

Studien zum Medienrecht

Band 3

Das datenschutzrechtliche Medienprivileg

Zum Spannungsfeld zwischen Medienfreiheit
und Persönlichkeitsrechten

Von

Merle Steinhuber



Duncker & Humblot · Berlin

MERLE STEINHUBER

Das datenschutzrechtliche Medienprivileg

Studien zum Medienrecht

Herausgegeben von

Prof. Dr. Marcus Schladebach, Potsdam

Prof. Dr. Christian Schertz, Berlin

Band 3

Das datenschutzrechtliche Medienprivileg

Zum Spannungsfeld zwischen Medienfreiheit
und Persönlichkeitsrechten

Von

Merle Steinhuber



Duncker & Humblot · Berlin

Die Juristische Fakultät der Universität Potsdam hat diese Arbeit
im Jahre 2022 als Dissertation angenommen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte vorbehalten
© 2023 Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Satz: 3w+p GmbH, Rimpf
Druck: CPI books GmbH, Leck
Printed in Germany

ISSN 2702-0517
ISBN 978-3-428-18779-9 (Print)
ISBN 978-3-428-58779-7 (E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☼

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Meinen Eltern

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Wintersemester 2021/2022 an der Juristischen Fakultät der Universität Potsdam als Dissertation angenommen. Rechtsprechung und Literatur konnten bis Juli 2022 berücksichtigt werden.

An erster Stelle möchte ich meinem überaus geschätzten Doktorvater, Herrn Professor Dr. Marcus Schladebach, LL.M., danken. Er hat die Arbeit nicht nur während der gesamten Promotionszeit hervorragend betreut, sondern stand mir stets mit wertvollen Einschätzungen und Anregungen zur Seite. Sein Engagement und die inspirierenden Impulse haben maßgeblich zum Gelingen dieser Arbeit beigetragen.

Ebenso möchte ich Herrn Professor Dr. Norbert Janz für die zügige Erstellung des Zweitgutachtens und das sehr angenehme Prüfungsgespräch danken.

Tiefe Dankbarkeit empfinde ich meinen Eltern gegenüber, denen diese Arbeit gewidmet ist. Ohne ihre fortwährende Unterstützung, ihren bedingungslosen Rückhalt und ihr Vertrauen in mich wäre die Erstellung dieser Arbeit nicht denkbar gewesen. Mein besonders herzlicher Dank gilt meiner gesamten Familie sowie meinen Freunden, die mich stets unterstützt haben.

Mein weiterer Dank gebührt der FAZIT-Stiftung, die diese Arbeit mit einem Stipendium gefördert hat. Finanziell wurde die Veröffentlichung durch die Potsdam Graduate School unterstützt.

Außerdem danke ich den Herren Professor Dr. Marcus Schladebach und Professor Dr. Christian Schertz für die Aufnahme meiner Dissertation in die von ihnen herausgegebenen „Studien zum Medienrecht“.

Berlin, im Oktober 2022

Merle Steinhuber

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung	15
I. Problemaufriss	15
1. Bedeutungszuwachs des Datenschutzes	16
2. Mediale Tätigkeit als Oxymoron im datenschutzrechtlichen Kontext	20
3. Aktuelles Medienprivileg	22
4. Forschungsstand	25
II. Gang der Untersuchung	27
B. Entwicklung des Medienprivilegs im Datenschutzrechtskontext	30
I. Erste Zeitspanne: 1970–1982 – Die Ursprünge des Datenschutzrechts	30
1. Erstes Hessisches Datenschutzgesetz 1970	30
2. Erstes Bundesdatenschutzgesetz 1977	32
a) Allgemeine Regelungen	32
b) Bereichsspezifische Regelungen	33
c) Kritik	36
3. Novellierung des Hessischen Datenschutzgesetzes 1978	36
4. Bundesländer im Vergleich 1978–1982	37
II. Zweite Zeitspanne: 1983–1994 – Die ersten verfassungsrechtlichen Einflüsse	38
1. Volkszählungsurteil von 1983 als datenschutzrechtlicher Meilenstein	38
2. Novellierung des Hessischen Datenschutzgesetzes 1987	38
3. Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes 1990	39
a) Allgemeine Regelungen	39
b) Bereichsspezifische Regelungen	40
c) Kritik	42
4. Die „neuen“ Bundesländer 1991–1992	43
III. Dritte Zeitspanne: 1995–2001 – Die ersten europäischen Einflüsse	43
1. 1. EG-Datenschutzrichtlinie 1995	43
2. Novellierung des Hessischen Datenschutzgesetzes 1998	44
3. Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes 2001	44
a) Allgemeine Regelungen	45
b) Bereichsspezifische Regelungen	45
c) Kritik	48

