

Kurzgutachten zur datenschutzrechtlichen Konformität des Betriebs von Facebook-Fanpages

unter Berücksichtigung des seit dem 1. Dezember 2021 geltenden Telekommunikation-
Telemedien-Datenschutzgesetzes (TTDSG), des Urteils des OVG Schleswig vom
25. November 2021 (Az. 4 LB 20/13) und der aktuellen technischen Umsetzungen

- Version 1 (Version für die 103. DSK-Sitzung) -

Inhalt

A.	Einleitung.....	3
B.	Festgestellte Datenverarbeitungen und Prozesse	4
C.	Rechtliche Bewertung	6
I.	Vereinbarkeit mit dem TTDSG.....	7
1.	Anwendbarkeit des TTDSG.....	7
2.	Pflichten aus § 25 TTDSG für Betreiber:innen von Facebook-Fanpages	7
3.	Einwilligungserfordernis nach § 25 TTDSG.....	7
4.	Ausnahmen nach § 25 Abs. 2 TTDSG.....	7
5.	Wirksame Einwilligung gemäß § 25 Abs. 1 TTDSG i. V. m. Art. 4 Nr. 11 und Art. 7 DS-GVO. 11	
II.	Vereinbarkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten zu Statistiken (sog. Insights) mit der DS-GVO.....	15
1.	Datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit.....	15
2.	Personenbezug der Verarbeitung mittels Cookies.....	17
3.	Fehlende Rechtsgrundlage	17
4.	Weitere Verpflichtungen der Fanpage-Betreiber:innen	18
D.	Drittstaatentransfer	20
E.	Ergebnis	20
F.	Anhang	21
I.	Anhang 1: Dokumentation Ablauf einer Facebook-Anmeldung und wesentliche Zwischenschritte.....	21
II.	Anhang 2: Dokumentation Ablauf einer Facebook-Nutzung ohne Anmeldung und wesentliche Zwischenschritte.....	31
III.	Anhang 3: Textwiedergabe des allgemeinen Cookie-Banners vor dem Login:	35
IV.	Anhang 4: Die Einstellmöglichkeiten für Betreiber einer Facebook-Fanpage.....	37
V.	Anhang 5: Cookie-Richtlinie von Facebook.....	38

A. Einleitung

Mit Urteil vom 5. Juni 2018 hat der EuGH im Rahmen eines Vorlagebeschlusses entschieden, dass Betreiber von sogenannten Facebook-Fanpages gemeinsam mit Facebook datenschutzrechtlich verantwortlich sind (Az. C-210/16, „Wirtschaftsakademie“). Angeschlossen haben sich Urteile des vorlegenden BVerwG vom 11. September 2019 (Az. 6 C 15.18) und des OVG Schleswig (Az. 4 LB 20/13) vom 25. November 2021. Das OVG Schleswig hat die rechtliche und tatsächliche Lage des Jahres 2011 zugrunde gelegt. Die Feststellungen und rechtlichen Bewertungen sind jedoch – mit Abstrichen - nach wie vor relevant, u. a. weil die im Urteil genannten Cookies auch aktuelle weiterhin verwendet werden.

Die DSK hatte das Urteil des EuGH zum Anlass genommen um sich im Rahmen einer dazu eingerichteten Taskforce mit den Fragen rund um die Rechtskonformität des Betriebs einer Fanpage zu beschäftigen. Ergebnisse der Taskforce wurden u. a. durch die Veröffentlichungen der DSK vom 6. Juni 2018 (abrufbar unter: https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/en/20180605_en_fb_fanpages.pdf) und 1. April 2019 (abrufbar unter: https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/dskb/20190405_positionierung_facebook_fanpages.pdf) an die Öffentlichkeit gerichtet.

Ziel dieses Kurzgutachtens ist es, der DSK im Überblick eine aktuelle rechtliche Bewertung des Betriebs von Fanpages zu geben. Dabei werden von der Taskforce die Urteilsgründe des OVG Schleswig, das seit Dezember 2021 geltende Telekommunikation-Telemedien-Datenschutzgesetz (TTDSG) und die bisherigen Feststellungen der Taskforce berücksichtigt. Dem Kurzgutachten wird der im Rahmen einer technischen Prüfung festgestellte aktuelle Umsetzungsstand von Facebook-Fanpages zugrunde gelegt.

Das Kurzgutachten fokussiert sich dabei vor allem auf die Speicherung von Informationen in den Endeinrichtungen der Endnutzer:innen und den Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtungen gespeichert sind. Das OVG Schleswig hat sich – auf Grundlage des Ausgangsbescheids des ULD – insbesondere zu zwei Cookies geäußert, nämlich zum datr- und zum c_user-Cookie. Letzteres wird – neben dem datr-Cookie – nur bei zuvor registrierten und eingeloggten Nutzer:innen gesetzt und ausgelesen, während bei nicht-registrierten Nutzer:innen oder registrierten Nutzer:innen, die nicht eingeloggt sind, das datr-Cookie eingesetzt wird.

Ein weiteres Cookie, das im Rahmen dieses Gutachtens berücksichtigt wird, ist das fr-Cookie (s. dazu unten).

Die Prozesse und Verarbeitungen von personenbezogenen Daten, die im Rahmen dieses Gutachtens maßgeblich berücksichtigt werden, sind daher Folgende:

- I. Speichern und Auslesen eines Cookies und nachfolgendes Verarbeiten personenbezogener Daten in Form der Verknüpfung der Nutzungsdaten mit den zuvor von den registrierten Nutzer:innen im Rahmen des Registrierungsprozesses hinterlegten Informationen zu Statistiken (sog. Insights) mittels des c_user-Cookies
- II. Setzen und Auslesen eines Cookies und nachfolgende Verarbeitungen personenbezogener Daten u. a. in Form der Verknüpfung der Nutzungsdaten zu Statistiken (sog. Insights) mittels des datr-Cookies
- III. Setzen und Auslesen eines Cookies und nachfolgende Verarbeitungen personenbezogener Daten in Form der Verknüpfung der Nutzungsdaten zu Zwecken der Profilerstellung und Werbung mittels des fr-Cookies u. a.

B. Festgestellte Datenverarbeitungen und Prozesse

Fanpages können (je nach Konfiguration durch die Seitenbetreiber:innen) auch ohne vorherige Anmeldung aufgerufen und die dort verfügbaren Inhalte können daher auch von Personen gelesen werden, die nicht registrierte Nutzer:innen von Facebook sind. Je nachdem, ob Nutzer:innen eine Seite aufrufen und lesen, nachdem sie sich mit ihrem Account eingeloggt haben oder ohne sich zuvor einzuloggen, werden unterschiedliche Cookies gesetzt und dann entsprechend ausgelesen. Wenn sich eine Person bei Facebook registriert und einen Facebook-Account anlegt, wird dem Account ein eindeutiger c_user-Cookie zugeordnet. Zu diesem Zeitpunkt wird der c_user-Cookie erstmals auf dem Endgerät der Nutzer:innen gespeichert, mit dem sie den Account erstellt haben und nachfolgend grundsätzlich auf allen weiteren Endgeräten, über die sich bei Facebook eingeloggt wird. Rufen Nutzer:innen, während sie unter ihrem Account eingeloggt sind, eine Fanpage auf, wird automatisch der bereits vorhandene c_user-Cookie serverseitig den Anmeldenden zugeordnet und neu gespeichert. Bei nicht registrierten Nutzer:innen oder registrierten, aber nicht eingeloggten Nutzer:innen, wird das datr-Cookie gespeichert und ausgelesen.

Die folgende Auflistung ist eine Zusammenfassung von Cookies, die beim Aufruf einer Fanpage regelmäßig gesetzt werden:¹

¹ In Abhängigkeit des genutzten Browsers oder Endgeräts und der Frage, ob ein/e Nutzer:in in Facebook eingeloggt ist, werden ggf. weitere Cookies und Web Storage-Objekte gespeichert und ausgelesen. Stand der Abrufe: Februar 2022.

Cookie-Name	Gültigkeit	Zweck (ggf. mutmaßlich)
c_user	1 Jahr	Eindeutige Facebook Kontonummer
datr	2 Jahre	Eindeutiger Identifier, wird andernorts von Facebook auch für Nicht-Mitglieder bzw. nicht angemeldete Seitenbesucher gesetzt
fr	3 Monate	wird beispielsweise verwendet, um Werbeanzeigen auszuliefern und ihre Relevanz zu messen und zu verbessern. Quelle: https://www.facebook.com/policies/cookies/
oo	5 Jahre	Wird nur gesetzt, wenn Anmeldung mit Option „Nur erforderliche Cookies“. Bleibt in diesem Fall auch nach dem Logout erhalten!
presence	Akt. Sitzung	Nur im Arbeitsspeicher des Browsers vorgehalten. Zweck unklar. Ggf. für den Status von Facebook-Messenger bzw. Chat?
locale	7 Tage	Sprachpräferenz. Unklar ob bestimmt anhand Browser oder Facebook-Konto. Wird gesetzt nach dem Logout
sb	2 Jahre	Speichert Informationen zum Browser (Quelle: https://cookiedatabase.org/cookie/facebook/sb/)
sfau	Akt. Sitzung	Unklar. Wurde nur einmalig und temporär gesetzt
wd	7 Tage	Breite und Höhe des Bildschirms bzw. Browserfensters in Pixel
xs	1 Jahr	Eindeutige Sitzungs-ID (Quelle: https://cookiedatabase.org/cookie/facebook/xs/)

Eine ausführlichere Dokumentation findet sich im Anhang dieses Kurzgutachtens.

C. Rechtliche Bewertung

Mit dem Inkrafttreten des TTDSG zum 1. Dezember 2021 traten zeitgleich ein neues Telekommunikationsgesetz (TKG) und Änderungen des Telemediengesetz (TMG) in Kraft. Im TTDSG wurden die wesentlichen Datenschutzvorschriften für Telekommunikations- und Telemediendienste gebündelt. Weder im TKG noch im TMG sind noch Datenschutzvorschriften enthalten. Das TTDSG hat u. a. Auswirkungen auf den sehr praxisrelevanten Einsatz von Cookies und ähnlichen Technologien.²

Zur Abgrenzung von DS-GVO und TTDSG wird auf die OH Telemedien verwiesen. Daraus:

*Nach Art. 2 Abs. 1 gilt die DS-GVO – mit Ausnahmen – für „die ganz oder teilweise automatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten sowie für die nichtautomatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten, die in einem Dateisystem gespeichert sind oder gespeichert werden sollen“. Die ePrivacy-RL – und damit auch die nationale Umsetzung im TTDSG – zielt gemäß Art. 1 Abs. 1 und 2 u. a. auf einen gleichwertigen Schutz des Rechts auf Privatsphäre und Vertraulichkeit ab und bezweckt eine „Detaillierung und Ergänzung“ der Bestimmungen der DS-GVO in Bezug auf die Verarbeitung personenbezogener Daten im Bereich der elektronischen Kommunikation. Im Rahmen des Angebots von Telemedien gibt es Vorgänge, die nur in den Anwendungsbereich eines der beiden Regelungsmaterien fallen. Werden durch den Einsatz von Technologien beispielsweise keine personenbezogenen Daten verarbeitet, sind nur die Vorgaben des TTDSG, nicht aber diejenigen der DS-GVO zu beachten. Regelmäßig werden jedoch Prozesse in Rede stehen, wie beispielsweise der Einsatz von Cookies zur Nachverfolgung des Verhaltens von Nutzenden, bei denen auch eine Verarbeitung personenbezogener Daten erfolgt und damit die Anwendungsbereiche sowohl des TTDSG als auch der DS-GVO eröffnet sind. Für diesen Fall enthält Art. 95 DS-GVO eine Kollisionsregel. Danach werden datenverarbeitenden Stellen durch die DS-GVO keine zusätzlichen Pflichten auferlegt, soweit sie besonderen in der ePrivacy-RL festgelegten Pflichten unterliegen, die dasselbe Ziel verfolgen. Diese Kollisionsregel entfaltet Geltung auch für die nationalen Umsetzungsnormen der Richtlinie, wie das TTDSG. Mithin gelten die spezifischen Bestimmungen des § 25 TTDSG vorrangig vor den Bestimmungen der DS-GVO, soweit beim Speichern und Auslesen von Informationen in Endeinrichtungen personenbezogene Daten verarbeitet werden. Für die nachfolgenden Verarbeitungen personenbezogener Daten, die erst durch das Auslesen dieser Daten vom Endgerät ermöglicht und die von keiner Spezialregelung erfasst werden, sind wiederum die allgemeinen Vorgaben der DS-GVO zu beachten. Die zentrale Norm des TTDSG mit Bezug auf die hier zu betrachtenden Technologien stellt die Regelung des § 25 TTDSG dar. § 25 TTDSG dient – anders als die Vorschriften der DS-GVO – dem Schutz der Privatsphäre und Vertraulichkeit bei der Nutzung von Endeinrichtungen, wie er durch Art. 7 GRCh gewährleistet wird. Endnutzer:innen werden also davor geschützt, dass Dritte unbefugt auf deren Endeinrichtung Informationen speichern oder auslesen und dadurch ihre Privatsphäre verletzen“.*³

Da § 25 TTDSG die Vorgaben des Art. 5 Abs. 3 ePrivacy-RL ins deutsche Recht umsetzt, gelten die gleichen Erwägungen für die Abgrenzung der nationalen Vorschrift zur DS-GVO. Für den Einsatz von Cookies bedeutet dies, dass das Einwilligungserfordernis nach § 25 TTDSG unabhängig davon greift, ob in dem Cookie personenbezogene Daten, z. B. in Form einer

² S. dazu OH Telemedien, S. 3, m. w. N.

³ OH Telemedien, S. 5 f., m. w. N.

eindeutigen Identifizierungsnummer, gespeichert sind oder auf diese zugegriffen werden soll“.⁴

I. Vereinbarkeit mit dem TTDSG

1. Anwendbarkeit des TTDSG

Beim c_user-Cookie, dat_r-Cookie und fr-Cookie handelt es sich um Informationen, die mittels Zugriff auf die Endeinrichtungen der Nutzer:innen gespeichert werden und auf die nachfolgend zugegriffen wird.

2. Pflichten aus § 25 TTDSG für Betreiber:innen von Facebook-Fanpages

Die Verpflichtungen aus § 25 TTDSG treffen die Betreiber:innen von Facebook-Fanpages. Bei Betreiber:innen von Facebook-Fanpages handelt es sich um Anbieter:innen von Telemedien im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 1 TTDSG. Damit trifft sie – neben anderen Verpflichtungen für Anbieter:innen von Telemediendiensten, wie beispielsweise die Pflicht gemäß § 5 TMG ein Impressum zu führen – auch die Verpflichtung, den durch den Besuch des Telemediendienstes Fanpage bedingten Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtungen gespeichert sind, und die Speicherung von Informationen in den Endeinrichtungen der Nutzer:innen nur dann vorzunehmen, wenn die Voraussetzungen des § 25 TTDSG erfüllt sind.

3. Einwilligungserfordernis nach § 25 TTDSG

Nach § 25 Abs. 1 TTDSG ist die Speicherung von Informationen in der Endeinrichtung der Endnutzer:innen oder der Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtung gespeichert sind, nur zulässig, wenn die Endnutzer:innen auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen eingewilligt haben. Sofern keine der Ausnahmen aus § 25 Abs. 2 TTDSG greifen, verbleibt es bei diesem Grundsatz.

Beim Aufruf einer Fanpage werden von Facebook auf den Endgeräten der Nutzer:innen unterschiedlich viele Cookies gespeichert und ausgelesen, je nachdem, ob die Nutzer:innen in diesem Zeitpunkt als Mitglied des Netzwerks eingeloggt sind oder nicht. Der Unterschied besteht im Wesentlichen darin, dass bei eingeloggten Nutzer:innen der c_user-Cookie eingesetzt wird und bei Nicht-Mitgliedern des Netzwerkes der datr-Cookie. Auf diese beiden Cookies stellt die Entscheidung des OVG maßgeblich ab. Die tabellarische Übersicht unter B. zeigt, dass im Rahmen der technischen Prüfung mehrerer Fanpages im Februar 2022 insgesamt acht weitere Cookies bei Aufruf einer Fanpage gesetzt und ausgelesen werden. Die Zwecke dieser Cookies sind nur teilweise bekannt. Der fr-Cookie wird ausweislich der Cookie-Richtlinie von Meta verwendet, um Werbeanzeigen auszuliefern sowie ihre Relevanz zu messen und zu verbessern. Er hat eine Speicherzeit von 90 Tagen.⁵

4. Ausnahmen nach § 25 Abs. 2 TTDSG

Von dem Grundsatz der Einwilligungsbefähigung sind in § 25 Abs. 2 TTDSG zwei Ausnahmen vorgesehen. Die erste Ausnahme richtet sich an Anbieter:innen von Telekommunikationsdiensten i. S. v. § 3 Nr. 1 TKG n. F. Diese kommt vorliegend nicht in Betracht. Die zweite Ausnahme adressiert im Unterschied dazu die Anbieter:innen von Telemediendiensten gemäß § 2 Abs. 2 Nr. 1 TTDSG.

Eine Ausnahme nach § 25 Abs. 2 Nr. 2 TTDSG greift jedoch nicht. § 25 Abs. 2 Nr. 2 TTDSG fordert ausnahmsweise keine Einwilligung, wenn die Speicherung von Informationen in der Endeinrichtung oder der Zugriff auf bereits in der Endeinrichtung gespeicherte Informationen unbedingt erforderlich

⁴ OH Telemedien, S. 9, m. w. N.

⁵ S. <https://www.facebook.com/policies/cookies>.

ist, damit Anbieter eines Telemediendienstes einen von Nutzer:innen ausdrücklich gewünschten Telemediendienst zur Verfügung stellen können.

Hinsichtlich der insofern zu prüfenden Kriterien des „von den Nutzer:innen ausdrücklich gewünschten Telemediendienstes“ und der diesbezüglichen „unbedingten Erforderlichkeit“ wird auf die Orientierungshilfe für Anbieter:innen von Telemediendiensten verwiesen.⁶

Die Erstellung von Insights ist kein von den Nutzer:innen ausdrücklich gewünschter Telemediendienst.

