



Datenschutz = Abmahnschutz

Rechtstipps für die Website

LEITFADEN

Datenschutz = Abmahnschutz

Die Datenschutzpflichten der Websitebetreiber und die Datenschutzrechte der Websitebesucher ergeben sich ab dem 25. Mai 2018 aus der **EU-weit anzuwendenden Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO)**. Die DSGVO dient nicht dem Schutz der Daten, sondern dem „Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten.“ Sie „schützt die Grundrechte und Grundfreiheiten natürlicher Personen und insbesondere deren Recht auf Schutz personenbezogener Daten.“ Ein Ziel der DSGVO ist es, datenbasierte Profilbildungen und die damit verbundene Steuerungsmöglichkeit (z.B. zu Marketingzwecken) von Personen zu verhindern. Websitebesucher sollen vom Websitebetreiber in die Lage versetzt werden, die Datenerhebung, die Datenverarbeitung bzw. die Datennutzung zu überprüfen. Daher vervielfachen sich die **Informationspflichten des Websitebetreibers**.

Datenschutzerklärung muss Auskunft erteilen

Seinen Informationspflichten kommt der Websitebetreiber im Wesentlichen durch das Vorhalten einer Datenschutzerklärung auf seiner Website nach. In einigen Fällen muss er sich auch noch zusätzlich die Einwilligung der Websitebesucher für eine genau bestimmte Datennutzung einholen.

Wann wird Datenschutz für den Websitebetreiber konkret relevant?

Sobald er anfängt, personenbezogene Daten seiner Besucher zu erfassen. Dies geschieht im Onlineshop z.B. während des Bestellvorgangs, also wenn der Kunde Name, Anschrift, Bankverbindung eingibt. In diesen Fällen wird **zwingend** eine Datenschutzerklärung benötigt, die den Käufer darüber informiert, wie seine Daten verwendet werden.

- > Der Text der Datenschutzerklärung muss jederzeit mit **maximal zwei Mausklicks** leicht auffindbar sein,
- > z.B. über einen Link namens „Datenschutz“ / „Datenschutzerklärung“ in der Kopf-, Fuß- oder Seitenleiste der Website.
- > Das Gesetz verlangt nicht, dass der Kunde die Kenntnisnahme der Datenschutzerklärung bestätigen muss.

Wer lediglich eine Website als Visitenkarte nutzen möchte und keine personenbezogenen Kundendaten erfasst (auch nicht z.B. im Rahmen einer Newsletter-Anmeldung, eines Kontaktformulars oder über ein Webanalyse-Tool), muss keine Datenschutzerklärung vorhalten. Genauso wenig muss es derjenige, der nur „unpersönliche“ Daten wie z.B. Anzahl und Uhrzeit von Seitenzugriffen speichert.

Wann ist eine aktiv erteilte Einwilligung des Kunden erforderlich?

Wenn die Datenerhebung nicht zur Vertragserfüllung notwendig ist oder der Wahrung der berechtigten Interessen des Websitebetreibers dient (z.B. zum Schutz vor Hackerangriffen), dann ist eine Einwilligung erforderlich.

Beispiel: Name und Anschrift dürfen gespeichert werden, um z.B. eine Rechnung ausstellen und die Ware verschicken zu können. Denn diese Daten sind notwendig, um den Vertrag zu begründen und zu erfüllen. Der Kunde muss im Rahmen der Datenschutzerklärung lediglich darüber informiert werden, dass dies geschieht.

Die Erfassung und Weitergabe der Telefonnummer des Käufers an den Versanddienstleister ist zur Vertragsabwicklung nicht erforderlich und daher ohne die ausdrücklich erteilte Einwilligung des Kunden nicht erlaubt. Der Kunde soll selbst darüber entscheiden, ob er über den Versandstatus seines Pakets vom Versanddienstleister informiert werden möchte. Auch die Versendung von Newslettern, Werbung etc. per Mail muss sich der Onlinehändler vorab genehmigen lassen.

Checkliste Kundenzustimmung

- > Dem Kunden muss (z.B. während des Bestellvorgangs) unmissverständlich mitgeteilt werden, zu welchen Zwecken man die Daten noch nutzen bzw. weitergeben möchte.
- > Diese Mitteilung darf nicht im Text der regulären Datenschutzerklärung versteckt sein.
- > Der Kunde muss seine Zustimmung z.B. per Checkbox aktiv erteilen, d.h. die Checkbox darf nicht vorausgefüllt / bereits angekreuzt sein. Der Kunde muss weiterhin darüber belehrt werden, dass er seine Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen kann.

Diese Zustimmung muss auch nachweisbar protokolliert werden, da der Unternehmer in einem evtl. Streitfall vor Gericht beweispflichtig ist.