IV.	Vierte Zeitspanne: 2001–2017 – Die Einflüsse vor dem heutigen Medienprivileg	48
	1. BDSG-Novelle 2009	48
	2. Konzept für eine Datenschutz-Grundverordnung 2010	49
V.	Fazit	51
C.	Rechtlicher Rahmen für das aktuelle Medienprivileg	53
I.	Europäischer Rechtsrahmen	53
	1. Verarbeitung und Freiheit der Meinungsäußerung und Informationsfreiheit gemäß Art. 85 DS-GVO	54
	a) Systematische Einordnung von Art. 85 Abs. 1 und Abs. 2 DS-GVO ...	56
	aa) Art. 85 Abs. 2 DS-GVO	57
	bb) Art. 85 Abs. 1 DS-GVO	59
	(1) Einordnung als „Regelungsauftrag“	60
	(2) Einordnung als „Öffnungsklausel“	62
	(3) Zwischenfazit zur systematischen Einordnung von Abs. 1	65
	b) Anwendungsverhältnis von Art. 85 Abs. 1 und Abs. 2 DS-GVO	66
	aa) <i>Lex specialis derogat legi generali</i>	66
	bb) <i>Ex primaria derogat legi subsidiariae</i>	67
	c) Zwischenfazit	67
	d) Supranationale oder nationale Regelungskompetenz	68
	e) Kontrollkompetenz bezüglich der medienprivilegierenden Vorschriften	70
	2. Recht auf Löschung gemäß Art. 17 Abs. 3 DS-GVO	71
II.	Nationaler Rechtsrahmen	73
	1. Bundesrechtliche Ebene	74
	2. Landesrechtliche Ebene	75
	a) Rundfunk (Hör- und Fernsehfunk)	76
	aa) Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken gemäß § 12 MStV	77
	(1) Datengeheimnis	78
	(2) Datensicherheit	78
	(3) Haftung und Sanktionen	79
	(4) Betroffenenrechte	79
	(5) Rundfunkrechtliche Datenschutzaufsicht	81
	(6) Sonstiges: Verhaltenskodizes und Teleshopping	82
	bb) Weitere rundfunkspezifische Regelungen	83
	b) Telemedien	84
	aa) Datenverarbeitung zu journalistischen Zwecken gemäß § 23 MStV	85
	(1) Datengeheimnis und Datensicherheit	85
	(2) Haftung und Sanktionen	85
	(3) Betroffenenrechte	86
	(4) Telemedienspezifische Aufsicht	86

bb) Weitere telemedienspezifische Regelungen	87
c) Presse	88
aa) Überblick presserechtlicher Privilegierungsvorschriften	88
bb) Ursprüngliches Presseprivileg im BDSG a.F.	89
cc) Persönlicher Anwendungsbereich	89
dd) Sachlicher Anwendungsbereich	90
ee) Anwendbarkeit der DS-GVO	91
(1) Aufsicht	92
(a) Erwähnung von Kapitel VIII mit Selbstregulierungsvorbehalt	93
(b) Keine Erwähnung von Kapitel VIII	94
(2) Haftung	94
(3) Betroffenenrechte	95
d) Unabhängig vom Medium bestehende Vorschriften	96
e) Gesonderte Möglichkeit der Selbstregulierung	97
3. Fazit	99
D. Reichweite des Medienprivilegs	103
I. Journalistische Zweckbindung als Konstitutivmerkmal	104
1. Nationale Interpretation des journalistischen Zwecks	104
a) Bedeutung von Journalismus	104
b) Etablierte Kriterien als Indizien	105
aa) Publizität und Einflussnahme auf die öffentliche Meinungsbildung	106
bb) Periodizität	106
cc) Aktualität und Universalität	107
dd) Faktizität und Qualitätsbewusstsein	107
ee) Erbringung einer „journalistischen Steuerungs- bzw. Eigenleistung“	108
ff) Zwischenfazit	108
c) Deutsche Rechtsprechung	109
d) Zwischenfazit	112
2. Europäische Interpretation des journalistischen Zwecks	112
3. Konvergenz und Divergenz bezüglich der Zweckbestimmung	115
II. Klassischer Journalismus	117
1. Gedruckte Presse	118
a) Begriffsbestimmung „Presse“	118
b) Unternehmen der Presse	119
c) Hilfs- und Beteiligungsunternehmen	122
d) Sonderfall: Investigativer Journalismus	123
e) Zwischenfazit	124
2. Rundfunk, § 12 MStV	124
a) Begriffsbestimmung „Rundfunk“	125

