

Vorwort zur 2. Auflage

Mehr als fünf Jahre sind vergangen, seit die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) am 25.5.2018 in Geltung getreten ist und dem Datenschutzrecht in vielen Aspekten eine neue Prägung verliehen hat. Eine zentrale Neuerung stellte die Einführung des Prinzips der Eigenverantwortlichkeit der datenschutzrechtlichen Akteure dar, mit dem für die breite Masse von Unternehmen, die personenbezogene Daten verarbeiten, ein Informationsbedürfnis geschaffen wurde, das es zu bedienen galt und gilt – einerseits, um den zukünftigen Anforderungen an datenschutzkonforme Verarbeitungsprozesse gerecht zu werden, andererseits, um empfindlich hohe Geldbußen zu vermeiden.

Was die Marketingbranche in dieser Hinsicht besonders in den Vordergrund rückt, ist der Umstand, dass modernes Marketing ein vielfach datengetriebenes Business darstellt, das von der Möglichkeit lebt, neuartige Datenanwendungen auf kreative Weise zu nutzen. Da die Herausforderungen, die damit einhergehen, tendenziell zunehmen, entsteht die zweite Auflage dieses Buches in der Absicht, der Marketingbranche mit aktualisierten Ratschlägen bei der datenschutzkonformen Umsetzung kreativer Lösungsansätze zur Seite zu stehen. Wesentliche neue Entwicklungen in den gesetzlichen Rahmenbedingungen und in der einschlägigen Rechtsprechung werden gemeinsam mit vielfach aktualisierten praktischen Handlungsempfehlungen im gewohnten Frage-Antwort-Stil aufbereitet. Der leichten Lesbarkeit halber wird auf die Zitierung von Fundstellen in Literatur und Judikatur weitestgehend verzichtet und der gesamthafte Auflistung der verwendeten Quellen der Vorzug gegeben.

Meinen Mitautoren der Erstauflage, *Stefan Schoeller* und vor allem *Daniel Heitzmann*, der mir auch beim Verfassen der zweiten Auflage für erkenntnisreiche Diskussionen über das Datenschutzrecht zur Verfügung stand, danke ich an dieser Stelle für ihre Vorarbeit, ohne die eine Zweitaufgabe in schicklicher Zeit nicht zu bewerkstelligen gewesen wäre.

Auch wenn seit dem Erscheinen der Erstauflage bereits einige offene Fragen zur Auslegung der einschlägigen datenschutzrechtlichen Normen geklärt wurden und aufgrund der seither intensiven Bearbeitung des Themas Datenschutz in Lehre und Praxis gehaltvollere Handlungsempfehlungen möglich sind, stellt auch diese Auflage in gewissen Bereichen nicht mehr als eine Momentaufnahme dar. Angesichts der vielen offenen Vorlagefragen zu datenschutzrechtlichen Problemstellungen, die derzeit beim Europäischen Gerichtshof und den nationalen Höchstgerichten anhängig sind, der stetig zunehmenden Normendichte innerhalb der EU (*Digital Markets Act, Digital Services Act, Data Governance Act, AI Act etc*) und des immer dynamischeren Fortschritts im Bereich neuer Technologien – allen voran bei künstlicher Intelligenz (KI) – ist zukünftiger Aktualisierungsbedarf vorpro-

grammiert. Dem geneigten Leser sei daher mehr denn je ans Herz gelegt, sich in Zweifelsfragen an professionelle Berater mit entsprechenden Fachkenntnissen zu wenden.

Graz, im Februar 2024

Mag. iur. Sebastian Pils MSc

Vorwort zur 1. Auflage

Die seit Mai 2018 in Geltung stehende Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) hat in der Bevölkerung, und dabei vor allem in der Wirtschaft, zu einem Rechtsbewusstsein geführt, das bisher fehlte. Im Zuge unserer zahlreichen Rechtsberatungen, Gutachten und Vorträge zum Thema Datenschutz wurden uns von Klienten aus den Branchen Werbung und Marketing, aber auch aus Marketingabteilungen von Unternehmen immer wieder ähnliche Fragen gestellt. Diese betrafen datenschutzrechtliche „Klassiker“ wie Fotos, Videos und Newsletter; immer größere Relevanz kommt aber auch Datenverarbeitungen in und im Zusammenspiel mit sozialen Medien zu.

Augenscheinlich ist dabei, dass vor allem das Marketing, das in seiner heutigen Form nicht mehr ohne die Verwendung personenbezogener Daten auskommt (Stichwort: Targeted Advertising), in einem ständigen Konfliktverhältnis mit dem Datenschutzrecht steht. Dieses halten wir jedoch nicht ausschließlich für einen „Klotz am Bein“, wie es aufgrund detaillierter Regelungen samt hohen Strafdrohungen und der Möglichkeit wettbewerbsrechtlicher Klagen erscheinen mag. Vielmehr sind wir der Überzeugung, dass datenschutzrechtliches Know-how auch Chancen bietet: Gerade beim sensibilisierten Kunden wird ein rechtlich sicherer und versierter Umgang mit seinen Daten in Zukunft zu einem entscheidenden Kundenbindungsinstrument werden.

Den Bedarf nach diesem Know-how haben wir zum Anlass genommen, das vorliegende Werk zu verfassen. Es soll all jenen, denen datenschutzrechtliche Fragen in ihrer Berufspraxis begegnen, als Ratgeber und Nachschlagewerk dienen. Um es vor allem für den juristisch nicht Geschulten verständlich zu machen, haben wir weitestgehend auf Gesetzes-, Judikatur- und Literaturzitate verzichtet und dieses Buch in einem flüssigen Frage-Antwort-Stil verfasst. Als Abkürzung zu spezifischen Einzelfragen kann das am Ende des Textes befindliche ausführliche Stichwortverzeichnis dienen.

Auch die Lektüre dieses Buches wird jedoch nicht vermeiden können, dass einzelne Fragen ungeklärt bleiben, was vor allem dem weitgehenden Fehlen klarstellender Gerichtsentscheidungen geschuldet ist. Schon in naher Zukunft werden Entwicklungen in Gesetzgebung, Lehre und Rechtsprechung aber dazu beitragen, viele der

bis dato noch umstrittenen Fragen rechtssicher beantworten zu können. Gleichzeitig werden technische Entwicklungen dazu führen, dass immer wieder neue datenschutzrechtliche Fragestellungen aufgeworfen werden. Das Datenschutzrecht bleibt somit spannend – dahingehend freuen wir uns auch über Anregungen aus Ihrem täglichen Umgang mit dem Thema, die uns gerne unter office@pmisp.at übermittelt werden können.

Wir schließen mit einer wenig juristischen, aber meist hilfreichen Empfehlung: In Situationen, für die sich auch in diesem Buch keine abschließende Lösung findet, hilft es meist, zuerst den „datenschutzrechtlichen Hausverstand“ einzuschalten. Bleibt auch danach nur Ratlosigkeit zurück, muss der Weg aber weiterhin zum fachlich kompetenten Berater führen.

Graz, im November 2018

Dr. Stefan Schoeller
Dr. Daniel Heitzmann
Mag. Sebastian Pils