IP-Adressen

Bei jedem Besuch einer Website hinterlässt der Computer des Kunden seine vom Provider zugewiesene IP-Adresse beim Websitebetreiber. Über den Provider kann man also herausfinden, auf wen der Computer angemeldet ist. Daher hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) die IP-Adressen nicht als bloße technische Informationen, sondern als **personenbezogene Daten** eingestuft. Da die Speicherung der IP-Adressen aber nicht der Vertragsabwicklung dient, ist eine bloße Information über ihre Speicherung in der Datenschutzerklärung nicht ausreichend. Die vollständige IP-Adresse darf also im Regelfall nur gespeichert werden, wenn

- > der Besucher vorab darüber informiert wird und der Speicherung aktiv zustimmt
- > oder die Speicherung dem Schutz berechtigter Interessen dient.

Als berechtigtes Interesse gilt z.B. der Schutz vor Hackerangriffen, wenn ansonsten keine anderen Schutzmaßnahmen zur Verfügung stehen. Aber auch in diesen Fällen dürfen IP-Adressen nicht dauerhaft gespeichert werden. Sobald die Gefahr eines Angriffs vorbei ist, müssen die IP-Adressen gelöscht werden.

Brennpunkt: Google Analytics

Das sehr beliebte Webanalyse-Tool Google Analytics ist zwar kostenlos, aber auch hier bezahlt man einen Preis – und zwar in Form der Datenweitergabe. Mit diesem Tool ist es möglich, ein umfassendes Nutzerprofil von Websitebesuchern anzulegen. Wenn die Besucher dabei in ihren Google-Account eingeloggt sind, kann das Nutzerprofil auch einer bestimmten Person zugeordnet werden. Informationen über die Websitebenutzung einschließlich der IP-Adresse werden an einen Server von Google in den USA übertragen und dort gespeichert.

Google verpflichtet die Websitebetreiber in seinen eigenen Nutzungsbedingungen dazu, in der Datenschutzerklärung auf den Einsatz des Tools hinzuweisen. Da es sich bei IP-Adressen aber um personenbezogene Daten handelt, reicht es nicht aus, nur zu informieren.

Wer nicht auf den Einsatz von Google Analytics verzichten möchte, muss in den Code zumindest die Zusatzfunktion der **IP-Adressen-anonymisierung** („_anonymizeIp()“) einbauen und die Websitebesucher in der Datenschutzerklärung darüber informieren. Durch diese Funktion werden nur **verkürzte IP-Adressen** gespeichert. Zusätzlich muss dem Besucher die Möglichkeit gegeben werden, über ein **Opt-Out-Cookie** die Erfassung seines Surfverhaltens zu deaktivieren.

Daneben gibt es auch noch weitere, allerdings kostenpflichtige Tools von anderen Unternehmen wie z.B. etracker, die IP-Adressen standardmäßig nur verkürzt speichern. Als Websitebetreiber sollte man auf diese Anonymisierungsfunktionen zurückgreifen, insbesondere zur Vermeidung teurer Abmahnungen.

Brennpunkt: Social Plugins von Facebook

Wer als Websitebetreiber z.B. die „Gefällt mir“- (Like-) Buttons von Facebook einbaut, erhält dadurch zwar nicht selbst Informationen über die jeweiligen Seitenbesucher bzw. Nutzer des Buttons, sorgt aber für einen **automatischen Datentransfer an das Unternehmen Facebook**. Ist der Nutzer bei Facebook eingeloggt, wenn er eine Website mit Social Plugins besucht, kann Facebook zuordnen, welches seiner Mitglieder die Website besucht hat, und daraus beispielsweise die Interessen des Nutzers ableiten. Wird zusätzlich auch der „Gefällt mir“-Button angeklickt, wird diese Nutzervorliebe bei Facebook gespeichert.

Das Landgericht Düsseldorf hat in einem Urteil vom 9. März 2016 der Verbraucherzentrale Recht gegeben und entschieden, dass die Integration des „Like“-Buttons Datenschutzvorschriften verletzt. Es werden unter anderem IP-Adressen ohne ausdrückliche Zustimmung an Facebook weitergeleitet und Cookies gesetzt, die eine spätere Identifizierung des Websitebesuchers ermöglichen. Die Verbraucherzentrale empfiehlt daher eine reine Verlinkung auf die Facebook-Seite.

Abmahnungsgefahr ist gestiegen

Bis Anfang 2016 war die Gefahr, wegen des Einsatzes von Social Plugins oder Google Analytics abgemahnt zu werden, nicht sehr groß. Grund dafür war, dass diese datenschutzrechtlichen Punkte nicht ohne Weiteres zu einer wettbewerbsrechtlich relevanten Verzerrung führten und daher die Rechtsgrundlage für eine Abmahnung fehlte.

