

DATENSCHUTZ- BERATER

» Ihr zuverlässiger Partner für Datenschutz und Datensicherheit

Chefredakteur: Dr. Carlo Piltz

Schriftleitung: Dr. Alexander Golland, Adrian Schneider, Philipp Quiel, Tilman Herbrich

Datenschutz im Fokus

Der Betriebsrat als Verantwortlicher

Ist die Auffassung des BAG zur Stellung des Betriebsrat im Datenschutz noch haltbar?

Seite 4

Direktwerbung unter der DSGVO – Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden

Die DSK äußert sich erstmals seit der DSGVO umfassend zu vielen verschiedenen Fragen rund um Direktmarketing.

Seite 7

Neue Regeln für Journalisten: Das datenschutzrechtliche Medienprivileg

Welche Pflichten gelten für Journalisten und welche Vorschriften der DSGVO spielen tatsächlich keine Rolle?

Seite 9

Fragen aus der Praxis

Cookies, Tracking, Info-Banner & Co: Rechtsgrundlagen und Geschäftsführer-Haftung

Welche Rechtsgrundlage gilt für cookie-basierte Werbung und wer haftet?

Seite 12

Aktuelles aus den Aufsichtsbehörden

LfDI BW verhängt nach Datenpanne bei „Knuddels“ erstes DSGVO-Bußgeld in Deutschland

Seite 13

Rechtsprechung

Rechtmäßigkeit der Arbeitnehmerüberwachung bei konkretem Verdacht und Wahrung der Verhältnismäßigkeit

Seite 14

Dienstleistungserbringung darf nicht von der Erteilung einer Einwilligung abhängig gemacht werden

Seite 15

Unterlassungsanspruch gegen Suchmaschinenbetreiber wegen Verarbeitung von Gesundheitsdaten

Seite 17

Stichwort

Künstliche Intelligenz

Seite 19

■ Nachrichten Seite 3 ■ Service Seite 20

Rechtsanwalt Dr. Jonas Kahl, LL. M.

Neue Regeln für Journalisten: Das datenschutzrechtliche Medienprivileg

Seit der Geltung der DSGVO findet sich im Rundfunkstaatsvertrag und den Landespressegesetzen der Länder ein neugefasstes datenschutzrechtliches Medienprivileg. Es soll Journalisten ermöglichen, ihre Arbeit möglichst unbeeinträchtigt von datenschutzrechtlichen Pflichten und ohne „Datenschutz-Schere im Kopf“ wahrnehmen zu können. Dieser Beitrag gibt einen Überblick, welche datenschutzrechtlichen Pflichten – trotz Medienprivileg – für Journalisten dennoch gelten und welche Vorschriften der DSGVO für Medienschaffende hingegen tatsächlich keine Rolle spielen. Zudem wird auf die unterschiedlichen Regelungen für die Presse in den einzelnen Bundesländern eingegangen.

1. Beschränkung des Datenschutzes auf einen Mindeststandard

Was wäre von den Panama-Papers oder den Luxemburg-Leaks bekannt geworden, wenn vor der Veröffentlichung jede betroffene Person eine Einwilligung zur Veröffentlichung ihrer personenbezogenen Daten hätte abgeben müssen? Wahrscheinlich wären diese Finanzskandale nie publiziert worden.

Aus diesem Grund wurde genau für solche Fälle das datenschutzrechtliche „Medienprivileg“ geschaffen. Es soll sowohl Rundfunkanstalten, Anbietern von journalistischen „Telemedien“ (Webseitenbetreibern), als auch der gedruckten Presse ermöglichen, ihre journalistische Arbeit unbeeinträchtigt von datenschutzrechtlichen Pflichten und ohne „Schere im Kopf“ wahrnehmen zu können.

2. Die Neuregelung des Medienprivilegs seit Mai 2018

Durch die seit dem 25.05.2018 geltende Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) gibt es allerdings einige Änderungen, was die gesetzliche Ausgestaltung dieses Medienprivilegs angeht. Denn die DSGVO überlässt es mit Art. 85 DSGVO den einzelnen Mitgliedsstaaten, eigene Vorschriften für die Regelung des Datenschutzes im Bereich journalistischer, künstlerischer, wissenschaftlicher und literarischer Zwecke zu finden (sog. Öffnungsklausel).

