

## **Like-Button: Den Gerichten gefällt das nicht**

Das Landgericht Düsseldorf hat entschieden, dass die auf Webseiten oft anzutreffenden „Gefällt mir-Buttons“ oder „Like-Buttons“ von Facebook rechtswidrig sind.

Zur datenschutzkonformen Verwendung wäre es erforderlich, dass der betroffene Nutzer, der die Seite im Web ansteuert, vorab darüber vollständig und ausdrücklich informiert wird, dass und welche Daten an Facebook gesendet werden und was Facebook mit diesen Daten macht. Erst, wenn er in diese Nutzung seiner Daten ausdrücklich eingewilligt hat dürfen die Daten an Facebook fließen. Nur: Die Daten fließen de facto schon in dem Moment, in dem der Nutzer auf die Seite geht, ohne dass er das verhindern kann und auch ohne, dass er selbst Facebook-Mitglied sein muss oder bei Facebook in dem Moment eingeloggt sein muss.

Das bedeutet für alle Webseitenbetreiber mit diesem Button: Unverzüglich handeln. Die Abmahnwelle wird kommen.

Konkret ging es in dem Verfahren darum, dass die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen gegen das Bekleidungsunternehmen Peek & Cloppenburg geklagt hat, da über das auf deren Webseite installierte Gefällt mir-Plugin bereits beim einfachen Aufrufen Daten über das Surfverhalten eines jeden Nutzers an Facebook weitergegeben wurden.

Denn: Schon beim Besuch solcher Webseiten werden automatisch Daten der Besucher (zum Beispiel die IP-Adresse) an Facebook übertragen. Der Nutzer bekommt von diesem Übertragungsvorgang in der Regel überhaupt nichts mit. Nach dem geltenden deutschen Datenschutzrecht müssen Nutzer aber ausdrücklich informiert werden, wenn ihre Daten an Dritte übertragen werden.

Die Richter des Landgerichts Düsseldorf entschieden daher so, wie es zu vermuten war: Sollten Unternehmen den Gefällt mir-Button auf der eigenen Internetseite installiert haben, so dürfen die dadurch gesammelten Kundendaten nicht ohne die ausdrückliche Zustimmung des Nutzers an Facebook weitergegeben werden, lautet es in der Urteilsbegründung. Die Installation des Facebook Gefällt mir-Buttons verletze einschlägige Datenschutzvorschriften, so die Richter, da dadurch unter anderem die IP-Adresse des Nutzers ohne dessen ausdrückliche Zustimmung an Facebook weitergeleitet werde.

Technisch betrachtet funktioniert das so: Facebook legt mit dem Gefällt mir-Button Cookies auf dem Computer des Webseitennutzers ab. Dadurch werden die Nutzerdaten automatisch an Facebook weitergeleitet, da der Internetbrowser eine Verbindung mit den Servern von Facebook aufbaut. Mit Hilfe der so gesetzten Cookies können einmal registrierte IP-Adressen wiedererkannt und so anonyme Surfprofile der Nutzer erstellt werden.

*(Landgericht Düsseldorf, Urteil vom 09.03.2016, Aktenzeichen: 12 O 151/15)*

## **Tipps für Webseitenbetreiber - Was ist zu tun?**

Wenn Sie den Button auf Ihrer Webseite verwenden, dann sollten Sie schnellstmöglich handeln. Entweder entfernen Sie das entsprechende Plug-In vollständig oder Sie verwenden die so genannten Zwei-Klick-Plugins, die wir seit langem unseren Mandanten empfehlen: Die Buttons sind so zuerst deaktiviert und übermitteln keine Daten. Der erste Klick aktiviert die Buttons. Erst dann beginnt die Datenübermittlung. Verbunden sind die Buttons mit Informationen zu den Auswirkungen des ersten Klicks. Mit dem zweiten Klick kann man dann liken so viel man möchte. Diese Variante ist datenschutzkonform, wenn auch nicht so bequem, wie es viele Marketingstrategen gerne hätten.

Aber die Konsequenz eines „weiter so“ lautet eben: Abmahnung. Und diese kann schnell einmal tausend Euro kosten.

## Werbung in Autoreply-Mail

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat entschieden, dass eine gegen den zuvor geäußerten Willen des Empfängers automatisiert (also als so genannte Autoreply-Mail) übersandte E-Mail mit – zumindest auch – werblichem Inhalt eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts des Empfängers darstellt und dieser damit einen Unterlassungsanspruch hat, also damit der Absender der Mail auch kostenpflichtig abgemahnt werden kann.

In dem konkreten Fall wandte sich der Kläger mit der Bitte um Bestätigung einer von ihm ausgesprochenen Kündigung per E-Mail an die Beklagte. Die Beklagte bestätigte den Eingang der E-Mail des Klägers mit einer automatisierten Rückmail. Das war schon daran zu erkennen, dass im Betreff *"Automatische Antwort auf Ihre Mail (...)"* stand.