Nach der OH Telemedien ist der Basisdienst⁷ als der Dienst, der untrennbar für das gesamte Angebot von Bedeutung ist, grundsätzlich als der „von Nutzer:innen ausdrücklich gewünschte Telemediendienst“ anzusehen. Das ist vorliegend eine jeweils bestimmten Betreiber:innen zugeordnete Unterseite in einem sozialen Netzwerk, über die von den Betreiber:innen veröffentlichte Inhalte wahrgenommen werden können und Nutzer:innen gegebenenfalls eine diesbezügliche Interaktion mit den Inhalten über das Netzwerk ermöglicht wird. Letzteres kann nur in vollem Umfang wahrgenommen werden, sofern die jeweiligen Nutzer:innen auch bei Facebook registriert sind.

Die Messung und Analyse der Nutzungsdaten im Rahmen der Erstellung von Insights sind nicht dem Basisdienst zuzurechnen. Die Insights sind ein für die Betreiber:innen von Fanpages bereitgestelltes, entgeltfreies Tool der Reichweitenmessung, das ansonsten bei Betrieb einer Webseite außerhalb von Facebook weitestgehend durch Dienste wie Google Analytics o. Ä. angeboten wird. Eine Nutzerorientierung in dem Sinne, dass die Funktionalität einen unmittelbaren Zusatznutzen für die Nutzer:innen von Fanpages bringt, und daher dem Basisdienst zugerechnet werden müsste, ist nicht zu erkennen.⁸

a. c_user-Cookie

Sowohl für den c_user- als auch für den datr-Cookie lassen sich zwar in anderen Zusammenhängen Anwendungsfälle finden, die zu einer Ausnahme nach § 25 Abs. 2 TTDSG führen könnten. Sofern der c_user-Cookie für die Bereitstellung des Basisdienstes „soziales, interaktives Netzwerk“ erforderlich ist, greift im Verhältnis Facebook zu Nutzer:innen die Ausnahme aus Art. 25 Abs. 2 Nr. 2 TTDSG. Insoweit ist der Cookie Voraussetzung, um die Verarbeitung personenbezogener Daten auf Grundlage von Art. 6 Abs. 1 Buchst. b DS-GVO durchzuführen.

Nach Angaben von Meta dient der c_user-Cookie u. a. zur Authentifizierung und zu weiteren Zwecken.

Authentifizierung

Wir verwenden Cookies, um dein Konto zu verifizieren und um festzustellen, wann du angemeldet bist, damit wir dir den Zugriff auf die Meta-Produkte erleichtern und dir das passende Nutzererlebnis sowie geeignete Funktionen bereitstellen können.⁹

⁶ S. dort S. 19 bis 22.

⁷ S. OH Telemedien: „Die Basisdienste lassen sich regelmäßig aus der Kategorie des Telemediendienstes ableiten. Als beispielhafte Kategorien seien hier Webshops, Suchmaschinen, Informationsseiten von Unternehmen oder öffentlichen Einrichtungen, Behördenportale, Online-Banking, Blogs, Soziale Netzwerke, Übersetzungsdienste genannt. Basisdienst eines Webshops ist der Verkauf von Produkten. Basisdienst einer Suchmaschine ist, dass bei Eingabe eines Suchbegriffs passende Webseiten im Internet gefunden und über Hyperlinks als Suchergebnisse aufgelistet werden.“, S. 21.

⁸ Vgl. OH Telemedien, S. 21 f.

⁹ Cookie-Richtlinie, <https://www.facebook.com/policies/cookies>.

Aus diesen Informationen ergeben sich neben dem Zweck der Authentifizierung registrierter Nutzer:innen die weiteren sehr abstrakt formulierten Zwecke, dass der Zugriff auf Meta-Produkte erleichtert und passende Nutzererlebnisse sowie geeignete Funktionen bereitgestellt werden können.

Das OVG hat sich mit dem c_user-Cookie sehr intensiv auseinandergesetzt und ist letztlich im Wesentlichen zu den folgenden zwei Feststellungen gelangt:

- *„Die über den c_user-Cookie ermöglichte Verknüpfung von Fanpage-Aufruf und Facebook-Mitglied speichert Facebook in den über das Mitglied angelegten Profilen, die wiederum zu Werbezwecken genutzt werden.“¹⁰*
- *„Die Erstellung dieser Statistiken – gemeint sind die im Rahmen des Dienstes Insights von Facebook erstellten Statistiken über die Nutzung von Fanpages – ist Facebook insbesondere aufgrund des c_user-Cookies möglich, da mit diesem der Aufruf einer Fanpage mit den Facebook-Mitgliedern und den zu diesen bereits gewonnenen Informationen verknüpft werden kann. [...] Fanpage-Betreiber erhalten über Insights die Seitenstatistiken in aggregierter und anonymisierter Form, ohne dass es dazu der Erteilung eines entsprechenden Auftrags an Facebook bedürfte. [...] Die Erstellung von Seitenstatistiken dient dem Zweck, den Betrieb einer Fanpage auf die Nutzer anzupassen, d. h. die Fanpage attraktiver gestalten zu können. Gleichzeitig sollen diese Facebook ermöglichen, den Werbewert des Netzwerkes zu erhöhen.“¹¹*

Nach den Feststellungen des Gerichts wird der c_user-Cookie somit zur Erstellung von Nutzerprofilen, Seitenstatistiken über die Nutzung von Fanpages und zu Werbezwecken genutzt.

Die vorgenannten Zwecke können nicht als Funktionen eingestuft werden, die von Nutzer:innen ausdrücklich gewünscht oder dem Basisdienst zuzurechnen sind.

b. datr-Cookie

Zum datr-Cookie führt das OVG Schleswig aus:

„Unklar geblieben ist allerdings, welche Funktion dieser Cookie hat. Nach Angaben der Beigeladenen [Anm.: Facebook] spielt der datr-Cookie eine zentrale Rolle beim Schutz des sozialen Netzwerkes und dient nicht dem Zweck der Verbreitung zielgerichteter Werbung.“¹²

Die Cookie-Richtlinie von Meta ist bzgl. des datr-Cookies unergiebig.

Meta hat in der Vergangenheit vorgetragen, dass das „datr“-Cookie helfen könnte, falsche Profile herauszufiltern und Cyber-Attacken zu verhindern. Wenn etwa ein Browser binnen fünf Minuten hunderte Seiten besuche, sei das ein klares Zeichen dafür, dass der Computer von Online-Kriminellen gekapert worden sei. Die Daten, die das Cookie sammle, würden nicht einzelnen Personen zugeschrieben und könnten auch nicht mit ihnen in Verbindung gebracht werden.¹³

Dem entgegenstehend entspricht die Spezifizierung des Cookies einem typischen Cookie, wie er für Profilbildung genutzt wird, welcher die langfristige und zielgerichtete Nachverfolgung des Verhaltens einzelner Nutzer:innen zum Ziele hat.

¹⁰ OVG-Schleswig, Urt. v. 25.11.2021, Az. 4 LB 20/13, S. 33.

¹¹ OVG-Schleswig, Urt. v. 25.11.2021, Az. 4 LB 20/13, ebd.

¹² OVG-Schleswig, Urt. v. 25.11.2021, Az. 4 LB 20/13, S. 59.

¹³ ZD-Aktuell 2015, 04886, s. a. späteres Urteil des EuGH v. 15.06.2021, Rs. C-645/19.

Falls das datr-Cookie tatsächlich ausschließlich zur Gewährleistung der Sicherheit des sozialen Netzwerks eingesetzt würde, greift diesbezüglich die Ausnahme nach § 25 Abs. 2 Nr. 2 TTDSG allerdings nur dann, wenn die damit zusammenhängenden Prozesse hierfür erforderlich sind.

Bei der Bewertung der unbedingten Erforderlichkeit sind die in der OH Telemedien dargestellten Kriterien zu berücksichtigen. Insbesondere ist dabei zu prüfen, ob die Dauer der Speicherung des datr-Cookies und des damit einhergehenden möglichen Zugriffs für den verfolgten Zweck notwendig ist. Dies ist bei einer Speicherdauer von 2 Jahren nicht der Fall. Daher kann das datr-Cookie in der konkreten technischen Ausgestaltung selbst für den Zweck der Betrugsprävention als nicht erforderlich angesehen werden.

c. fr-Cookie

In der Cookie-Richtlinie finden sich unter der Überschrift Werbung, Empfehlungen, Insights und Messungen, zunächst der allgemeine Hinweis, dass Cookies verwendet werden, um denjenigen Personen, die sich möglicherweise für die von Unternehmen und sonstigen Organisationen beworbenen Produkte, Dienstleistungen oder Zwecke interessieren, Werbeanzeigen zu diesen Unternehmen und Organisationen zu zeigen und Empfehlungen für sie auszusprechen. Als konkretes Beispiel wird nachfolgend ausgeführt, dass das „fr“-Cookie verwendet wird, um Werbeanzeigen auszuliefern und ihre Relevanz zu messen und zu verbessern.¹⁴ Werden mit den gesetzten Cookies Zwecke, wie beispielsweise die Erstellung von Profilen und Werbung verfolgt, kann dies ebenfalls nicht unter die Ausnahme nach § 25 Abs. 2 Nr. 2 TTDSG gezogen werden. Die Ausspielung von Werbung ist nicht technisch erforderlich, um den von den Nutzer:innen gewünschten Dienst – die Anzeige der Webseite www.facebook.com – erbringen zu können. Insofern wird ergänzend auf die einschlägigen Festlegungen des EDSA zu Art. 6 Abs. 1 Buchst. b DS-GVO verwiesen.¹⁵

Damit verbleibt es bei dem Grundsatz, dass es für das Speichern und Auslesen der Cookies beim Besuch einer Fanpage einer Einwilligung nach § 25 Abs. 1 TTDSG bedarf.

¹⁴ Cookie-Richtlinie, <https://www.facebook.com/policies/cookies>.

¹⁵ Guidelines 8/2020 on the targeting of social media users, S. 16 f., Par. 49, unter Verweis auf die Guidelines 2/2019 on the processing of personal data under Article 6(1)(b) GDPR in the context of the provision of online services to data subjects, Par. 18.

5. Wirksame Einwilligung gemäß § 25 Abs. 1 TTDSG i. V. m. Art. 4 Nr. 11 und Art. 7 DS-GVO

Aus dem unmittelbar aus dem bei Aufruf der Webseite www.facebook.com angezeigten Einwilligungsbanner ergibt sich, dass beabsichtigt ist, bei der Nutzung von Facebook-Seiten Cookies einzusetzen.



FACEBOOK  

Die Verwendung von Cookies durch Facebook in diesem Browser erlauben?

Wir verwenden Cookies und ähnliche Technologien für folgende Zwecke:

-  Um Inhalte in Facebook-Produkten bereitstellen und verbessern zu können
-  Um mithilfe der über Cookies auf und außerhalb von Facebook erhaltenen Informationen die Sicherheit unserer Nutzer zu erhöhen
-  Um Inhalte und Services, darunter auch Werbung, in Facebook-Produkten für Personen, die ein Facebook-Konto haben, personalisieren zu können

Wir verwenden auf Facebook Tools anderer Unternehmen für Werbezwecke und Messdienstleistungen außerhalb der Facebook-Produkte, zu Analysezielen sowie zur Bereitstellung bestimmter Funktionen und zur Verbesserung unserer Dienste für dich. Diese Unternehmen setzen ebenfalls Cookies ein.

Du kannst die Verwendung sämtlicher Cookies in diesem Browser gestatten oder weitere Optionen auswählen. In unserer [Cookie-Richtlinie](#) erfährst du mehr über Cookies und wie wir sie verwenden. Dort kannst du deine Auswahl außerdem jederzeit überprüfen oder ändern.

[Weitere Optionen](#) [Alle Cookies gestatten](#)

Weitere Informationen zum Einsatz von Cookies auf den Facebook-Fanpages finden sich in der Cookie-Richtlinie des Unternehmens (s. <https://www.facebook.com/policies/cookies/>). Aus dieser ergibt sich ebenfalls eindeutig, dass bei der Nutzung einer Facebook-Fanpage mehrere Cookies eingesetzt werden.

Das BVerwG hat in dem Urteil vom 11.9.2019 Folgendes festgestellt:

„Das OVG wird zu prüfen haben, welche Datenerhebungen bei Aufruf der Fanpage im für die Entscheidung maßgeblichen Zeitpunkt stattfanden. Soweit sich aus der Verwendung der von Facebook gesetzten Cookies eine Verarbeitung personenbezogener Daten ergab, wird das Gericht zwischen den Fallgruppen der Facebook-Mitglieder und der nicht bei Facebook registrierten Internetnutzer zu unterscheiden haben. Die Verarbeitung personenbezogener Daten wäre nur dann rechtmäßig, wenn bei der erstgenannten Gruppe eine wirksame Einwilligung in die Erhebung und nachfolgende Verarbeitung vorlag und bei der letztgenannten Gruppe für die Erhebung personenbezogener Daten eine Rechtsgrundlage bestand und eine möglicherweise erforderliche Unterrichtung erfolgte.“

Diese Aussage bezog sich zum damaligen Zeitpunkt zwar auf die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten. Sie kann aber, da sie sich auf die Datenverarbeitung im Zusammenhang

mit den gesetzten Cookies bezieht, auf § 25 TTDSG übertragen werden. Seit dem 1.12.2021 ist in zwei Schritten zu prüfen, ob erstens für das Setzen der Cookies sowie das nachfolgende Auslesen der Cookies eine Einwilligung gemäß § 25 Abs. 1 TTDSG sowie zweitens für die Verwendung von Cookies nachfolgenden Verarbeitung personenbezogener Daten eine Einwilligung gemäß Art. 6 Abs. 1 DS-GVO erforderlich ist. Das Schleswig-Holsteinische Obergerverwaltungsgericht hat mit Urteil vom 26.11.2021 festgestellt, dass die Verwendung personenbezogener Daten von im Facebook-Netzwerk registrierten und angemeldeten Personen weder gesetzlich erlaubt sei, noch hätten die Nutzerinnen und Nutzer in diese eingewilligt.¹⁶ § 25 Abs. 1 S. 2 TTDSG verweist in Bezug auf die Information des Endnutzers und die Einwilligung auf die DS-GVO. Daher sind an die Einwilligung für das Setzen und Auslesen von Cookies dieselben Anforderungen zu stellen, wie an die datenschutzrechtliche Einwilligung gemäß Art. 6 Abs. 1 lit. a DS-GVO.

Wie bereits angesprochen, ist mittlerweile auf der Webseite von Facebook ein Einwilligungsbanner für den Einsatz von Cookies eingebunden. Diesem kann nicht eindeutig entnommen werden, dass eine Einwilligung gemäß § 25 TTDSG eingeholt werden soll. In der Cookie-Richtlinie von Meta, die im Einwilligungsbanner verlinkt ist, findet sich zwar ebenfalls kein ausdrücklicher Hinweis auf § 25 TTDSG. Es findet sich allerdings der folgende Hinweis:

„Diese Richtlinie erläutert, wie wir Cookies verwenden, und welche Auswahlmöglichkeiten dir zur Verfügung stehen. Sofern in dieser Richtlinie nichts anderes angegeben wird, gilt die Datenrichtlinie für unsere Verarbeitung der von uns über Cookies erhobenen Daten.“¹⁷

Aus der hier vorgenommenen Abgrenzung zwischen dem Einsatz von Cookies, für die die Cookie-Richtlinie gilt, und der Verarbeitung der über Cookies erhobenen (personenbezogenen) Daten, für die die Datenrichtlinie gilt, könnte geschlossen werden, dass das Einwilligungsbanner sich auf § 25 TTDSG bezieht. Letztlich bleibt es aber für die Nutzer:innen unklar, ob von ihnen eine Einwilligung gemäß § 25 Abs. 1 TTDSG und/oder eine Einwilligung gemäß Art. 6 Abs. 1 S. 1 Buchst. a DS-GVO abgefragt wird.

Das Einwilligungsbanner bietet auf der ersten Ebene zwei Optionen. Es können entweder „Alle Cookies gestattet“ oder über die Schaltfläche „Weitere Optionen“ eine zweite Ebene geöffnet werden, auf der weitere Auswahlmöglichkeiten zur Verfügung stehen. Wenn Nutzer:innen auf der zweiten Ebene nur die erforderlichen Cookies erlauben, werden, je nachdem, ob die Nutzer:innen der Webseite als Facebook-Nutzer:in angemeldet sind oder nicht, mehrere Cookies gesetzt.¹⁸

§ 25 Abs. 1 S. 2 TTDSG verweist sowohl bezüglich der gegenüber den Endnutzer:innen als auch der formalen und inhaltlichen Anforderungen an eine Einwilligung auf die DS-GVO. Maßgeblich ist somit die Definition nach Art. 4 Nr. 11 DS-GVO. Die weiteren Anforderungen an eine wirksame Einwilligung ergeben sich aus Art. 7 und Art. 8 DS-GVO. Für die Beurteilung der Wirksamkeit einer Einwilligung gemäß § 25 Abs. 1 S. 1 TTDSG sind demnach dieselben Bewertungsmaßstäbe anzulegen, wie bei einer Einwilligung nach Art. 6 Abs. 1 lit. a DS-GVO.

S. die Pressemeldung des Gerichts vom 26.11.2021, abrufbar unter: https://www.schleswig-holstein.de/DE/Justiz/OVG/Presse/PI_OVG/2021_10_27_Ausbaubeitrag_hat_Bestand_kopie.html.

¹⁷ Cookie-Richtlinie, <https://www.facebook.com/policies/cookies/>

¹⁸ Weitere Details sind in der Dokumentation im Anhang zu finden.

Aus diesen rechtlichen Vorgaben ergeben sich im Wesentlichen die folgenden Prüfungspunkte für die Beurteilung der Wirksamkeit der Einwilligung:

- Zeitpunkt der Einwilligung,
- Informiertheit der Einwilligung,
- eindeutige bestätigende Handlung,
- freiwillige Einwilligung, insb. keine unzulässige Einflussnahme auf die Nutzerentscheidung (sog. Nudging),
- Widerruf der Einwilligung,
- Einwilligungen für Datenverarbeitungen von Minderjährigen.