b) Rundfunkspezifischer Adressatenkreis	126
c) Zwischenfazit	126
3. Telemedien, § 23 MStV	126
a) Online-Archive	129
aa) Nationale Rechtsprechung	130
bb) Europäische Rechtsprechung	133
cc) Deutsche Rechtslage	134
dd) Zwischenfazit	135
b) Suchmaschinen	135
aa) Nationale und europäische Rechtsprechung	136
bb) Deutsche Rechtslage	137
(1) Unternehmen oder Hilfsunternehmen der Presse	137
(2) Journalistischer Zweck	138
cc) Zwischenfazit	140
III. Graswurzel-Journalismus	140
1. Einordnung von laienhaften Publikationsformen	142
a) Blogs	142
aa) Europäische Rechtsprechung	143
bb) Deutsche Rechtslage	144
(1) Unternehmen der Presse	145
(2) Journalistischer Zweck	146
cc) Zwischenfazit	148
b) Bewertungsportale	148
aa) Nationale Rechtsprechung	149
bb) Deutsche Rechtslage	150
(1) Unternehmen oder Hilfsunternehmen der Presse	151
(2) Journalistischer Zweck	151
cc) Zwischenfazit	153
c) Soziale Medien	154
aa) Soziale Netzwerke als Intermediäre	155
bb) Account-Betreiber auf Social-Media-Kanälen	155
(1) Europäische und nationale Rechtsprechung	156
(2) Deutsche Rechtslage	158
(a) Unternehmen oder Hilfsunternehmen der Presse	158
(b) Journalistischer Zweck	159
(3) Zwischenfazit	161
d) Audio-Dienste	162
e) Roboter-Journalismus	163
2. Zwischenfazit	166
IV. Fazit	166

E. Verfassungsrechtlicher Rahmen	170
I. Schutzbereiche der kollidierenden Grundrechte	171
1. Kommunikationsgrundrechte	171
a) Freiheit der Meinungsäußerung nach Art. 10 EMRK	171
b) Meinungsäußerung- und Informationsfreiheit nach Art. 11 GRCh	173
c) Medienfreiheit nach Art. 5 Abs. 1 Satz 1 und 2 GG	174
aa) Meinungsfreiheit	175
bb) Pressefreiheit	176
cc) Rundfunkfreiheit	178
dd) Informationsfreiheit	179
ee) Filmfreiheit	180
ff) Grundrechtliche Bindungswirkung der Medienfreiheit	180
d) Zwischenfazit	182
2. Recht auf Datenschutz	182
a) Recht auf Achtung des Privat- und Familienlebens nach Art. 8 EMRK	182
b) Recht auf Achtung des Privat- und Familienlebens nach Art. 7 GRCh	184
c) Schutz personenbezogener Daten nach Art. 8 GRCh	185
d) Recht auf informationelle Selbstbestimmung nach Art. 2 Abs. 1 i. V. m. Art. 1 Abs. 1 GG	187
e) Grundrechtliche Bindungswirkung unter Privaten	189
f) Zwischenfazit	190
II. Kollision und Abwägung der Schutzgüter	191
1. Europäische Einflüsse auf den Abwägungsprozess	191
2. Verfassungsrechtlicher Abwägungsprozess	193
3. Zwischenfazit	195
III. Ausstrahlungswirkung der Grundrechtsebenen	195
F. Kohärenzprobleme zwischen unioalem und nationalem Recht	198
I. Vereinbarkeit mit höherrangigem Europarecht	198
II. Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f) DS-GVO als Substitut	199
1. Ausgangslage	199
2. Pro-Argumente des substitutionellen Ansatzes	200
3. Contra-Argumente des substitutionellen Ansatzes	201
4. Zwischenfazit	202
III. Vereinbarkeit des nationalen Medienprivilegs mit den unionalen Vorgaben ..	203
1. Europäische Vorgaben für die Ausgestaltung	204
2. Vereinbarkeit der presserechtlichen Normen	205
a) Ungerechtfertigtes Anknüpfen an das Presseunternehmen	206
b) Staatliche Aufsicht über gedruckte Presse	206
aa) Problemaufriss	207

