

Verbraucherzentrale Bundesverband · Markgrafenstraße 66 · 10969 Berlin

Facebook Inc
Mark Zuckerberg
1601 S. California Avenue
Paolo Alto
CA 94304

USA

Markgrafenstraße 66
10969 Berlin

Besuchereingang
Rudi-Dutschke-Straße 17

Tel. (030) 258 00-0
Fax (030) 258 00-218
info@vzbv.de
www.vzbv.de

Unser Zeichen
GB/ce

Telefon
-509

Fax
-518

Datum
16.05.2012

Kein Börsengang ohne Stärkung des Verbraucherschutzes

Sehr geehrter Herr Zuckerberg,

mit großem Interesse verfolgen wir die derzeitigen Debatten um den anstehenden Börsengang von Facebook. Durch den Gang an die Börse und die Ausgabe von rund 421 Millionen Anteilspapieren könnte Facebook bis zu 16 Milliarden Dollar Erlös erwirtschaften. Von diesem Geld sollen neue Investitionen finanziert werden. Zu unserem Bedauern sind jedoch derzeit keine Pläne zu einer nachhaltigen Verbesserung des Verbraucher- und Datenschutzes durch Investitionen geplant.

So hat Facebook es in den letzten Jahren versäumt, eine Infrastruktur für den persönlichen Nutzersupport aufzubauen. Statt persönlicher Hilfestellungen für Nutzer durch geschulte Mitarbeiter anzubieten, werden Facebook-Nutzer auf Hilfe-Foren oder Formulare verwiesen, über die sie nicht immer die gewünschte Hilfe erhalten. Ob Beschwerden über Datenschutzprobleme, fehlende Zugriffsmöglichkeit auf den eigenen Account oder Missbrauch des Accounts durch Dritte: Facebook nimmt die Belange der Nutzer nicht angemessen ernst und versagt ihnen eine unmittelbare Beratung und Hilfestellung.

Verbraucherverbände sind daher regelmäßig mit Beschwerden und Fragen von Nutzern konfrontiert, die vergeblich versucht haben mit Facebook in Kontakt zu treten. Oft gelingt es nicht einmal eine verantwortliche Stelle innerhalb des Unternehmens zu benennen.

Hinzu kommt das Selbstverständnis von Facebook: Das Unternehmen setzt sich über die Datenschutzbelange der Nutzer hinweg, in dem die Daten auch ohne die Einwilligung genutzt werden. Besonders schwerwiegend zu beurteilen ist insbesondere die Datenspeicherung von Verbrauchern, die nicht Mit-

Vorsitzender des
Verwaltungsrates
Klaus Müller
Vorstand
Gerd Billen

Bank für Sozialwirtschaft
BLZ 100 205 00
Kto: 33 00 300
BIC: BFSWDE33BER
IBAN: DE48 1002 0500 0003 3003 00

USt-IdNr.: DE224135391
Steuer-Nr.: 27 / 657 / 50929
Vereinsregister Amtsgericht
Charlottenburg 20423 Nz

glied auf Facebook sind und sich unter Umständen wegen der Sorge um ihre Daten bewusst gegen eine Mitgliedschaft auf Facebook entschieden haben.

Aus unserer Sicht ist dies eine Strategie, die Verbraucher langfristig verärgern wird. Facebook erkennt, dass der Erfolg mit der Zufriedenheit seiner Nutzer steht und fällt. Wenn Facebook sich langfristig weigert, auf die Verbraucherbelange und -wünsche in Fragen des Verbraucher- und Datenschutzes und speziell des Beschwerdemanagements einzugehen, zeugt dies nicht nur von einer geringen Wertschätzung für seine Nutzer. Vielmehr wird der Stellenwert der Facebook-Nutzer unterschätzt, denn jeder einzelne Nutzer ist in seiner Gesamtheit betrachtet ein wesentlicher Teil des von Facebook betriebenen Geschäftsmodells.

Langfristig betrachtet, müssen Unternehmen nicht nur in Quantität, sondern auch Qualität investieren um im Wettbewerb bestehen zu können. Hierbei wird der Verbraucher- und Datenschutz in einer immer stärker vernetzten Gesellschaft zu einem wichtigen Kriterium bei der Wahl von Dienstleistern. Nachhaltige Unternehmenspolitik kann nicht am Verbraucher vorbei entschieden werden, sondern muss die Sorgen und Ängste der Nutzer mit einbeziehen.

Wir als Verbraucherverband sehen großen Investitionsbedarf in den Bereichen Datenschutz und Verbraucherschutz. Facebook hat in den letzten Jahren hauptsächlich durch negative Schlagzeilen in diesen Bereichen in der Öffentlichkeit von sich Reden gemacht. Aus diesem Grunde haben wir das noch nicht rechtskräftige positive Urteil vor dem Landgericht Berlin erstritten, in dem es unter anderem auch um den Freundfinder und unzulässige Geschäftsbedingungen ging. Zudem zeigen die letzten Stellungnahmen von EU-Kommission und Datenschutzbeauftragten sehr deutlich, dass eine klare Erwartungshaltung bezüglich von Verbesserungen des Daten- und Verbraucherschutzes bei Facebook existiert.

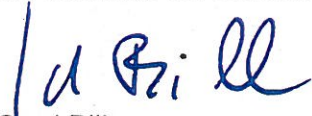
Die Tatsache, dass Facebook seit mehreren Wochen unter anderem den deutschen Nutzern die Einführung unterschiedlich neuer Datenschutzbestimmungen und Nutzungsbedingungen zur Diskussion stellt beseitigt nicht das grundsätzliche Defizit in Fragen des Verbraucherschutzes. Es bleibt trotz verbesserter Struktur der Bedingungen und einer verständlichen Sprache eine rein kosmetische Korrektur. Denn nach wie vor muss der Nutzer im Nachhinein das Stellrad an der Datenschraube bemühen, um Facebook und Dritten nicht ein umfassendes Nutzungsrecht an den eigenen Daten einzuräumen.

Und hier, sehr geehrter Herr Zuckerberg, sehen wir eine erhebliche Gefahr für Investoren und Aktionäre zum Börsengang. Eine nachhaltige Unterneh-

menspolitik zeichnet sich durch einen rücksichtsvollen und verantwortlichen Umgang mit dem „Investitionsgut“ aus. Das heißt, vor dem Hintergrund langfristiger Investitions- und Wachstumspläne im Zusammenhang mit dem Börsengang sind Gewinne erst zu erzielen, wenn Facebook die Belange des Verbraucher- und Datenschutzes der Nutzer, die letztlich die Grundlage für Facebooks Geschäftsmodell sind, ernst genommen werden.

Angesichts des Börsengangs appellieren wir an Sie und die Unternehmensleitung, die Unternehmenspolitik zu überdenken und sich der Verantwortung zu Gunsten eines ernsthaft verbesserten Daten- und Verbraucherschutz zu stellen.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'G. Billen', with a stylized flourish at the end.

Gerd Billen
Vorstand