In der E-Mail stand:

*"Sehr geehrte Damen und Herren,*

*vielen Dank für Ihre Nachricht. Wir bestätigen Ihnen hiermit den Eingang Ihres Mails. Sie erhalten baldmöglichst eine Antwort.*

*Mit freundlichen Grüßen*

*Ihre S. Versicherung*

*Übrigens: Unwetterwarnungen per SMS kostenlos auf Ihr Handy. Ein exklusiver Service nur für S. Kunden. Infos und Anmeldung unter (...)*

*Neu für iPhone Nutzer: Die App S. Haus & Wetter, inkl. Push Benachrichtigungen für Unwetter und vielen weiteren nützlichen Features rund um Wetter und Wohnen: (...)*

*\*\*\*Diese E-Mail wird automatisch vom System generiert. Bitte antworten Sie nicht darauf.\*\*\**

Mit einer späteren E-Mail wandte sich der Kläger nochmals an die Beklagte und beanstandete, dass die automatisierte Antwort-Mail Werbung enthalte. Damit sei er nicht einverstanden.

Auf diese E-Mail, sowie eine weitere, später gesandte Mail mit einer Sachstandsanfrage erhielt der Kläger wiederum die automatisierte Empfangsbestätigung mit dem obigen Inhalt.

Der Kläger beantragte, die Beklagte zu verurteilen, es zu unterlassen, zum Zwecke der Werbung mit ihm ohne sein Einverständnis per E-Mail Kontakt aufzunehmen oder aufnehmen zu lassen.

Der BGH entschied, dass „jedenfalls“ die Übersendung der zweiten Bestätigungsmail mit Werbezusatz den Kläger in seinem allgemeinen Persönlichkeitsrecht verletzt hat, weil sie gegen seinen zuvor erklärten ausdrücklichen Willen erfolgt ist.

*(BGH, Urteil vom 15.12.2015, Aktenzeichen VI ZR 134/15)*

## Fazit

Leider hat sich der BGH um die Frage „gedrückt“, ob schon die erste automatische Werbemail rechtswidrig war. Denn er hat entschieden, dass „jedenfalls“ die zweite Werbemail nicht mehr

hätte versandt werden dürfen. Er musste also nicht entscheiden, ob auch ohne den zuvor ausdrücklich erklärten Willen des Empfängers eine solche Mail unzulässig ist.

Nichtsdestotrotz muss festgestellt werden, dass derjenige, der ein solches automatisiertes Beantwortungsmailing betreibt, ganz schnell in die Falle tappen muss, denn wenn der Empfänger auf die erste Autoreply-Mail hin gleich reagiert und den werblichen Teil rügt, dann wird er ja automatisch dieselbe Mail wieder bekommen und hat damit einen „Abmahngrund“ geschaffen.

Also muss als mindeste Maßnahme das System so umgestellt werden, dass – beispielsweise durch Worterkennungssoftware o.ä. – inhaltlich die erste Mail daraufhin untersucht wird, ob ein Widerspruch gegen Werbung enthalten ist. Oder, einfacher, es wird einfach keinerlei Werbung in seinen solchen vorformulierten Mailtext gepackt. Die Anreizwirkung solcherlei Werbung dürfte nach meinem Dafürhalten ohnehin sehr überschaubar sein.

## **Abmahnungen und Klagen jetzt auch durch Verbände**

Verbraucherschutzverbände in Deutschland können künftig auch bei Verstößen gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen außergerichtlich und gerichtlich vorgehen. Das regelt das am 24.2.2016 in Kraft getretene „Gesetz zur Verbesserung der zivilrechtlichen Durchsetzung von verbraucherschützenden Vorschriften des Datenschutzrechts“.

Das Gesetz räumt bestimmten Verbänden und Institutionen, wie beispielsweise Verbraucherschutzverbänden, Berufsverbänden und Industrie- und Handelskammern, Unterlassungs- und Beseitigungsansprüche bei Verstößen gegen im Gesetz benannte verbraucherschützende Vorschriften ein. Diese Einrichtungen müssen dabei nicht nachweisen als Organisation selbst von dem Verstoß betroffen zu sein, können also in eigenem Namen aber für die Verbraucher und Betroffenen agieren.

Der Anspruch besteht jedoch nur dann, wenn die Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung der Daten zu bestimmten wirtschaftlichen Zwecken erfolgt, die über die bloße Erfüllung eines Schuldverhältnisses zwischen dem Unternehmer und dem Verbraucher hinausgehen. Zu diesen Zwecken gehören u.a. Werbung, Markt- und Meinungsforschung, das Betreiben einer Auskunftsteil, Profiling sowie der Adress- und Datenhandel.

In Gerichtsverfahren, die einen Unterlassungs- oder Beseitigungsanspruch wegen eines Datenschutzverstößes zum Gegenstand haben, muss künftig zudem die zuständige Datenschutzbehörde angehört werden, soweit nicht im Wege einstweiligen Rechtsschutzes ohne mündliche Verhandlung entschieden wird.

## **Fazit**

Damit wird ein weiterer Schritt zur Stärkung des Datenschutzes in Deutschland gemacht. Ein Grund mehr, dass alle Unternehmen und Firmen die Einhaltung aller datenschützender Vorschriften überprüfen und ggf. nachbessern. Denn sonst drohen Abmahnungen und Unterlassungsklagen.

Timo Schutt  
Rechtsanwalt  
Fachanwalt für IT-Recht  
[www.schutt-waetke.de](http://www.schutt-waetke.de)  
[ra-schutt@schutt-waetke.de](mailto:ra-schutt@schutt-waetke.de)