bb) Unmittelbare Vorgaben aus Art. 85 DS-GVO: Kapitel VIII	208
cc) Problem der staatlichen Aufsicht über die gedruckte Presse	209
dd) Aufsichtsgefälle als Folge	211
ee) Pressekodex als „sanktionslose“ Umgehungsmöglichkeit	212
3. Vereinbarkeit der rundfunkrechtlichen Normen	214
4. Vereinbarkeit der telemedienrechtlichen Normen	216
5. Vereinbarkeit der Landesdatenschutzgesetze	217
6. Fehlende Umsetzung des Regelungsauftrags aus Art. 85 Abs. 1 DS-GVO	219
7. Umfang der Ausnahmen und Abweichungen; Erforderlichkeitsgrundsatz	221
8. Mitteilungspflicht nach Art. 85 Abs. 3 DS-GVO	222
IV. Stellungnahme	222
G. Reformbedürfnis und Lösungsvorschläge	224
I. Abkehr vom Unternehmensbegriff	224
1. Landespresse- und Landesmediengesetze sowie § 23 MStV	225
a) Normen bezüglich der Presse	225
b) Normen bezüglich der presserechtlichen Telemedien	227
2. Auffangtatbestand auf Grundlage von Art. 85 Abs. 2 DS-GVO	227
II. Schaffung einer Ausgleichsnorm auf Grundlage von Art. 85 Abs. 1 DS-GVO	228
1. Möglicher Gesetzeswortlaut	230
2. Mögliche Regelungsebene	233
III. Überarbeitung des medialen Aufsichtskonzepts im Datenschutzbereich	234
1. Anpassungen der bestehenden presserechtlichen Normen	235
a) Staatliche Aufsicht unter Vorbehalt des Pressekodex	235
b) Keine staatliche Aufsicht	236
2. Einheitliches Aufsichtskonzept	236
3. Zwischenfazit	237
IV. Überarbeitung des Pressekodex	238
V. Vereinheitlichung der Bereichsausnahme	240
VI. Verortung einer vereinheitlichten Bereichsausnahme	240
VII. Einhalten von Sorgfaltspflichten	243
VIII. Zwischenfazit	245
IX. Ausblick	246
H. Zusammenfassung und Thesen	248
I. Zusammenfassung	248
II. Thesen	252
Literaturverzeichnis	254
Stichwortverzeichnis	266

A. Einführung*

I. Problemaufriss

Das datenschutzrechtliche Medienprivileg fungiert als Schnittstelle zwischen Datenvielfalt und Datenminimierung. Diese bestehende Konfliktlage zwischen Medienfreiheit einerseits und Datenschutz andererseits ist in den Grundrechten selbst angelegt. Die Sonderrolle der Medien gegenüber dem Datenschutzrecht ist „Ausfluss der in Art. 5 Abs. 1 Satz 2 Grundgesetz (GG) verankerten Medienfreiheit“.¹ In ständiger Rechtsprechung bezeichnet das BVerfG die Kommunikationsgrundrechte als „schlechthin konstituierend“ für die freiheitlich-demokratische Staatsordnung.² Die Medienfreiheiten des Art. 5 Abs. 1 GG, Art. 10 Abs. 1 EMRK und Art. 11 GRCh sind für den professionellen Journalismus unabdingbar. Der Schutz der medialen Kerntätigkeit ist für die Ausübung der zuerkannten öffentlichen Aufgabe der Medien verfassungsrechtlich zu gewährleisten. Journalismus funktioniert nicht ohne informationsgebende Daten mit der Folge, dass es für diese spezifische Verarbeitungssituation im Rahmen der journalistischen Tätigkeit spezieller Regelungen bedarf. Eine Kollision der medialen Arbeit mit dem Datenschutzkomplex ist unausweichlich. Den konzeptionellen Ausgleich zwischen Journalismus und den ihn schützenden Medienfreiheiten und dem Datenschutz als formalisiertem Ausschnitt aus den Persönlichkeitsrechten bildet das datenschutzrechtliche Medienprivileg.

Der Sinn und Zweck des Freistellungskonzepts ist es nicht, einseitig einem Grundrecht den Vorrang einzuräumen, sondern die gegenläufigen Interessenslagen in Einklang zu bringen.³ In der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO)⁴ selbst heißt es: „Die Verarbeitung personenbezogener Daten sollte im Dienste der

* In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für die männliche, die weibliche und andere Geschlechteridentitäten.

