



TYPISCHE PROBLEME BEI DER UMSETZUNG DER DSGVO IN MEDIENUNTERNEHMEN

Die fünf Buchstaben des Schreckens: D-S-G-V-O?



**Andrés Heyn, Rechtsanwalt und
ext. Datenschutzbeauftragter (TÜV-Süd Referent)**



Überblick

- ▶ 1. Die rechtliche Basis
- ▶ 2. Datenschutz in Unternehmen
- ▶ 3. Datenschutz in Medienunternehmen
- ▶ 4. Die Betroffenenrechte und die Daimler-Entscheidung

1.1 Die rechtliche Basis: Art. 8 EU GrCH

- Art. 8 EU Grundrechtecharta:
 - ▶ (1) Jede Person hat das Recht auf Schutz der sie betreffenden personenbezogenen Daten.
 - ▶ (2) Diese Daten dürfen nur nach Treu und Glauben für festgelegte Zwecke und mit Einwilligung der betroffenen Person oder auf einer sonstigen gesetzlich geregelten legitimen Grundlage verarbeitet werden. Jede Person hat das Recht, Auskunft über die sie betreffenden erhobenen Daten zu erhalten und die Berichtigung der Daten zu erwirken.
 - ▶ (3) Die Einhaltung dieser Vorschriften wird von einer unabhängigen Stelle überwacht.

1.2. Die rechtliche Basis: DSGVO und BDSG (neu)

- ▶ DSGVO und Erwägungsgründe. Die DSGVO hat
- ▶ Öffnungs- und Spezifizierungsklauseln, notwendig:
- ▶ Doppelprüfung in DSGVO und BDSG (neu) sowie
- ▶ Regelungen in Spezialgesetzen (Sozialrecht usw.)
- ▶ erlaubt durch Öffnungs- und Spezifizierungsklauseln
- ▶ Zwei DS-Anpassungs- und Umsetzungsgesetze
- ▶ Europäischer Datenschutzausschuss sorgt für Kohärenz (aber Untätigkeit in Irland!!!???)
- ▶ Datenschutzkonferenz-Papiere, Orientierungshilfen der Aufsichtsbehörden

1.3 Rechtliche Grundlagen und Probleme

- ▶ Das Verhältnis zum KUG wurde nicht geregelt
- ▶ Das Verhältnis zum UWG und Abmahnungen wurde nicht geregelt (OLG Hamburg: DSGVO ist keine abschließende Regelung, unter LG streitig)
- ▶ Das BDSG enthält wohl europarechtswidrige Normen, so etwa bei der Einschränkung der Betroffenenrechte, Videoüberwachung usw.
- ▶ Bären dienst durch weitreichende Informationspflichten und Betroffenenrecht
- ▶ Viele Übersetzungsfehler kommen hinzu

2.1. Datenschutz im Unternehmen: Die erste Welle

- ▶ Der VERANTWORTLICHE hat vielfältige Nachweis- und Dokumentationspflichten. Er muss den NACHWEIS ERBRINGEN, DASS ER DIE ANFORDERUNGEN DER DSGVO UMGESETZT HAT (Rechenschaftspflicht), z.B. durch
- ▶ DSE (Datenschutzerklärung für die Homepage), Cookies???
- ▶ VVT (Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten)
- ▶ TOM (technisch-organisatorische Maßnahmen) IT-Sicherheit
- ▶ AVV (Auftragsverarbeitungsverträge mit Dienstleistern)
- ▶ DV im Ausland? Drittland? Angemessenheitsbeschluss?
- ▶ DSFA (Datenschutzfolgenabschätzung oder PIA)
- ▶ Datenschutzverletzungen (System zur Meldung binnen 72h)
- ▶ Sind die **Auskunfts- und Betroffenenrechte** erfüllbar?