Während das Medienprivileg in Deutschland bislang in § 41 BDSG aF geregelt war, findet es sich nunmehr zum einen im Rundfunkstaatsvertrag in den §§ 9c, 57 RStV und zum anderen in den Pressegesetzen der Länder.

a) Das Datengeheimnis

In der Neufassung des Rundfunkstaatsvertrages wird zunächst die Verpflichtung der datenverarbeitenden Journalisten auf das Datengeheimnis niedergeschrieben. Dadurch sollen Medienschaffende daran gehindert werden, personenbezogene Daten unbefugt zu verarbeiten oder an Dritte weiterzugeben.

b) Welche Pflichten gelten – trotz Medienprivileg – für Journalisten?

In den weiteren Regelungen der §§ 9c, 57 RStV werden die Anwendungsbereiche der DSGVO aufgeführt, die für die Presse einschlägig sind: Neben dem Datengeheimnis gelten – trotz Medienprivileg – insbesondere die Kapitel I (Allgemeine Bestimmungen), Kapitel VIII (Rechtsbehelfe, Haftung, Sanktionen), Kapitel X (Rechtsakte) und Kapitel XI (Schlussbestimmungen) der DSGVO auch für Journalisten.

Während es sich bei den meisten dieser Kapitel um eher allgemeine Vorschriften handelt, ist das Kapitel VIII, welches sich auch mit den Themen Haftung und Sanktionen befasst, in der Praxis von besonderer Bedeutung.

Allerdings sieht das Medienprivileg auch für diesen Bereich verschiedene Ausnahmen vor: So sollen Schadensersatz und Bußgelder nur im Ausnahmefall in Betracht kommen, nämlich dann, wenn es um Verstöße gegen das Datengeheimnis oder gegen die Datensicherheit geht.

Zudem sieht das Medienprivileg im Rundfunkstaatsvertrag als auch in vielen Pressegesetzen eine Möglichkeit vor, dem Aufsichtsregime der Datenschutzbehörden und damit auch etwaigen Bußgeldern komplett zu entgehen, nämlich dann, wenn man sich dem Pressekodex des Deutschen Presserates unterwirft (*siehe dazu unter 2. f*).

c) Worauf müssen Journalisten – wegen des Medienprivilegs – nicht achten?

Doch wo liegen eigentlich die größten Vorteile des Medienprivilegs? Welche datenschutzrechtlichen Pflichten der DSGVO gelten für Journalisten nicht?

Hier ist zuvorderst das Thema Einwilligung zu nennen: Handelt es sich um eine journalistische Verarbeitung personenbezogener Daten, muss der Journalist keine Einwilligung oder sonstige Berechtigung im Sinne der Art. 6, 7 DSGVO vorweisen können. Das heißt auch, dass er kein

„berechtigtes Interesse“ im Sinne des Art. 6 Abs. 1 f) DSGVO nachweisen muss.

Im Bereich der Bildnisse richtet sich die Frage einer rechtmäßigen Verbreitung daher weiterhin in erster Linie nach den §§ 22, 23 KUG. In jedem anderen Bereich der personenbezogenen Datenverarbeitung kommt es weiterhin auf eine Abwägung der Interessen des Betroffenen (Allgemeines Persönlichkeitsrecht) mit dem öffentlichen Informationsinteresse (Pressefreiheit) an.

Eine weitere Erleichterung für Journalisten stellt der Umstand dar, dass jene Vorschriften der DSGVO nicht gelten, welche die datenverarbeitende Stelle dazu verpflichten, den von einer Datenverarbeitung Betroffenen vorab über sein Betroffenenrechte (Auskunft, Widerspruch, etc.) zu informieren. Anders als ein Auftragsfotograf oder privater Veranstalter bedarf es solcher Vorab-Hinweise im Rahmen einer journalistischen Tätigkeit also nicht. Mangels des Erfordernisses einer Einwilligung nach Art. 6 Abs. 1 lit. a), Art. 7 DSGVO gibt es zudem auch grundsätzlich weniger Betroffenenrechte: so verfügt der Betroffene zum Beispiel über keine Widerrufsmöglichkeit.

d) Im Journalismus gilt nur ein begrenzter Auskunftsanspruch

Auch im Bereich des Auskunftsanspruchs gibt es wesentliche Unterschiede: Während mit Art. 15 DSGVO grundsätzlich ein Anspruch des Betroffenen gegen die datenverarbeitende Stelle besteht, ob, wie und in welchem Umfang sie Daten erheben und verarbeiten, entfällt dieser Auskunftsanspruch für alle, die das Medienprivileg genießen.

