



Handlungsrahmen für die Nutzung von „Social Media“ durch öffentliche Stellen

Stand: 06.03.2020



1. Rahmenbedingungen

Social Media-Dienste wie Facebook, Twitter, Instagram oder YouTube sind zu einem wesentlichen Bestandteil im beruflichen und privaten Informations- und Kommunikationsverhalten vieler Nutzerinnen und Nutzer geworden. Daher sind diese Dienste für öffentliche Stellen längst ein relevanter Kommunikationskanal geworden. Durch den Betrieb von Auftritten in Social Media-Diensten tragen öffentliche Stellen aber auch dazu bei, dass personenbezogene Daten der Nutzerinnen und Nutzer ihrer Angebote an die jeweiligen Plattformbetreiber gelangen, die sie häufig (auch) zu eigenen Zwecken weiter verarbeiten.

Im Zusammenhang mit der Nutzung von Social Media-Plattformen werden personenbezogene Daten in teils großem Umfang verarbeitet. Die Vielfalt der Informationen, die innerhalb eines Netzwerkes eingestellt oder über die Nutzerinnen und Nutzer erhoben werden, ermöglicht einen tiefen Einblick in deren persönliche Lebensgestaltung.

Öffentliche Stellen, die Social Media-Angebote nutzen, müssen daher den bestehenden datenschutzrechtlichen Anforderungen Rechnung tragen. Die seit Mai 2018 wirksame Datenschutz-Grundverordnung legt hier die zentralen Anforderungen, z.B. an die rechtlichen Grundlagen einer Verarbeitung, deren Transparenz hinsichtlich Umfang, Reichweite und Zweck oder zur Wahrung der Rechte der von der Datenverarbeitung Betroffenen, fest.

Seit dem Aufkommen von Social Media-Angeboten haben sich aus Sicht des Datenschutzes grundlegende Fragen gestellt. Dies hat z.B. mit deren Konzeption als Plattformlösung zu tun, deren Geschäftsmodell, das auf einer kommerziellen Verwertung von Nutzungsdaten basiert, aber auch mit der Tatsache, dass die technischen Anbieter/Betreiber der Plattformen ihren Sitz zumeist außerhalb der Europäischen Union haben, wo ein vergleichbares Datenschutzniveau häufig nicht gegeben ist. So war lange Zeit umstritten, welche Verantwortung z.B. öffentliche Stellen haben, die auf der Facebook-Plattform eine sogenannte Fanpage betreiben und dadurch den Anlass für die Verarbeitung entsprechender Nutzungsdaten setzen.

a) Facebook Fanpages

Facebook verarbeitet in seinen sog. „Seiten-Insights“ eine Reihe von personenbezogenen Daten der Seitenbesucher zu eigenen Zwecken. Die Verarbeitung findet unabhängig davon statt, ob der Seitenbesucher bei Facebook angemeldet ist oder nicht und ob er Mitglied ist. Bei Seiten-Insights handelt es sich um zusammengefasste Statistiken, die anhand bestimmter „Events“ erstellt werden, die von den Facebook-Servern protokolliert werden, wenn Personen mit Seiten und den mit ihnen verbundenen Inhalten interagieren. Seitenbetreiber selbst haben keinen Zugriff auf die personenbezogenen Daten, die im Rahmen von „Events“ verarbeitet werden, sondern nur auf die zusammengefassten Seiten-Insights.



Der Europäische Gerichtshof (EuGH) hat in seiner [Entscheidung vom 5. Juni 2018](#) zum Betrieb von Facebook-Fanpages festgestellt, dass nicht nur Facebook selbst sondern auch der jeweilige Betreiber einer Fanpage datenschutzrechtlich verantwortlich ist, soweit durch den Besuch der Fanpage personenbezogene Daten der Fanpage-Besucher verarbeitet werden. Öffentliche Stellen, die eine Facebook-Fanpage betreiben sind daher selbst als datenschutzrechtlich Verantwortliche zu sehen. Die Fanpage-Betreiber benötigen deshalb eine Rechtsgrundlage für die Verarbeitung der Nutzungsdaten und müssen auch alle weiteren Pflichten als Verantwortliche erfüllen.

