# Schluss mit lustig: Like-Button nicht mehr ohne Weiteres einsetzbar

Der Like-Button von Facebook ist Verbraucherschützern schon lange ein Dorn im Auge. Problem bei dem Button: Er sammelt Daten der Website-Besucher und überträgt diese an Facebook. Und zwar völlig unabhängig davon, ob der Besucher ein Profil bei Facebook hat oder nicht. Dafür ist eine ausdrückliche Einwilligung der Seitenbesucher erforderlich, bestätigte nun das LG Düsseldorf.

Das LG Düsseldorf (Urt. v. 9.3.2016, 12 O 151/15) hat entschieden, dass der Facebook Like-Button nicht mehr einfach so auf Websites eingebaut werden darf.

Hintergrund ist, dass mittels Like-Buttons zahlreiche Daten von Website-Besuchern direkt an Facebook übertragen werden – und das selbst dann, wenn die Besucher gar kein Profil bei Facebook haben.

Eine solche umfangreiche Datenübertragung ist nach Ansicht der Verbraucherzentrale NRW nur durch vorherige ausdrückliche Einwilligung der Website-Besucher zulässig. Die VZNRW mahnte daher mehrere Unternehmen ab und klagte dann unter anderem vor dem LG Düsseldorf.

> *"Der Kläger ist der Auffassung, die Integration der "Gefällt mir"-Funktion im Zusammenhang mit der verwendeten Datenschutzinformation stellte eine unerlaubte geschäftliche Handlung dar und sei nach § 4 Nr. 11 UWG i.V.m. §§ 12, 13 TMG sowie § 5 Abs. 1 UWG wettbewerbswidrig. […]*
>
> *Die Übermittlung der IP-Adresse, die im Falle früheren Einloggens bei Facebook für Facebook die Erkennung von Nutzern auch ohne Anklicken des Buttons ermögliche, sei ohne datenschutzrechtliche Einwilligung unzulässig.*
>
> *Eine Datenschutzerklärung, die nicht wie der Button selbst direkt bei Aufruf der Seite erfolge, entspreche nicht den telemedienrechtlichen Vorgaben, da sie nicht vorherig erfolge.*
>
> *Auch kläre die Belehrung unvollständig über die Arbeitsweise und Datenverwendung des Plugins auf. Die Pflicht zur Information treffe die Beklagte selbst, sie sei wegen der Möglichkeit zum Einwirken auf den Verarbeitungsvorgang durch Entfernen des Buttons verantwortlich, und eine Bezugnahme auf Datenschutzrichtlinien von Facebook sei unzureichend."*

## Einsatz des Facebook Like-Buttons ist unzulässig

Das Gericht folgte der Argumentation der VZNRW und entschied, es sei wettbewerbswidrig, den Like-Button ohne vorherige ausführliche Informationen einzusetzen:

> *"Die Nutzung des Facebook-Plugins "Gefällt mir" auf der Webseite der Beklagten, ohne dass die Beklagte die Nutzer der Internetseite vor der Übermittlung deren IP-Adresse und Browserstring an Facebook über diesen Umstand aufklärt, ist unlauter im Sinne des § 3a UWG i.V.m. § 13 TMG.*
>
> *Nach § 13 Abs. 1 Satz 1 TMG hat der Betreiber eines Telemediendienstes den Nutzer zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten sowie über die Verarbeitung seiner Daten in Staaten außerhalb des Anwendungsbereichs des EWR in allgemein verständlicher Form zu unterrichten. Dieser Pflicht ist die Beklagte hinsichtlich ihrer Internetseite in dem Stand, der der gerichtlichen Beurteilung unterliegt, nicht nachgekommen."*

# Datenübertragung nicht notwendig

Eine derartige Übertragung von Daten, wie sie durch das Plugin stattfindet, kann auch nicht mit technischer Notwendigkeit zum Betrieb der Webseite rechtfertigt werden.

> *“Der “Gefällt mir”-Button ist für den Betrieb der Seite der Beklagten nicht unabdinglich. Vielmehr ist sie, wie jede Webseite, auch ohne Social Plugins zu betreiben und für die Nutzer aufzurufen.*
>
> *Eine große Verbreitung der Plugins oder Vorteile für die Beklagte auf Grund eines Marketing-Effekts führen nicht dazu, dass diese das Plugin in der beanstandeten Weise zwingend einzusetzen hätte.”*

# Einwilligung erforderlich

Auch auf eine Einwilligung zur Rechtfertigung der Datenübertragung konnte sich die Beklagte nicht stützen.

> *“Personenbezogene Daten dürfen zur Bereitstellung von Telemedien nur erhoben und verwendet werden, sofern das TMG oder eine andere telemedienrechtliche Vorschrift dies erlauben oder der Nutzer eingewilligt hat. § 12 Abs. 1 TMG wiederholt damit das in § 4 Abs. 1 BDSG erhaltene Datenverarbeitungsverbot mit Erlaubnisvorbehalt für Telemedien.*
>
> *Eine elektronische Einwilligung ist zulässig, sofern sie die Voraussetzungen des § 13 Abs. 2 TMG erfüllt. Danach ist u.a. sicherzustellen, dass der Nutzer seine Einwilligung bewusst und eindeutig erteilt hat. Dies setzt eine aktive Handlung des Nutzers, wie etwa das Setzen des Häkchens in einer Checkbox, voraus.*
>
> *Eine Einwilligung ist zudem nur zulässig, wenn sie auf der freien Entscheidung des Betroffenen beruht. Weiter ist er auf den vorgesehenen Zweck der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung sowie ggf. auf die Folgen der Verweigerung der Einwilligung hinzuweisen (§ 4a Abs. 1 BDSG).*
>
> *Dies bedeutet, dass eine Einwilligung freiwillig und informiert zu erfolgen hat. Die Einwilligung muss der Datenverarbeitung vorangehen und darf nicht erst nachträglich eingeholt werden. Die Einwilligung wiederum verlangt, dass der Nutzer über die Weitergabe seiner Daten vorher unterrichtet wird.”*

Eine solche vorherige Abfrage einer Einwilligung war auf der Seite der Beklagten aber nicht vorgesehen.

# 2-Klick-Lösung zulässig?

Ob die sog. 2-Klick-Lösung, bei der der Like-Button vom Besucher selbst erst “aktiviert” werden muss, die gesetzlichen Voraussetzung erfüllt, ließ das Gericht ausdrücklich offen.

Bei der 2-Klick-Lösung muss wohl bezweifelt werden, ob die Einwilligung wirksam ist, da die Informationen über die Datenverarbeitung und Nutzung einem Gericht wahrscheinlich nicht ausführlich genug sein dürfte.

# Fazit

Statt dem Like-Button könnten Online-Händler z.B. Shariff Buttons verwenden, bei denen keine Datenübertragung wie beim Gefällt-mir Button stattfindet.

Die Entscheidung des LG Düsseldorf ist noch nicht rechtskräftig, das beklagte Unternehmen hat

noch die Möglichkeit, Berufung hiergegen einzulegen. Dann müsste sich das OLG Düsseldorf mit dem Fall befassen.

Das Urteil im Volltext können Sie hier auf der Seite der VZNRW abrufen. Die vollständige Urteilsdatenbank der Verbraucherzentrale NWR können Sie hier finden. (mr)