¹ BGH, NJW 2011, 2285 Rn. 24 – *ksta.de*.

² StRSpr. BVerfGE 7, 198, 208 – *Lüth*; vgl. 5, 85, 205; 12, 113, 125; 33, 1, 15; 42, 163, 169; 77, 65, 74; 10, 118, 121; 12, 205, 259 ff.; 20, 56, 97 f.; 20, 162, 174 f.; 27, 71, 81 f.; 35, 202, 222; 59, 231, 265 f.; 93, 266, 292; 102, 347, 363; vgl. *Degenhart*, in: Bonner Kommentar, GG (2017), Art. 5 Rn. 34 m. w. N.

³ Dazu *Pöiters*, in: Gola, DS-GVO (2018), Art. 85 Rn. 3.

⁴ Verordnung (EU) 2016/679 des europäischen Parlaments und des Rates zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung), ABl. L 119 vom 04. Mai 2016, S. 1.

Menschheit stehen. Das Recht auf Schutz der personenbezogenen Daten ist kein uneingeschränktes Recht; es muss im Hinblick auf seine gesellschaftliche Funktion gesehen und unter Wahrung des Verhältnismäßigkeitsprinzips gegen andere Grundrechte abgewogen werden.⁵ Die Bezeichnung als „Privilegierung“ deutet auf eine im Ursprung angelegte Abwägungstendenz hin, die es derart nicht gibt, so dass die Begrifflichkeit im Ergebnis irreführend ist.⁶ Ungeachtet dessen wird dieser bereits etablierte Begriff nachfolgend unter den Gesichtspunkten der Praktikabilität und Einheitlichkeit verwendet. Die Bereichsausnahme ist ein anerkannter Ausgleichsmechanismus⁷, der fortlaufend einem Anpassungsimpuls unterliegt.

1. Bedeutungszuwachs des Datenschutzes

Im 21. Jahrhundert steigt das Bedürfnis nach tatsächlicher und rechtlicher Sicherheit im Umgang mit den eigenen personenbezogenen Daten.⁸ Ein Bedeutungszuwachs von diesen Daten wird weltweit erwartet. Es wird prognostiziert, dass sich das Volumen der jährlich generierten digitalen Datenmenge im Jahr 2025 auf 175 Zettabyte erhöhen wird, was eine Steigerung um das Fünffache im Vergleich zum Jahr 2018 bedeutet.⁹ Dabei entspricht ein Zettabyte 1.000.000.000.000 (10⁹) Gigabyte, was einer Billion Bytes gleichkommt. Das wirtschaftliche Interesse an diesen riesigen Datenmengen hat neue Geschäftsfelder entstehen lassen, die mit dem Verkauf von persönlichen Daten (Datenhandel) immense Gewinne erzielen.¹⁰ Eine Besonderheit dieses Geschäfts liegt darin, dass die Daten durch Nutzung nicht wie andere Güter „verbraucht“ werden.¹¹ Formulierungen wie Daten seien „das Öl des

⁵ Erwägungsgrund 4 der DS-GVO.

⁶ *Albrecht/Janson*, CR 2016, 500, 502 f.; *Buchner*, in: Wolff/Brink, Datenschutzrecht in Bund und Ländern (2013), § 41 Rn. 9 f.; *Cornils*, Das datenschutzrechtliche Medienprivileg unter Behördenaufsicht? (2018), S. 2; *Damm*, AfP 1990, 7 ff.; *Eberle*, MMR 2008, 510; *Schumacher/Spindler*, DuD 2015, 606, 607; *Westphal*, in: Taeger/Gabel, BDSG (2013), § 41 Rn. 14 ff.

⁷ *Cornils*, Das datenschutzrechtliche Medienprivileg unter Behördenaufsicht? (2018), S. 20; *Thomale*, Die Privilegierung der Medien im deutschen Datenschutzrecht (2006), S. 117 ff.; *Hubert*, Das datenschutzrechtliche „Presseprivileg“ im Spannungsfeld zwischen Pressefreiheit und Persönlichkeitsrecht (1993), S. 37 ff. m. w. N.

⁸ YouGov, Wie wichtig ist Ihnen generell der Schutz Ihrer persönlichen Daten?, in: Statista, abrufbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/801908/umfrage/bedeutung-des-schutzes-persoener-daten-in-deutschland/> (zuletzt abgerufen am 23. Oktober 2019).