Die im Einwilligungsbanner vorab erteilten Informationen genügen den Anforderungen an eine informierte Einwilligung gemäß Art. 4 Nr. 11 und Art. 7 Abs. 3 S. 3 DS-GVO nicht. Beim Einsatz eines Einwilligungsbanners müssen auf erster Ebene zwar nicht alle Informationen umfassend angezeigt werden. Dem Betroffenen sind aber auf erster Ebene, ohne dass er weitere Fenster öffnen muss, die folgenden Informationen zu geben:

- konkrete Zwecke der Verarbeitung,
- sofern zutreffend, dass individuelle Profile angelegt und mit Daten von anderen Webseiten zu umfassenden Nutzungsprofilen angereichert werden,
- sofern zutreffend, dass Daten auch außerhalb des EWR verarbeitet werden und
- an wie viele Verantwortliche die Daten offengelegt werden.

Aus Art. 7 Abs. 3 S. 3 DS-GVO ergibt sich zusätzlich die Pflicht des Betreibers, betroffene Personen vor der Abgabe der Einwilligung auf ihr Widerrufsrecht hinzuweisen.

Auf der ersten Ebene des Einwilligungsbanners auf Facebook-Webseiten werden nur die dem zuvor eingefügten Screenshot zu entnehmenden Informationen an die Nutzer:innen gegeben. Es werden zwar drei Zwecke genannt. Bei diesen ist aber ein ausreichender Konkretisierungsgrad nicht gegeben. Darüber hinaus wird nicht ausdrücklich auf die Erstellung und Anreicherung individueller Nutzerprofile und die Datenverarbeitung außerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums (EWR) hingewiesen. Zudem wird zwar über die Nutzung der Cookies allgemein für Facebook-Produkte und mittels anderer Unternehmen informiert, es fehlt allerdings die Information, für wie viele Facebook-Produkte und von wie vielen anderen Unternehmen die Cookies verwendet werden. Hinzu kommt, dass der Satz „Dort kannst du deine Auswahl außerdem jederzeit überprüfen oder ändern.“, nicht als ein hinreichend ausdrücklicher Hinweis auf das Recht zum jederzeitigen Widerruf der Einwilligung gemäß Art. 7 Abs. 3 S. 1 DS-GVO zu werten ist.

Durch das Einwilligungsbanner wird die Anforderung der Freiwilligkeit der Einwilligung gemäß Art. 4 Nr. 11 DS-GVO nicht erfüllt. In Erwägungsgrund 42 DS-GVO wird erläutert, dass davon ausgegangen werden sollte, dass die betroffene Person dann „ihre Einwilligung freiwillig gegeben hat, wenn sie eine echte oder freie Wahl hat und somit in der Lage ist, die Einwilligung zu verweigern oder zurückzuziehen, ohne Nachteile zu erleiden“. Nutzer:innen dürfen demnach keinen erheblichen Mehraufwand betreiben müssen, wenn sie keine Einwilligungserklärung abgeben möchten. Unterhalb des Textes finden sich bereits die beiden Schaltflächen mit den Bezeichnungen „Weitere Optionen“ und „Alle Cookies gestatten“. Über den Klick auf die Schaltfläche „Alle Cookies gestatten“ sollen Nutzer:innen bereits auf dieser ersten Ebene des Einwilligungsbanners ihre Einwilligung erteilen. Weitere Informationen erhalten Nutzer:innen nur, wenn sie entweder auf einen mit „Cookie-Richtlinie“ benannten Link oder die Schaltfläche „Weitere Optionen“ klicken. Erst auf der zweiten Ebene findet sich eine weitere Schaltfläche „Nur erforderliche Cookies erlauben“. Diese ist erstens

rechtlich irreführend, da für erforderliche Cookies im Sinne von § 25 Abs. 2 Nr. 2 TTDSG gerade keine Erlaubnis erforderlich ist und diese Cookies auch nicht durch die Nutzer:innen ausgeschlossen werden können. Zweitens können Nutzer:innen aufgrund der Bezeichnung der Schaltfläche gerade nicht darauf schließen, dass sie keine Einwilligung erteilen. Es besteht auch keine Möglichkeit, das Einwilligungsbanner auf der ersten oder zweiten Ebene auf anderem Wege einfach zu schließen, um die Nutzung der Website fortsetzen zu können.

Im Zusammenhang mit Einwilligungserklärungen auf Websites ist zu beobachten, dass häufig ein sogenanntes Nudging betrieben wird. Dabei handelt es sich um ein methodisches Vorgehen, um das Verhalten von Nutzer:innen im eigenen Interesse bewusst zu beeinflussen. Beispielsweise ist die „Zustimmen“-Option im Vergleich zur „Ablehnen“-Option farblich auffälliger gestaltet und die Farben werden entsprechend den ihnen zugewiesenen Bedeutungen verwendet, z.B. „Zustimmung“ in Grün und Text in Fettschrift und „Ablehnen“ in Rot oder in Grau mit kleiner Schrift.

Genau diese Form des Nudgings über die Farbgestaltungen ist im Einwilligungsbanner von Facebook zu erkennen. Während die „Alle Cookies gestatten“-Schaltfläche aufgrund der kräftigen blauen Hintergrundfarbe ins Auge springt, ist die hellgraue Schaltfläche „Weitere Optionen“ recht unauffällig gestaltet.



Damit lässt sich festhalten, dass die Anforderungen an eine Einwilligung nicht erfüllt sind und somit keine wirksame Einwilligung nach § 25 Abs. 1 TTDSG über das Einwilligungsbanner eingeholt wird.

II. Vereinbarkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten zu Statistiken (sog. Insights) mit der DS-GVO.

1. Datenschutzrechtliche Verantwortlichkeit

Eine gemeinsame Verantwortlichkeit liegt nach Art. 26 Abs. 1 S. 1 DS-GVO vor, wenn zwei oder mehr Verantwortliche gemeinsam die Zwecke der und die Mittel zur Datenverarbeitung festlegen, d.h. sie müssen tatsächlich Einfluss auf die Entscheidung nehmen können. Die wesentlichen Elemente für die gemeinsame Verantwortung zwischen dem Fanpage Betreiber und Facebook (heute Meta) hat das BVerwG wie folgt zusammen gefasst:

21. [...] Der EuGH stützt sich maßgeblich auf die Erwägung, dass der Betreiber einer auf Facebook unterhaltenen Fanpage mit der Einrichtung einer solchen Seite Facebook die Möglichkeit gibt, auf dem Computer oder jedem anderen Gerät der Person, die seine Fanpage besucht hat, Cookies zu platzieren, unabhängig davon, ob diese Person über ein Facebook-Konto verfügt (EuGH, Urteil vom 5. Juni 2018 a.a.O. Rn. 35). Damit leistet der Betreiber einen maßgeblichen Beitrag zur Verarbeitung personenbezogener Daten der Besucher der Fanpage (EuGH, Urteil vom 5. Juni 2018 a.a.O. Rn. 36). Hinzu kommt, dass die von Facebook aus den Daten erstellten anonymen Besucherstatistiken dem Betreiber ganz allgemein ermöglichen, sein Informationsangebot so zielgerichtet wie möglich zu gestalten (EuGH, Urteil vom 5. Juni 2018 a.a.O. Rn. 37). Für die Bejahung einer datenschutzrechtlichen Verantwortlichkeit ist nicht erforderlich, dass bei einer gemeinsamen Verantwortlichkeit mehrerer Betreiber für dieselbe Verarbeitung jeder Zugang zu den betreffenden personenbezogenen Daten hat (EuGH, Urteil vom 5. Juni 2018 a.a.O. Rn. 38).¹⁹

Das OVG Schleswig bestätigt in seiner Entscheidung die gemeinsame Verantwortlichkeit des Betreibers der Fanpage in Bezug auf die Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit der Verwendung von Cookies. Zu der nachfolgenden Weiterverarbeitung in Form der Verknüpfung der Nutzungsdaten mit den von den registrierten Nutzer:innen im Rahmen des Registrierungsprozesses hinterlegten Daten mittels c_user-Cookies führt das Gericht aus:

„Was die Zwecke der hier relevanten Verwendung von personenbezogenen Daten betrifft, ist entscheidend, dass die Datenverarbeitung zum Zwecke der Erstellung von Insights-Statistiken der Klägerin [Anm.: Wirtschaftsakademie = Fanpage-Betreiberin] im Ergebnis ermöglicht, Kenntnis über bestimmte Merkmale der Besucher zu erlangen, die ihre Fanpage schätzen oder die ihre Anwendungen nutzen, um ihnen relevantere Inhalte bereitzustellen und Funktionen entwickeln zu können, die für sie von größerem Interesse sein könnten (EuGH, Urteil vom 5. Juni 2018 – C-210/16 –, Rn. 34, juris). Durch Einrichtung der Fanpage, die bei ausreichender Frequentierung zwingend zur Erstellung und Bereitstellung der Insights-Statistik führt, hat die Klägerin jedenfalls stillschweigend über den Zweck der insoweit maßgeblichen Datenverarbeitung mitentschieden.“²⁰

Hingegen sieht das OVG keine Verantwortlichkeit für die Speicherung der Verknüpfung dieser Daten mit dem Fanpageaufruf zur Erstellung von Profilen und zu Werbezwecken.²¹ Es fehle insoweit jedenfalls an einer gemeinsamen Entscheidung über den Zweck der Datenverarbeitung. Diese Datenverarbeitung erfolge nicht im Interesse der Klägerin und biete für die Klägerin keinerlei Vorteile.

¹⁹ Bundesverwaltungsgericht, Urt. v. 11.09.2019, Az. 6 C 15.18 (1 C 28.14).

²⁰ OVG Schleswig, Urt. v. 25.11.2021, Az. 4 LB 20/13, S. 55.

²¹ OVG Schleswig, Urt. v. 25.11.2021, Az. 4 LB 20/13, S. 56.

Es fehle daher an objektiven Anknüpfungspunkten für die Annahme einer wenigstens stillschweigenden Mitentscheidung der Klägerin über diese Zwecke der Datenverarbeitung.²²

Die Taskforce Facebook-Fanpages geht jedoch – nach wie vor – davon aus, dass die Betreiber:innen einer Fanpage ein eigenes Interesse an der Verarbeitung der personenbezogenen Daten von Besucher:innen ihrer Fanpage zu Werbezwecken haben, weil nur durch dieses Geschäftsmodell für sie eine entgeltfreie Nutzung des Dienstes ermöglicht wird. Der Dienst Facebook wird ausschließlich durch Werbung finanziert. Das Gericht führt selbst aus, dass die Datenverarbeitung zu Zwecken der Profilbildung und zu Werbezwecken zwecks Bereitstellung des Telemediums erfolge. So heißt es auf Seite 38 der Entscheidung:

„Gleiches gilt für die neben den Registrierungsdaten zu einem Facebook-Mitglied verwendeten Daten, die bereits zum Zwecke der Profilbildung und zu Werbezwecken und damit letztlich auch zwecks Bereitstellung eines Telemediums im Sinne des § 12 Abs. 1 TMG a. F. erhoben worden waren, weil sie zuvor der Finanzierung und Realisierung des Angebotes dienen.“

Für ein Interesse der Betreiber:innen von Fanpages spricht zudem der sog. Netzwerkeffekt. Dieser besagt, dass sich der Nutzen eines Netzwerks erhöht, wenn die Anzahl der Teilnehmer:innen wächst. Netzwerkeffekte haben somit unmittelbare Auswirkungen auf die Anzahl der Nutzer:innen einer Plattform sowie auf die Wertschöpfung, die für die Nutzer:innen durch die Nutzung der Plattform entsteht. Das gilt gleichermaßen für registrierte Nutzer:innen, Fanpage-Betreiber:innen sowie für Werbetreibende. Übertragen auf Facebook funktioniert das Gesamtkonzept vor allem aufgrund des Werbenetzwerkes, das die Finanzierung und Realisierung einer entgeltfreien Nutzung von Facebook ermöglicht. Dementsprechend ist es gerade der Netzwerkeffekt und die damit verbundene erhöhte Breitenwirkung und Erreichbarkeit von interessierten Zielgruppen, die Zweck des Betriebs einer Facebook-Fanpage sind. Die Bereitstellung und Verbesserung dieses Netzwerkes ist wiederum Zweck und Geschäftsinteresse von Facebook (Meta). Somit verfolgen sowohl Facebook als auch die Betreiber:innen von Fanpages verbundene, sich ergänzende Zwecke, möglichst vielen Interessierten die Inhalte der Betreiber:innen anzuzeigen, da aus dieser Verarbeitung für beide ein gegenseitiger Nutzen erwächst.²³

Auch wenn das OVG bei seinen Feststellungen bzgl. der gemeinsamen Verantwortlichkeit hinter der oben aufgezeigten Rechtsprechung des EuGH und des BVerwG bleibt, kann nach wie vor für große Teile der Verarbeitungsvorgänge durch Facebook eine gemeinsame Verantwortlichkeit des Fanpage-Betreibers mit dem Unternehmen Meta festgestellt werden. Weitestgehend unbeleuchtet blieb im Urteil des OVG Schleswig die raumgreifende Problematik der nicht registrierten Nutzer:innen der Fanpages. Diesbezüglich hatte schon der EuGH explizit darauf hingewiesen, dass Betreiber:innen von Fanpages hier sogar eine erhöhte Verantwortlichkeit haben, weil beim Aufruf der Fanpage unmittelbar personenbezogene Daten auch von solchen Nutzer:innen erhoben werden, die selbst kein Nutzerkonto bei Facebook haben. Auch im Verfahren „Fashion-ID“ stellt der EuGH bei der Frage nach der gemeinsamen Verantwortlichkeit allein darauf ab, dass der Webseitenbetreiber Facebook das Setzen und Auslesen von Cookies auf den Endgeräten seiner Nutzer:innen ermöglicht.²⁴ Das trifft vor allem auf den Einsatz des datr-cookies und auf die damit verbundene nachgelagerte Verarbeitung personenbezogener Daten zu.

²² OVG a.a.O, Seite 56, Absatz bb).

²³ S. Guidelines 07/2020 on the concepts of controller and processor in the GDPR, Rn. 61.

²⁴ EuGH, Urt. v. 29.7.2019, Az. C-40/17 „Fashion ID“, Par 75 f.

2. Personenbezug der Verarbeitung mittels Cookies

Sinn und Zweck des c_user-Cookies ist es, die Interaktionen von registrierten Nutzer:innen einem bestimmten bereits in Facebook angelegten Profil eindeutig zuordnen zu können. Bei Registrierung geben Nutzer:innen u. a. ihren Vor- und Nachnamen, Wohnort; ggf. Kontaktdaten wie eine Mobilfunknummer und weitere personenbezogene Daten ein. Ohne Zweifel handelt es sich beim c_user-Cookie daher, schon aufgrund der Verknüpfung der eindeutigen Kennung mit den Registrierungsdaten der Nutzer:innen, um ein personenbezogenes Datum i. S. d. Art. 4 Nr. 1 DS-GVO. Ebenso ist hinsichtlich des datr- und des fr-Cookies davon auszugehen, dass ein hinreichender Personenbezug anzunehmen ist. Auch wenn die im datr-Cookie enthaltenen Informationen isoliert und für sich genommen noch keinen hinreichenden Personenbezug aufweisen, kommt es für die Frage des Personenbezugs stets darauf an, ob die Verarbeitung eines Datums im Kontext betrachtet einen Personenbezug aufweist. Nach Art. 4 Nr. 1 DS-GVO ist es ausreichend, wenn „mittels Zuordnung zu einer Kennung wie einem Namen, zu einer Kennnummer, zu Standortdaten, zu einer Online-Kennung“ ein Personenbezug hergestellt werden kann.

Erwägungsgrund 36 zeigt auf, dass der Normgeber Verarbeitungen im Zusammenhang mit Cookies vom Schutz der DS-GVO mitumfassen wollten und stellt sogar explizit auf Cookies ab:

„Natürlichen Personen werden unter Umständen Online-Kennungen wie IP-Adressen und Cookie-Kennungen, die sein Gerät oder Software-Anwendungen und -Tools oder Protokolle liefern, oder sonstige Kennungen wie Funkfrequenzkennzeichnungen zugeordnet. Dies kann Spuren hinterlassen, die insbesondere in Kombination mit eindeutigen Kennungen und anderen beim Server eingehenden Informationen dazu benutzt werden können, um Profile der natürlichen Personen zu erstellen und sie zu identifizieren.“

Schon aus dem Umstand heraus, dass bei Aufruf einer Fanpage und dem dadurch bedingten Speichern bzw. Auslesen der zuvor gespeicherten Cookies parallel dazu – technisch bedingt – die IP-Adresse der Nutzer:innen übermittelt und verarbeitet wird, besteht hinsichtlich des c_user-, des datr- und des fr-Cookies Personenbezug.

3. Fehlende Rechtsgrundlage

Aufgrund der gemeinsamen Verantwortlichkeit, jedenfalls für die Verarbeitung zu Insights, müssen Betreiber:innen von Fanpages eine entsprechende Rechtsgrundlage nachweisen können.

Facebook selbst schreibt dazu in der sog. „Seiten-Insights-Ergänzung bezüglich des Verantwortlichen“:

„Seitenbetreiber: Du solltest sicherstellen, dass du auch eine Rechtsgrundlage für die Verarbeitung der Insights-Daten hast. Zusätzlich zu den Informationen, die betroffenen Personen von Facebook Ireland über die Informationen zu Seiten-Insights bereitgestellt werden, solltest du deine eigene Rechtsgrundlage angeben, ggf. einschließlich der von dir verfolgten berechtigten Interessen, den/die zuständigen Verantwortlichen auf deiner Seite, einschließlich seiner/ihrer Kontaktdaten, sowie der Kontaktdaten des/der Datenschutzbeauftragten (Artikel 13 Abs. 1 lit. a – d DS-GVO), falls einschlägig.“²⁵

Für den Betrieb einer Fanpage durch eine öffentliche Stelle im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit kommen – nicht unumstritten – weder Art. 6 Abs. 1 Buchst. a noch Buchst. f DS-GVO in Betracht. Sofern eine Anwendbarkeit von Art. 6 Abs. 1 Buchst. a DS-GVO in Betracht gezogen wird, gelten die obigen Ausführungen unter C. I. 5. entsprechend. Sowohl öffentliche als auch nichtöffentliche Seitenbetreiber:innen sind – nach wie vor – auf Grundlage der ihnen verfügbaren Informationen nicht

²⁵ S. https://www.facebook.com/legal/terms/page_controller_addendum.

in der Lage, die notwendigerweise vorzunehmende Prüfung der Rechtskonformität vor Aufnahme einer verantwortlichen Verarbeitung durchzuführen. Dies gilt z. B. auch für eine Interessenabwägung im Rahmen des Art. 6 Abs. 1 Buchst. f DS-GVO.