Mit [Urteil vom 11. September 2019](#) stellte das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) ergänzend klar, dass die Datenschutzaufsichtsbehörden gegen die Betreiber von Facebook-Fanpages selbst vorgehen können, wenn bei dem Betrieb von Facebook-Fanpages Datenschutzverstöße begangen werden. Eine Datenschutzaufsichtsbehörde muss nicht stattdessen gegen Facebook vorgehen, weil dies wegen der fehlenden Kooperationsbereitschaft von Facebook mit erheblichen tatsächlichen und rechtlichen Unsicherheiten verbunden wäre. Das Gericht entschied weiter, dass es verhältnismäßig sei, die Außerbetriebnahme der Fanpage anzuordnen, wenn die von Facebook zur Verfügung gestellte digitale Infrastruktur schwerwiegende datenschutzrechtliche Mängel aufweise.

Öffentliche Stellen unterliegen einer verfassungsrechtlichen Bindung an Recht und Gesetz (Rechtsstaatsprinzip) und stehen aufgrund ihrer gesellschaftlichen Vorbildfunktion in einer besonderen Verantwortung. Dies ist auch bei der Nutzung von Social Media-Diensten zu berücksichtigen. Da öffentliche Stellen (mit-)verantwortlich für die Datenverarbeitung der Nutzerdaten sind, müssen sie grundsätzlich die dem Verantwortlichen durch die DS-GVO auferlegten Pflichten erfüllen, insbesondere die Einhaltung der Grundsätze des Art. 5 DS-GVO, die Anforderung an die Datenverarbeitung gem. Art. 6 DS-GVO sowie die Gewährleistung der Betroffenenrechte nach Art. 15 ff. DS-GVO. Diese Forderungen formulierte die Konferenz der unabhängigen [Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder \(DSK\) bereits in einer Entschließung vom 6. Juni 2018](#).

Am [5. September 2018](#) hat die [DSK in einem Beschluss Fanpage-Betreiber](#) dazu aufgefordert, sich an Facebook zu wenden und den Abschluss einer Vereinbarung zur gemeinsamen Verantwortlichkeit nach Art. 26 DS-GVO sowie Informationen über die im Zusammenhang mit den Fanpages stehenden Verarbeitungen zu verlangen.

Kurz nach dem [DSK-Beschluss vom 5. September 2018](#) hat Facebook die Dokumente „Seiten-Insights-Ergänzung bezüglich des Verantwortlichen“ sowie „Informationen zu Seiten Insights“ herausgegeben, um den Vorgaben aus dem EuGH-Urteil nachzukommen.

Die [DSK stellt in ihrem Beschluss vom 1. April 2019](#) klar, dass die beiden von Facebook vorgelegten Dokumente nicht ausreichen, damit Fanpage-Betreiber ihren datenschutzrechtlichen Informationsverpflichtungen als gemeinsamer Verantwortlicher nachkommen können. Die „Seiten-Insights-Ergänzung bezüglich des Verantwortlichen“ entspricht nicht den Vorgaben für eine Vereinbarung über die gemeinsame Verantwortlichkeit nach Art. 26 DS-GVO. Außerdem genügen die Informationen in dem



Dokument „Informationen zu Seiten Insights“ nicht für den Beleg der Informations- und Nachweispflichten der Fanpage-Betreiber.

Im Oktober 2019 veröffentlichte Facebook eine neue Seiten-Insights-Ergänzung. Inwiefern diese den von der DSK aufgestellten Anforderungen entspricht, wird im Abschnitt 2 c) erläutert.

Insgesamt ist festzustellen, dass der Betrieb von Facebook-Fanpages nur unter Einhaltung bestimmter Voraussetzungen als datenschutzkonform angesehen werden kann.

b) Andere Social Media-Angebote

Die zu den Facebook-Fanpages dargestellte Problematik lässt sich auf andere Social Media-Angebote grundsätzlich übertragen. Die geläufigen Social Media-Angebote verarbeiten wie Facebook eine Reihe von personenbezogenen Daten der Seitenbesucher zu eigenen Zwecken. Auch wenn die Verarbeitung durch den Plattformbetreiber des Social Media-Angebots durchgeführt wird, ist der Betreiber eines solchen Social Media-Angebots neben dem Plattformbetreiber Verantwortlicher für die Datenverarbeitung. Bei Datenschutzverstößen kann sich auch hier die Aufsichtsbehörde an den Betreiber des Social Media-Angebots wenden und muss nicht gegen den Plattformbetreiber vorgehen.