⁹ IDC, White Paper #US44413318, The Digitization of the World – From Edge to Core (2018), S. 3; im Jahr 2018 wurde weltweit ein Datenvolumen von 33 Zettabyte generiert.

¹⁰ Beispielsweise wird bereits im Jahr 2017 das wirtschaftliche Volumen der Daten in Großbritannien auf 15 Milliarden britische Pfund geschätzt. Siehe dazu die Studie von Digital Catapult, Greenhalgh (2015).

¹¹ SVRV, Der Wert persönlicher Daten – Ist Datenhandel der bessere Datenschutz? (2017), S. 20.

21. Jahrhunderts¹² oder sie seien die „neue Währung“ sind zwar wissenschaftlich nicht exakt und zweifellos *cum grano salis* zu verstehen, sie verdeutlichen wohl aber den Bedeutungszuwachs der Daten auf dem globalen Wirtschaftsmarkt. Dies wird ebenso durch eine aktuelle Entwicklung im Zuge der nationalen Umsetzung an die Digitale-Inhalte-Richtlinie (EU) 2019/770 (DI-RL)¹³ verdeutlicht, wonach anstelle von Geld auch das Preisgeben von personenbezogenen Daten als potentielle Gegenleistung für den Erhalt einer Leistung gelten kann.¹⁴

Die aktuelle Gefährdungslage und die schnelle Entwicklung in diesem Bereich verstärken das Bedürfnis nach einem Schutz für die eigenen persönlichen Daten.¹⁵ Mit jedem Tag werden neue Datenspuren in der vernetzten digitalen Gesellschaft hinterlassen. Angefangen beim Nutzen von Rabatt- oder Kundendaten, beim Arztbesuch, beim Bezahlen mit der Giro- oder Kreditkarte, bei der Wohnungsbewerbung und beim Surfen im World Wide Web. Diese Daten werden vermehrt bewusst preisgegeben – nicht zuletzt wegen des gesteigerten Interesses in der digitalen Welt mitzuwirken oder um von ihr zu profitieren. Nicht selten aber haben die Betroffenen keine Kenntnis über die Offenlegung ihrer Daten oder nur einen Überblick darüber, was mit diesen Daten passiert und an wen diese Daten weitergegeben werden. Dem Großteil der Menschen ist die Bedeutung der Preisgabe der eigenen persönlichen Daten in der konkreten Situation mangels einer Visualisierung nicht bewusst. Von einer geforderten freien Entscheidungs- und Handlungsfreiheit der Individuen über ihre persönlichen Daten kann daher (meist) nicht mehr die Rede sein.

Jeder einzelne noch so belanglos wirkende Fakt wird mittels einer Matrix an technischen Möglichkeiten zu einem gigantischen Datenbündel zusammengetragen, um so Rückschlüsse auf das Privatleben und soziale Verhalten zu ermöglichen (*Big Data*).¹⁶ Im Ergebnis sind heutzutage keine Daten mehr ohne einen wirtschaftlichen Wert zu qualifizieren. Diese Auswirkungen sind für den Einzelnen wenig greifbar. Ein selbstbestimmter Umgang mit den eigenen Daten scheint in der Realität nahezu ausgeschlossen. Zum Schutz der Persönlichkeit ist eine zwingende Auseinandersetzung mit dem Umgang der personenbezogenen Daten als neue Ressource und den Konsequenzen der Preisgabe unerlässlich und eine zentrale Thematik in Zeiten der Digitalisierung.

¹² Spitz, Daten – das Öl des 21. Jahrhunderts? – Nachhaltigkeit im digitalen Zeitalter (2017).

¹³ Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen, ABl. L 136 vom 20. Mai 2019, S. 1.

¹⁴ Vgl. Art. 3 Abs. 1 UAbs. 2 Hs. 1 DI-RL; siehe dazu Spindler, MMR 2021, 451, 452.

¹⁵ Laut einer Umfrage von Bitkom geben 72 % der deutschen Internetnutzer an, dass sie ihre persönlichen Daten im Internet als nicht sicher einstufen; dazu Bitkom, Was glauben Sie, wie sicher sind Ihre persönlichen Daten im Internet im Allgemeinen?, in: Statista, abrufbar unter <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/217842/umfrage/sicherheit-von-persoennlichen-da-ten-im-internet/> (zuletzt abgerufen am 30. Oktober 2019).

¹⁶ Dazu siehe Tinnfeld/Buchner/Petri/Hof, Einführung in das Datenschutzrecht (2018), S. VIII.