Die vorrangig für öffentliche Stellen zu prüfende Rechtsgrundlage des Art. 6 Abs. 1 Buchst. e DS-GVO (i. V. m. den jeweils einschlägigen landesrechtlichen Vorschriften), die für die Ausübung von Öffentlichkeitsarbeit grundsätzlich in Betracht kommt, kann wiederum nur so weit reichen, wie personenbezogene Daten auch tatsächlich in eigener oder gemeinsamer Verantwortung ausschließlich zu Zwecken der Öffentlichkeitsarbeit verarbeitet werden. Darüber hinaus gehende Verarbeitungen zu anderen Zwecken, wie beispielsweise die Anreicherung von Werbeprofilen, können dagegen nicht von dieser Rechtsgrundlage gedeckt sein.

4. Weitere Verpflichtungen der Fanpage-Betreiber:innen

Als Verantwortliche sind Betreiber:innen von Fanpages außerdem verpflichtet, die Grundsätze des Art. 5 Abs. 1 DS-GVO einzuhalten und dessen Einhaltung nachweisen zu können. Zu den Grundsätzen in Art. 5 Abs. 1 DS-GVO zählt unter anderem, dass personenbezogene Daten auf rechtmäßige Weise, nach Treu und Glauben und in einer für die betroffene Person nachvollziehbaren Weise verarbeitet werden (Buchst. a), dass diese für festgelegte, eindeutige und legitime Zwecke erhoben werden und nicht in einer mit diesen Zwecken nicht zu vereinbarenden Weise weiterverarbeitet werden dürfen (Buchst. b).

Gemeinsam Verantwortliche sind außerdem verpflichtet, in einer Vereinbarung in transparenter Form festzulegen, wer von ihnen welche Verpflichtung der DS-GVO erfüllt. Eine solche Vereinbarung muss gemäß Art. 26 Abs. 2 S. 1 DS-GVO die jeweiligen tatsächlichen Funktionen und Beziehungen der gemeinsam Verantwortlichen gegenüber betroffenen Personen gebührend, d. h. insbesondere wahrheitsgetreu, widerspiegeln.²⁶

Sinn und Zweck einer Vereinbarung nach Art. 26 Abs. 2 DS-GVO ist zunächst, dass die jeweiligen Funktionen im Verarbeitungsvorgang bzw. die Beiträge zur Verarbeitung der verschiedenen Beteiligten transparent dargestellt werden. Damit sie diesen Vorgaben genügt, müssen in einer Vereinbarung nach Art. 26 DS-GVO klare Informationen mit Erläuterungen zu den verschiedenen Phasen und Akteuren der Verarbeitung gegeben werden.²⁷

Im September 2018 veröffentlichte Facebook eine sogenannte „Seiten-Insights-Ergänzung bezüglich des Verantwortlichen“ sowie „Informationen zu Seiten-Insights“.

Die Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder hat ihre Position zur Verantwortlichkeit und Rechenschaftspflicht bei Facebook-Fanpages mit Beschluss vom 1. April 2019 gefasst und veröffentlicht (abrufbar unter: https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/dskb/20190405_positionierung_facebook_fanpages.pdf).

Im Oktober 2019 hat Facebook eine unwesentlich aktualisierte Version der „Seiten-Insights-Ergänzung bezüglich des Verantwortlichen“ sowie der „Informationen zu Seiten-Insights“ veröffentlicht (abrufbar unter: https://www.facebook.com/legal/terms/page_controller_addendum).

Die dort enthaltenen Informationen skizzieren lediglich den Leistungsumfang von Seiten-Insights. Ob die hierfür eingesetzten Datenverarbeitungsprozesse datenschutzkonform stattfinden, kann anhand der dortigen Informationen nicht beurteilt werden. Insofern genügt ein bloßer Verweis auf diese Informationen nicht, damit Verantwortliche ihrer Rechenschaftspflicht aus Art. 5 Abs. 2 DS-GVO

²⁶ S. dazu auch Guidelines 8/2020 on the targeting of social media users, S. 36 ff.

²⁷ S. Guidelines 07/2020 on the concepts of controller and processor in the GDPR, Version 2.0, S. 43 f.

nachkommen. Gleiches gilt für die sogenannte Datenrichtlinie von Facebook (abrufbar unter: <https://de-de.facebook.com/privacy/explanation>). Auch dort finden sich lediglich allgemeine und relativ unspezifische Informationen u. a. dazu, welche Daten(arten) verarbeitet werden und zu welchen Zwecken dies geschieht.

Die im Addendum gegebenen Informationen sind auch im Zusammenspiel mit den sonstigen öffentlich abrufbaren Informationen, die Facebook bereitstellt, wie bspw. die Informationen, die in der Facebook-Datenrichtlinie über den Link <https://www.facebook.com/policy> einsehbar sind, nicht hinreichend aussagekräftig, um auf deren Grundlage bewerten zu können, ob eine Verarbeitung auf Grundlage einer Rechtsgrundlage aus Art. 6 DS-GVO rechtskonform möglich ist. Dies liegt unter anderem daran, dass die Handlungen von Nutzer:innen, die zu einer weiteren Verarbeitung in sog. Events führen, nicht vollständig, sondern nur beispielhaft dargelegt werden. Zudem werden die Nutzer-Interaktionen beschrieben, nicht aber die dadurch ausgelösten Datenverarbeitungen dargestellt. Zwar muss eine Vereinbarung nach Art. 26 DS-GVO diese Informationen nicht zwangsläufig enthalten, wenn diese Informationen den Verantwortlichen anderweitig vorliegen. Regelmäßig liegen Fanpage-Betreiber:innen keine Informationen über die öffentlich abrufbaren Informationen hinaus vor, die sie in die Lage versetzen würden, die Rechtmäßigkeit der Verarbeitungen, die ihrer Verantwortung unterliegen, positiv feststellen zu können.

Auch die mit der Nutzung von Fanpages beabsichtigten Zwecke, die für sich genommen nicht zu beanstanden und völlig nachvollziehbar sind, können keinen signifikanten Einfluss in die Bewertung der Rechtskonformität des Betriebs haben. Selbstverständlich ist es von großer Relevanz, dass öffentliche Stellen eine reichweitenstarke und zielgruppenorientierte Öffentlichkeitsarbeit leisten können, auch um beispielsweise kursierenden Fehlinformationen adäquat begegnen zu können. Dieses Ziel darf jedoch nicht mit datenschutzrechtswidrigen Mitteln verfolgt werden.

Schon alleine mangels hinreichender Informationen über die Verarbeitungen, die im Zusammenhang mit Insights durchgeführt werden, scheidet ein rechtskonformer Betrieb einer Fanpage durch Betreiber:innen aus. Aus diesem Grund scheidet auch die Einholung einer wirksamen Einwilligung nach Art. 6 Abs.1 Buchst. a DS-GVO aus, da die notwendigen Informationen, die im Rahmen der informierten Einwilligung an die betroffenen Personen übermittelt werden müssen, mangels eigener Kenntnis nicht gegeben werden können (s. o.). Die bisher von Facebook gegebenen Informationen skizzieren lediglich die Interaktionen von Nutzer:innen, an die sich eine Verarbeitung personenbezogener Daten, auch zu Zwecken der Insights, anschließt. Die Informationen sind jedoch derart oberflächlich und lückenhaft, dass eine Bewertung als Verantwortlicher auf Grundlage dieser Informationen nicht möglich ist (s. dazu auch oben).

Aus den gleichen Gründen können Seitenbetreiber:innen auch nicht ihren Verpflichtungen aus Art. 13 DS-GVO nachkommen. Insofern hat auch das OVG Schleswig geurteilt, dass die Seitenbetreiber gegen die Transparenzpflichten aus dem damals geltenden § 13 TMG verstoßen haben. Diese Feststellung lässt sich auch heute treffen.

D. Drittstaatentransfer

Jedwede Übermittlung personenbezogener Daten, die bereits verarbeitet werden oder nach ihrer Übermittlung an ein Drittland oder eine internationale Organisation verarbeitet werden sollen, ist nur zulässig, wenn die Vorgaben der Art. 44 ff. DS-GVO eingehalten werden.

Nachdem durch Urteil des EuGH in der Rechtssache C-311/18 („Schrems II“) der sog. Privacy-Shield-Beschluss 2016/1250 der Europäischen Kommission für ungültig erklärt worden ist, bedarf es anderer, geeigneter Garantien nach den Art. 44 ff. DS-GVO zur rechtskonformen Übermittlung personenbezogener Daten in einen Drittstaat. Ob gegebenenfalls eingesetzte zusätzliche technische oder organisatorische Maßnahmen ausreichen, um die Einhaltung des Schutzniveaus der EU für personenbezogene Daten zu gewährleisten, ist von den Verantwortlichen zu prüfen und gegebenenfalls im Rahmen ihrer Rechenschaftspflicht darzulegen.

Diesbezügliche Fragen wurden in diesem Gutachten nicht abschließend geprüft.

E. Ergebnis

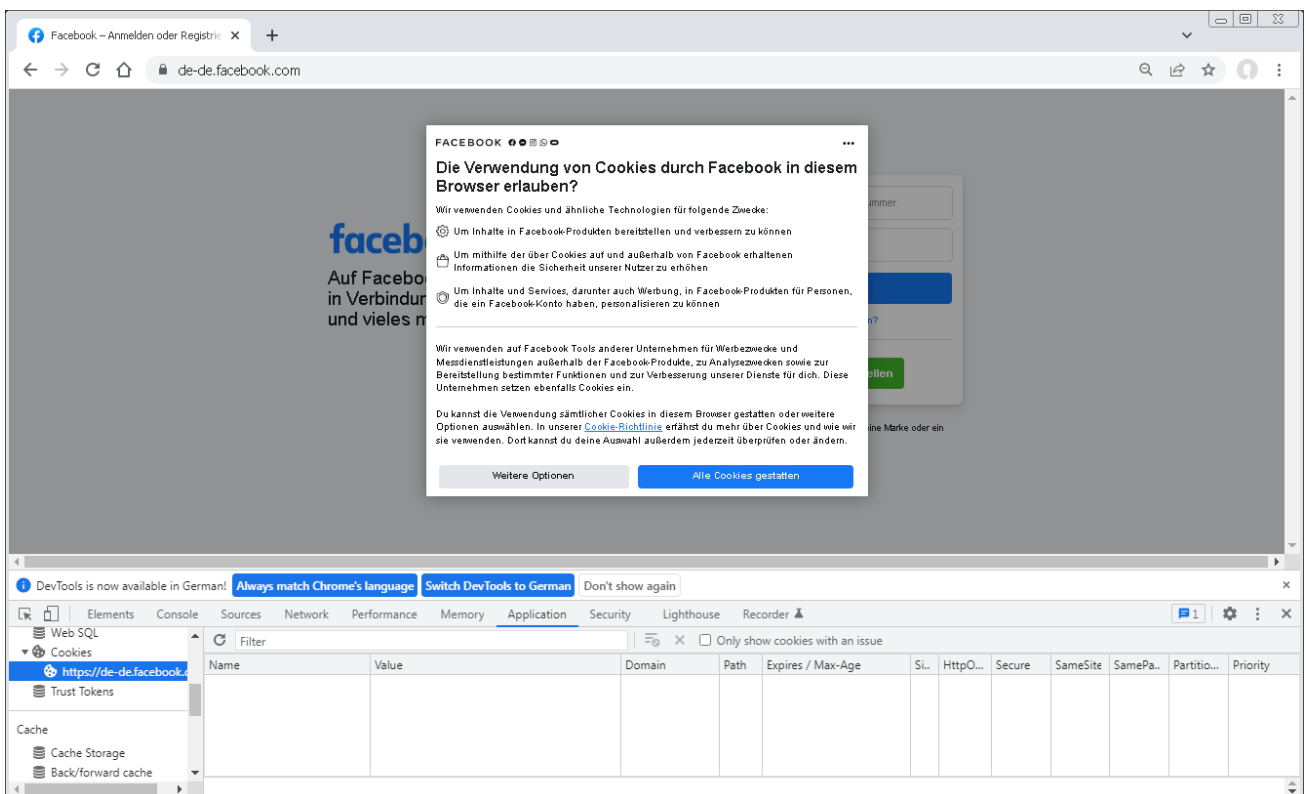
Für die bei Besuch einer Fanpage ausgelöste Speicherung von Informationen in den Endeinrichtungen der Endnutzer:innen und den Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtungen gespeichert sind, sowie für die Verarbeitungen personenbezogener Daten, die von Seitenbetreibern verantwortet werden, sind keine wirksamen Rechtsgrundlagen gegeben. Darüber hinaus werden die Informationspflichten aus Art. 13 DSGVO nicht erfüllt.

F. Anhang

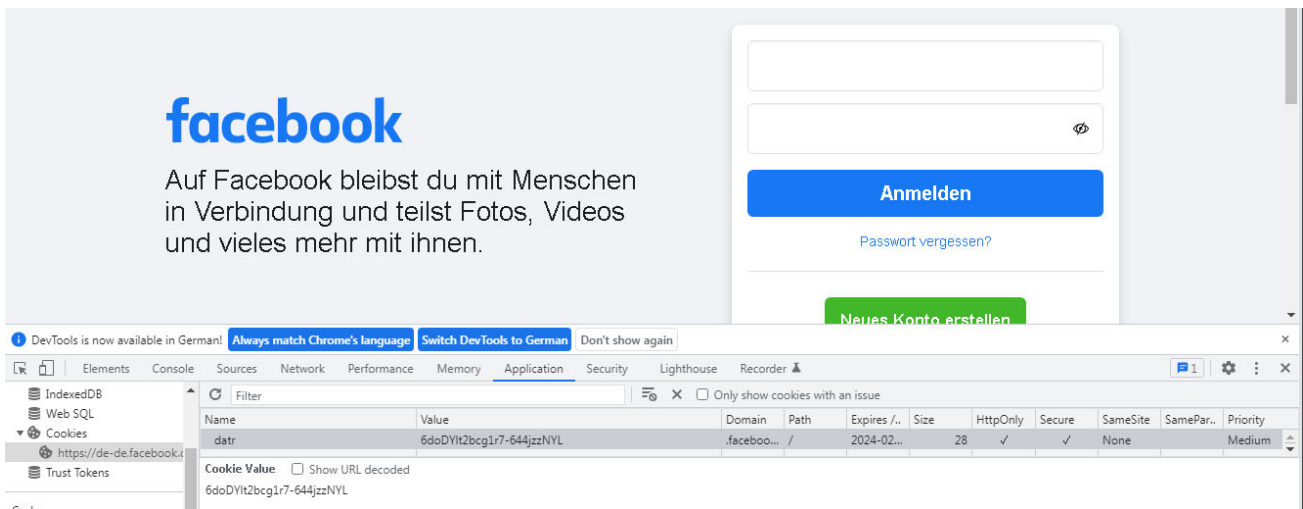
I. Anhang 1: Dokumentation Ablauf einer Facebook-Anmeldung und wesentliche Zwischenschritte

Für den Test verwendeter Browser: Google Chrome, Version 97.0.4692.99 unter Windows 7 Professional

Bei ersten Aufruf der Facebook-Seite www.facebook.com mit vorheriger Bereinigung der gesamten Browser-Chronik-Optionen erscheint ein Cookie-Hinweis mit den Buttons „Alle Cookies gestatten“ oder „Weitere Optionen“. Zu diesem Zeitpunkt wird noch kein Cookie gesetzt.

