



Facebook-Like-Button und Webanalyse im Focus der Datenschutz-Aufsichtsbehörden

Mitgliederversammlung 2011
der Bayerischen Gesellschaft zur Förderung des Datenschutzes e.V.
am 15. Dezember 2011

Rechtsanwalt Dr. Sebastian Kraska

Externer Datenschutzbeauftragter

Tel.: 089 5130 3920

Internet: www.iitr.de

E-Mail: skraska@iitr.de



Facebook-Like-Button und Webanalyse

Technische
Ausgangslage

Übersicht

Webanalyse:
Rechtlicher
Rahmen

A. Technische Ausgangslage

Der Fall
„Google
Analytics“

B. Rechtlicher Rahmen bei Webanalyse-Werkzeugen

C. Der Fall „Google Analytics“

Streit um
Facebook
Like Button

D. Streit um den Facebook Like Button

- Technische Ausgangslage
- Webanalyse: Rechtlicher Rahmen
- Der Fall „Google Analytics“
- Streit um Facebook Like Button

A. Technische Ausgangslage (1/5)

- Analyse des Benutzerverhaltens von Webseitenbesuchern
- „Relevanz“ maßgebliches Kriterium im Internet
- Trend zur Personalisierung (Facebook, Google+ etc.)

- Technische Ausgangslage
- Webanalyse: Rechtlicher Rahmen
- Der Fall „Google Analytics“
- Streit um Facebook Like Button

A. Technische Ausgangslage (2/5)

Google Analytics

- Basiert auf vollen IP-Adressen
- Verknüpfung mit Google AdWords Konto



A. Technische Ausgangslage (3/5)

Facebook Like Button

- Einbindung auf Webseiten

28.08.2011

Drucken | Senden | Feedback | Merken

Like-Button

Datenschützer nennen Facebook-Praxis
rechtswidrig

Von Konrad Lischka

Unterstützung für Schleswig-Holsteins Datenschützer: Drei weitere deutsche Landesbehörden bewerten die Datensammlung per Like-Button als rechtswidrig. Die Datenschützer in Niedersachsen und Rheinland-Pfalz warnen Seitenbetreiber vorm Einbinden der Facebook-Codes.

[Tweet](#) 155 [Empfehlen](#) 548 [i](#)

Quelle: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,782939,00.html>

A. Technische Ausgangslage (4/5)

Facebook Like Button

- Internetautzung wird in Facebook abgebildet

Like Button

Core Concepts > Social Plugins > Like Button

The Like button lets a user share your content with friends on Facebook. When the user clicks the Like button on your site, a story appears in the user's friends' news feed with a link back to your website.

When your Web page represents a real-world entity, things like movies, sports teams, celebrities, and restaurants, use the Open Graph protocol to specify information about the entity. If you include Open Graph tags on your Web page, your page becomes equivalent to a Facebook page. This means when a user clicks a Like button on your page, a connection is made between your page and the user. Your page will appear in the "Likes and Interests" section of the user's profile, and you have the ability to publish updates to the user. Your page will show up in some places that Facebook pages show up around the site (e.g. search), and you can target ads to people who like your content.

There are two Like button implementations: xFBML and Iframe. The xFBML (also available in HTML5-compliant markup) version is more versatile, but requires use of the JavaScript SDK. The xFBML dynamically re-sizes its height according to whether there are profile pictures to display, gives you the ability (through the JavaScript library) to listen for like events so that you know in real time when a user clicks the Like button, and it always gives the user the ability to add an optional comment to the like. If users do add a comment, the story published back to Facebook is given more prominence.

To get started, just use the configurator below to get code to add to your site.

Quelle: <http://developers.facebook.com/docs/reference/plugins/like/>

A. Technische Ausgangslage (5/5)

Facebook Like Button

- Was macht der Facebook Like Button genau?
- Problem der „Schattenprofile“?