2. Voraussetzungen und Handlungsvorgaben für die rechtskonforme Anwendung von Social Media-Angeboten

Aus Sicht des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz (LfDI) haben öffentliche Stellen beim Betrieb von Social Media-Angeboten folgende Punkte zu berücksichtigen:

a) Rechtsgrundlage für den Betrieb eines Social Media-Angebots

Jeder Verantwortliche benötigt für die Verarbeitungstätigkeiten, die seiner Verantwortung unterliegen, eine Rechtsgrundlage nach Art. 6 Abs. 1 DSGVO. Dies gilt auch in den Fällen, in denen er die Verarbeitungstätigkeiten nicht unmittelbar selbst durchführt, sondern durch andere gemeinsam mit ihm Verantwortliche durchführen lässt.

Öffentliche Stellen können als Annexkompetenz zu ihren Aufgaben auch Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Die Weitergabe von personenbezogenen Daten an Social Media-Dienste zur Erfüllung deren eigener kommerzieller Geschäftszwecke ist im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit aber in aller Regel nicht erforderlich und kann somit nicht auf Art. 6 Abs. 1 lit. e DS-GVO i.V.m. § 3 Landesdatenschutzgesetz (LDSG) gestützt werden.

Mangels anderer Rechtsgrundlagen können öffentliche Stellen personenbezogene Daten im Rahmen des Betriebs eines Social Media-Angebotes somit nur auf Grundlage einer Einwilligung der betroffenen Personen oder aufgrund einer spezifischen Rechtsgrundlage verarbeiten und an den Social Media -Plattformbetreiber weitergeben.

aa) Nutzerinnen und Nutzer, die Mitglied des Social Media-Plattform sind



Hinsichtlich der Nutzer, die selbst Mitglied im Social Media-Angebot sind und beim Besuch des Angebots einer öffentlichen Stelle auch angemeldet sind, kann die Einwilligung über das Akzeptieren der Nutzungsbedingungen der Plattform und das Anmelden fingiert werden.¹ Dies ist formalrechtlich zwar nicht restlos korrekt, denn das Akzeptieren der Nutzungsbedingungen der Plattform stellt nicht automatisch eine Einwilligung gegenüber der öffentlichen Stelle dar. Allerdings sieht der LfDI es nach aktuellem Erkenntnisstand (vorbehaltlich weiterer Diskussionen innerhalb der DSK und mit den anderen Datenschutzaufsichtsbehörden in der EU) als akzeptabel an, davon auszugehen, dass Nutzer, die sich grundsätzlich mit der Verarbeitung ihrer Nutzungsdaten durch den Social Media-Anbieter einverstanden erklären, dies auch für die Verarbeitung im Zusammenhang mit bestimmten Angeboten innerhalb der Plattform erklären wollen. Voraussetzung hierfür ist aber in jedem Fall, dass die Nutzungsbedingungen der Plattform die Informationspflichten hinsichtlich der Verarbeitung der Nutzungsdaten erfüllen. Dies kann im Hinblick auf die abstrakte Nennung von verarbeiteten Daten und die offene Zweckbestimmung in den Nutzungsbedingungen einiger Anbieter durchaus bezweifelt werden.