2.2 Datenschutz im Unternehmen: Die zweite Welle

- ▶ HR (Beschäftigtendatenschutz) und ggfls. Betriebsrat?
- ▶ Beratung zum Einsatz von Messenger-Diensten (What's App)
- ▶ Social Media Richtlinie
- ▶ Sensibilisierung und Schulung der Mitarbeiter
- ▶ Richtlinie für die Privatnutzung der IT-Systeme (nie E-Mails!)
- ▶ Verpflichtung zur Vertraulichkeit der Mitarbeiter
- ▶ Allgemeine Datenschutzrichtlinie des Unternehmens
- ▶ Werden alle Informationspflichten erfüllt (z.B. bei Werbung)
- ▶ Umsetzung der Betroffenenrechte (Monatsfrist!) für das Recht auf Auskunft, Löschung (Vergessen), Berichtigung, Widerspruch, Einschränkung der Datenverarbeitung

2.3 Datenschutz im Unternehmen: Die dritte Welle

- ▶ Dokumentationspflichten und Rechenschaftspflichten erfüllt
- ▶ Berechtigungskonzept, Schichtenmodelle
- ▶ Automatisierte Entscheidungsfindungen: human überprüfbar?
- ▶ technisch-organisatorische Maßnahmen verbessern z.B. durch Verschlüsselung, Löschkonzept
- ▶ Risikomanagement (Art. 24, 25, 32, 35, 36, 33, 34) DSFA
- ▶ Datenübertragbarkeit? Privacy by Design / by Default?
- ▶ Kontrollen/Audits/Zertifizierung? EDSA-Kriterien fehlen noch
- ▶ Informationssicherheit-Managementsystem (ISMS) (z.B. ISO 27001? ISO 29151? ISO 27002? BSI Grundschutz?)

3.1 Spezielle Fragestellungen bei Medienunternehmen:

- ▶ Facebook Fanpages und Facebook Custom Audiences (verschiedene Einbindungen möglich)
- ▶ EuGH: Joint Controllership, etwa mit Facebook
- ▶ „GDPR letter from hell“ bzw. Horrorbrief-Anfragen
- ▶ Werbemaßnahmen (§ 7 UWG, UWG-Einwilligung)
- ▶ Cookies, Cookiebanner, Profiling, Einwilligung?
- ▶ Neu: Orientierungshilfe der DSK zu Profiling/TMG: Cookiebanner, „berechtigtes Interesse“?, Pseudonymisierung, Anwendbarkeit der TMG-Normen etc.
- ▶ Slack, Messengerdienste? ePrivacyVO??

3.2 KUG und DSGVO – Was ist mit Pressefotos?

- ▶ Gesetzgeber hat von der Öffnungsklausel in Art 85 (2) keinen Gebrauch gemacht
- ▶ Verhältnis streitig: DSGVO oder KUG als vorrangige Norm?
- ▶ Berechtigtes Interesse i.S.d. Art 6 (1) lit f. als Lösungsweg, insbesondere beim Widerruf von Einwilligungen (OLG Köln).
- ▶ Bei der Interessensabwägung nach Art. 6 (1) lit f. können die Wertungen des § 23 KUG herangezogen werden.
- ▶ Die Interessen der betroffenen Person überwiegen, wenn die Intimsphäre betroffen, die Situation diskriminierend oder diskreditierend ist oder Bildnis Rückschluss auf besondere Kategorie von Daten zulässt (strittig: Christopher Street Day)
- ▶ HH-DSB: Hinweispapier zu Fotos von Massenaufnahmen außerhalb des Journalismus kommt zum selben Ergebnis

3.3 Datenschutzrechtliches Medienprivileg für Journalisten durch Anwendung von Art. 85 DSGVO

- ▶ im Rundfunkstaatsvertrag und Landespressegesetze
- ▶ Eine Verpflichtung auf das Datengeheimnis ist erforderlich
- ▶ für die Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken gelten DSGVO mit der Maßgabe, dass *nur für eine Verletzung des Datengeheimnisses* gehaftet wird.
- ▶ Daten dürfen nicht zu anderen Zwecken zu verarbeiten
- ▶ Keine Einwilligung oder sonstige Berechtigung erforderlich
- ▶ Keine Bußgelder außer bei Verstoß gegen die Datensicherheit und Datengeheimnis
- ▶ Bei Veröffentlichung von Bildnissen gilt das KUG fort.

