



Herrn Stadtrat  
Johann Altmann  
Freie Wähler

Rathaus

Datum  
13.10.2011

**Facebook - „Gefällt mir“-Button, Facebook-Verweise und -Auftritt der LH München**  
Anfrage von Herrn StR Altmann vom 12.09.2011

Sehr geehrter Herr Kollege Altmann,

Sie weisen in ihrer Anfrage darauf hin, dass nach Ansicht der Verbraucherschutzministerin Ilse Aigner der Facebook-Button auf amtlichen Internetseiten aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht verwendet werden sollte und stellen in diesem Zusammenhang Fragen in Bezug auf den städtischen Internetauftritt unter [www.muenchen.de](http://www.muenchen.de).

Für die weitere Betrachtung waren die Ergebnisse der 82. Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder am 28. und 29.09.2011 in München von hoher Bedeutung, weswegen dieser Termin noch abgewartet wurde. Daher hat sich die Beantwortung Ihrer Anfrage leicht verspätet, wofür ich um Verständnis bitte.

Nun zu Ihren Fragen im Einzelnen:

**Frage 1:**

**Wie stellt sich angesichts der eingangs zitierten Bewertung von Facebook durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) die weitere Nutzung des Facebook-Buttons auf offiziellen Seiten der LH München dar?**

**Antwort**

Bei der zitierten Bewertung handelt es sich mutmaßlich um eine Reaktion auf das Arbeitspapier zur Reichweitenanalyse von Facebook der schleswig-holsteinischen Datenschutzbehörde – Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz (ULD),  
<https://www.datenschutzzentrum.de/facebook/facebook-ap-20110819.pdf>.

Die Betreibergesellschaft von [muenchen.de](http://muenchen.de) hat sich zur Frage der Facebook-Plugins wie folgt geäußert:

Rathaus, Marienplatz 8  
80331 München  
Telefon:233-92353  
Telefax:233-28128

„Wir haben aufgrund der datenschutzrechtlichen Bedenklichkeit von Beginn an bewusst darauf verzichtet, Social-Plugins auf den Seiten des Stadtportals zu integrieren. Anders als bei anderen Stadtportalen (wie z.B. koeln.de) wird bei muenchen.de die Verbindung zu den Facebook Fanseiten daher nicht über Facebook-Buttons oder Social-Plugins hergestellt, sondern lediglich über einen herkömmlichen Link, der auf die Fanseite "München" bei Facebook verweist. In der Konsequenz werden durch den bloßen Aufruf einzelner Seiten des Stadtportals auch keine personenbezogene Daten an Facebook (wie z.B. IP-Adressen) übertragen. ...

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Social Media und insbesondere die Plattform Facebook im Internet eine sehr wichtige Rolle spielt. Die Portalgesellschaft hat in den vergangenen Jahren auf Facebook eine Fanpage zu München mit mittlerweile fast 300.000 Fans aufgebaut. Die strategische Bedeutung dieser Seite ist für muenchen.de sehr groß, da hier in direkter Kommunikation mit der Zielgruppe, Themen des Stadtportals aktiv beworben werden können. Ein Verzicht auf die Social Media Aktivitäten wäre mit größeren strategischen Nachteilen für die Gesellschaft und ihre Ziele verbunden.“

Bei der Präsenz von "Facebook" auf den städtischen Webseiten handelt es sich ebenfalls nur um einfache Links, nicht aber um die vom ULD kritisierten direkten Plugins. Dies bedeutet, dass die Nutzerinnen und Nutzer nur auf die Fanseite verlinkt werden.