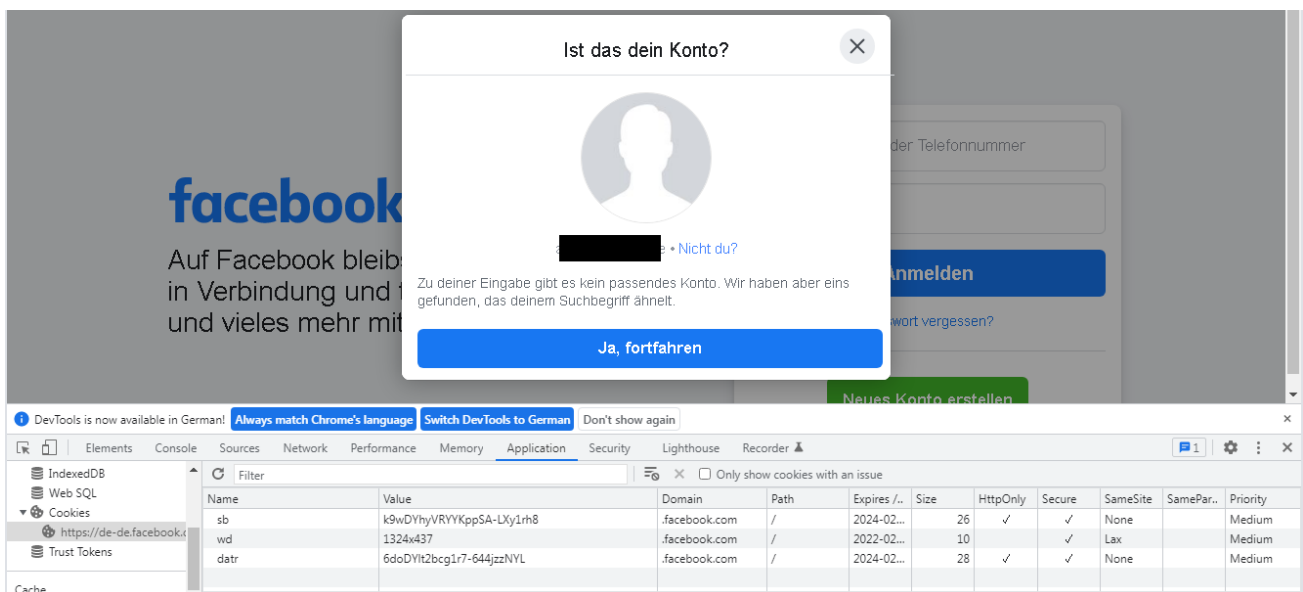


Wird das Hinweisfenster mit „Alle Cookies gestatten“ bestätigt, wird das „datr“-Cookie mit einem zufällig generierten, vermutlich eindeutigem String und einer Gültigkeit von 2 Jahren gesetzt:



Nach dem Login, bei welchem das länger nicht mehr verwendete Konto seitens Facebook vorgeblich nicht eindeutig ermittelt werden kann, werden 2 weitere Cookies gesetzt:

- „wd“: Breite und Höhe des Browserfensters (1324 x 437 Pixel), Gültigkeit: 7 Tage
- „sb“: String aus Buchstaben/Zahlen, Gültigkeit: 2 Jahre



Nach Bestätigung mit „Ja, fortfahren“ für das von Facebook vorgeschlagene Konto dennoch als nicht auffindbar angezeigt und erneut eine leere Anmeldemaske präsentiert. Es ist nun das weitere Cookie „sfau“ (nur Sitzungs-Cookie) hinzugekommen:

The screenshot shows the Facebook login form with the following details:

- Form Title:** Bei Facebook anmelden
- Input Fields:** E-Mail-Adresse oder Telefonnummer (with a red warning icon), and Passwort.
- Buttons:** Anmelden (blue), and a link for [Passwort vergessen?](#)
- DevTools Application Tab:** Shows a table of cookies with the following data:

Name	Value	Domain	Path	Expires / Max-Age	Size	HttpOnly	Secure	SameSite	SamePar..	Priority
wd	1324x437	.facebook.com	/	2022-02-16T12:33:33.000Z	10		✓	Lax		Medium
sfau	AYIb-BavvyE30ta5HlWRhKBoe4qnsQGcu-vcBXs...	.facebook.com	/	Session	220		✓	None		Medium
sb	k9wDYhyVRYKppSA-LXy1rh8	.facebook.com	/	2024-02-09T12:24:55.612Z	26	✓	✓	None		Medium
datr	6doDYIt2bcg1r7-644jzzNYL	.facebook.com	/	2024-02-09T12:18:38.228Z	28	✓	✓	None		Medium

Nach erneuter Eingabe der gleichen Anmeldeparameter wird die Anmeldung von Facebook doch akzeptiert. Nun müssen zunächst aktualisierte Facebook-Bedingungen bestätigt werden. Es kommen die weiteren Cookies „c_user“ mit der Facebook-internen Kontonummer und „xs“ mit einem Buchstaben/Zahlen-String und jeweils 1 Jahr Gültigkeit hinzu. Das vorherige Session-Cookie „sfau“ ist nicht mehr vorhanden.

The screenshot shows the Facebook legal consent page with the following details:

- Page Title:** Bitte akzeptiere unsere aktualisierten Nutzungsbedingungen, um Facebook weiter zu nutzen
- Text:** Wir haben unsere Nutzungsbedingungen aktualisiert, um genauer zu erklären, wie unser Dienst funktioniert und was wir von allen Facebook-Nutzern erwarten. Du kannst deine Daten sowie deine Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen ab sofort noch einfacher in den Einstellungen kontrollieren. Zudem haben wir unsere Datenschutzerklärung und unsere Cookie-Richtlinie aktualisiert. Diese berücksichtigen nun auch neue Features, an denen wir arbeiten, und erklären, wie wir ein personalisiertes Nutzererlebnis für dich
- DevTools Application Tab:** Shows an updated table of cookies:

Name	Value	Domain	Path	Expires / Max-Age	Size	HttpOnly	Secure	SameSite	SamePar..	Priority
xs	39%3A5iefDfCAweJig%3A2%3A1644421122%3...	.facebook.com	/	2023-02-09T12:39:30.426Z	51	✓	✓	None		Medium
wd	1324x437	.facebook.com	/	2022-02-16T12:45:06.000Z	10		✓	Lax		Medium
sb	k9wDYhyVRYKppSA-LXy1rh8	.facebook.com	/	2024-02-09T12:39:34.425Z	26	✓	✓	None		Medium
datr	6doDYIt2bcg1r7-644jzzNYL	.facebook.com	/	2024-02-09T12:18:38.228Z	28	✓	✓	None		Medium
c_user	10000910 [REDACTED]	.facebook.com	/	2023-02-09T12:39:30.426Z	21		✓	None		Medium

Nach erneuter Bestätigung erscheint ein Daumen als Erfolgsmeldung, an den Cookies ändert sich nichts.

The image shows a confirmation dialog with a thumbs-up icon and the text "Geschafft!". Below it, a message says: "Danke, dass du diese Einstellungen durchgesehen und deine Auswahl getroffen hast. Unter „Einstellungen“ kannst du diese jederzeit einsehen und **deine Dateneinstellungen verwalten**." A "Schließen" button is at the bottom.

Below the dialog is the Chrome DevTools Application tab showing the cookies table for https://www.facebook.com:

Name	Value	Domain	Path	Expires / Max-Age	Size	HttpOnly	Secure	SameSite	SamePar..	Priority
xs	39%3A5ieffDfCAweJig%3A2%3A1644421122%3...	.facebook.com	/	2023-02-09T12:39:30.426Z	51	✓	✓	None		Medium
wd	1324k437	.facebook.com	/	2022-02-16T12:45:06.000Z	10		✓	Lax		Medium
sb	k9wDYhyVRYKppSA-LXy1rh8	.facebook.com	/	2024-02-09T12:39:34.425Z	26	✓	✓	None		Medium
datr	6doDYht2bcg1r7-644jzzNYL	.facebook.com	/	2024-02-09T12:18:38.228Z	28	✓	✓	None		Medium
c_user	10000918-██████████	.facebook.com	/	2023-02-09T12:39:30.426Z	21		✓	None		Medium

Nachdem dieses Fenster mit „Schließen“ bestätigt ist, erscheint erneut ein Cookie-Banner, in dem die Nutzer:innen namentlich angesprochen werden. Abermals mit den beiden Optionen „Alle Cookies erlauben“ und „Weitere Optionen“. An den Cookies hat sich zunächst nichts verändert.

Anmerkung: Der zweite Cookie-Hinweis erschien nur einmalig bei der „Wiederinbetriebnahme“ des vorher längere Zeit ungenutzten Kontos. Bei den danach erfolgenden Anmeldungen wird er nicht mehr angezeigt.

The image shows a Facebook cookie consent banner titled "FACEBOOK Die Verwendung von Cookies durch Facebook erlauben?". The text says: "Anna, wir bei Facebook sind davon überzeugt, dass personalisierte Inhalte dein Nutzererlebnis verbessern. Wir verwenden Cookies und ähnliche Technologien, um dir relevante Inhalte zu zeigen und die Funktionalität unserer Produkte zu verbessern." It offers two options: "Weitere Optionen" and "Alle Cookies erlauben".

Below the banner is the Chrome DevTools Application tab showing the cookies table for https://www.facebook.com:

Name	Value	Domain	Path	Expires / Max-Age	Size	HttpOnly	Secure	SameSite	SamePar..	Priority
xs	39%3A5ieffDfCAweJig%3A2%3A1644421122%3...	.facebook.com	/	2023-02-09T12:39:30.426Z	51	✓	✓	None		Medium
wd	1324k437	.facebook.com	/	2022-02-16T13:07:13.000Z	10		✓	Lax		Medium
sb	k9wDYhyVRYKppSA-LXy1rh8	.facebook.com	/	2024-02-09T12:39:34.425Z	26	✓	✓	None		Medium
datr	6doDYht2bcg1r7-644jzzNYL	.facebook.com	/	2024-02-09T12:18:38.228Z	28	✓	✓	None		Medium
c_user	10000918-██████████	.facebook.com	/	2023-02-09T12:39:30.426Z	21		✓	None		Medium

Nachdem die Option „Alle Cookies erlauben“ bestätigt wurde, ist der Login abgeschlossen und es wird die Kontoübersicht angezeigt. Hierbei ist ein weiteres Cookie „**presence**“, ein temporäres Sitzungs-Cookie mit einem relativ langen gemischten String, hinzugekommen:

The screenshot shows a Facebook profile page for a user named Anna. The browser's DevTools Application tab is open, displaying a list of cookies. The 'presence' cookie is highlighted, showing its name, value, domain, path, expiration, size, and security attributes.

Name	Value	Domain	Path	Expires / Max-Age	Size	HttpOnly	Secure	SameSite	SamePar...	Priority
xs	39%5A5ietfDfCAweIq%3A2%3A1644421122%3...	.facebook.com	/	2024-02-09T12:39:30.426Z	31	✓	✓	None		Medium
wd	1324x437	.facebook.com	/	2022-02-16T13:07:13.000Z	10		✓	Lax		Medium
sb	k9wDYhyVRYKppSA-LXy1rh8	.facebook.com	/	2024-02-09T12:39:34.425Z	26	✓	✓	None		Medium
presence	C%7B%22%3%22%3A%58%5D%2C%22%3%22%3A1644412544085%2C%22%3A1%7D	.facebook.com	/	Session	75		✓	None		Medium
datr	6doDYft2bcg1r7-644jzzNYL	.facebook.com	/	2024-02-09T12:18:38.228Z	28	✓	✓	None		Medium
c_user	10000918 [redacted]	.facebook.com	/	2023-02-09T12:39:30.426Z	21		✓	None		Medium

Während des Surfens innerhalb des eigenen Profils oder Aufrufen von Profilen von Freund:innen oder anderen Facebook-Mitglieder:innen bleibt es zunächst bei diesen 6 Cookies.

Beim Aufruf der Facebook-Fanseite von Hamburg (durch manuelle Eingabe der URL www.facebook.com/Hamburg) kommt ein weiteres Cookie hinzu: „fr“, mit einer Gültigkeit von 3 Monaten:

The screenshot shows the Facebook page for 'Hamburg - meine Stadt' in a browser. The Chrome DevTools Application tab is open, displaying a list of cookies. The cookies are as follows:

Name	Value	Domain	Path	Expires / Max-Age	Size	HttpOnly	Secure	SameSite	SamePar..	Priority
xs	39%3A5iefDICAweJig%3A2%3A1644421122%3...	.facebook.com	/	2023-02-09T19:23:35.836Z	99	✓	✓	None		Medium
wd	1324x437	.facebook.com	/	2022-02-16T13:07:13.000Z	10		✓	Lax		Medium
sb	k9wDYhyVRYKppSA-LXy1rh8	.facebook.com	/	2024-02-09T12:39:34.425Z	26	✓	✓	None		Medium
presence	C%7B%22%3%22%3A%5B%5D%2C%22%3%22...	.facebook.com	/	Session	75		✓	None		Medium
fr	0ulvUEi68HC856mO2.AWWWDPIWuulvN0r32L9...	.facebook.com	/	2022-05-10T19:23:33.836Z	84	✓	✓	None		Medium
datr	6doDYit2bcg1r7-644jzzNYL	.facebook.com	/	2024-02-09T12:18:38.228Z	28	✓	✓	None		Medium
c_user	10000918 [REDACTED]	.facebook.com	/	2023-02-09T19:23:35.836Z	21		✓	None		Medium

Das zuletzt hinzugekommene Cookie „fr“ ist bei den nachfolgenden Anmeldungen bereits direkt nach der Anmeldung vorhanden. Es dient wohl der Auslieferung von Werbung.

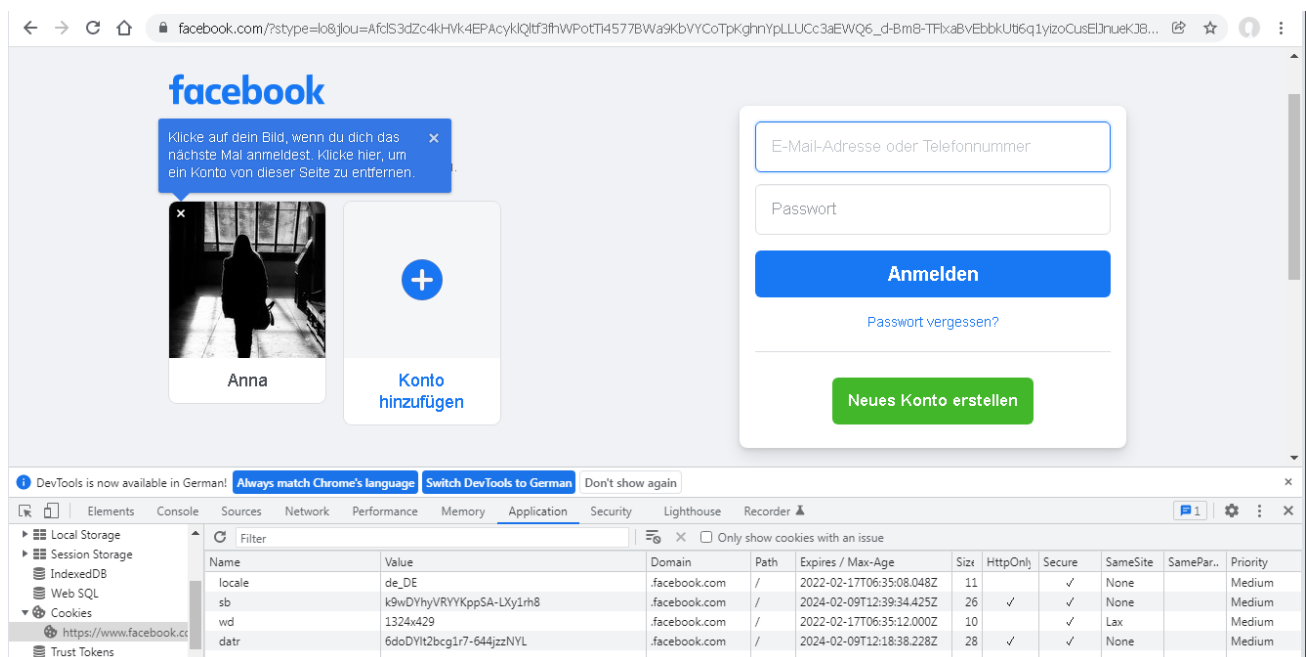
Die damit erreichte Cookie-Anzahl von 7 Cookies bleibt bei der weiteren Nutzung (u.a. mit Aufruf der Fanpage des Hamburger Senats, www.facebook.com/senat.hamburg) konstant und ändert sich nicht mehr. Auch bei den späteren Anmeldungen werden diese Cookies erneut standardmäßig gesetzt (lediglich „wd“ für die Bildschirmgröße ist nicht immer dabei).

Cookies-Persistenz nach dem Logout

Nach Durchführung eines Logouts aus Facebook über den Navigationspunkt „Abmelden“ reduziert sich die Cookie-Anzahl auf 4.

Bestehen bleiben „datr“, „sb“ und „wd“. Neu hinzu kommt „locale“ mit Gültigkeit 7 Tagen und dem Wert „de_DE“.

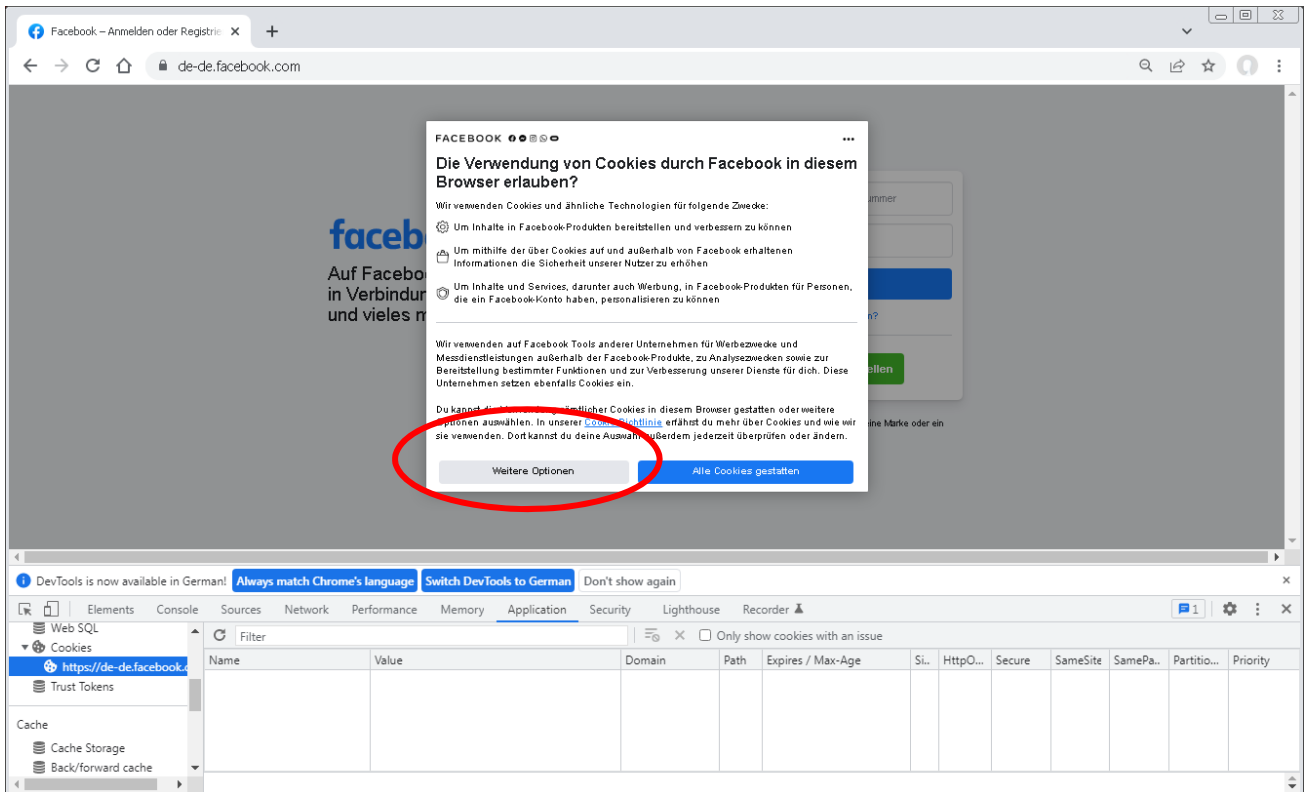
Auch bei den nachfolgenden Logouts bleiben immer diese 4 Cookies erhalten.



