

675.35.17

Arbeitspapier

Datenschutz bei der Verbreitung digitaler Medieninhalte und beim digitalen Fernsehen

- Übersetzung -

verabschiedet auf der 42. Sitzung, Berlin, 4. – 5. September 2007

Entwicklungszusammenhang

Das Fernsehen hat im letzten Jahrzehnt fundamentale Veränderungen erfahren.

Die erste Entwicklung – der Übergang vom **analogen** zum **digitalen Fernsehen** – war überwiegend eine Umrüstung von analoger zu digitaler Erfassung, Aufnahme, Übertragung und Wiedergabe. Sie bewirkte besseren Ton, bessere Bilder, mehr Kanäle und mehr Auswahl, veränderte aber nicht fundamental Form und Funktion der klassischen Ausstrahlung von Fernsehen.

Die zweite Entwicklung – die Auslieferung von Fernsehen und anderen Audio- und Videodiensten als digitale Signale **über Breitbanddatennetze** – verändert die Bedingungen der Medienproduktion, -verteilung und -inanspruchnahme in signifikanter Weise. Sie beinhaltet die Konvergenz der Kommunikations-, Computer- und Massenmediensektoren in einem einzigen, interaktiven Netzwerk – **Konvergenz der Netzwerke** – und die Einführung einer zunehmenden Anzahl von statischen oder mobilen Endgeräten, die in der Lage sind, gleichmäßig mit diesen drei Sektoren zu interagieren – **Divergenz der Endgeräte**. Sie beinhaltet auch die Einführung neuer Navigationsparadigmen, die durch neue Werkzeuge und Dienste, wie Video-Suchmaschinen, peer-to-peer-Verteilung usw. den Zugriff auf eine explosiv wachsende Anzahl von Bildmedien gestattet – **Divergenz der Inhalte**. Schließlich ermöglicht sie potenziell die Erhebung und Verarbeitung personenbezogener Daten aus verschiedenen Quellen, z. B. bei Multiple-Play-Diensten.

Zu den wichtigen Folgen dieser zweiten Evolution zählen die Einführung neuer Wege zur Verteilung digitaler Medieninhalte, wie digitales interaktives Fernsehen, IPTV, web-basiertes Fernsehen etc. und die Ersetzung traditioneller set-top-Boxen im Kabelfernsehen durch interaktive, intelligente Geräte. In diesen Systemen können Nutzer einen bestimmten Strom von Videosignalen oder einen Fernsehkanal „on demand“ herunterladen, und sie können nicht nur mit dem Inhalt des TV-Programms direkt interagieren, sondern auch mit jeglichem anderen TV-bezogenen Inhalten.

Während das digitale interaktive Fernsehen einen neuen, personalisierten Ansatz beim Fernsehen darstellt – jedermann zu beliebigen Zeitpunkten an beliebigen Orten und auf beliebigen Endgeräten

alle möglichen Inhalte zur Verfügung zu stellen – und neue Dienste wie „T-Commerce“¹, Video-on-demand, Home-Banking und Fernstudium ermöglicht, führt es auch zu neuen Gefährdungen, insbesondere im Hinblick auf den Schutz der Privatsphäre der Nutzer.

Die neuen interaktiven, digitalen Fernsehsysteme nutzen in den meisten Fällen eine versiegelte „Black-Box“, die von den Anbietern kontrolliert werden und dem Nutzer wenig oder überhaupt keine Kontrolle ermöglichen. Es handelt sich um geschlossene Systeme und es ist selbst für fortgeschrittene Nutzer schwierig, wenn nicht unmöglich, herauszufinden, was diese Systeme tun.

Eine der wichtigsten Gefahren, die durch diese neuen Arten der Verteilung digitaler Medieninhalte entstehen, ist die Möglichkeit, die emotionale Kraft des Fernsehens (Menschen, die sich zuhause entspannen, neigen eher zu offenen unbefangenen Reaktionen mit der Transaktions-orientierten Macht des Internet (Data Mining, Nutzer-Modellierung, intelligente Agenten etc.) zu kombinieren, um hinreichend individualisierte, personalisierte Informationen über jeden Nutzer zu sammeln, um seine Seherfahrungen umgehend daran anzupassen und sogar sein Verhalten zu verändern.

Wenn der Fernsehdienst von einem Internetserviceprovider im Rahmen eines Triple- oder Quadruple-Play-Dienstes angeboten wird, wird das Fernsehprogramm entweder auf einem Fernsehgerät oder einem Personalcomputer angezeigt. In beiden Fällen kann der Kanal „on demand“ abgerufen werden (wenn der Nutzer einen Kanal wählt) und der Anbieter kann daher präzise bestimmen, welcher Nutzer ein Programm zu einem bestimmten Zeitpunkt ansieht. Im Falle des Web-TV, bei dem die Inhalte über eine Website angeboten werden, wird der Videodatenstrom ebenfalls „on demand“ heruntergeladen; personenbezogene Daten können teilweise wohl durch den Betreiber der Website als auch durch den Internetserviceprovider erhoben und gespeichert werden, der dem Nutzer den Internet-Zugang anbietet². Schließlich erlauben einige Systeme einzelnen Nutzern sogar das Heraufladen eigener Inhalte auf eine Video-on-demand-Plattform (wo andere Nutzer auf sie zugreifen können), oder Nutzer können auch ihre eigenen Bilddaten live in einem speziellen Video-on-demand-Fernsehsenderkanal senden.