B. Rechtlicher Rahmen bei Webanalyse-Werkzeugen

- Rechtssicherheit: Klarheit, Bestimmtheit und Beständigkeit
- Verarbeitung personenbezogener Daten?
- Informationspflichten nach dem TMG
- Problem der Einwilligung
- Webanalyse als Auftragsdatenverarbeitung?
- Verantwortlichkeit des Webseitenbetreibers?
- Datenschutzverstoß als Abmahnrisiko?

Technische
AusgangslageWebanalyse:
Rechtlicher
RahmenDer Fall
„Google
Analytics“Streit um
Facebook
Like Button

C. Der Fall „Google Analytics“ (1/4)

- Entscheidung des Düsseldorfer Kreises als Anstoß

Beschluss

der obersten Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im nicht-öffentlichen Bereich
am 26./27. November 2009 in Stralsund

Datenschutzkonforme Ausgestaltung von Analyseverfahren zur Reichweitenmessung bei Internet-Angeboten

Viele Web-Seitenbetreiber analysieren zu Zwecken der Werbung und Marktforschung oder bedarfsgerechter Gestaltung ihres Angebotes das Surf-Verhalten der Nutzerinnen und Nutzer. Zur Erstellung derartiger Nutzungsprofile verwenden sie vielfach Software bzw. Dienste, die von Dritten kostenlos oder gegen Entgelt angeboten werden.

Quelle: <http://www.lfd.m-v.de/dschutz/beschlue/Analyse.pdf>

Technische
AusgangslageWebanalyse:
Rechtlicher
RahmenDer Fall
„Google
Analytics“Streit um
Facebook
Like Button

C. Der Fall „Google Analytics“ (2/4)

- Streit um den richtigen Weg

Veröffentlichungen des Instituts für IT-Recht - Datenschutz
Mitarbeit, den 26. Mai 2010 um 10:37 Uhr

Google und Datenschutz: Google Analytics erfüllt zentrale Forderung der Datenschutz-Aufsichtsbehörden

Nach der Diskussion in der Vergangenheit über die Zulässigkeit von Google Analytics in Deutschland berichtet www.rechtswatch.de, dass Google Analytics in einer zentralen Forderung der Datenschutz-Aufsichtsbehörden nachgebilligt wurde. Google Analytics kann daher mit Anpassungen nun wieder eingesetzt werden.

Beitrag von Herrn Rechtsanwalt [Dr. Sebastian Kraska](http://www.rechtswatch.de) (edimer Datenschutzbeauftragter).

Hintergrund

Die Datenschutz-Aufsichtsbehörden hatten Ende November einen Beschluss erlassen, wonach die Analyse des Nutzungsverhaltens unter Verwendung vollständiger IP-Adressen aufgrund der Personenbeziehbarkeit dieser Daten nur mit bewusster, eindeutiger Einwilligung zulässig sei. Damit war in der Praxis von der Verwendung von Google Analytics (und ähnlicher Tools) in den meisten Fällen abzurufen (siehe hierzu auch www.rechtswatch.de).

Neue Code-Zusatz „anonymize IP“

Google bietet den Webseiten-Betreibern seit neuestem die Möglichkeit, den Google Analytics Code um die Funktion „anonymizeIP“ zu erweitern (siehe Beschreibung [hier](http://www.google.com/analytics/faq.html)). Mit Aktivierung dieses Zusatz-Codes werden vor jeder weiteren Verarbeitung der anfragenden IP-Adresse die letzten 8 Bit gelöscht. Damit ist eine Identifizierung des Webseiten-Besucher ausgeschlossen. Eine grobe (datenschutzrechtlich zulässige) Lokalisierung bleibt möglich. Dieses Verfahren ist von den Datenschutz-Aufsichtsbehörden in Deutschland anerkannt und wird auch von anderen Webanalyse-Anbietern verwendet.

Quelle: <http://www.iitr.de/datenschutz-google-analytics-erfuellt-zentrale-forderung-der-datenschutz-aufsichtsbehoerden.html>

Technische
AusgangslageWebanalyse:
Rechtlicher
RahmenDer Fall
„Google
Analytics“Streit um
Facebook
Like Button

C. Der Fall „Google Analytics“ (3/4)

- Einigung mit Datenschutz-Aufsichtsbehörde Hamburg

Beanstandungsfreier Betrieb von Google Analytics ab sofort möglich

Google setzt Forderungen der Aufsichtsbehörden um

(**16.08.2016, 15.9.2011**) Seit Ende 2009 haben der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit im Auftrag des Dossaldorfer Kreises und Google Gespräche über die erforderlichen Änderungen zum gesetzestypischen Einsatz von Google Analytics geführt. Hintergrund dafür bildete der entsprechende Beschluss der Aufsichtsbehörden der Länder zur datenschutzkonformen Ausgestaltung von Analyseverfahren zur Reichweitenmessung bei Internet-Angeboten.

Durch konstruktive Gespräche ist es gelungen, sich gemeinsam auf zentrale Punkte zu einigen und diese umzusetzen. Insbesondere hat Google das Verfahren dahingehend geändert, dass

- den Nutzern die Möglichkeit zum Widerspruch gegen die Erfassung von Nutzungsdaten eingeräumt wird. Google stellt ein so genanntes Deaktivierungs-Add-On zur Verfügung (<http://tools.google.com/dlpage/gaoptout?hl=de>). Dieses Add-On war bisher für Internet Explorer, Firefox und Google Chrome verfügbar. Google hat nun Safari und Opera hinzugefügt, so dass alle gängigen Browser besichert sind.
- auf Anforderung des Webseitenbetreibers das letzte Oktett der IP-Adresse vor jeglicher Speicherung gelöscht wird, so dass darüber keine Identifizierung des Nutzers mehr möglich ist. Die Löschung erfolgt innerhalb Europas.
- mit den Webseitenbetreibern ein Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung nach den Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes abgeschlossen werden soll.

Für Webseitenbetreiber stellt der Hamburgische Datenschutzbeauftragte besondere Hinweise auf seiner Homepage www.datenschutz-hamburg.de zur Verfügung. Macht ein Webseitenbetreiber von diesen Möglichkeiten Gebrauch, wird dadurch ein beanstandungsfreier Betrieb von Google Analytics gewährleistet.

Quelle: <http://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/beanstandungsfreier-betrieb-von-google-analytics-ab-sofort-moeglich.html>

Technische
AusgangslageWebanalyse:
Rechtlicher
RahmenDer Fall
„Google
Analytics“Streit um
Facebook
Like Button

C. Der Fall „Google Analytics“ (4/4)

- Lösung derzeit
 1. „Auftragsdatenverarbeitungsvertrag“ abschließen
 2. Datenschutzerklärung ergänzen
 3. Tracking-Code anpassen
- Offene Fragen (werden nicht problematisiert)
 - Inhalt des „Auftragsdatenvertrages“
 - Durchführung der Prüfung beim „Auftragsdatenverarbeiter“
 - Google AdWords
 - Umsetzung der Widerspruchsmöglichkeit

Technische Ausgangslage

Webanalyse: Rechtlicher Rahmen

Der Fall „Google Analytics“

Streit um Facebook Like Button

D. Streit um den Facebook Like Button (1/12)

- Diskussion startet im Jahr 2010

Datenschutzrechtliche Probleme mit dem Facebook-Like-Button?

9. Oktober 2010 eingestellt von Rechtsreferendar Jens Ferner (Diplom-Jurist)
 Kurz-Links: <http://www.ferner-alsdorf.de/?p=3258>
 Teilen: Auf XING | Auf Facebook | Bei Twitter

Für mich ist der "Facebook-Like-Button" ein grosses Problem – aber nicht nur datenschutzrechtlich: Es ist offenkundig, dass ich sehr gerne mit sozialen Netzen arbeite (und rumspiele), wobei ich an neuen kommunikativen Elementen immer Spass habe. Wenn ich also die Spassbremse spiele und z.B. die Meinung verbreite, dass IP-Adressen zur Zeit personenbezogene Daten nach §3 BDSG darstellen, tue ich das gegen meinen eigenen Spieltrieb, bin mit dem Ergebnis also selbst nicht glücklich. Wenn man, wie ich, IP-Adressen als personenbezogenes Datum einstuft, kommt man ohnehin zu dem Ergebnis, dass der "Like-Button" in der derzeitigen Verwendung rechtlich unzulässig ist. Diese Offenkundigkeit war auch der Grund, warum ich bisher von einem (kurzen) Beitrag zum Thema abgesehen habe, während zunehmend die Diskussion anschwilt.

Nun ist in der NJOZ 2010 ein Beitrag von Stefan Ernst zum Thema erschienen, dessen Fazit ich hier zitiere:

„Zumindest solange nicht einmal die Website-Betreiber vom Anbieter Facebook selbst mit den erforderlichen Informationen versorgt werden, erscheint eine rechtlich saubere Möglichkeit der Implementierung kaum vorhanden zu sein.“

Quellen: <http://www.ferner-alsdorf.de/?p=3258> / Stefan Ernst, NJOZ 2010

Technische Ausgangslage

Webanalyse: Rechtlicher Rahmen

Der Fall „Google Analytics“

Streit um Facebook Like Button

D. Streit um den Facebook Like Button (2/12)

- Vorgehen der Aufsichtsbehörden: Hamburg und ULD

intern.hamburg.de

Wieso wir den Facebook "Like-Button" wieder entfernten

Geschrieben am 22. Juni 2010
 von Georg Hejzler

Update 11.07.: Auch die neuen twitter-Buttons werden wir vorerst nicht einsetzen. Die Probleme bzw. Fragestellungen sind sehr ähnlich zu denen bei Facebook. Mehr dazu in meinem privaten Blog: "Datenschutz - 1. Neue twitter-Buttons"

Quelle: <http://intern.hamburg.de/2010/06/22/wieso-wir-den-facebook-like-button-wieder-entfernten/>

Technische Ausgangslage

Webanalyse: Rechtlicher Rahmen

Der Fall „Google Analytics“

Streit um Facebook Like Button

D. Streit um den Facebook Like Button (3/12)

- Vorgehen der Aufsichtsbehörden: Hamburg und ULD

19.08.2011

PRESSEMITTEILUNG

ULD an Webseitenbetreiber: "Facebook-Reichweitenanalyse abschalten"

Das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz (ULD) fordert alle Stellen in Schleswig-Holstein auf, ihre Fanpages bei Facebook und Social-Plugins wie den „Gefällt mir“-Button auf ihren Webseiten zu entfernen. Nach eingehender technischer und rechtlicher Analyse kommt das ULD zu dem Ergebnis, dass derartige Angebote gegen das Telemediengesetz (TMG) und gegen das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) bzw. das Landesdatenschutzgesetz Schleswig-Holstein (LDStG SH) verstoßen. Bei Nutzung der Facebook-Dienste erfolgt eine Datenweitergabe von Verkehrs- und Inhaltsdaten in die USA und eine qualifizierte Rückmeldung an den Betreiber hinsichtlich der Nutzung des Angebots, die sog. Reichweitenanalyse. Wer einmal bei Facebook war oder ein Plugin genutzt hat, der muss davon ausgehen, dass er von dem Unternehmen zwei Jahre lang getrackt wird. Bei Facebook wird eine umfassende persönliche, bei Mitgliedern sogar eine personalisierte Profilbildung vorgenommen. Diese Abläufe verstoßen gegen deutsches und europäisches Datenschutzrecht. Es erfolgt keine hinreichende Information der betroffenen Nutzerinnen und Nutzer, diesen wird kein Wahlrecht zugestanden, die Formulierungen in den Nutzungsbedingungen und Datenschutzzrichtlinien von Facebook genügen nicht annähernd den rechtlichen Anforderungen an gesetzeskonforme Hinweise, an wirksame Datenschutzeinwilligungen und an allgemeine Geschäftsbedingungen.

Quelle: <https://www.datenschutzzentrum.de/presse/20110819-facebook.htm>

Technische Ausgangslage

Webanalyse: Rechtlicher Rahmen

Der Fall „Google Analytics“

Streit um Facebook Like Button

D. Streit um den Facebook Like Button (4/12)

- Datenschutzkonforme Anpassungsmöglichkeit?

Datenschutz: Facebook Like Button datenschutzkonform einsetzen

Nach einer entsprechenden Veröffentlichung der Datenschutz-Aufsichtsbehörde in Schleswig-Holstein ist der datenschutzkonforme Einsatz des Facebook Like-Buttons in Frage gestellt worden. Mittlerweile wurde eine datenschutzkonforme Anpassungsmöglichkeit vorgestellt.

Hintergrund

Die Datenschutz-Aufsichtsbehörde in Schleswig-Holstein hat am 19. August 2011 per Pressemitteilung veröffentlicht, dass nach ihrer Ansicht die Einbindung des Facebook Like Buttons datenschutzwidrig sei. In einer Passage des in diesem Zusammenhang durch die Aufsichtsbehörde erstellten Gutachtens wurde zudem ausgeführt, dass wohl auch eine Einwilligung keine ausreichende Grundlage bilden könne (§. 20 ff.).

Quelle: <http://www.datenschutzbeauftragter-online.de/datenschutz-facebook-like-button-datenschutzkonform-einsetzen/>

D. Streit um den Facebook Like Button (5/12)

- Datenschutzkonforme Anpassungsmöglichkeit?



Unsere Facebook-Seite hat bereits 751 Fans - folgen auch Sie uns und bleiben Sie auf dem Laufenden!

An dieser Stelle würden wir Ihnen gerne weitere Inhalte zeigen - dazu ist aber Ihre Einwilligung nötig, da u.a. Ihre IP-Adresse an externe Dienste wie Facebook und Twitter übermittelt wird. Wenn Sie das wünschen, klücken Sie bitte hier - Unsere Datenschutzerklärung.

(Tags: Datenschutz, facebook, soziale netze)

Quelle: <http://www.ferner-alsdorf.de/?p=5751>

D. Streit um den Facebook Like Button (6/12)

- Politische Diskussion in Schleswig-Holstein (19.8.2011)

Facebook und Datenschutz: Chef der Staatskanzlei Dr. Wulff spricht mit Landesbeauftragtem für Datenschutz – Bürgerbeteiligung weiter stärken

Erscheinungsdatum: 19.08.2011

Für die Landesregierung ist das soziale Netzwerk Facebook ein wichtiges Instrument zur Bürgerbeteiligung. "Politische Kommunikation findet heute auch im Internet statt. Daran wollen und werden wir auch in Zukunft festhalten", sagte der Chef der Staatskanzlei, Staatssekretär Dr. Arne Wulff, heute (19. August) in Kiel. Hintergrund ist die Kritik des Unabhängigen Landesentrums für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD). Das Landeszentrum hat alle Stellen in Schleswig-Holstein aufgefordert, aus Datenschutzgründen die so genannten "Fanpages" bei Facebook sowie den "Gefällt mir"-Button auf ihren Webseiten zu entfernen.

"Wir nehmen die Anregungen des ULD ernst. Ich habe heute bereits mit dem Landesbeauftragten Thilo Weichert telefoniert und ihn auf das Thema Facebook und Bürgerbeteiligung im Internet angesprochen", sagte Wulff. Er selbst würde es begrüßen, wenn sich Landesregierung und das ULD darauf verständigen könnten, die jetzt in der Diskussion stehenden Seiten bei Facebook als ein Instrument zur Einbringung von Fragen, Ideen und Initiativen einer öffentlichen Debatte zu behalten. "Wir wollen diese Bürgerbeteiligung an demokratischen Entscheidungsprozessen weiter ausbauen. Daher setzen wir auch auf soziale Netzwerke wie Facebook", so der Staatssekretär.

Quelle: http://www.schleswig-holstein.de/STK/DE/Service/Presse/PI/2011/CdS/110819_stk_cds_facebook.html

Technische Ausgangslage

Webanalyse: Rechtlicher Rahmen

Der Fall „Google Analytics“

Streit um Facebook Like Button

D. Streit um den Facebook Like Button (7/12)

- Politische Diskussion in Schleswig-Holstein (7.10.2011)

4. Zusammenfassung – Konsequenzen für Webseitenbetreiber

Das ULD zieht auf Grundlage seiner technischen und rechtlichen Analyse die Schlussfolgerung, dass das Betreiben von Facebook Fanpages sowie die Einbindung von Social-Plugins zwangsläufig zu Datenschutzverstößen führt und fordert die Webseitenbetreiber daher dazu auf, entsprechende Angebote zu entfernen. Tatsächlich bestehen an der datenschutzrechtlichen Zulässigkeit dieser Anwendungen erhebliche rechtliche Zweifel.⁵⁰ Aufgrund der **komplexen und unübersichtlichen Rechtslage** sowie der **Schwierigkeit einer zutreffenden Einordnung der technischen Abläufe** ist eine abschließende datenschutzrechtliche Bewertung aus hiesiger Sicht jedoch nicht möglich.

Festzuhalten ist Folgendes: Das Gutachten des ULD übergeht an einigen Stellen bestehende Streitigkeiten zur Beantwortung datenschutzrechtlicher Fragestellungen. Zudem ist die rechtliche Bewertung teilweise lückenhaft und nicht durchgängig nachvollziehbar. So wird zunächst der **Personenbezug von IP-Adressen und auch Cookies entgegen der Darstellung der Verfasser des Arbeitspapiers nicht einhellig beantwortet**. Vielmehr herrscht Streit über die Anforderungen an

Quelle: http://www.sebastian-blumenthal.de/files/35704/Gutachten_Facebook_FINAL.pdf

Technische Ausgangslage

Webanalyse: Rechtlicher Rahmen

Der Fall „Google Analytics“

Streit um Facebook Like Button

D. Streit um den Facebook Like Button (8/12)

- Politische Diskussion in Schleswig-Holstein (1.11.2011)

01.11.2011

PRESSEMITTEILUNG

Datenschutz Facebook „Es geht jetzt um Rechtsklarheit, nicht um Rechthaberei“

Nicht überraschend, aber enttäuschend ist für das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD) die Mitteilung des Chefs der Staatskanzlei des Landes, dass diese ihre Fanpage bei Facebook nicht abschalten will. In einem Gespräch am 8. Oktober 2011 war das Beharren auf Facebook angekündigt worden. Man wolle ein Rechtsgutachten der Innenministerkonferenz abwarten. Dass sämtliche Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder alle öffentlichen Stellen aufgefordert haben, ihre Fanpages abzuschalten, genügte an Überzeugungskraft anscheinend nicht.

https://www.datenschutz.zentrum.de/facebook/material/82DSK_SozialeNetzwerke.pdf

Quelle: <https://www.datenschutzzentrum.de/presse/20111101-facebook-staatskanzlei.htm>

Technische
AusgangslageWebanalyse:
Rechtlicher
RahmenDer Fall
„Google
Analytics“Streit um
Facebook
Like Button**D. Streit um den Facebook Like Button (9/12)**

- Politische Diskussion in Schleswig-Holstein (6.12.2011)

Regierungspolitiker:
Mittelständler können Facebook weiterhin nutzen

Facebook geht immer wieder den Vätern der Datenschutzzeit, Foto: dpa

CDU und FDP berätigen Unternehmens: Die meisten sind kein Budget für einen Facebook-Seite betreiben, betonen die Fraktionen verbatim.

CDU und FDP haben ein Thema, dem obersten Datenschützer des Landes, den Wind aus den Segeln. Die Landtagsfraktionen der beiden Regierungsparteien rufen mittelständischen Firmen im Land, ihre Aktivitäten im sozialen Netzwerk Facebook wieder aufzunehmen. Nach "mehreren Gesprächen zu diesem Thema" könne man das den Betreibern guten Gewissens empfehlen, heißt CDU-Fraktionssprecher Hans-Joachim in einer kurzen Pressemitteilung verlauten. "Die Fraktionen von CDU und FDP gehen davon aus, dass es zu keiner Abmahnung gegenüber mittelständischen Betrieben kommen wird"

Quelle: <http://www.shz.de/nachrichten/top-thema/article/111/mittelstaendler-koennen-facebook-weiterhin-nutzen.html>

Technische
AusgangslageWebanalyse:
Rechtlicher
RahmenDer Fall
„Google
Analytics“Streit um
Facebook
Like Button**D. Streit um den Facebook Like Button (10/12)**

- Entscheidung des Düsseldorfer Kreises (8.12.2011)

- Das direkte Einbinden von Social Plugins, beispielsweise von Facebook, Google+ oder Twitter, in Websites deutscher Anbieter, wodurch eine Datenübertragung an den jeweiligen Anbieter des Social Plugins ausgelöst wird, ist ohne hinreichende Information der Internetnutzerinnen und -nutzer und ohne ihnen die Möglichkeit zu geben, die Datenübertragung zu unterbinden, unzulässig.

Quelle: <http://www.datenschutzbeauftragter-online.de/duesseldorfer-kreis-datenschutz-soziale-netzwerke-facebook-like-button/5227/>

D. Streit um den Facebook Like Button (11/12)

- Frage der „Bußgeldzuständigkeit“

Bußgeld-Androhung: Irreführend und falsch ist es, wenn das ULD damit droht, ein Bußgeld nach § 16 TMG zu verhängen. Das ULD ist hierzu nicht befugt. Nach Nr. 3.5.2 der Anlage zur schleswig-holsteinischen Landesverordnung zur Bestimmung der zuständigen Behörden für die Verfolgung und Ahndung von Ordnungswidrigkeiten (Ordnungswidrigkeiten-Zuständigkeitsverordnung - OWiZustVO)³¹ ist das ULD nur für die Verhängung von Bußgeldern nach § 43 BDSG zuständig. Bußgelder nach § 16 TMG können in Schleswig-Holstein allein durch die Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein verhängt werden (§ 38 Abs. 6 Medienstaatsvertrag HSH)³².

Quelle: *Härtig*, Öffentlichkeitsarbeit einer Landesbehörde: Warum die „Facebook-Kampagne“ des ULD verfassungswidrig ist, http://www.computerundrecht.de/media/2011_08-22_Haerting_Oeffentlichkeitsarbeit_einer_Landesbehoerde.pdf/

D. Streit um den Facebook Like Button (12/12)

- Frage der „Bußgeldzuständigkeit“

12.12.2011

"Landtag sollte Bußgeldzuständigkeit für Datenschutz klarstellen"

Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD):

"Landtag sollte Bußgeldzuständigkeit für Datenschutz klarstellen"

Vor der abschließenden Behandlung der Novelle des Landesdatenschutzgesetzes Schleswig-Holstein (LDSG) am 14.12.2011 im Landtag appelliert das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz (ULD) erneut an die Abgeordneten, die Bußgeldzuständigkeit bei Datenschutzverstößen klarzustellen. Das ULD hat dem Landtag einen Gesetzgebungsvorschlag gemacht, der jedoch vom Innen- und Rechtsausschuss nicht behandelt wurde. Bußgeldverfahren können z. B. bei Datenschutzverstößen im Internet oder im Kontext von sozialrechtlichen Verfahren dringend geboten sein. Die Zuständigkeit hierfür ist jedoch nicht eindeutig geklärt. Der ULD-Vorschlag wird vom Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) unterstützt.

Quelle: <http://www.datenschutz.de/news/detail/?nid=5212>

Technische Ausgangslage

Webanalyse: Rechtlicher Rahmen

Der Fall „Google Analytics“

Streit um Facebook Like Button



Quelle: <http://www.facebook.com/datenschutzkodex>

Bayerische Gesellschaft zur Förderung des Datenschutzes e.V. | 15. Dezember 2011 | www.iitr.de | Sebastian Kraska | 25



Kontakt

Rechtsanwalt Dr. Sebastian Kraska
Externer Datenschutzbeauftragter

Telefon: 089-5130 3920
E-Mail: skraska@iitr.de

Webseite www.iitr.de
www.iitr.us

Newsletter www.iitr.de/newsletter.html