

Datenschutzhinweis zur Social Media-Nutzung in der Reisebranche

Was ist hierbei zu beachten?



© sdecoret-Fotolia.com

Ein Service des DRV-Ausschusses Datenschutz

Berlin, November 2025

Die Digitalisierung hat die Reisebranche grundlegend verändert. Social Media Plattformen wie Facebook, Instagram, TikTok und X (ehemals Twitter), LinkedIn, etc. sind heute zentrale Instrumente für Kundenbindung, Markenbildung und Werbung. Sie ermöglichen eine direkte Kommunikation mit Reisenden, bieten Inspiration und fördern Buchungsentscheidungen. Gleichzeitig bringt die Nutzung dieser Plattformen erhebliche rechtliche und vertragliche Anforderungen mit sich, die Unternehmen kennen und beachten müssen.

Dieser Datenschutzhinweis soll Unternehmen der Reisebranche dabei unterstützen, Social Media rechtskonform und strategisch sinnvoll einzusetzen. Es beleuchtet zentrale rechtliche Rahmenbedingungen, vertragliche Aspekte mit Plattformanbietern sowie datenschutz- und lizenzrechtliche Anforderungen. Ziel ist es, Risiken zu minimieren und gleichzeitig die Potenziale von Social Media voll auszuschöpfen.

Die folgenden Punkte bieten eine Übersicht über relevante rechtliche Aspekte. Sie dienen der allgemeinen Orientierung und erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder rechtliche Verbindlichkeit.

1. Vertragsverhältnisse mit Social Media-Plattformen

- Die Nutzung von Plattformen erfolgt auf Basis der jeweiligen Nutzungsbedingungen, die oft einseitig zugunsten der Anbieter gestaltet sind.
- Unternehmen sollten die AGBs und Nutzungsbedingungen sorgfältig prüfen, insbesondere hinsichtlich:
 - o Rechteeinräumung an hochgeladenen Inhalten
 - o Haftungsausschlüsse
 - o Datenverarbeitung durch die Plattform
 - o Möglichkeiten zur kommerziellen Nutzung

2. Impressumspflicht

- Unternehmensprofile gelten als geschäftsmäßige Online-Dienste und unterliegen der Impressumspflicht gemäß § 5 DDG.
- Ein vollständiges Impressum muss auf jeder Plattform leicht auffindbar sein (max. zwei Klicks). Je nach Plattform sind unterschiedliche technische Lösungen erforderlich (z. B. Link im Profiltext bei Instagram).

3. Kunsturheberrecht, allgemeine Persönlichkeitsrechte, Lizenzrechte

- **Kunsturheberrecht:** Inhalte wie Bilder, Videos, Musik und Texte sind urheberrechtlich geschützt. Es dürfen nur Inhalte verwendet werden, für die Nutzungsrechte oder Lizenzen vorliegen.
- **Persönlichkeitsrechte:** Fotos, Sprachaufzeichnungen, Video-/Filmaufnahmen von Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden und/oder Dritten dürfen nur mit expliziter Einwilligung verarbeitet (anfertigen, verwenden und/oder veröffentlichen) werden. Ausnahme: wenn Personen nicht im Fokus des Bildes stehen, eher zufällig im Hintergrund erscheinen oder bei Aufnahmen von/in Menschenmengen (Versammlungen, öffentlichen Veranstaltungen). Bei eigenen Veranstaltungen (z.B. Kundenveranstaltungen) sollte z.B. bei Einlass darauf hingewiesen werden, dass Bildmaterial für die Berichterstattung erstellt werden wird, dafür ein Fotograf anwesend ist, dem man ein Zeichen geben kann, sollte man nicht fotografiert werden wollen.
- Keine **Inhalte von Dritten** ohne ausdrückliche Genehmigung reposten oder bearbeiten.
- **Lizenzrechte:** Bei Verwendung von Stockmaterial oder Plattforminhalten (z. B. GIFs, Memes) die Lizenzbedingungen der jeweiligen Anbieter prüfen.

4. Datenschutz

Die Nutzung von Social Media – etwa Facebook, Instagram, TikTok oder X – durch Unternehmen ist datenschutzrechtlich komplex. Die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) stellt klare Anforderungen an die Verarbeitung personenbezogener Daten, die auch bei Social-Media-Aktivitäten gelten.

Sobald Nutzer mit einem Unternehmensprofil interagieren (z. B. durch Likes, Kommentare oder Nachrichten), werden personenbezogene Daten verarbeitet. Auch die Veröffentlichung von Mitarbeiterfotos oder Kundenerfahrungen zählt dazu. Die DSGVO verlangt eine transparente Information über die Datenverarbeitung – auch auf Social Media.