bb) Nutzerinnen und Nutzer, die nicht Mitglied der Social Media-Plattform sind

Sind Nutzerinnen und Nutzer bei der Social Media-Plattform aber nicht registriert oder melden sich beim Besuch der Plattform nicht über ihr Nutzerkonto an, haben sie die Nutzungsbedingungen der Social Media-Plattform bei diesem Besuch auf dem Social Media-Angebot der öffentlichen Stelle nicht akzeptiert. Damit fehlt es in diesem Fall an dem Einverständnis der Nutzerinnen und Nutzer, dass Daten an den Social Media-Dienst übermittelt werden. In diesem Fall ist daher eine zusätzliche Einwilligungsmöglichkeit notwendig. Liegt diese nicht vor, ist ein rechtskonformer Betrieb nicht möglich. Dies betrifft also alle Nutzer, die ohne Anmeldung bei dem Social Media-Dienst das Angebot der öffentlichen Stelle nutzen. Öffentliche Stellen, die Social Media-Angebote als Informationskanal nutzen, die aber keine Möglichkeit anbieten, Einwilligungen einzuholen, sind daher gehalten, die Einrichtung dieser technischen Möglichkeit vom Anbieter einzufordern. Sollte dieser keine technische Möglichkeit eröffnen, eine Einwilligung einzuholen, hat der Verantwortliche zu prüfen, ob das Angebot auf angemeldete Nutzer zu beschränken ist. Die [Orientierungshilfe für Anbieter von Telemedien der DSK](#) enthält ab Seite 8 genaue Hinweise dahingehend, wie eine wirksame Einwilligung eingeholt werden kann und welchen Inhalt eine Einwilligungserklärung haben muss. Ohne eine wirksame Einwilligung erfolgt die Datenverarbeitung insoweit ohne Rechtsgrundlage und ist somit rechtswidrig. Wichtig in diesem Zusammenhang ist, dass die Einwilligung freiwillig erfolgen muss, das heißt ohne Zwang abgegeben worden sein muss. Freiwillig ist die Einwilligung nur, wenn die betroffene Person eine echte und freie Wahl hat und somit in die Lage versetzt wird, eine Einwilligung auch verweigern zu können, ohne dadurch Nachteile zu erleiden. Die technische Möglichkeit, eine Einwilligung einzuholen, wird zum Beispiel von Facebook derzeit nicht bereitgestellt.

¹ Beides ist zum Beispiel bei der App-basierten Nutzung von Social Media-Diensten in der Regel gegeben.



Soweit der Besuch des Social Media-Angebots nicht ohne die Erhebung personenbezogener Daten durch den Plattformbetreiber des sozialen Netzwerkes möglich ist, müssen öffentliche Stellen außerdem eine echte Alternative anbieten, die auf dem Social Media-Angebot zur Verfügung gestellten Informationen auch auf anderen Weg zu erhalten und über diese Alternative beim Einholen der Einwilligung informieren (siehe hierzu Punkt 2g).

b) Abschluss einer Vereinbarung über die gemeinsame Verantwortlichkeit

Öffentliche Stellen müssen für einen datenschutzgerechten Betrieb von Social Media-Angeboten eine Vereinbarung zur gemeinsamen Verantwortlichkeit mit dem Plattformbetreiber des Sozialen Netzwerkes schließen, die den Anforderungen von Art. 26 DS-GVO entspricht. Dabei muss der Plattformbetreiber Informationen zur Verfügung stellen, die mindestens die Beantwortung der Fragen aus dem [DSK-Beschluss vom 5. September 2018](#) ermöglicht.

Für die Facebook Fanpages lässt sich sagen, dass die Seiten-Insights-Ergänzung bezüglich des Verantwortlichen mit Stand Oktober 2019 nicht alle im DSK-Beschluss vom 5. September 2018 gestellten Fragen beantwortet. So bleibt weiterhin u.a. offen inwieweit durch den Besuch von Fanpages Profile erstellt und angereichert werden, sowie welche Löschrufen bei den erhobenen Daten bestehen. Auch bzgl. der Fragen sechs und sieben des o.g. DSK-Beschlusses enthält die Seiten-Insights-Ergänzung weiterhin keine Antwort. Solange die Antworten auf diese Fragen von Facebook nicht zur Verfügung gestellt werden, muss jeder Betreiber einer Fanpage diese Informationen selbst erfragen und in einer Vereinbarung mit Facebook regeln.