3.4 Was ist mit Bloggern?

- ▶ Acht Bundesländer sehen einen generellen Haftungsausschluss für Blogger und Freie Journalisten vor
- ▶ Acht Bundesländer stellen auf den Einzelfall ab
- ▶ Somit ist dort (bzw. auch nur teilweise) eine Unterwerfung unter den Pressekodex mit einem Haftungsausschluss möglich
- ▶ Das OLG Köln wendet bei Bildnissen das Medienprivileg auch dann an, wenn die Verbreiter Medienunternehmen sind.

4.1. Die Betroffenenrechte und der Daimler Fall

- ▶ Art. 15 regelt das Recht auf **Auskunft (und Kopie)**
- ▶ Art. 15 (1) zuerst: Auskunft „Ob“ und wenn ja, dann Auskunft:
- ▶ a)- h) über die Daten unter Angabe von Zweck, Kategorie, der Speicherdauer, Herkunft der Daten, **jeder?** Empfänger etc.
- ▶ Art. 15 (3): Der Verantwortliche stellt dem Betroffenen „**eine Kopie seiner personenbezogenen Daten, die Gegenstand der Verarbeitung sind, zur Verfügung**“.
- ▶ Art. 15 (4): Das Recht auf Erhalt einer Kopie gemäß Absatz 3 darf die Rechte und Freiheiten anderer Personen nicht beeinträchtigen.
- ▶ Über Art. 23 wurde zugunsten der öffentlichen Hand von der Beschränkungsmöglichkeit der Betroffenenrechte Gebrauch gemacht (§§ 27-30, 34 BDSG), dies gilt nicht für Private!

4.2. Recht auf Kopie als eigenes Betroffenenrecht?

- ▶ LAG B.-W. [20. Dezember 2018 \(AZ: 17 Sa 11/18\)](#). Daimler wird verurteilt, einem Mitarbeiter (Juristen) eine Kopie seiner personenbezogenen Leistungs- und Verhaltensdaten... (kostenfrei) zur Verfügung zu stellen.
- ▶ LAG spricht Anspruch zu und stellt hohe Anforderungen an Einschränkungen. Also Anspruch auf alle Akten, E-Mails, Vermerke, alle Empfänger?
- ▶ Probleme: „die Gegenstand der Verarbeitung sind“, Aufwand, Zumutbarkeit, Geheimhaltung, Schutz von Whistleblowern, Verhältnis zu § 83 BetrVG?

4.3 Digitaler Ablasshandel durch das Recht auf Kopie?

- ▶ Enge Meinung: Kopie meint nur die Auskunft in Art 15 Abs. 1
- ▶ Weite Meinung: Dies ist ein eigenständiger Herausgabeanspruch
- ▶ Dausend ZD 105,19, Härting C&R 4/19, Wytibul Efarbeitsrecht.net
- ▶ Stefan Brink (LDA B.-W.) und LDA Bayern: Unternehmen nicht überfordern, Erwägungsgrund 63, 64. Self Service Zugang einrichten
- ▶ EuGH C-141/12 und 372/12 - Übersicht genügt: *Zur Wahrung dieses Auskunftsrechts genügt es, dass dieser Antragsteller eine vollständige Übersicht dieser Daten in verständlicher Form erhält, d. h. in einer Form, die es ihm ermöglicht, von diesen Daten Kenntnis zu erlangen und zu prüfen, ob sie richtig sind und der Richtlinie gemäß verarbeitet werden, so dass er gegebenenfalls die ihm in der Richtlinie verliehenen Rechte ausüben kann.*