Auf Anregung des städtischen Datenschutzbeauftragten wurde mittlerweile ein erläuternder Passus in den Informationen zum Datenschutz unter [www.muenchen.de](http://www.muenchen.de) sowohl im Angebot der Portalgesellschaft als auch im Angebot der Stadtverwaltung aufgenommen. Vgl. hierzu <http://www.muenchen.de/meta/datenschutz.html> und <http://www.muenchen.de/Rathaus/impresum/index.html>

## **Frage 2:**

### **Wie fallen dazu**

#### **a) die formal rechtliche Beurteilung und**

#### **b) die inhaltliche Einordnung der engen Verknüpfung und Verlinkung zu Facebook aus?**

### **Antwort zu 2a)**

Nach eingehender technischer und rechtlicher Analyse kommt das ULD in seinem oben genannten Arbeitspapier zur Reichweitenanalyse von Facebook zu dem Ergebnis, dass derartige Angebote gegen das Telemediengesetz (TMG) und das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) bzw. das Landesdatenschutzgesetz Schleswig-Holstein (LDSG-SH) verstoßen.

Hiergegen erhebt sich bereits Widerstand. Verschiedene Anwaltskanzleien, die entweder Mandanten haben, die Fanpages oder Like-it-Buttons auf ihren Webseiten einsetzen, oder diese Funktionen von Facebook auch selbst nutzen, wehren sich gegen die entsprechenden Vorwürfe: So fehle es bereits an einem konkreten Personenbezug, da nur IP-Adressen erfasst bzw. übermittelt werden, was vom ULD tatsächlich unterstellt wird. Deren Personenbezug ist zwar tatsächlich umstritten, wird aber bei dynamischen IP-Adressen von Gerichten und Aufsichtsbehörden sowie in der Literatur überwiegend bejaht.

Auch die datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit für die vorgenommenen Datenspeicherungen und -übertragungen wird anders als vom ULD beurteilt. So werde der Betreiber der Webseite als verantwortliche Stelle vom ULD angesehen, obwohl er überhaupt keine Kontrolle über

den Umgang mit den Daten durch Facebook hat. Daher sei auch keine Haftung der Nutzer von Fanpages bzw. „Gefällt-mir“-Buttons im Sinne von § 3 Abs. 7 BDSG gegeben.

Des Weiteren greife das ULD mit seinem Boykottaufruf in die Grundrechte der betroffenen Website-Betreiber ein, die Facebook geschäftlich nutzten. Insbesondere werde Art. 12 Abs. 1 GG – Berufsausübungsfreiheit –, Art. 14 Abs. 1 – Eigentum (Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb) –, Art. 3 Abs. 1 GG – Gleichheitsgrundsatz (unter dem Aspekt der Verletzung der Wettbewerbsneutralität) sowie gegebenenfalls Art. 2 Abs. 1 GG – Handlungsfreiheit – berührt. Für diese Form der Veröffentlichung bestehe keine gesetzliche Grundlage für das ULD, da hier keine Berechtigung zu einer so genannten behördlichen Warnung gegeben sei.

Das ULD hat sein Vorgehen nicht mit den anderen Datenschutzaufsichtsbehörden abgestimmt und ist nur für Schleswig-Holstein zuständig. Der Meinungsstand ist offen und wird von unterschiedlicher Seite völlig konträr angesehen. Rechtsprechung liegt dazu ebenfalls bisher nicht vor.

#### **Antwort zu 2b)**

Bei dem Button auf der Rathaus-Startseite im München-Portal handelt es sich nicht um den „Gefällt mir“-Button von Facebook, sondern lediglich um einen einfachen Link auf die städtische Facebook-Seite. Diese Facebook-Seite wird als weiterer, zeitgemäßer Verteilungskanal genutzt, der einen ebenso schnellen wie niederschweligen Zugang zum städtischen Informationsangebot bietet. Vor allem bei Zielgruppen, die sonst für die Stadt eher schwer erreichbar sind, ist Facebook als Medium fest etabliert und erweitert mit seinem sehr effektiven „Schneeballsystem“ der Nachrichten-Verbreitung die Reichweite städtischer Kommunikation.