Darüber hinaus schreibt Facebook in seiner Seiten-Insights-Ergänzung, dass der Betreiber einer Fanpage anerkenne, dass die Ireland Data Protection Commission (irische Datenschutzkommission) die federführende Aufsichtsbehörde für die gemeinsame Verarbeitung sei. Öffentliche Stellen in Rheinland-Pfalz unterliegen allerdings als Verantwortliche hinsichtlich der Verarbeitung personenbezogener Daten der Aufsicht des LfDI. Im Hinblick auf den Verantwortlichen Facebook ist die irische Datenschutzkommission für grenzüberschreitende Verarbeitungen federführend zuständig, für nicht grenzüberschreitende Verarbeitungen der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit. Die Zuständigkeitsregelungen können nicht durch eine Vereinbarung zwischen Facebook und den Fanpage-Betreiber abgedungen werden.

c) Informationspflichten nachkommen

Wie bei allen Datenverarbeitungsvorgängen trifft die Pflicht zur Information nach Art. 13 bzw. 14 DSGVO auch öffentliche Stellen im Hinblick auf ihre Social Media-Angebote, sodass entsprechende Datenschutzinformationen in Form einer Datenschutzerklärung im Social Media-Angebot vorzuhalten sind.

Dabei sind insbesondere Name und Kontaktdaten des Verantwortlichen sowie gegebenenfalls seines Vertreters, die Kontaktdaten des Datenschutzbeauftragten, die Zwecke, für die die personenbezogenen Daten verarbeitet werden sollen, sowie die



Rechtsgrundlage für die Verarbeitung anzugeben (für weitere Pflichtangaben s. Art. 13 und 14 DS-GVO).

Auch auf die Datenschutzerklärung des Plattformbetreibers des Sozialen Netzwerkes ist zu verweisen. Die Datenschutzerklärung sollte auf bestehende Möglichkeiten, die Verarbeitung von Nutzungsdaten einzuschränken, hinweisen (Datenschutz-/Privatsphäreinstellungen des jeweiligen Social Media-Angebots). In der Datenschutzerklärung soll auf die Eigenverantwortung der registrierten Nutzerinnen und Nutzer für die Inanspruchnahme der Social Media-Dienste Bezug genommen und ein Hinweis auf die bestehenden alternativen Informations- und Kommunikationswege gegeben werden, also z.B. die E-Mail Adresse der Behörde oder die Behörden-Webseite.

Im Hinblick auf Facebook Fanpages sollte in der Datenschutzerklärung auf die bereits genannte Seiten-Insights-Ergänzung verwiesen werden, um den betroffenen Personen gem. Art. 26 Abs. 2 S. 2 DSGVO die Inhalte der Vereinbarung zur Verfügung zu stellen.

Die Datenschutzerklärung ist bei allen Social Media-Angeboten als solche zu bezeichnen und sollte wie das Impressum im Navigationsmenü als eigener Punkt untergebracht und mit maximal zwei Schritten erreichbar sein. Eine entsprechende Datenschutzhinweise kann bei z.B. bei Facebook wie das Impressum als Teil der Kanalinformation sowie daneben über den Punkt „Datenrichtlinie“ im Infobereich verlinkt werden. Bei anderen Social Media-Angeboten kann dies in der Kanalinformation erfolgen.

Wenn bei dem genutzten Social Media-Dienst aufgrund seiner Art keine dauerhafte verfügbare Datenschutzerklärung - z.B. bei der Anwendung in der App - bereitgestellt werden kann, ist den Nutzerinnen und Nutzern ein regelmäßiger Hinweis auf diese zu geben (abhängig von der Häufigkeit neuer Inhalte z.B. vierteljährlich), verbunden mit einem entsprechenden Link auf den Text der Datenschutzerklärung.

d) Konzept für das Social Media-Angebot

In einem Konzept für das Social Media-Angebot muss der Verantwortliche darlegen, welche fundierten Erwägungen die Entscheidung für das gewählte Social Media-Angebot begründen. Dabei muss erkennbar sein, warum ein Verzicht zu einer ernsthaften Beeinträchtigung der Aufgabenerfüllung führen würde. Ein Element der Prüfung ist, ob die zu erwartende Zahl der Nutzerinnen und Nutzer des Social Media Angebots verglichen zu bestehenden Informationskanälen (z.B. Internetseite) so hoch sein wird, dass ein weiteres Informationsangebot über Social Media gerechtfertigt ist. Im Fall bestehender Angebote ist die Beibehaltung begründungsbedürftig.

