus Gerichte gibt, die eine **konträre Ansicht** bezüglich der Frage vertreten, ob es sich bei § 13 TMG um eine Marktverhaltensregelung handelt. Das OLG Hamburg etwa urteilte im Fall des vollständigen Fehlens einer gem. § 13 TMG notwendigen Datenschutzerklärung in einem Webshop, dass dieses **durchaus einen abmahnfähiger Wettbewerbsverstoß darstelle**, vgl. OLG Hamburg, Urteil vom 27.06-2013, Az: 3 U 26/12. Das hanseatische Gericht begründete seine Rechtsansicht damit, dass § 13 TMG das Ergebnis einer EU-Datenschutzrichtlinie sei, die ein einheitliches Datenschutzniveau auf europäischer Eben gewährleisten solle. Ziel der Richtlinie sei die Schaffung gleicher wettbewerbsrechtlicher Voraussetzungen für alle Marktteilnehmer. Aus diesem Grunde handele es sich bei § 13 TMG um eine Marktverhaltensregelung.

4. Das Fazit:

Die Frage, ob die Verletzung von Datenschutzrecht einen abmahnfähigen Wettbewerbsverstoß darstellt, wird in der Rechtsprechung **uneinheitlich** beantwortet. Teilweise wird für den Fall eines Fehlens von Datenschutzvorschriften ein Verstoß angenommen, für den Fall einer fehlerhaften Datenschutzerklärung hingegen wird (wie im Fall des LG Frankfurt am Main) ein Verstoß gegen wettbewerbsrechtliche Vorschriften abgelehnt. Am sichersten handeln Online-Händler, wenn diese eine ordnungsgemäße Datenschutzerklärung in Ihren Auftritten vorhalten, hierbei sollte vor allem über verwendete Social-Plugins (wie z.B. von Facebook, Twitter, Google+, etc) belehrt werden!

Schon gewusst? Die IT-Recht Kanzlei bietet Online-Händlern eine rechtssichere Datenschutzerklärung! Bei Fragen zur Erstellung einer rechtssicheren Datenschutzerklärung kontaktieren Sie gerne die IT-Recht Kanzlei!

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt