

Interessantes zu Datenschutz und Informationssicherheit präsentiert von UIMC und UIMCert

Einsatz von Facebook wird immer schwieriger

Die Klage der Verbraucherschutzzentrale Nordrhein-Westfalen gegen das zur Textil-Einzelhandelskette Peek & Cloppenburg, Düsseldorf gehörende Unternehmen Fashion ID war erfolgreich und hat ein europäisches Grundsatzurteil hervorgebracht. Jetzt ist klar: Der Europäische Gerichtshof macht für auf Internetseiten eingebettete „Gefällt mir“-Buttons sowohl Facebook als auch den Betreiber der Internetseite mitverantwortlich. Daraus folgt: Die Nutzer müssen über Ausmaß, Art und Zweck der Datenverarbeitung vom Website-Betreiber informiert werden. „Das Urteil sorgt für Klarheit, die bei einigen Website-Betreibern für viel Arbeit sorgen wird. Die Verantwortung liegt auch bei den Unternehmen, die die Datenerfassung ermöglichen“, kommentiert Dr. Jörn Voßbein das EuGH-Urteil zum Facebook-Button. [\[gekürzte Version\]](#)

Der Fall, den das EuGH zur Urteilsfindung vorliegen hatte, kam vom Oberlandesgericht Düsseldorf. Konkret: Die Fashion ID, ein Onlineangebot der Modekette Peek & Cloppenburg band auf der Website den als Like-Button bekannten „Gefällt mir“-Button so ein, dass Nutzer direkt auf Facebook bekunden konnten, dass sie ein bestimmtes Produkt mögen. Allerdings wurden bereits beim Besuch der Seite die personenbezogenen Daten des Nutzers an Facebook übermittelt – egal, ob der Button überhaupt angeklickt wurde; sofern es sich um ein Facebook-Mitglied handelt, werden die Daten auch dem Account personenbezogen zugeordnet. Der Like-Button übertrug beim Laden der Seite die IP-Adresse, die Webbrowser-Kennung sowie Datum und Uhrzeit des Aufrufs. Die Verbraucherschutzzentrale NRW klagte gegen die ihrer Auffassung nach rechtswidrige Praxis.

Klare Ansage des EuGH: Die Einbindung des Buttons ohne Zustimmung der Nutzer ist datenschutzrechtlich nicht in Ordnung, wenn dadurch personenbezogene Daten an den Anbieter des Plug-ins übermittelt werden. Grund: Der Button optimiere die Werbung für die Produkte von Fashion ID und mache diese bei Facebook sichtbarer. Das sei ein wirtschaftlicher Vorteil, so dass Fashion ID „zumindest stillschweigend“ der Erhebung personenbezogener Daten von den Website-Besuchern akzeptiert habe. Für die spätere Datenverarbeitung durch Facebook könne der Betreiber allerdings nicht verantwortlich gemacht werden.

Was bedeutet das Urteil nun für Unternehmen? Der felsenfeste Datenschutz-Grundsatz bleibt die Richtschnur, wonach für jede Datenverarbeitung eine Erlaubnis nötig ist – entweder durch ein Gesetz, eine Einwilligung des Betroffenen oder eine Abwägung. Der bekannte Cookie-Hinweis könnte sich nun auch auf den „Gefällt mir“-Button ausweiten. Wenn Unternehmen künftig – sei es, um auf Nummer sicher zu gehen – Einwilligungen von den Nutzern einholen, reicht kein pauschales „okay“. „Der Website-Betreiber muss präzise und verständlich über die Datenverarbeitung informieren und darlegen, was mit den Daten des Nutzers passiert“, erläutert UIMC-Geschäftsführer Dr. Jörn Voßbein.

Lösungen? Seit einiger Zeit gibt es bereits eine Lösung für das „Gefällt mir“-Problem: Der Heise-Verlag hat den „Shariff“ entwickelt. Ein Website-Anbieter bindet dann den Facebook-Button zwar ein, aktiviert ihn jedoch erst, wenn der Nutzer draufklickt. Diese Methode hat die UIMC ihren Kunden schon frühzeitig geraten, die auch von der Stiftung Datenschutz empfohlen wird. Außerdem hält UIMC für seine Kunden Muster-Datenschutzerklärungen für die Sicherstellung der Informationspflichten bereit.

Damit alles okay? Ob der Shariff-Button zu 100% eine Rechtssicherheit garantiert, wird aktuell durch Heise geprüft. „Doch sollte man nicht vergessen, dass in der Regel daneben noch eine Fanpage betrieben wird, die aktuell auch nicht rechtskonform genutzt werden kann“, so Dr. Voßbein weiter (die UIMC berichtete). Auch gelten die Konsequenzen letztlich auch für andere, in die eigene Internetpräsenz eingebundene Dienste, wie z. B. GoogleMaps, Webfonts, Plugins anderer sozialer Netzwerke und Tracking-Tools.

Diese und weiterführende Informationen finden Sie unter <https://www.uimc.de/kommunikation/uimcommunication>.

Aktualisierung der Datenschutzerklärung

Neben der Tatsache, dass die Besucher einer Internetpräsenz zunächst befragt werden müssen, ob Sie mit dem Datentransfer an Facebook & Co einverstanden sind (Erfordernis der Einwilligung), so muss der Besucher auch über den Datentransfer gemäß Artikel 13 DSGVO informiert werden. Hierzu ist die Datenschutzerklärung zu überarbeiten. Unter www.Online-Formulare-Center.eu finden Sie hierzu ein modifiziertes Template.

Noch Fragen?

Treten Sie mit uns in einen Dialog ein!

UIMCCommunication

Interessantes zu Datenschutz und Informationssicherheit präsentiert von UIMC und UIMCert

Image-Videos im Betrieb: Wie steht es mit dem Widerruf?

In unserem Beratungsalltag kommt immer wieder die Frage auf, wie es sich mit dem Widerruf von Einwilligungen durch Mitarbeiter verhält, die Teil eines Image-Videos innerhalb des Unternehmens agieren. Grundsätzlich ist eine Einwilligung gemäß Artikel 7 DSGVO jederzeit widerrufbar. Dies kann aber zu einem Risiko oder Problem für Unternehmen führen, schließlich ist eine Person nur sehr aufwändig aus einem fertigen Video herauszulöschen.

Dem kann man begegnen, wenn mit dem Beschäftigten eine (freiwillige) Vereinbarung geschlossen wird, in der geregelt wird, dass bspw. ein späteres Löschen/Entfernen des Mitarbeiters aus dem Film grundsätzlich nicht möglich ist. Hierzu finden Sie ein Musterformular unter www.Online-Formulare-Center.eu.



Intuitiver, einfacher, flexibler, übersichtlicher: Update für das eCollege!

Im Rahmen unseres eColleges und/oder unseres Online-Formular-Center erfahren wir viel positives Feedback. Doch auch Verbesserungsideen erreichen uns, die wir stets hinsichtlich einer sinnvollen Verbesserung unserer Plattform prüfen. Lange Rede, kurzer Sinne: Es steht ein Update an. Im Zeitraum vom 23.08.2019 bis 06.09.2019 werden wir Wartungsarbeiten vornehmen, so dass es insbesondere am ersten Tag zu Funktions- und Nutzungseinschränkungen kommen kann. **Aber es lohnt sich:**

1. Neues, **aufgeräumteres Layout**, um das eCollege noch intuitiver nutzen zu können.
2. Umstellung auf ein **Responsive Design**, so dass die Nutzung via Smartphone und Tablet einfacher wird.
3. Unterteilung der Schulungsinhalte in kleinere „Häppchen“, um das Bearbeiten noch **flexibler** zu gestalten.
4. Ergänzung der **FAQ** um weitere nützliche Inhalte.
5. **Elektronische Bestätigung** des Kurses in Abhängigkeit zu einem definierbaren Testergebnis (Classic).
6. **Übersicht** für einen „HR-User“, welche Mitarbeiter den Kurs schon bearbeitet haben (Classic).
7. **Zertifikat**, welches die Mitarbeiter selbst oder in der Personalakte ablegen können (Beta) (Classic).
8. **Viele weitere Kleinigkeiten**, um die Nutzung für Sie weiter zu vereinfachen.

mehr unter <http://neu.uimcollege.de>



Updates/Neue Unterlagen im Online-Formular-Center

- » Risikobewertung von Verfahren (Anpassung an neue Vorgaben der Aufsichtsbehörden)
- » Datenschutzerklärung(en) für Internetpräsenzen (insb. für Plugins)



www.online-formular-center.eu

Bitte senden Sie mir neben den angekreuzten Themen weitere Informationen zu:

Einsatz von Facebook: Plugins, Fanpage

Aktualisierung der Datenschutzerklärung

Unser Tipp: Bitte senden Sie mir zukünftig den UIMCommunication-Info-Brief und regelmäßig weitere interessante Informationen per E-Mail zu!

E-Mail: _____ Unterschrift: _____

per Fax an (0202) 946 7726 9200 oder formlos per Mail an communication@uimc.de

Mehr Informationen, Hinweise und Tipps finden Sie hier: <https://communication.UIMC.de>

Einer künftigen Zusendung können Sie jederzeit formlos per E-Mail an communication@uimc.de widersprechen.