Für Medienschaffende ist vielmehr eine Sonderregelung in den §§ 9c Abs. 3, 57 Abs. 2 RStV vorgesehen, die einen weit aus begrenzteren Auskunftsanspruch beinhaltet. Demnach kann eine Person Auskunft über die von ihr gespeicherten Daten nur verlangen, wenn dadurch ihr Persönlichkeitsrecht beeinträchtigt wird. Doch selbst diese Auskunft kann der Medienschaffende verweigern, soweit ihr Erwägungen des Journalisten-, Recherche- und Quellenschutzes entgegenstehen.

e) Berichtigungsanspruch vergleichbar einer „internen Gegendarstellung“

Im Falle, dass sich aus der Auskunft ergibt, dass eine Redaktion unzutreffende personenbezogenen Daten des Betroffenen speichert, kann dieser eine unverzügliche Berichtigung der Daten verlangen oder eine angemessene eigene Darstellung hinzufügen (vergleichbar mit einer Gegendarstellung, die nur intern gespeichert wird). Die Speicherung der Daten als solches ist allerdings weiterhin rechtmäßig, solange diese für die Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Information oder zur Wahrung berechtigter Interessen erforderlich ist.

f) „Rüge statt Bußgeld“: Die Verpflichtung der Journalisten unter den Pressekodex des Deutschen Presserates

Wie oben bereits erwähnt, sieht das Medienprivileg im Rundfunkstaatsvertrag als auch in vielen Pressegesetzen der Länder zudem eine Möglichkeit vor, dem Aufsichtsregime der Datenschutzbehörden und damit auch etwaigen Bußgeldern komplett zu entgehen, indem sich das journalistische Unternehmen dem Pressekodex des Deutschen Presserates unterwirft.

Dieser Pressekodex schützt die Medienunternehmen insofern vor den Haftungsregelungen der DSGVO, da er eigene pressenspezifische Sanktionen enthält („Rüge statt Bußgeld“). Jedoch können sich nur journalistisch-redaktionell strukturierte Medien dem Pressekodex verpflichten. Der Kodex sieht einen redaktionellen Datenschutz vor.

3. Ab wann ist man ein Medium?

Eine der entscheidenden Fragen in der Praxis ist allerdings, wer sich auf das Medienprivileg berufen kann. Gilt es tatsächlich für jeden Journalisten?

Die §§ 9c, 57 RStV zählen hier auf: „die in der ARD zusammengeschlossenen Landesrundfunkanstalten, das ZDF, das Deutschlandradio, private Rundfunkveranstalter oder Unternehmen und Hilfsunternehmen der Presse“.

Insofern sind einige Institutionen recht klar benannt, während andere Formulierungen („Unternehmen der Presse“) einen gewissen Interpretationsspielraum lassen. Muss man tatsächlich ein Unternehmen sein, um sich auf das Medienprivileg berufen zu können? Was ist mit Bloggern oder freien Journalisten?

Löst man sich vom Wortlaut des RStV und orientiert sich an den Erwägungsgründen der Datenschutz-Grundverordnung, heißt es dort (EG 153), dass Begriffe wie „Journalismus“, die sich auf diese Freiheit beziehen, weit ausgelegt werden müssen, um der Bedeutung des Rechts auf freie Meinungsäußerung in einer demokratischen Gesellschaft Rechnung zu tragen.

Es werden zudem auch Telemedien von Rundfunkanbietern und Unternehmen sowie Hilfsunternehmen durch § 57 RStV erfasst. Hilfsunternehmen sind alle Unternehmen, die außerhalb des Verlages den Redaktionen zuarbeiten, beispielsweise Agenturen, Korrespondentenbüros oder Produktionsfirmen.

Die Grenzen dieser Sonderregelung für Medien sind dann erreicht, wenn es sich um nicht journalistische Meinungsäußerungen handelt oder die Information nicht rein journalistischen Zwecken dient.

4. Blogger als Presse: Trifft es die Kleinsten am Härtesten?

Gleichwohl gibt es seit Inkrafttreten der neuen Rechtslage noch keine Rechtsprechung dazu, wo das Medienprivileg seine Grenzen hat und wie im Einzelfall mit einem Blogger oder gar einem Verein umzugehen ist, der auf einer Demonstration Fotos anfertigt, um diese auf seiner Webseite zu verbreiten.

Dass große Medienhäuser und Rundfunkanbieter unter den Schutzbereich des Medienrechts fallen, ist klar, aber was ist mit freien Journalisten oder Bloggern, die in keiner redaktionellen Struktur eingebunden sind oder Journalismus sogar nur als Nebentätigkeit betreiben?

Diese liegen in einer Grauzone des Medienprivilegs. Das nicht zuletzt deshalb, weil für die gedruckte Presse die Landespressegesetze von den jeweiligen Landesgesetzgebern erlassen werden und dies zum Teil zu inhaltlichen Unterschieden führt. So gilt in acht Ländern für freie Journalisten und Blogger ausdrücklich das Medienprivileg, in acht weiteren Ländern ist es vom Einzelfall abhängig. Die Landespressegesetze sind also durchaus ein „Standortfaktor“ für Journalismus.