Diese Prüfung führt notwendig zu Differenzierungen zwischen unterschiedlichen Ausprägungen der Nutzung Sozialer Medien durch öffentliche Stellen. Im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit eines Ministeriums können andere Aspekte zum Tragen kommen als bei der Öffentlichkeitsarbeit einer Verbandsgemeinde oder der Öffentlichkeitsarbeit von öffentlichen Stellen zum Zweck der Nachwuchsgewinnung.

Außerdem müssen in dem Konzept der Zweck, die Art und der Umfang der angebotenen Social Media-Dienste beschrieben und Verantwortlichkeiten für die



redaktionelle/technische Betreuung und die Wahrnehmung der Rechte der Betroffenen nach Art. 15 ff. DS-GO festgelegt werden. Dieses Konzept sollte allgemein zugänglich gemacht und nach § 7 Abs. 1 Nr. 6 LTranspG so weit als möglich auch im Internet veröffentlicht werden. Es bildet die Grundlage für Prüfungen des Social Media-Angebots durch den LfDI.

Das Konzept sollte anhand der gemachten Erfahrungen nach einem gewissen Zeitraum im Hinblick auf Erforderlichkeit und Ausmaß der Nutzung Sozialer Medien evaluiert werden. Die öffentliche Stelle soll einmal im Halbjahr in den genutzten Sozialen Medien eine Aktion zur Sensibilisierung der Bürgerinnen und Bürger über die Risiken für ihr Recht auf informationelle Selbstbestimmung durchführen. Dies kann beispielsweise durch Hinweise auf aktuelle Datenschutzthemen, auf Beiträge zum Datenschutz oder durch Hinweise auf entsprechende Informationsangebote erfolgen.

e) Impressumspflicht

Das Social Media-Angebot muss Angaben gemäß § 5 Telemediengesetz enthalten, welche die jeweilige Stelle als Anbieter erkennen lassen. Diese Angaben müssen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Dem wird entsprochen, wenn die Angaben als „Impressum“ oder „Kontakt“ bezeichnet werden, im allgemeinen Navigationsmenü als eigener Punkt untergebracht und mit maximal zwei Schritten erreichbar sind.

f) Keine konkreten Verwaltungsleistungen

Für die Bereitstellung und den Bezug von konkreten Verwaltungsleistungen ist auf Social Media-Dienste zu verzichten, wenn dabei sensible Bereiche oder besondere personenbezogene Daten (Art. 9 Abs. 1 DS-GVO) betroffen sind. So sollten u.a. bei den von manchen Social Media-Angeboten möglichen Kalenderfunktion, mit der Bürger ihre Teilnahme an einer Veranstaltung öffentlich kundtun bei Veranstaltungen zu sensiblen Bereichen (z.B. Kinder- und Jugendfürsorge, Sozialhilfe, Gesundheitsvorsorge) verzichtet werden. Öffentlichkeitsarbeit und allgemeine Informationen zur Verwaltung (Aufgaben, Leistungen, Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Ansprechpartner, Hinweise auf Veranstaltungen etc.) unterfallen diesem Vorbehalt regelmäßig nicht. Auf Dienste, die in Zukunft nach dem Online-Zugangsgesetz von öffentlichen Stellen über das Internet verfügbar sind, sollte aus Social Media-Angeboten nicht verlinkt werden, da so ein Rückschluss für den Plattformbetreiber auf den Bedarf des Nutzers auf eine konkrete Verwaltungsleistung möglich ist.