Um diese Lücke zu schließen, ist am 24. Februar 2016 ein neues Gesetz in Kraft getreten, das Verbraucherschutz- und Wettbewerbsverbände ermächtigt, Datenschutzverstöße abzumahnern. Und von dieser Ermächtigung machen die Verbände zunehmend Gebrauch. So wurden z.B. im Jahr 2017 vermehrt Händler abgemahnt, die überhaupt keine Datenschutzerklärung vorhielten. Es ist davon auszugehen, dass die Anzahl der Abmahnungen nach dem 25. Mai 2018 ansteigen wird.

Bekommt ein Websitetreiber eine Abmahnung, kann er sie aktuell nicht an Google & Co. weitersenden, da er als Verwender dieser Tools selbst in die Verantwortung genommen wird. Die DSGVO bringt hier eine neue Rechtslage: Websitebetreiber und ihre Dienstleister (z.B. Google, Facebook, Kundenbewertungstools etc.) haften ab dem 25. Mai 2018 gemeinschaftlich. Der Bußgeldrahmen wurde ebenfalls massiv erhöht, um der Durchsetzung der Schutzvorschriften Nachdruck zu verleihen. Bei datenschutzrechtlichen Verstößen droht ein Bußgeld bis zu 20 Millionen Euro oder 4% des gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes.

Fazit: Die Anforderungen an eine rechtskonforme Datenschutzerklärung sind zahlreich und Fehler können teuer werden. Gehen Sie sorgfältig vor.

Download aller BIEG-Leitfäden unter
www.bieg-hessen.de

Stand: Januar 2018

Über den Autor

RA Dr. Volker Baldus
janolaw AG

Rechtsanwalt Dr. Volker Baldus arbeitet bei dem Online-Rechtsportal janolaw AG und betreut dort den AGB Hosting-Service. Er beschäftigt sich mit Rechtsfragen rund um den Onlineshop und sorgt dafür, dass Shopbetreibern immer preiswerte und aktuelle AGB, Datenschutzerklärung und Impressum zur Verfügung stehen.



www.datenschutz-janolaw.de

Impressum

Herausgeber

BIEG Hessen GbR
Beratungs- und Informationszentrum
elektronischer Geschäftsverkehr Hessen GbR
c/o IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4 | 60313 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 2197-1380 | Telefax: +49 (0)69 2197-1497
info@bieg-hessen.de | www.bieg-hessen.de

Das BIEG Hessen ist eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts und wird durch folgende persönlich haftende Gesellschafter vertreten:

IHK Frankfurt am Main
vertreten durch den Präsidenten Prof. Dr. Mathias Müller und
den Hauptgeschäftsführer Matthias Gräßle
Börsenplatz 4 | 60313 Frankfurt am Main

IHK Fulda
vertreten durch den Präsidenten Bernhard Juchheim und
den Hauptgeschäftsführer Stefan Schunck
Heinrichstraße 8 | 36037 Fulda

IHK Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern
vertreten durch den Präsidenten Dr. Norbert Reichhold und
den Hauptgeschäftsführer Dr. Gunther Quidde
Am-Pedro-Jung-Park 14 | 63450 Hanau

IHK Offenbach am Main
vertreten durch die Präsidentin Kirsten Schoder-Steinmüller und
den Hauptgeschäftsführer Markus Weinbrenner
Frankfurter Str. 90 | 63067 Offenbach am Main

Die Führung der laufenden Geschäfte des BIEG Hessen obliegt der
IHK Frankfurt am Main.

Verantwortlich für den Inhalt
Detlev Osterloh, Geschäftsführer
BIEG Hessen, IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4 | 60313 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69 2197-1380 | Telefax: +49 (0)69 2197-1497
detlev.osterloh@bieg-hessen.de

Druck: Daab Druck & Werbe GmbH, Reinheim

Layout und Titelbild: Birgit Dürr

Datenschutz = Abmahnschutz

Wer auf der Firmenwebsite personenbezogene Daten seiner Besucher erhebt, muss darauf in einer Datenschutzerklärung hinweisen. Was bei der Speicherung der Daten und beim Verfassen einer Datenschutzerklärung beachtet werden muss, erklärt dieser Leitfaden Shop- und Websitebetreibern leicht verständlich.



Träger des BIEG Hessen | Industrie- und Handelskammern:
Frankfurt am Main | Fulda | Hanau-Gelnhausen-Schlüchtern | Offenbach am Main



HERAUSGEBER

BIEG Hessen
c/o IHK Frankfurt am Main
Börsenplatz 4
60313 Frankfurt am Main

Telefon 069 2197-1380
Telefax 069 2197-1497
info@bieg-hessen.de
www.bieg-hessen.de