The screenshot shows the Facebook login page with the Chrome DevTools Application tab open. The cookies list is as follows:

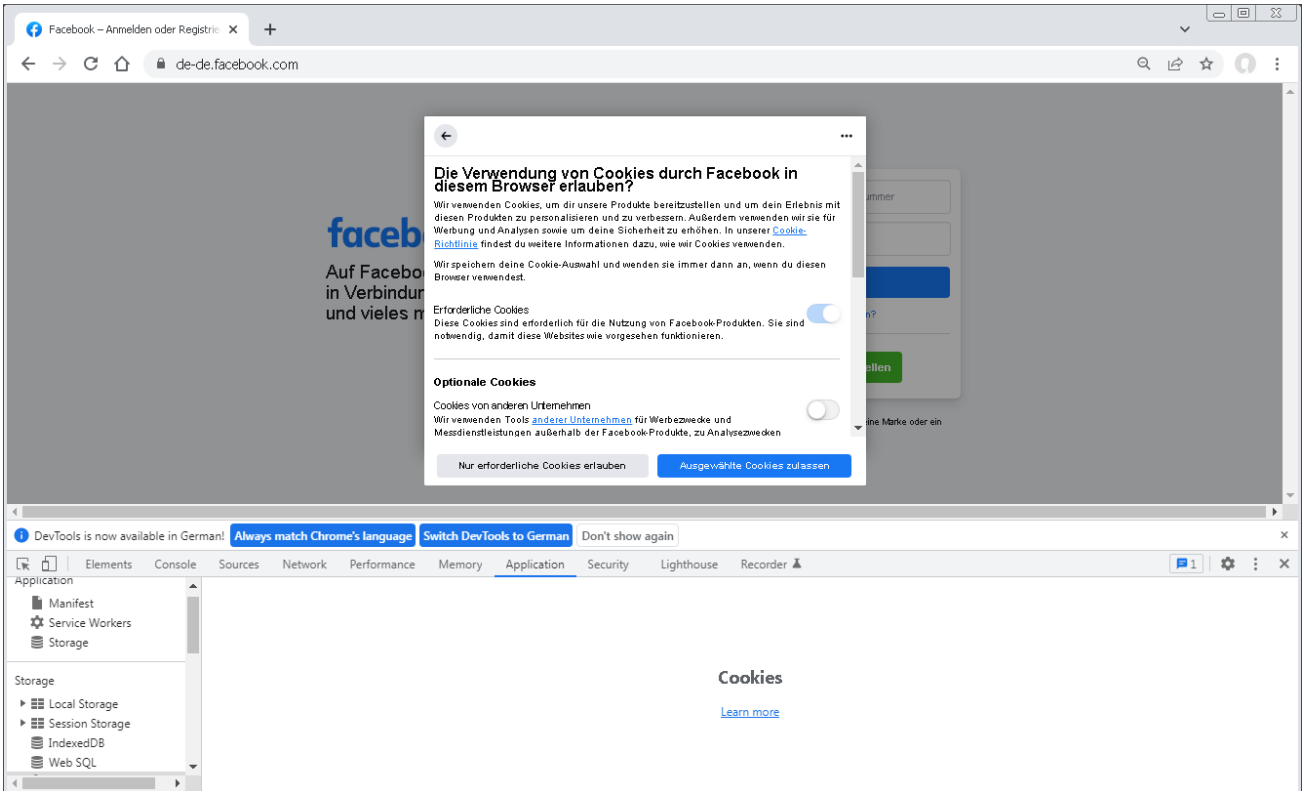
Name	Value	Domain	Path	Expires / Max-Age	Size	HttpOnly	Secure	SameSite	SamePar..	Priority
locale	de_DE	.facebook.com	/	2022-02-17T06:35:08.048Z	11		✓	None		Medium
sb	k9wDYhyVRYKppSA-LXy1rh8	.facebook.com	/	2024-02-09T12:39:34.425Z	26	✓	✓	None		Medium
wd	1324x429	.facebook.com	/	2022-02-17T06:35:12.000Z	10		✓	Lax		Medium
datr	6doDYt2bcg1r7-644jzzNYL	.facebook.com	/	2024-02-09T12:18:38.228Z	28	✓	✓	None		Medium

VARIANTE: Anmeldung nur mit „Erforderlichen Cookies“



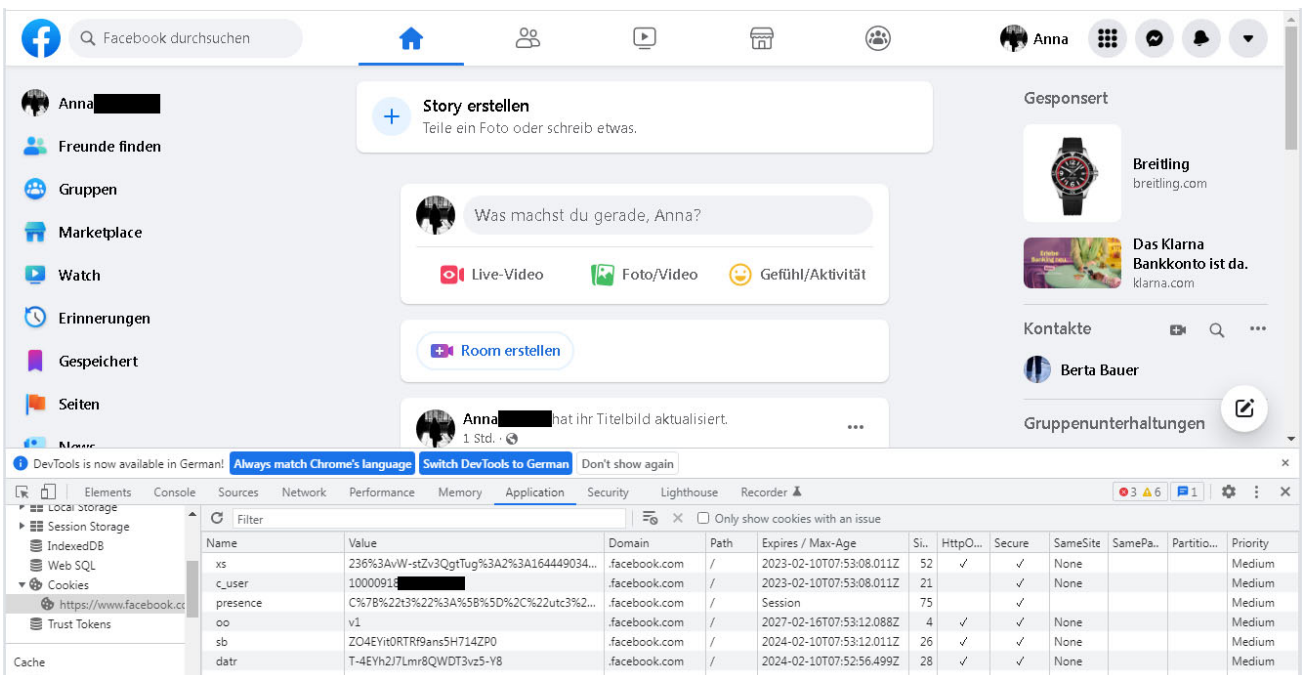
Wird vor der Anmeldung im Cookie-Hinweisfenster die Option „Weitere Optionen“ gewählt, werden den Nutzer:innen zusätzliche Möglichkeiten angeboten. Hierbei ist die Option „Erforderliche Cookies“ voraktiviert und kann nicht deaktiviert werden. Zusätzlich wird aber die Option „Optionale

Cookies“ gelistet. Diese ist standardmäßig deaktiviert:



Wird die Option „Nur erforderliche Cookies erlauben“ mit der Standardeinstellung (d.h. ohne „Optionale Cookies“) bestätigt, führt dies dazu, dass nach dem Login bei Facebook ein weiteres Cookie, „oo“ mit dem Wert „v1“ und Gültigkeit 5 Jahre gesetzt wird.

Im Gegenzug scheint das Werbe-Cookie „fr“ in diesem Fall grundsätzlich nicht gesetzt zu werden.



Nach einer Abmeldung von Facebook mit „nur erforderlichen Cookies“ bleibt das Cookie „oo“ mit dem Wert „v1“ und Gültigkeit 5 Jahre zusätzlich zu den 4 anderen Cookies **datr**“, „**locale**“, „**sb**“ und „**wd**“ über den Logout hinaus erhalten.

The screenshot shows the Facebook login page with the following elements:

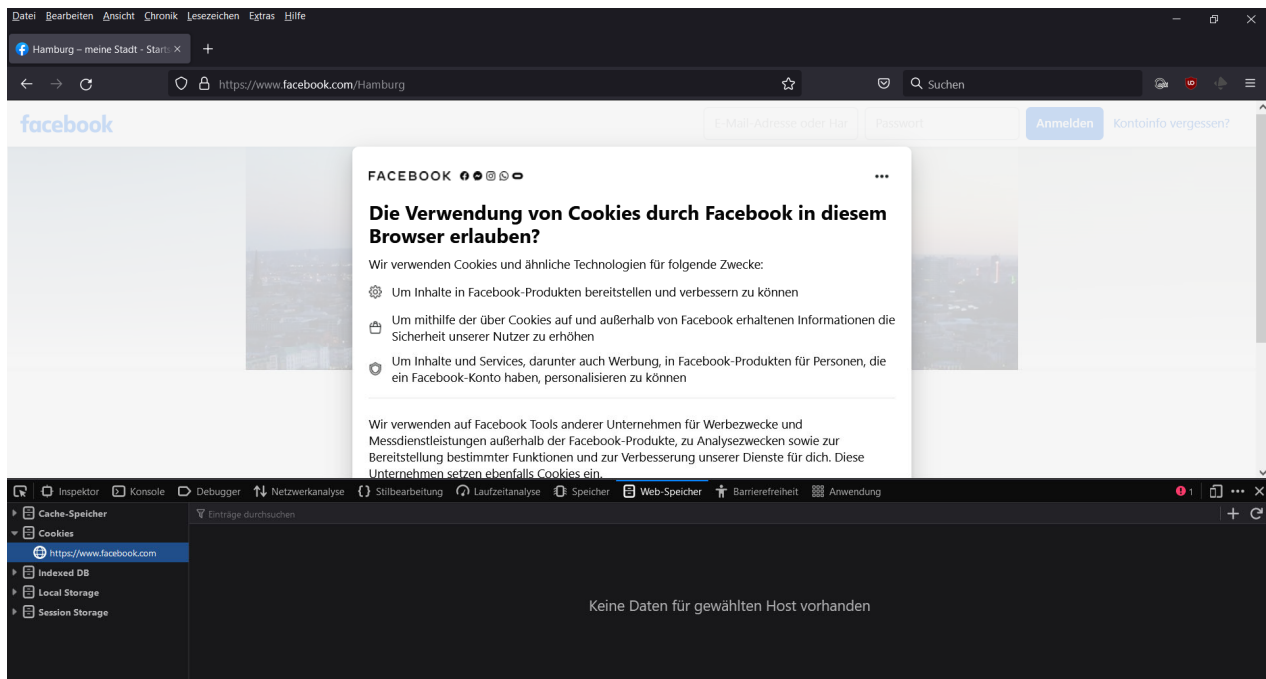
- Facebook Logo** and **Letzte Anmeldungen** (Last Logins) section with a user named Anna.
- Login Form** with fields for "E-Mail-Adresse oder Telefonnummer" and "Passwort", and buttons for "Anmelden" and "Neues Konto erstellen".
- Chrome DevTools Application Tab** showing a list of cookies:

Name	Value	Domain	Path	Expires / Max-Age	St.	HttpO...	Secure	SameSite	SamePa..	Partitio...	Priority
locale	de_DE	facebook.com	/	2022-02-17T10:04:00.886Z	11		✓	None			Medium
oo	v1	facebook.com	/	2027-02-16T10:03:14.000Z	4	✓	✓	None			Medium
sb	mQwFYkf58-TRdHIMNggsDtES	facebook.com	/	2024-02-10T10:03:13.849Z	26	✓	✓	None			Medium
wd	1324x447	facebook.com	/	2022-02-17T10:04:02.000Z	10		✓	Lax			Medium
datr	dgwFYqGEyG2tN1HHnzj2G8dZ	facebook.com	/	2024-02-10T10:01:42.618Z	28	✓	✓	None			Medium

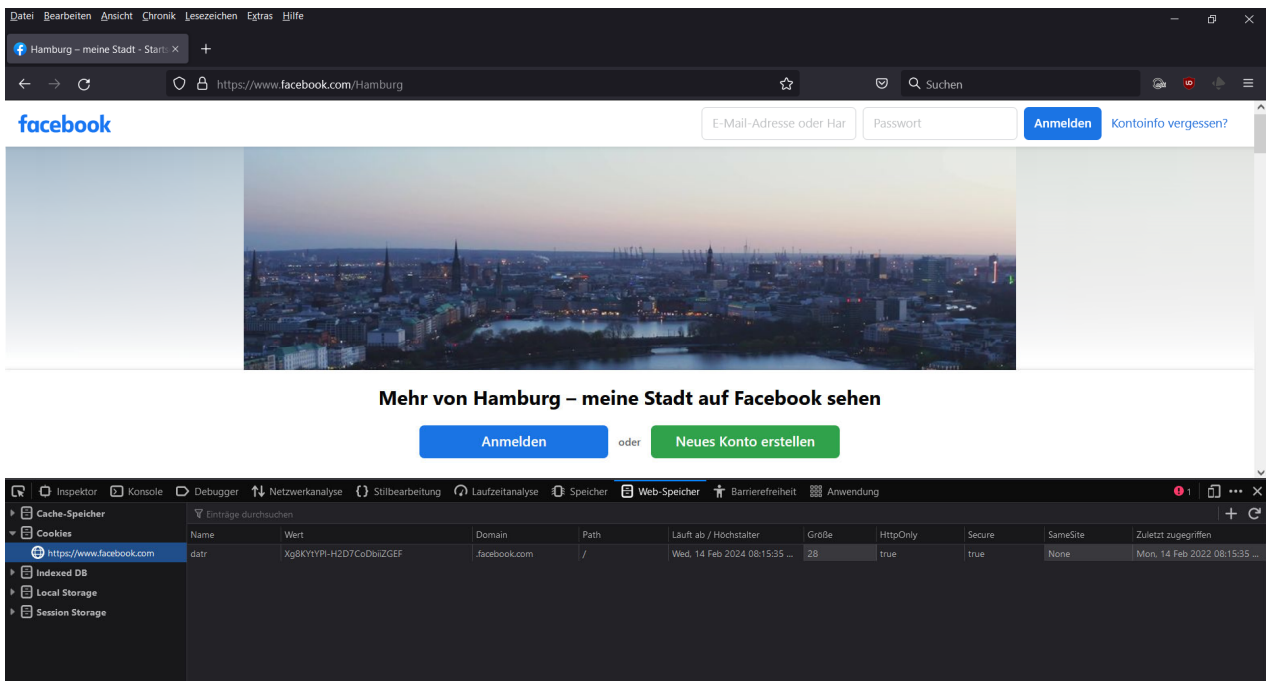
II. Anhang 2: Dokumentation Ablauf einer Facebook-Nutzung ohne Anmeldung und wesentliche Zwischenschritte

Für den Test verwendeter Browser: Firefox, Version 97.0 unter Windows 10 Pro

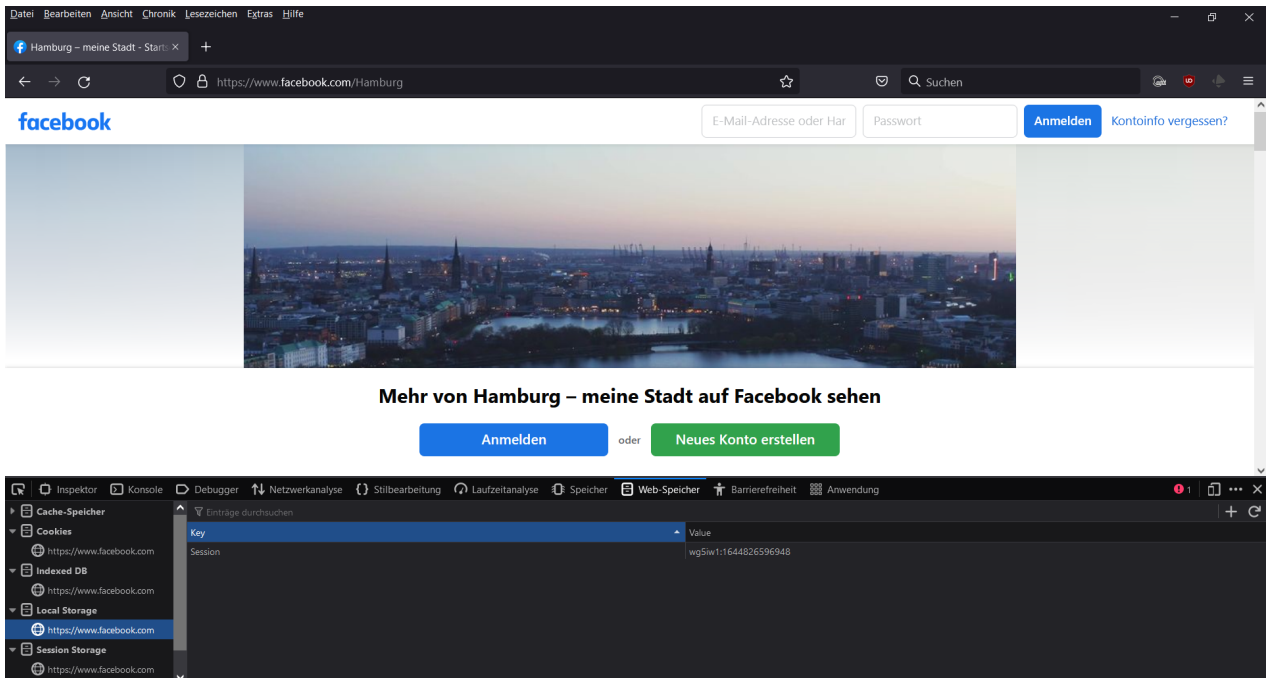
Bei ersten Aufruf der Facebook-Seite www.facebook.com mit vorheriger Bereinigung der gesamten Browser-Chronik-Optionen erscheint ein Cookie-Hinweis mit den Buttons „Alle Cookies gestatten“ oder „Weitere Optionen“. Zu diesem Zeitpunkt wird noch kein Cookie gesetzt.