- **Pflichten des Unternehmens:**

- Klare Information über die Datenverarbeitung (Zweck, Rechtsgrundlage, Speicherdauer)
- Sicherstellung der Betroffenenrechte (Auskunft, Löschung, Widerspruch)
- Schutz der Daten durch technische und organisatorische Maßnahmen im Unternehmensaccount wie z. B. Zugriffskontrollen, Nutzung persönlicher Accounts statt Gruppenaccounts, sichere Passwörter, Zugriff durch Multi-Faktor-Authentifizierung (MFA).

- **Gemeinsame Verantwortlichkeit mit Plattformen**

Laut Art. 26 DSGVO liegt bei Social Media oft eine **gemeinsame Verantwortlichkeit** zwischen dem Unternehmen und dem Plattformbetreiber vor. Dies wurde durch das EuGH-Urteil (Az. C-210/16) zur Facebook-Fanpage bestätigt. Zwischenzeitlich haben die Anbieter von Social Media-Plattformen Veränderungen vorgenommen, die auch zu anderen Bewertungen führen können. So sieht das Verwaltungsgericht Köln in seinem Urteil (Az. 13 K 1419/23) zur Facebook-Fanpage des Bundespresseamtes keine gemeinsame Verantwortlichkeit. Die Entwicklung in diesem Bereich muss daher weiter beobachtet werden.

Was bedeutet gemeinsame Verantwortlichkeit?

- Beide Parteien entscheiden gemeinsam über Zweck und Mittel der Datenverarbeitung.
- Es muss eine schriftliche Vereinbarung geben, die regelt, wer welche Pflichten übernimmt (z. B. Informationspflichten, Umgang mit Betroffenenrechten).
- Diese Vereinbarung muss transparent sein und den Nutzern zugänglich gemacht werden.

Risiko: Wenn notwendig und keine solche Vereinbarung besteht, drohen Bußgelder wegen Verstoßes gegen Art. 83 DSGVO.

- **Datenschutzerklärung muss gut erreichbar sein**

Die Datenschutzerklärung auf der Unternehmenswebsite muss alle genutzten Social-Media-Kanäle und Tools aufführen. Die

Datenschutzerklärung muss transparent und aus jedem Unternehmens-Account erreichbar sein (Verlinkung).

Zusätzliche Angaben:

- Ergänzung um Informationen zur gemeinsamen Verantwortlichkeit
- Angabe der verwendeten Tracking-Tools (z. B. Facebook Pixel, TikTok Analytics)
- Hinweis auf Datenübertragungen in Drittstaaten (z.B. USA oder China)

- **Tracking und Analyse-Tools**

Tools wie der Facebook Pixel oder LinkedIn Insight Tag sind beliebt, aber datenschutzrechtlich heikel, da durch ihren Einsatz personenbezogene Daten der Nutzer an die Anbieter der Social Media-Plattformen übertragen werden. Hierfür ist eine explizite Einwilligung der Nutzer notwendig.

Pflichten:

- Einholung einer **expliziten Einwilligung** über ein Consent-Management-Tool
- Datensparsame Konfiguration (z. B. IP-Anonymisierung)
- Dokumentation der Datenverarbeitung und Zweckbindung

- **Umgang mit Nutzerdaten**

Kommentare, Nachrichten oder Gewinnspielteilnahmen enthalten oft sensible Informationen.

Empfehlungen:

- Keine sensiblen Daten veröffentlichen oder Kundenanfragen öffentlich beantworten, auch wenn die Anfrage über eine Social Media-Plattform kam
- Klare Teilnahmebedingungen und Datenschutzhinweise bei Gewinnspielen
- Daten nach abgeschlossener Kommunikation löschen

- **Datenübermittlung in Drittstaaten**

Viele Plattformen übertragen Daten in Länder außerhalb der EU, etwa die USA (Meta) oder China (TikTok), dabei sind besondere Pflichten zu beachten.

Pflichten:

- Sicherstellung eines angemessenen Datenschutzniveaus (z. B. durch Standardvertragsklauseln oder Angemessenheitsbeschlüsse)
- Transparente Information in der Datenschutzerklärung

5. Schulung und interne Prozesse

Datenschutz ist nicht nur Aufgabe der IT – auch Social-Media-Teams müssen geschult sein.

Empfehlungen:

- Regelmäßige Datenschutzs Schulungen
- Klare Prozesse für Löschanfragen und Datenpannen
- Benennung eines Datenschutzbeauftragten, oder – sofern dieser aufgrund der Unternehmensgröße nicht notwendig ist - eines Datenschutzkoordinators

Fazit

Die Nutzung von Social Media bietet der Reisebranche enorme Chancen – vorausgesetzt, sie erfolgt rechtskonform und strategisch durchdacht. Unternehmen sollten sich regelmäßig über rechtliche Entwicklungen informieren, ihre Profile und Inhalte prüfen und bei Unsicherheiten rechtlichen Rat einholen. Nur so lässt sich das volle Potenzial von Social Media ausschöpfen und gleichzeitig das Risiko rechtlicher Konflikte minimieren.