



Allgemeine Hinweise und Anforderungen für Verantwortliche zum Einsatz von Facebook Custom Audience

Facebook Custom Audience kann u. a. über eine Kundenliste und auch über ein Pixel-Verfahren eingesetzt werden. Bei beiden angebotenen Verfahren werden personenbezogene Daten verarbeitet. Daher kann Facebook Custom Audience nur dann datenschutzrechtlich zulässig eingesetzt werden, wenn folgende Anforderungen erfüllt werden:

1. Facebook Custom Audience über die Kundenliste

a. Rechtmäßiger Einsatz

Der Einsatz ist nur aufgrund einer informierten Einwilligung der Kunden zulässig. Das Hochladen der Kundenliste kann weder auf eine Rechtsgrundlage des BDSG noch des TMG gestützt werden. Diese Rechtsauffassung beruht auf einer europarechtskonformen Auslegung der geltenden deutschen Datenschutzbestimmungen und berücksichtigt die jüngsten Entscheidungen des EuGH zum Datenschutz. Im Übrigen wird das Übermitteln dieser Liste an Facebook auch auf der Basis des ab Mai 2018 geltenden Rechts, d. h. nach der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO), nicht ohne Einwilligung zulässig sein.

b. Widerruf der Einwilligung

Widerruft der Betroffene seine Einwilligung, so muss er von der Kundenliste entfernt werden. Da der Webseiten-Betreiber keine Kenntnis davon hat, welche Kunden auch Nutzer auf Facebook sind und beworben werden, ist die vollständige Custom Audience-Liste unverzüglich zu aktualisieren.

2. Facebook Custom Audience über das Pixel-Verfahren

Bindet der Webseiten-Betreiber den Facebook-Pixel auf seiner Webseite ein, so ist er im datenschutzrechtlichen Sinne auch Verantwortlicher, da er gezielt die weitere Datenverarbeitung durch Facebook veranlasst. Die Einbindung des Facebook-Pixels ist daher nur zulässig, wenn folgende Anforderungen berücksichtigt werden:

a. Funktion „Erweiterter Abgleich“

Das Facebook-Pixel ermöglicht es, Kundendaten wie z. B. Vorname, Nachname, E-Mail-Adresse, usw. an Facebook zu übermitteln und mit bestehenden Tracking-Daten anzureichern. So ist es möglich, auch Daten von Nicht-Facebook-Nutzern zu erheben oder Nutzer zu erfassen, die während des Besuchs einer Webseite nicht bei Facebook eingeloggt sind. Dadurch werden Webseiten-Besucher über Facebook verfolgt, die bewusst die Speicherung von Third-Party-Cookies unterbinden.

Webseiten-Betreiber dürfen die erweiterte Funktion nur einsetzen, wenn sie vorab eine informierte Einwilligungserklärung aller Webseiten-Besucher einholen. Ohne wirksame Einwilligung ist die erweiterte Funktion des Facebook-Pixels datenschutzrechtlich unzulässig.



b. Hinweispflicht

Der Verantwortliche ist verpflichtet, den Nutzer/Betroffenen im Rahmen der Datenerhebung darauf hinzuweisen,

- wer für die Erhebung und Verarbeitung zuständig ist (Webseiten-Betreiber und Facebook),
- welches Verfahren zum Einsatz kommt (Produktname),
- welche Arten von personenbezogenen Daten erhoben bzw. übertragen werden,
- für welchen Zweck die Datenverarbeitung erfolgt,
- dass Tracking-Verfahren die Identifizierung des Nutzers über zahlreiche Webseiten ermöglichen und
- dass dem Nutzer/Betroffenen ein Opt-Out-Verfahren zur Verfügung steht.

c. Opt-Out-Verfahren

Der Webseiten-Betreiber ist verpflichtet, ein geeignetes Opt-Out-Verfahren zu implementieren, welches folgende Voraussetzungen erfüllt:

- Wird ein Opt-Out-Cookie gesetzt, so sollte es sich um ein persistentes HTML5-Storage-Objekt mit einer unbegrenzten Gültigkeitsdauer handeln.
- Session-Cookies oder sonstige persistente HTML-Cookies mit einer kurzen Gültigkeitsdauer sind dagegen nicht geeignet und erfüllen daher auch nicht die gesetzlichen Anforderungen.
- Ist ein Opt-Out-Cookie des Nutzers vorhanden, so ist jeder Datenverkehr durch das Facebook-Pixel zu unterbinden. Erfolgt dennoch ein Aufruf an Facebook, so ist das Opt-Out-Verfahren nicht geeignet und erfüllt nicht die gesetzlichen Anforderungen. Ein Opt-Out-Verfahren kann man durch Programmieren von wenigen Zeilen Javascript-Code mit geringem Aufwand selbst implementieren.
- Ein Verweis auf Webseiten von Drittanbietern (wie z. B. youronlinechoices.eu) ist für ein Opt-Out nicht ausreichend. Nach Setzen von Opt-Out-Cookies über Webseiten solcher Drittanbieter findet unserer Kenntnis nach weiterhin ein Datenverkehr zwischen dem Endgerät des Nutzers und dem Werbenetzwerk statt. Darüber hinaus enthalten die Webseiten der Drittanbieter meist JavaScript-Funktionen, die wiederum das Verfolgen eines einzelnen Nutzers ermöglichen (Tracking). Es ist dem Nutzer daher nicht zuzumuten, für ein Opt-Out beim Facebook Custom Audience Pixel-Verfahren auf den Dienst eines Dritten verwiesen zu werden, der wiederum Daten des Nutzers für eigene Zwecke verarbeitet.
- Auch ein Verweis auf die URL www.facebook.com/settings stellt kein geeignetes Opt-Out-Verfahren dar. Zum einen steht diese Funktion nur Facebook-Mitgliedern zur Verfügung und zum anderen wird lediglich die Anzeige von Werbung im Nutzerkonto unterbunden. Eine Datenverarbeitung erfolgt jedoch weiterhin.

Wir weisen darauf hin, dass die o.g. Anforderungen lediglich Hinweise in Bezug auf die Hinweispflichten und Widerspruchsmöglichkeiten darstellen.

Achtung: Verantwortliche, d. h. diejenigen, die Facebook Custom Audience einsetzen, müssen sicherstellen, dass sie den Einsatz von Facebook Custom Audience auf eine geeignete Rechtsgrundlage stellen können. Wenn der Einsatz von Facebook Custom Audience nicht datenschutzrechtlich zulässig erfolgt, ist Adressat einer Anordnungen oder eines Bußgeldbescheides nicht Facebook, sondern das jeweilige Unternehmen, das dieses Werbemittel unzulässig einsetzt.