Wird das Hinweisfenster mit „Alle Cookies gestatten“ bestätigt, wird das „datr“-Cookie mit einem zufällig generierten, vermutlich eindeutigen String und einer Gültigkeit von 2 Jahren gesetzt:



Zusätzlich wird im Local Storage des Browsers ein Session-Key gesetzt, welcher einen vermutlich eindeutigen String setzt und im Session Storage des Browsers wird ein Key mit Namen „TabId“ und ebenfalls vermutlich eindeutiger Kennung gesetzt.



Die Website kann ohne Anmeldung im Anschluss trotz der Aufforderung zur Anmeldung genutzt werden, ohne das weitere Cookies gesetzt werden.

Cookies-Persistenz nach dem Schließen des Browsers

Nach dem Schließen des Browsers und erneutem Öffnen ist der datr-Cookie weiterhin vorhanden, zusätzlich ist ein Cookie mit dem Namen „dpr“ und Wert „1,25“ vorhanden, mit einer Gültigkeit von einer Woche. Im Local Storage des Browsers sind beim erneuten Besuch der Website diverse Einträge vorhanden.

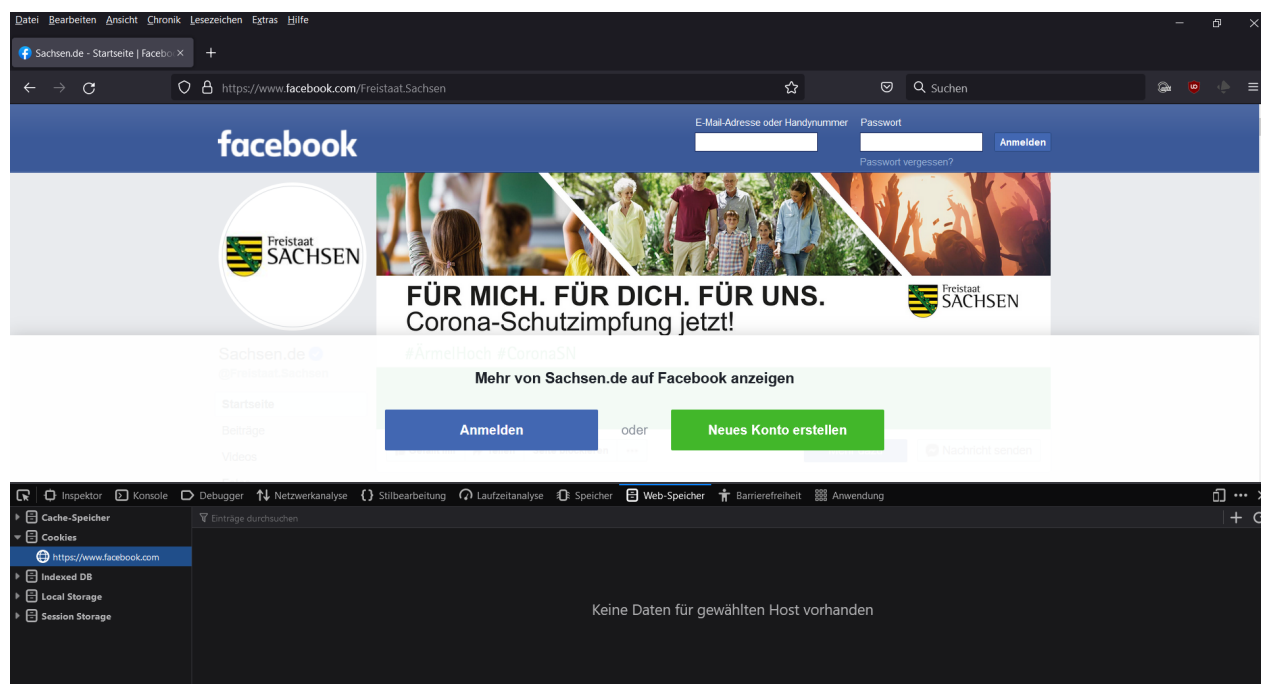
The top part of the image shows a browser window displaying the Facebook profile for 'Hamburg – meine Stadt'. The profile includes a cover photo, a profile picture of a tower, and a bio. Below the profile, there are buttons for 'Anmelden' and 'Neues Konto erstellen'. The bottom part of the image shows the browser's developer tools, specifically the 'Web-Speicher' (Web Storage) tab. It displays the 'Session Storage' for 'https://www.facebook.com', which contains a 'signal_flush_timestamp' cookie with the value '1644827180542'. The 'Cookies' tab also shows several cookies, including 'signal_flush_timestamp' with the value '1644827180542'.

VARIANTE: Anmeldung nur mit „Erforderlichen Cookies“

The top part of the image shows a browser window displaying the Facebook login page. A 'Browser erlauben?' (Allow browser?) dialog box is overlaid on the page. The dialog contains text explaining the use of cookies and provides options to 'Nur erforderliche Cookies erlauben' (Allow only necessary cookies) or 'Ausgewählte Cookies zulassen' (Allow selected cookies). The 'Erforderliche Cookies' (Necessary cookies) section is highlighted, and the 'Ausgewählte Cookies zulassen' button is selected. The bottom part of the image shows the browser's developer tools, specifically the 'Web-Speicher' (Web Storage) tab. It displays the 'Session Storage' for 'https://www.facebook.com', which contains a 'signal_flush_timestamp' cookie with the value '1644827180542'. The 'Cookies' tab also shows several cookies, including 'signal_flush_timestamp' with the value '1644827180542'.

Werden beim Betreten einer Facebook-Seite nur erforderliche Cookie ausgewählt, ändert sich am Verhalten der Website nichts, sowohl Cookies als auch Objekte im Web Storage werden in gleicher Weise gesetzt.

VARIANTE: Facebook-Seiten ohne Cookies



Einzelne Facebook-Seiten (z. B. Facebook-Seite des Freistaates Sachsen) setzen trotz Cookie-Dialog im Anschluss keine Cookies. Stattdessen werden die beschriebenen Objekte im Web Storage des Browsers abgelegt.

III. Anhang 3: Textwiedergabe des allgemeinen Cookie-Banners vor dem Login:

Die Verwendung von Cookies durch Facebook in diesem Browser erlauben?

Wir verwenden Cookies, um dir unsere Produkte bereitzustellen und um dein Erlebnis mit diesen Produkten zu personalisieren und zu verbessern. Außerdem verwenden wir sie für Werbung und Analysen sowie um deine Sicherheit zu erhöhen. In unserer [Cookie-Richtlinie](#) findest du weitere Informationen dazu, wie wir Cookies verwenden.

Wir speichern deine Cookie-Auswahl und wenden sie immer dann an, wenn du diesen Browser verwendest.

Erforderliche Cookies

Diese Cookies sind erforderlich für die Nutzung von Facebook-Produkten. Sie sind notwendig, damit diese Websites wie vorgesehen funktionieren.

Optionale Cookies



Cookies von anderen Unternehmen



Wir verwenden Tools [anderer Unternehmen](#) für Werbezwecke und Messdienstleistungen außerhalb der Facebook-Produkte, zu Analysezielen sowie zur Bereitstellung bestimmter Funktionen und zur Verbesserung unserer Dienste für dich. Diese Unternehmen setzen ebenfalls Cookies ein.

Wenn du diese Cookies erlaubst:

- Können wir Anzeigen außerhalb von Facebook-Produkten besser für dich personalisieren und ihre Performance messen
- Hat das keine Auswirkungen auf die Funktionen unserer Produkte
- Erhalten andere Unternehmen durch die Verwendung von Cookies Informationen über dich

Wenn du diese Cookies nicht erlaubst:

- Verwenden wir keine Cookies von anderen Unternehmen, um Anzeigen außerhalb von Facebook-Produkten zu personalisieren oder um deren Performance zu messen
- Funktionieren einige Features unserer Produkte möglicherweise nicht

Weitere Möglichkeiten für dich, das Tracking zu kontrollieren

Einstellungen in deinem Facebook-Konto

Wenn du ein Facebook-Konto hast, kannst du mithilfe dieser Tools festlegen, wie unterschiedliche Daten zur Personalisierung von Werbeanzeigen verwendet werden.

Einstellungen für Werbung

Um dir bessere Werbung zu zeigen, verwenden wir Informationen, die Werbetreibende und andere Partner uns zu deinen Aktivitäten außerhalb von Produkten der Facebook-Unternehmen, zum Beispiel auf deren Websites und Apps, bereitstellen. In deinen [Einstellungen für Werbeanzeigen](#) kannst du festlegen, ob wir diese Informationen verwenden dürfen, um dir Werbung zu zeigen.

Über das Facebook Audience Network können Werbetreibende dir Werbeanzeigen in Apps und auf Websites außerhalb der [Produkte der Facebook-Unternehmen](#) zeigen. Um relevante Werbeanzeigen auszuliefern, bestimmt Audience Network zum Beispiel anhand deiner Werbepreferenzen, an welchen Werbeanzeigen du interessiert sein könntest. Dies kannst du in deinen [Einstellungen für Werbeanzeigen](#) verwalten.

Werbepreferenzen

In deinen Werbepreferenzen kannst du nachsehen, warum du eine bestimmte Werbeanzeige siehst, und festlegen, wie wir die Informationen, die wir erfassen, verwenden dürfen, um dir Werbung zu zeigen.

Aktivitäten außerhalb von Facebook

Du kannst dir deine Aktivitäten außerhalb von Facebook ansehen. Dies ist eine Zusammenfassung deiner Interaktionen mit Unternehmen und Organisationen, die diese mit uns teilen. Als Interaktion gilt zum Beispiel, wenn du eine App öffnest oder eine Website besuchst. Unternehmen und Organisationen verwenden unsere [Business-Tools](#) wie Facebook Login oder das Facebook-Pixel, um diese Informationen mit uns zu teilen. So können wir dir ein individuelleres Nutzererlebnis auf Facebook bieten. Erfahre mehr über [Aktivitäten außerhalb von Facebook](#), wie wir sie verwenden und wie du sie verwalten kannst.

Weitere Informationen zu Onlinewerbung

Wenn du keine interessenbasierten Online-Werbeanzeigen von Facebook und anderen teilnehmenden Unternehmen mehr sehen möchtest, kannst du dich über die [Digital Advertising Alliance \(USA\)](#), die [Digital Advertising Alliance of Canada \(Kanada\)](#), die [European Interactive Digital Advertising Alliance \(Europa\)](#) oder über die Einstellungen deines Smartphones (wenn du Android, iOS 13 oder eine frühere Version von iOS verwendest) davon abmelden. Bitte beachte, dass Werbeblocker und Tools, die die Verwendung von Cookies durch uns einschränken, diese Einstellungen beeinträchtigen könnten.

Die Werbeunternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten, verwenden üblicherweise Cookies und ähnliche Technologien im Rahmen ihrer Services. Mehr dazu, wie Werbetreibende Cookies verwenden und welche Optionen sie anbieten, findest du in den folgenden Ressourcen:

- [Digital Advertising Alliance](#)
- [Digital Advertising Alliance of Canada](#)
- [European Interactive Digital Advertising Alliance](#)

Cookies über die Browser-Einstellungen kontrollieren

Über die Einstellungen deines Browsers oder Geräts hast du eventuell die Möglichkeit auszuwählen, ob Browser-Cookies akzeptiert oder gelöscht werden sollen. Diese Einstellungen unterscheiden sich je nach Browser. Hersteller können sowohl die verfügbaren Einstellungen als auch deren Funktionsweise jederzeit ändern. Ab dem 5. Oktober 2020 findest du über die nachstehenden Links zusätzliche Informationen zu Einstellungsoptionen der beliebtesten Browser. Wenn du die Verwendung von Browser-Cookies deaktivierst, funktionieren bestimmte Teilbereiche von Facebook-Produkten möglicherweise nicht einwandfrei. Bitte beachte, dass sich diese Einstellungen von den Facebook-Einstellungen unterscheiden.

- [Google Chrome](#)
- [Internet Explorer](#)
- [Firefox](#)
- [Safari](#)
- [Safari \(Mobilgeräte\)](#)
- [Opera](#)

<Nur erforderliche Cookies erlauben>

<Ausgewählte Cookies zulassen>

IV. Anhang 4: Die Einstellmöglichkeiten für Betreiber einer Facebook-Fanpage

Erwähnenswert sind hier v. a. die Optionen „**Länderbeschränkungen**“ und „**Altersbeschränkungen**“. Werden dort von Betreiber:innen Einschränkungen vorgenommen, ist die Seite nicht mehr frei für alle Seitenbesucher:innen aufrufbar, sondern nur noch für Facebook-Mitglieder:innen (sofern diese nicht unter die Ausschlusskriterien fallen). In diesem Fall wird bei Aufruf der URL einer eingeschränkten Fanseite von Facebook nur noch eine Login-Maske angezeigt.

„**Einstellungen allgemein**“:

Sichtbarkeit der Seite	Seite veröffentlicht	Bearbeiten
Besucherbeiträge	Jeder kann etwas auf der Seite veröffentlichen. Jeder kann Fotos und Videos zu der Seite hinzufügen.	Bearbeiten
News Feed-Zielgruppe und Sichtbarkeit der Beiträge	Die Möglichkeit, das potenzielle Publikum im News Feed einzuschränken und die Sichtbarkeit deiner Beiträge zu begrenzen, ist deaktiviert.	Bearbeiten
Automatisch erstellte Untertitel und übersetzte Untertitel von Videos	Automatisch erstellte Untertitel sind deaktiviert	Bearbeiten
Teilen von Beiträgen und Stories	Das Teilen von Beiträgen in Stories ist aktiviert	Bearbeiten
Nachrichten	Personen können meine Seite privat kontaktieren.	Bearbeiten
Markierrechte	Nur Personen, die mir bei der Verwaltung meiner Seite helfen, können Fotos auf der Seite markieren.	Bearbeiten
Weitere Personen, die diese Seite markieren	Personen und andere Seiten können meine Seite markieren.	Bearbeiten
Länderbeschränkungen	Seite ist für alle sichtbar.	Bearbeiten
Altersbeschränkungen	Seite wird allen angezeigt.	Bearbeiten
Content-Moderation	Es werden keine Begriffe auf der Seite blockiert.	Bearbeiten
Filter für vulgäre Ausdrücke	Deaktiviert	Bearbeiten
Vorschläge für verwandte Seiten	Lege fest, ob deine Seite anderen Personen empfohlen werden soll	Bearbeiten
Seiten-Updates	Seitenbeiträge werden automatisch gepostet, wenn du Seiteninfos aktualisierst, Meilensteine erreichst oder Bewertungen erhältst.	Bearbeiten
Mehrsprachige Beiträge	Die Option zum Verfassen von Beiträgen in mehreren Sprachen ist deaktiviert	 Bearbeiten
Automatische Übersetzungen	Deine Beiträge werden möglicherweise automatisch übersetzt, wenn diese von Menschen mit einer anderen Muttersprache gelesen werden.	Bearbeiten
Ranking für Kommentare	Die aktuellsten Kommentare werden standardmäßig für meine Seite angezeigt.	Bearbeiten
Content-Distribution	Das Herunterladen auf Facebook ist erlaubt.	Bearbeiten
Seite herunterladen	Seite herunterladen	Bearbeiten
Seiten zusammenführen	Duplikate von Seiten zusammenführen	Bearbeiten
Seite entfernen	Lösche deine Seite	Bearbeiten

V. Anhang 5: Cookie-Richtlinie von Facebook

[Registrieren](#)

Facebook Ireland Limited hat seinen Namen in Meta Platforms Ireland Limited geändert. Wir haben unsere Nutzungsbedingungen, Datenrichtlinie und Cookie-Richtlinie aktualisiert, sodass sie ab dem 4. Januar 2022 den neuen Namen berücksichtigen. Auch unter dem neuen Unternehmensnamen bieten wir weiterhin dieselben Produkte an, einschließlich der Facebook-App von Meta. Unsere Datenrichtlinie und unsere Nutzungsbedingungen gelten auch weiterhin, und die Namensänderung hat keine Auswirkungen darauf, wie wir Daten verwenden oder übermitteln. Erfahre mehr über Meta und unsere Vision für das Metaversum.

Cookies und andere Speichertechnologien

Cookies sind kleine Textstücke, die zum Speichern von Informationen in Webbrowsern verwendet werden. Cookies werden verwendet, um Kennungen und sonstige Informationen auf Computern, Telefonen und anderen Geräten zu speichern bzw. zu erhalten. Sonstige Technologien, einschließlich der von uns in deinem Webbrowser oder Gerät gespeicherten Daten, der mit deinem Gerät verknüpften Kennungen sowie sonstiger Software, werden für ähnliche Zwecke genutzt. In dieser Richtlinie bezeichnen wir alle diese Technologien als „Cookies“.

Wir verwenden Cookies, wenn du ein Facebook-Konto hast, die Meta-Produkte, einschließlich unserer Website und Apps, nutzt oder andere Websites und Apps besuchst, die die Meta-Produkte nutzen (einschließlich des „Gefällt mir“-Buttons). Cookies ermöglichen es Meta, dir die Meta-Produkte anzubieten, und außerdem, die Informationen zu verstehen, die wir über dich erhalten, einschließlich Informationen über deine Nutzung anderer Websites und Apps, und zwar unabhängig davon, ob du registriert bzw. angemeldet bist oder nicht.

Diese Richtlinie erläutert, wie wir Cookies verwenden, und welche Auswahlmöglichkeiten dir zur Verfügung stehen. Sofern in dieser Richtlinie nichts anderes angegeben wird, gilt die Datenrichtlinie für unsere Verarbeitung der von uns über Cookies erhobenen Daten.