Empfehlungen und Bekräftigung fundamentaler Prinzipien

Die Arbeitsgruppe ist insbesondere unter Berücksichtigung der Bedeutung der neuen Möglichkeiten digitalen Medienkonsums in jedermanns täglichen Leben und dessen führender Bedeutung für die Gesellschaft, die Demokratie, die Bildung und Kultur als ein kultureller Dienst, der den freien Zugang zu Informationen garantiert sowie Meinungsvielfalt und Medienpluralismus, und in Erwägung, dass andererseits riesige Mengen sehr sensibler Informationen durch die Registrierung von Nutzungsgewohnheiten gesammelt werden können, der Auffassung, dass:

1. Die Möglichkeit zur anonymen Nutzung des digitalen Fernsehens erhalten bleiben muss. Anonyme Zahlungsmethoden (z. B. durch vorausbezahlte Karten) sollten wenigstens als eine Möglichkeit und ohne zusätzliche Kosten angeboten werden. Informationssysteme (Geräte, Programme und deren Organisation), die für die Verbreitung digitalen Fernsehens genutzt

¹ Fernseh-basierter Geschäftsverkehr

² Darüber hinaus können personenbezogene Daten von der Inhalte-Industrie mittels eines „broadcast flag“ erhoben und gespeichert werden, wie man es in den Vereinigten Staaten von Amerika einzuführen versucht hat, und das möglicherweise auch in anderen Ländern erwogen wird. In diesem System sind maschinenlesbare Daten in das Fernsehsignal eingebettet, um die Weiterverbreitung von Inhalten zu verhindern, die urheberrechtlichen Beschränkungen unterliegen. Datenschutzbedenken können entstehen, wenn Technologien zum digitalen Rechte-Management die Nutzung von Inhalten überwachen und mögliche Urheberrechtsverstöße eines Einzelnen an den Inhalteanbieter zurückmelden (vgl. auch den Gemeinsamen Standpunkt der Arbeitsgruppe zu Datenschutz- und Urheberrechts-Management, angenommen auf der 27. Sitzung der Arbeitsgruppe am 4./5. Mai 2000 in Rethymnon/Kreta; http://www.datenschutz-berlin.de/attachments/233/co_de.pdf).

werden, müssen so entworfen, entwickelt und konfiguriert werden, dass sie Anonymität oder Minimierung der Nutzung personenbezogener Daten befördern und sicherstellen. Zu diesem Zweck sollte eine Vorabkontrolle durchgeführt werden.

2. Wenn personenbezogene Daten gespeichert werden, so darf dies nur für legitime Zwecke geschehen und der Umfang der Daten und die Mechanismen, die zu ihrer Verarbeitung implementiert werden, müssen relevant und nicht unverhältnismäßig im Hinblick auf die zu erreichenden Zwecke sein. Die Eröffnung von Wahlmöglichkeiten für den Einzelnen im Hinblick auf Inhalte sollte nicht unvermeidbar mit ihrer Identifizierung einhergehen.
3. Anbieter digitalen Fernsehens sollten die Zuschauer im Vorhinein über die genauen Zwecke der Speicherung und Verarbeitung personenbezogener Daten informieren, sowie über die Arten der gespeicherten Daten, den Ort und die Dauer der Speicherung.
4. Die Verarbeitung von Nutzerprofilen sollte die vorherige, informierte Einwilligung der Betroffenen voraussetzen („opt in“). Insbesondere sollte die Übermittlung von Zuschauerdaten oder –profilen durch Anbieter digitalen Fernsehens an Dritte (z. B. zu Werbezwecken) nur mit der freiwilligen und informierten Einwilligung der Betroffenen erfolgen. Diese Einwilligung sollte sich von der Zustimmung zu allgemeinen Geschäftsbedingungen des digitalen Fernsehdienstes unterscheiden. Die Zuschauer sollten das Recht haben, ihre Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft zurückzuziehen.
5. Zuschauer sollten - vorzugsweise kostenfrei - das Recht auf Auskunft, Überprüfung und – wo notwendig – Berichtigung aller ihrer personenbezogenen Daten haben, , einschließlich ihrer bei Anbietern von digitalem Fernsehen gespeicherten Profile.
6. Gespeicherte personenbezogene Daten müssen durch angemessene Sicherheitsmaßnahmen geschützt werden.
7. Die Überprüfung der Einhaltung von Datenschutzbestimmungen durch unabhängige Einrichtungen ist unerlässlich.