#### **Frage 3:**

**Inwieweit ist es unter den derzeit offenbar vorhandenen rechtlichen wie moralischen Bedenken vertretbar, zudem einen eigenen offiziellen Facebook-Auftritt der LH München zu betreiben?**

**a) Wer hat diese Facebook-Seite eingerichtet und betreibt diese?**

**b) Welche einmaligen und laufenden Kosten verursacht dies?**

**c) Welche sonstigen Aufwendungen (Personal, Werbemittel, etc.) müssen ggf. von der LH München darüber hinaus für ihre Facebook-Fanseite aufgewandt werden?**

#### **Antwort zu 3**

s. Antwort auf Frage 5.

#### **Antwort zu 3a**

Die Facebook-Seite wurde vom Presse- und Informationsamt (PIA) eingerichtet und betrieben.

#### **Antwort zu 3b**

Die vom PIA betriebene Seite läuft über einen kostenlosen Facebook-Account, für den weder einmalige noch laufende Kosten anfallen.

#### **Antwort zu 3c**

Für diese Facebook-Seite fallen auch keine sonstigen Aufwendungen an, da sie in der Regel automatisch über den städtischen RSS-Feed mit Hinweisen auf ausgewählte aktuelle Pressemitteilungen befüllt wird.

**Frage 4:**

**Welche weiteren sozialen Online-Medien und Internetdienste, wie z.B. Twitter oder Google, werden in vergleichbarer Weise durch die LH München bzw. ihre kommunalen Eigenbetriebe genutzt und finanziert?**

**a) Wie stellt sich analog bei diesen weiteren Diensten die rechtliche Bewertung zu Verknüpfung und Verlinkung behördlicher oder quasi-behördlicher, also hinsichtlich etwa namensrechtlicher Verzahnung und/oder auch durch inhaltliche Vorgaben eng verbundener, Online-Angebote dar?**

**Antwort**

Das PIA betreibt neben der Facebook-Seite auch einen kostenlosen Twitter-Account, der ebenfalls automatisch über den städtischen RSS-Feed bespielt wird.

**Zu 4a)**

Das mehrfach erwähnte Arbeitspapier des ULD bezieht sich ausschließlich auf die datenschutzrechtliche Prüfung der entsprechenden Angebote von Facebook. Um beurteilen zu können, ob die andere sozialen Online-Medien ähnlich zu bewerten sind, wäre eine weitere umfassende technische Begutachtung vorzunehmen. Dies war in der zur Verfügung stehenden Zeit nicht möglich.

Der Freistaat Bayern hat übrigens eine eigene Facebook Fanpage eingerichtet:

<https://www.facebook.com/pages/Bayern/237236916311200>

**Frage 5:**

**Welche Konsequenzen zieht die LH München insgesamt aus den durch das BMELV bzw. auch durch zahlreiche Datenschützer vorgebrachten rechtlichen Bedenken?**

Als erste Maßnahme wurde, wie zu Frage 1 schon dargestellt, in den Datenschutzerklärungen der LH München ein entsprechender Hinweis eingefügt.

Wie aus der Entschließung der 82. Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder am 28. und 29.09.2011 in München hervorgeht, fordern die Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder alle öffentlichen Stellen auf, von der Nutzung von Social-Plugins abzusehen, die den geltenden Standards nicht genügen mit der Begründung „Es kann nicht sein, dass die Bürgerinnen und Bürger, die sich auf den Seiten öffentlicher Stellen informieren wollen, mit ihren Daten dafür bezahlen.“ Die Entschließung ist im Internet unter „Aktuelles“ auf der Seite des Bayerischen Beauftragten für Datenschutz wiedergegeben:

<http://www.datenschutz-bayern.de/>.

Da wie bereits ausgeführt auf muenchen.de bei der von der Landeshauptstadt München verantworteten Rathaussäule keine social plugins, sondern einfache Links verwendet werden, entspricht die Stadt dieser Entschließung. Bis auf Weiteres werden wegen der datenschutzrechtlichen Bedenken auch keine weiteren Profilseiten oder Fanpages mehr eingerichtet werden.

Ich bitte, von den Ausführungen Kenntnis zu nehmen und gehe davon aus, dass die Angelegenheit damit erledigt ist.

Mit freundlichen Grüßen

gez.

Christian Ude