Warum verwenden wir Cookies?

Cookies helfen uns dabei, die Meta-Produkte bereitzustellen, sie zu schützen und zu verbessern. Beispielsweise indem wir Inhalte personalisieren, Werbeanzeigen individuell gestalten und sie messen bzw. ein sichereres Nutzererlebnis bereitstellen. Zu den von uns verwendeten Cookies gehören Sitzungs-Cookies, die gelöscht werden, wenn du deinen Browser schließt, und dauerhafte Cookies, die in deinem Browser verbleiben, bis sie ablaufen oder du sie löschst. Auch wenn sich die von uns verwendeten Cookies während unserer Optimierung und Aktualisierung der Meta-Produkte von Zeit zu Zeit ändern können, verwenden wir sie für folgende Zwecke:

Authentifizierung

Wir verwenden Cookies, um dein Konto zu verifizieren und um festzustellen, wann du angemeldet bist, damit wir dir den Zugriff auf die Meta-Produkte erleichtern und dir das passende Nutzererlebnis sowie geeignete Funktionen bereitstellen können.

Zum Beispiel: Wir verwenden Cookies, damit du angemeldet bleiben kannst, während du zwischen verschiedenen Facebook-Seiten hin und her wechselst. Cookies helfen uns auch dabei, deinen Browser wiederzuerkennen, damit du dich nicht immer wieder neu bei Facebook anmelden musst und dich über Apps und Websites Dritter einfacher bei Facebook anmelden kannst. Beispielsweise verwenden wir, einschließlich für diesen Zweck, „c_user“- und „xs“-Cookies, die eine Speicherzeit von 365 Tagen haben.

Sicherheit, Website- und Produktintegrität

Die Verwendung von Cookies hilft uns dabei, die Sicherheit deines Kontos, deiner Daten sowie der Meta-Produkte zu gewährleisten.

Zum Beispiel: Mithilfe von Cookies können wir zusätzliche Sicherheitsmaßnahmen ermitteln und einsetzen, wenn jemand versucht, ohne Autorisierung auf ein Facebook-Konto zuzugreifen; z. B. durch schnelles Raten verschiedener Passwörter. Wir verwenden Cookies auch zum Speichern von Informationen, mit deren Hilfe wir dein Konto wiederherstellen können, falls du dein Passwort vergisst, oder um eine zusätzliche Authentifizierung zu fordern, wenn du uns mitteilst, dass dein Konto gehackt wurde. Hierzu gehören beispielsweise unsere „sb“- und „dbin“-Cookies, durch die wir deinen Browser sicher identifizieren können.

Außerdem verwenden wir Cookies zur Bekämpfung von Aktivitäten, die gegen unsere Richtlinien verstoßen bzw. auf sonstige Art und Weise unsere Fähigkeit herabsetzen, die Meta-Produkte bereitzustellen.

Zum Beispiel: Cookies helfen uns, Spam und Phishing-Angriffe zu bekämpfen, indem sie es uns ermöglichen, Computer zu identifizieren, die eingesetzt werden, um eine große Menge an gefälschten Facebook-Konten zu erstellen. Mithilfe von Cookies können wir außerdem Computer ermitteln, die von Schadprogrammen befallen sind, und Maßnahmen ergreifen, damit diese keinen weiteren Schaden anrichten können. Unser „csrf“-Cookie hilft uns beispielsweise, Cross-Site-Request-Forgery-Angriffe zu verhindern. Darüber hinaus unterstützen Cookies uns dabei zu verhindern, dass Minderjährige sich für Facebook-Konten registrieren.

Werbung, Empfehlungen, Insights und Messungen

Wir verwenden Cookies als Unterstützung, um denjenigen Personen, die sich möglicherweise für die von Unternehmen und sonstigen Organisationen beworbenen Produkte, Dienstleistungen oder Zwecke interessieren, Werbeanzeigen zu diesen Unternehmen und Organisationen zu zeigen und Empfehlungen für sie auszusprechen.

Zum Beispiel: Mithilfe von Cookies können wir denjenigen Personen, die bereits zuvor die Website eines Unternehmens besucht, seine Produkte gekauft oder seine Apps verwendet haben, Werbeanzeigen zeigen und ihnen auf dieser Aktivität basierende Produkte und Dienstleistungen empfehlen. Cookies ermöglichen uns außerdem die Begrenzung der Häufigkeit, mit der dir eine Werbeanzeige angezeigt wird, damit du dieselbe Werbeanzeige nicht immer wieder siehst. Der „fr“-Cookie wird beispielsweise verwendet, um Werbeanzeigen auszuliefern und ihre Relevanz zu messen und zu verbessern. Er hat eine Speicherzeit von 90 Tagen.

Wir verwenden Cookies auch, um Unternehmen, die die Meta-Produkte nutzen, dabei zu unterstützen, den Erfolg ihrer Werbekampagnen zu messen.

Zum Beispiel: Wir verwenden Cookies, um zu ermitteln, wie oft eine Werbeanzeige angezeigt wird, und um die Kosten dieser Werbeanzeigen zu berechnen. Außerdem verwenden wir Cookies, um zu messen, wie oft Menschen nach einer Anzeigen-Impression Handlungen durchführen, wie z. B. einen Kauf tätigen. Der „fbp“-Cookie identifiziert zum Beispiel Browser, um Analysedienste für Werbung und Websites bereitzustellen. Er hat eine Speicherzeit von 90 Tagen.

Cookies helfen uns, Werbeanzeigen auf verschiedenen Browsern und Geräten, die von derselben Person genutzt werden, auszuliefern und zu messen.

Zum Beispiel: Wir können Cookies verwenden, um zu verhindern, dass du auf den verschiedenen von dir genutzten Geräten immer wieder dieselbe Werbeanzeige siehst.

Cookies ermöglichen uns auch die Bereitstellung von Insights zu den Personen, die die Meta-Produkte nutzen, sowie zu denjenigen, die mit den Werbeanzeigen, Websites und Apps unserer Werbekunden und der Unternehmen, die die Meta-Produkte nutzen, interagieren.

Zum Beispiel: Wir verwenden Cookies, um Unternehmen dabei zu unterstützen, etwas darüber zu erfahren, welchen Personen ihre Facebook-Seite gefällt bzw. welche Personen ihre Apps verwenden, so dass sie relevantere Inhalte bereitstellen und Funktionen entwickeln können, die wahrscheinlich von Interesse für ihre Kunden sind.

Weiterhin verwenden wir Cookies wie unser „oo“-Cookie mit einer Speicherzeit von fünf Jahren, um dir zu helfen, dich davon abzumelden, dass du Werbeanzeigen von Meta siehst, die auf deinen Aktivitäten auf den Websites Dritter basieren. [Erfahre mehr](#) über die Informationen, die wir erhalten, und darüber, wie wir entscheiden, welche Werbeanzeigen wir dir auf den Meta-Produkten und außerhalb dieser anzeigen, sowie über die dir zur Verfügung stehenden Kontrollmöglichkeiten.

Website-Funktionen und -dienste

Mithilfe von Cookies wird die Funktionalität ermöglicht, die uns bei der Bereitstellung der Meta-Produkte unterstützt.

Zum Beispiel: Cookies helfen uns, Einstellungen bzw. Präferenzen zu speichern, zu erfahren, wann du Inhalte der Meta-Produkte angesehen bzw. mit ihnen interagiert hast, und dir personalisierte Inhalte und Erlebnisse bereitzustellen. Beispielsweise können wir mithilfe von Cookies dir und anderen Vorschläge unterbreiten und Inhalte auf Websites Dritter personalisieren, die unsere sozialen Plug-ins einbinden. Wenn du ein Facebook-Seitenadministrator bist, kannst du mithilfe von Cookies zwischen dem Posten von deinem persönlichen Facebook-Konto und der Facebook-Seite hin und her wechseln. Wir verwenden Cookies wie den sitzungsbasierten „Präsenz“-Cookie, um deine Nutzung von Messenger-Chat-Fenstern zu unterstützen.

Wir verwenden Cookies auch, um dir Inhalte bereitzustellen, die für deine Ländereinstellung relevant sind.

Zum Beispiel: Wir speichern Informationen in einem Cookie, der in deinem Browser oder auf deinem Gerät platziert wird, so dass du die Website in deiner bevorzugten Sprache siehst.

Performance

Wir verwenden Cookies, um dir das bestmögliche Nutzererlebnis bereitzustellen.

Zum Beispiel: Mithilfe von Cookies können wir den Traffic zwischen Servern leiten und in Erfahrung bringen, wie schnell sich Meta-Produkte für verschiedene Personen laden lassen. Cookies helfen uns auch bei der Protokollierung der Seitenverhältnisse und Abmessungen deines Bildschirms und deiner Fenster sowie bei der Ermittlung, ob du den Hochkontrastmodus aktiviert hast, so dass wir unsere Websites und Apps korrekt darstellen können. So setzen wir z. B. die „dpr“- und „wd“-Cookies, die jeweils eine Speicherzeit von 7 Tagen haben, unter anderem für den Zweck, ein optimales Erlebnis für den Bildschirm deines Geräts bereitzustellen.

Analysen und Forschung

Wir verwenden Cookies, um besser zu verstehen, wie Menschen die Meta-Produkte nutzen, so dass wir diese verbessern können.

Zum Beispiel: Cookies können uns helfen zu verstehen, wie Menschen den Facebook-Dienst nutzen, zu analysieren, welche Teile unserer Produkte für sie am nützlichsten und ansprechendsten sind, und Funktionen zu ermitteln, die verbessert werden könnten.

Websites und Apps Dritter

Unsere Geschäftspartner können sich auch dafür entscheiden, Informationen mit Meta zu teilen, die aus in ihren eigenen Website-Domains gesetzten Cookies stammen. Dies ist unabhängig davon, ob du ein Facebook-Konto hast oder nicht. Insbesondere „fbic“ oder „fbp“ genannte Cookies können in der Domain des Geschäftspartners gesetzt werden, dessen Website du besuchst. Anders als bei Cookies, die in den eigenen Domains von Meta gesetzt werden, kann Meta nicht auf diese Cookies zugreifen, wenn du dich auf einer anderen Website befindest als derjenigen, auf der sie gesetzt wurden. Dies gilt auch, wenn du dich in einer unserer Domains befindest. Sie dienen denselben Zwecken wie Cookies, die in der eigenen Domain von Meta gesetzt werden, nämlich der Personalisierung von Inhalten (einschließlich Werbeanzeigen), der Messung von Werbeanzeigen, der Erstellung von Analysen und der Bereitstellung eines sichereren Erlebnisses, wie in unserer Cookie-Richtlinie dargelegt.

Wo verwenden wir Cookies?

Wir können Cookies auf deinem Computer oder Gerät platzieren und so Informationen erhalten, die in den Cookies gespeichert werden, wenn du Folgendes nutzt bzw. besuchst:

- Die Meta-Produkte;
- Produkte, die von anderen Mitgliedern der Meta-Unternehmen bereitgestellt werden; und
- Websites und Apps, die von anderen Unternehmen bereitgestellt werden, die die Meta-Produkte nutzen, einschließlich Unternehmen, die die Meta-Technologien in ihre Websites und Apps einbinden. Meta verwendet Cookies und erhält ohne irgendeine weitere Handlung deinerseits Informationen, wenn du solche Websites und Apps besuchst, einschließlich [Geräteinformationen](#) und Informationen über deine Aktivität. Dies geschieht unabhängig davon, ob du ein Facebook-Konto hast oder angemeldet bist.

Verwenden andere Unternehmen Cookies in Verbindung mit den Meta-Produkten?

Ja, andere Unternehmen verwenden Cookies in Verbindung mit den Meta-Produkten, um uns Werbe-, Mess-, Marketing- und Analysedienste bereitzustellen und um dir bestimmte Funktionen bereitzustellen und unsere Dienste für dich zu verbessern.

Beispielsweise helfen Cookies anderer Unternehmen dabei, Werbung basierend auf Meta-Produkten individuell zu gestalten, ihre Leistung und Effektivität zu messen und Marketing und Analysen zu unterstützen. Bestimmte Funktionen der Meta-Produkte verwenden Cookies von anderen Unternehmen, um beispielsweise bestimmte Karten-, Zahlungs- oder Sicherheitsfunktionen zu unterstützen. [Erfahre mehr](#) über die Unternehmen, die Cookies auf den Meta-Produkten verwenden.

Drittunternehmen verwenden Cookies im Zusammenhang mit den Meta-Produkten auch auf ihren eigenen Websites bzw. in ihren Apps. Um zu erfahren, wie andere Unternehmen Cookies verwenden, lies dir bitte deren Richtlinien durch.

Wie kannst du deine Informationen kontrollieren?

Wir verwenden Cookies, um Inhalte und Dienste zu personalisieren und zu verbessern, ein sichereres Erlebnis bereitzustellen und dir auf und außerhalb von Meta-Produkten nützliche und relevante Werbeanzeigen zu zeigen. Du kannst mithilfe der weiter unten erläuterten Tools kontrollieren, wie wir Daten verwenden, um dir Werbeanzeigen und anderes zu zeigen.

Wenn du ein Facebook-Konto hast:

- Mithilfe deiner [Werbepräferenzen](#) kannst du erfahren, warum du eine bestimmte Werbeanzeige siehst, und kontrollieren, wie wir erhobene Informationen verwenden, um dir Werbeanzeigen zu zeigen.
- Um dir bessere Werbeanzeigen zu zeigen, verwenden wir Daten, die uns Werbetreibende und andere Partner über deine Aktivität außerhalb der Produkte der Meta-Unternehmen bereitstellen, einschließlich Websites und Apps. Du kannst in deinen [Einstellungen für Werbeanzeigen](#) kontrollieren, ob wir diese Daten verwenden, um dir Werbeanzeigen zu zeigen.
- Das Meta Audience Network stellt eine Möglichkeit für Werbetreibende dar, dir Werbeanzeigen in Apps und auf Websites außerhalb der [Produkte der Meta-Unternehmen](#) zu zeigen. Das Audience Network zeigt dir relevante Werbeanzeigen unter anderem mithilfe deiner Werbepräferenzen, anhand derer ermittelt wird, an welchen Werbeanzeigen du möglicherweise interessiert bist. Du kannst dies in deinen [Einstellungen für Werbeanzeigen](#) festlegen.
- Du kannst deine Aktivitäten außerhalb von Facebook überprüfen. Dies ist die Zusammenfassung der Aktivitäten, die Unternehmen und Organisationen mit uns hinsichtlich deiner Interaktionen mit ihnen teilen, wie z. B. Besuche ihrer Apps oder Websites. Sie nutzen unsere [Business-Tools](#) wie das Meta-Pixel, um diese Informationen mit uns zu teilen. Dadurch können wir dir beispielsweise ein individuelleres Erlebnis auf Meta bereitstellen. Erfahre mehr zu [Aktivitäten außerhalb von Facebook](#), wie wir sie verwenden und wie du sie verwalten kannst.

Alle:

Mithilfe von Android, iOS 13 oder einer früheren Version von iOS kannst du dich gegebenenfalls über die [Digital Advertising Alliance](#) in den USA, die [Digital Advertising Alliance of Canada](#) in Kanada bzw. die [European Interactive Digital Advertising Alliance](#) in Europa bzw. über die Einstellungen deines Mobilgeräts davon abmelden, interessenbasierte Online-Werbeanzeigen von Meta und anderen teilnehmenden Unternehmen zu sehen. Beachte bitte, dass Werbeblocker und Tools, die unsere Verwendung von Cookies einschränken, möglicherweise diese Kontrolloptionen beeinträchtigen.

Weitere Informationen zu Online-Werbung:

Die Werbeunternehmen, mit denen wir zusammenarbeiten, verwenden im Rahmen ihrer Dienstleistungen in der Regel Cookies und ähnliche Technologien. Mehr dazu, wie Werbetreibende in der Regel Cookies verwenden und welche Auswahlmöglichkeiten sie anbieten, erfährst du in folgenden Ressourcen:

- [Digital Advertising Alliance](#)
- [Digital Advertising Alliance of Canada](#)
- [European Interactive Digital Advertising Alliance](#)

Kontrolloptionen für Browser-Cookies:

Darüber hinaus bietet dein Browser oder Gerät möglicherweise Einstellungen an, die es dir ermöglichen auszuwählen, ob Browser-Cookies platziert werden, bzw. diese zu löschen. Diese Kontrolloptionen sind je nach Browser unterschiedlich. Außerdem können Hersteller sowohl die von ihnen zur Verfügung gestellten Einstellungen als auch deren Funktionsweise jederzeit ändern. Ab dem 23. Juni 2021 findest du unter den nachstehenden Links möglicherweise zusätzliche Informationen zu den Kontrolloptionen, die von den gängigsten Browsern angeboten werden. Bestimmte Teile der Meta-Produkte funktionieren möglicherweise nicht richtig, wenn du die Verwendung von Browser-Cookies deaktiviert hast. Hinweis: Diese Kontrolloptionen unterscheiden sich von den Kontrolloptionen, die wir dir anbieten.

- [Google Chrome](#)
- [Internet Explorer](#)
- [Firefox](#)
- [Safari](#)
- [Safari Mobile](#)
- [Opera](#)

Datum der letzten Überarbeitung: 4. Januar 2022

[Deutsch](#) [English \(US\)](#) [Türkçe](#) [Polski](#) [Italiano](#) [Română](#) [Français \(France\)](#) [Русский](#) [العربية](#) [Español](#) [Português \(Brasil\)](#)

[Registrieren](#) [Anmelden](#) [Messenger](#) [Facebook Lite](#) [Watch](#) [Orte](#) [Spiele](#) [Marketplace](#) [Facebook Pay](#) [Oculus](#) [Portal](#) [Instagram](#) [Bulletin](#) [Lokales](#)
[Spendenaktionen](#) [Services](#) [Wahl-Informationszentrum](#) [Gruppen](#) [Info](#) [Werbeanzeige erstellen](#) [Seite erstellen](#) [Entwickler](#) [Karriere](#) [Privatsphäre](#) [Cookies](#)
[Datenschutzinfo](#) [Impressum/Terms/NetzDG/UrhDaG](#) [Hilfe](#)

Meta © 2022