

Die Fesseln des Online-Datenschutzes*



Die Verwendung von Google Analytics und eine Facebook Einbindung über Like-Buttons, Fansites etc. gehören für die Spielebranche seit Jahren zu den Standardtools im Online-Marketing. Was für die Spielbranche selbstverständlich ist, löst auf Seiten der staatlichen Datenschützer immer wieder großen Widerstand aus.

Am Anfang war Google Analytics ...

Am Anfang der datenschutzrechtlichen Auseinandersetzung um diese Themen stand die Diskussion um die Verwendung von „Google Analytics“. Die Software erhebt IP-Adressen von Websitebesuchern und übermittelt diese zur Auswertung und Speicherung an Google-Server in den USA. Hält man mit den Datenschutzbeauftragten IP-Adressen für personenbezogene Daten im Sinne des Datenschutzrechts, dann bedeutet dies eine Erhebung und Übermittlung solcher personenbezogener Daten in Drittstaaten außerhalb der EU. Beides ist grundsätzlich nur mit der Einwilligung des Betroffenen zulässig - aber eine solche Einwilligung konnte bei der technischen Ausgestaltung des Prozesses nicht eingeholt werden. Denn die Daten werden mit dem Aufruf der jeweiligen Seite erhoben und verarbeitet, ohne dass der Nutzer zuvor einwilligen kann. Dies ist der Grund, warum die Datenschützer Google Analytics bislang nicht mit deutschem Datenschutzrecht für vereinbar hielten. Dies hat sich nun nach zähem Ringen geändert. Der Einsatz von Google Analytics ist unter bestimmten Voraussetzungen auch nach Auffassung der Datenschützer zulässig: Hierzu müssen Websitebetreiber den von Google gestellten Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung abschließen. Darüber hinaus müssen die Websitebetreiber in Ihrer Datenschutzerklärung die Nutzer auf die Nutzung von Google Analytics hinweisen. Schließlich muss der eingesetzte Tracking Code so angepasst werden, dass Google die IP-Adressen kürzt. Die bis zur Umsetzung dieser drei Schritte über Google Analytics gesammelten Altdaten müssen jedoch nach Auffassung der Datenschützer gelöscht werden, da diese datenschutzwidrig erhoben worden seien.

Und nun Facebook's Like-Button und die Fansites

Was mit der Google Analytics Diskussion begann findet nun seine Fortsetzung in der datenschutzrechtlichen Debatte um den Einsatz von „Facebook Like-Buttons“ bzw. dem Betrieb von Fansites auf Facebook. So hat eine jüngst veröffentlichte Pressemitteilung des Unabhängigen Landeszentrums für Datenschutz (ULD) mit dem Titel „Facebook-Reichweitenanalyse abschalten!“ mächtig datenschutzrechtlichen Staub aufgewirbelt. Ähnlich wie bei Google Analytics kritisieren die Datenschützer auch hier, dass Facebooks Social Plugins gegen deutsches Datenschutzrecht verstoßen. Bei Nutzung der Facebook-Dienste erfolge eine Datenweiterga-

be 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 gewesen sei oder ein Plugin genutzt habe, der müsse davon ausgehen, dass er von dem Unternehmen zwei Jahre lang getrackt werde. Das ULD kritisiert, dass keine hinreichenden Informationen gegeben würden und kündigt - ähnlich wie andere Landesdatenschutzbeauftragten - Sanktionen für den Fall an, dass Websitebetreiber auf diese Warnung nicht reagierten. Presseberichten zufolge steht Facebook im Dialog mit den Datenschützern, so kann man gespannt auf den Ausgang der datenschutzrechtlichen Diskussion sein. Websitebetreiber sollten diese Entwicklung aufmerksam verfolgen.

Der Autor



Konstantin Ewald

Rechtsanwalt, Partner
Innere Kanalstr. 15, D – 50823 Köln
T: +49 (0)221 5108 4160
E: konstantin.ewald@osborneclarke.de

*Dieser Beitrag erschien ursprünglich in der Zeitschrift Gamesmarkt Nr. 20 vom 28. September 2011