So existiert auch die Möglichkeit, sich der Aufsicht des Deutschen Presserates zu unterwerfen, nicht in jedem Bundesland gleichermaßen. Im Sächsischen Pressegesetz spielt der Pressekodex beispielsweise keine Rolle, während er in Sachsen-Anhalt einen Haftungsausschluss nach der DSGVO zur Folge hat.

Kann sich ein journalistisch Tätiger nicht auf das Medienprivileg berufen und findet seine Datenerarbeitung nicht lediglich im persönlichen oder familiären Bereich statt, gilt die DSGVO vollumfänglich.

5. Besonderheiten der Pressegesetze der Länder

- Baden-Württemberg: § 12 PresseG BW, Pressekodex nicht relevant
- Bayern: § 11 BayPrG, Pressekodex nicht relevant
- Berlin: § 19 BlnDSG, Pressekodex nicht relevant
- Brandenburg: § 16a BbgPG, Pressekodex nicht relevant
- Bremen: § 5 PresseG HB, Pressekodex nicht relevant
- Hamburg: § 37 Medienstaatsvertrag HSH iVm § 11a PresseGH, Pressekodex relevant
- Hessen: § 10 HPressG, Pressekodex nicht relevant
- Mecklenburg-Vorpommern: § 18a LPrG M-V, Pressekodex nicht relevant
- Niedersachsen: § 19 NPresseG, Pressekodex nicht relevant
- Nordrhein-Westfalen: § 12 LPrG,NW, Pressekodex nicht relevant

- Rheinland-Pfalz: § 12 LMG, Pressekodex relevant
- Saarland: § 11 SMG, Pressekodex relevant
- Sachsen: § 11a SächsPresseG, Pressekodex nicht relevant
- Sachsen-Anhalt: § 10a Presse G ST, Pressekodex relevant
- Schleswig-Holstein: § 10 LPresseG SH, Pressekodex nicht relevant
- Thüringen: § 11a TPG, Pressekodex nicht relevant

6. Bildrechte und Datenschutz

Besonders kontrovers wurde im Hinblick auf das Zusammenspiel von Berichterstattung und Datenschutz in den vergangenen Monaten diskutiert, unter welchen Voraussetzungen künftig noch die Verbreitung von Fotos und Videos zulässig ist. Denn die seit der Kaiserzeit auf Basis des Kunsturhebergesetzes (KUG) entwickelten persönlichkeitsrechtlichen Grundsätze sind hier nicht mehr allein das Maß aller Dinge. Nunmehr sind daneben auch die datenschutzrechtlichen Erlaubnistatbestände oder aber das Medienprivileg mit zu berücksichtigen.

a) OLG Köln wendet Medienprivileg an

Die Rechtsprechung hat sich seit Geltung der DSGVO mit diesen Fragen der Bildnis-Verbreitungen bislang aber nur in einigen wenigen Entscheidungen befasst:

Das Oberlandesgericht Köln beispielsweise hat in zwei Entscheidungen (Beschluss vom 18.06.2018, Az. I-15 W 27/18 und Beschluss vom 08.10.2018, Az. 15 U 110/18) das Medienprivileg angewandt, da es sich bei den Verbreitern der Bildnisse um Medienunternehmen handelte. Die Vorschriften der DSGVO spielten daher keine entscheidungserhebliche Rolle und der Fall konnte allein am Maßstab des KUG entschieden werden. Die Verbreitung der Aufnahmen war im Ergebnis zulässig.

b) LG Frankfurt (Veröffentlichung ohne Medienprivileg)

Anders stellte es sich hingegen in zwei Urteil des Landgerichts Frankfurt dar (Urteil vom 13.09.2018, Az. 2-03 O 283/18 und Urteil vom 27.09.2018, Az. 2-03 O 320/17), in welchen das Medienprivileg nicht anwendbar war und das Gericht die Rechtfertigungstatbestände der Art. 6 Abs. 1 S. 1, 7 DSGVO zur Prüfung heranzuziehen hatte. Hier war die Verbreitung der Bildnisse im Ergebnis unzulässig, weil es kein „berechtigtes Interesse“ an der Verbreitung der Aufnahmen als Werbung gab.

Autor: Dr. Jonas Kahl, LL. M. ist Rechtsanwalt im Medien-, Urheber- und Wettbewerbsrecht bei SPIRIT LEGAL LLP Rechtsanwälte in Leipzig.