g) Alternativer Weg zur Informationsbeschaffung

Die bloße Kenntnisaufnahme von Informationen der öffentlichen Stelle darf nicht von einer vorherigen Registrierung auf einer Social Media-Plattform abhängig sein. Außer auf dem Social Media-Angebot müssen die bereitgestellten Informationen daher immer auch auf einem alternativen Weg verfügbar sein (z.B. Webseite der Verwaltung). Auf der Internetseite sowie bei Bewerbung des Social Media-Angebots der öffentlichen Stelle sollte darauf hingewiesen werden, dass alle Informationen, die auf dem Social Media-Angebot zu finden sind, auch auf der Internetseite zur Verfügung stehen. Auf diese



Möglichkeit ist im Social Media-Angebot der öffentlichen Stelle hinzuweisen. Auf die Nutzung des alternativen Weges ist durch technische und redaktionelle Weise hinzuwirken.

h) Alternative Kommunikationsmöglichkeiten

Die Nutzung interaktiver Funktionen (z.B. Kommentieren, Teilen, Bewerten) geht über ein reines Informationsangebot hinaus und steht weitgehend in der Verantwortung der Nutzerinnen und Nutzer. Soweit die Funktionen darauf ausgerichtet sind, in einen intensivierten Dialog mit der öffentlichen Stelle zu treten, ist immer auch eine alternative Kommunikationsmöglichkeit außerhalb der Social Media-Plattform anzubieten (z.B. E-Mail). Die öffentliche Stelle kann nach Maßgabe der Erforderlichkeit interaktive Funktionen nutzen, etwa auf aktuelle Geschehnisse und Gefahrenlagen hinweisen, auf Kommentare und Fragen antworten und Kommunikation moderieren, wenn Verarbeitung und Übermittlung personenbezogener Daten so weit wie möglich vermieden werden und auf die Nutzung alternativer Wege erkennbar hingewiesen wird. Es besteht ein Cross Media-Gebot.

i) Rechenschaftspflicht und technisch-organisatorischer Datenschutz

Öffentliche Stellen, die Social Media-Angebote betreiben, müssen alle Pflichten eines Verantwortlichen nach der Datenschutz-Grundverordnung erfüllen. Die Verarbeitung der Nutzungsdaten im Rahmen des Betriebs eines Social Media Angebots ist in das Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten gemäß Art. 30 DS-GVO aufzunehmen.

Gemäß Art. 24, 25 und 32 DS-GVO müssen Verantwortliche durch technisch-organisatorische Maßnahmen dafür sorgen, dass die Anforderungen der Datenschutz-Grundverordnung eingehalten werden. Im Hinblick auf Social Media-Angebote werden sich diese Pflichten hauptsächlich auf die Auswahl und die organisatorische Einbettung des Angebots beziehen. Hinsichtlich der technischen Konfiguration der Verarbeitung personenbezogener Daten, ist der Betreiber auf die technischen Möglichkeiten des Produkts beschränkt. Diese sollten aber eine tragende Rolle bei der Auswahl des Produkts spielen. Überdies sind die öffentlichen Stellen gehalten, die Verbesserung des technischen Datenschutzes innerhalb eines genutzten Produkts gegenüber dem Anbieter einzufordern.

Öffentliche Stellen sollten prüfen, ob für ihr Social Media-Angebot eine Datenschutzfolgenabschätzung nach Art. 35 der DS-GVO durchzuführen ist. Dies ist nicht grundsätzlich für Social Media-Angebote der Fall, kann aber je nach Art und Ausgestaltung des Angebots einschlägig sein, etwa wenn das Angebot sich in Bereichen abspielt, die besondere Kategorien von Daten (Art. 9 DS-GVO) betreffen. Im Rahmen einer Datenschutz-Folgenabschätzung können weite Teile der Pflichten nach Art. 24, 25 und 32 DS-GVO erfüllt werden. Die Prüfung und ggf. Erfüllung der in diesem Abschnitt aufgelisteten Pflichten sollte im Social Media-Konzept (siehe hierzu 2 d) dokumentiert werden.



3. Was droht bei einem datenschutzwidrigen Betrieb von Social Media-Angeboten?

Werden die unter Punkt 2 aufgeführten Vorgaben zum datenschutzgerechten Betrieb eines Social Media-Angebots nicht befolgt, kann der LfDI nach Art. 58 Abs. 2 lit. f DS-GVO in Ausübung seines pflichtgemäßen Ermessens die Außerbetriebnahme des Angebots anordnen. Dies bestätigt das BVerwG in seinem o.g. Urteil. Zusätzlich kann eine Beanstandung oder Verwarnung erfolgen.

Daneben können betroffene Personen gegenüber dem Betreiber einer Fanpage nach Art. 82 DS-GVO Schadensersatz fordern. Nach Art. 82 Abs. 1 DS-GVO hat jede Person, der wegen eines Verstoßes gegen diese Verordnung ein materieller oder immaterieller Schaden entstanden ist, Anspruch auf Schadensersatz gegen den Verantwortlichen. Ist mehr als ein Verantwortlicher an derselben Verarbeitung beteiligt und sind sie für einen durch die Verarbeitung verursachten Schaden verantwortlich, so haftet jeder Verantwortliche für den gesamten Schaden, damit ein wirksamer Schadensersatz für die betroffene Person sichergestellt ist (vgl. Art. 82 Abs. 4 DS-GVO). Dies bedeutet, dass betroffene Personen im Rahmen von zivilgerichtlichen Verfahren Schadensersatz von den Betreibern von Fanpages verlangen können, wenn die betroffene Person einen materiellen oder immateriellen Schaden darlegen kann. Die betroffenen Personen können hinsichtlich einer Kompensation nicht an die Betreiber der Sozialen Netzwerke verwiesen werden.

4. Ausblick

Die Rechtsprechung des EuGH in Verbindung mit den Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung führt zu veränderten Voraussetzungen für den Betrieb von Social Media-Angeboten - insbesondere für den Betrieb von Facebook-Fanpages. Diese Voraussetzungen können die Betreiber von Social Media-Angeboten zwar nicht ohne die Mitwirkung der Plattformbetreiber der Sozialen Netzwerke selbst erfüllen. Dies entlässt sie jedoch nicht aus der Verantwortung. Wollen sie die Angebote auch in Zukunft betreiben, müssen Sie mit den Plattformbetreibern in Kontakt treten und auf die Herstellung rechtmäßiger Zustände hinwirken.

Es ist davon auszugehen, dass ohne die nachdrückliche Einforderung der genannten Datenschutzfunktionalitäten seitens der Betreiber von Social Media-Angeboten, die Plattformbetreiber keine technischen Lösungen für einen datenschutzkonformen Betrieb zur Verfügung stellen werden. Daher sind diejenigen öffentlichen Stellen, die planen, ihre Social Media-Angebote weiter zu betreiben gehalten, sich an die Plattformbetreiber zu wenden und eine technische Lösung für eine einwilligungsbasierte Nutzung der Social Media-Angebote zu fordern. Daneben müssen die Betreiber von Social Media-Angeboten Vereinbarungen über die gemeinsame Verantwortlichkeit mit den Plattformbetreibern schließen, die den Anforderungen des Art. 26 DS-GVO entsprechen. Die Nutzerinnen und Nutzer sind von den Betreibern der Social Media-Angebote über den Inhalt der Vereinbarung zu informieren.



Dem LfDI kommt die Aufgabe zu, die Einhaltung der rechtlichen Anforderungen zu überwachen und durchzusetzen. Hierzu stehen ihm die Befugnisse aus Art. 58 DS-GVO und §§ 17, 42 LDSG zur Verfügung.

Dieser aktualisierte Handlungsrahmen soll öffentlichen Stellen im Hinblick auf die datenschutzrechtlichen Anforderungen an die Nutzung von Social Media-Angeboten Klarheit und Rechtssicherheit verschaffen. Mithilfe des Handlungsrahmens sollen die öffentlichen Stellen in die Lage versetzt werden, ihre Angebote so auszuwählen und einzurichten, dass sie den Vorgaben des Datenschutzrechts entsprechen und als Angebote der öffentlichen Verwaltung eine Vorbildwirkung entfalten können. Der Handlungsrahmen wird aufgrund der Dynamik im Bereich Social Media erforderlichenfalls aktualisiert, etwa wenn Anpassungen durch die Social Media-Betreiber berücksichtigt werden müssen.