

vatsphäre und elektronische Kommunikation<sup>181</sup> vor. Je leichter also eine betroffene Person einer Datenverarbeitung widersprechen kann, desto eher dürfte eine solche Datenverarbeitung bis zum Widerspruch im Rahmen des Art. 6 Abs. 1 lit. f zulässig sein. Dies entspricht im Übrigen der Praxis der deutschen Aufsichtsbehörden, die in der Vergangenheit etwa bei Unternehmenstransaktionen ein Widerspruchsrecht haben ausreichen lassen, um einen Datentransfer gestützt auf das berechnete Interesse der an der Transaktion beteiligten Unternehmen für zulässig zu erachten.<sup>182</sup>

**b) Kinder.** Ist ein **Kind** von der Datenverarbeitung betroffen, ist die Abwägung unter Berücksichtigung der besonderen Schutzbedürftigkeit der betroffenen Person durchzuführen. Eine Begriffsbestimmung für das Kind fehlt, insbesondere auch die Beschränkung auf minderjährige Kinder (vgl. insoweit Art. 8 Abs. 1 sowie ErwG 38), so dass das Risiko besteht, kein einheitliches Verständnis für die Begriffsbestimmung in Europa zu Grunde legen zu können.<sup>183</sup> Auch die englische Textversion der DS-GVO gibt keinen Aufschluss über die Beschränkung auf Minderjährige (im englischen Verordnungstext wird durchgehend der Begriff „**child**“ verwendet statt „**minor**“). Im Ergebnis dürfte im Rahmen des Art. 6 Abs. 1 lit. f der Begriff des Kindes teleologisch auf Kinder und Heranwachsende bis zur Vollendung des 16. Lebensjahres im Einklang mit Art. 8 Abs. 1 zu beschränken sein.<sup>184</sup> Kindern fehlt bis zu dieser Altersgrenze unter Umständen die notwendige Einsichtsfähigkeit in die Reichweite ihrer Handlung, insbesondere die Preisgabe ihrer personenbezogenen Daten. Entsprechend der Maßgabe des ErwG 38 ist daher eine Interessenabwägung unter Beachtung dieser Grundsätze durchzuführen.

**5. Einzelne Verarbeitungstätigkeiten.** Auch wenn in dem nun vorliegenden Verordnungstext keine Regelbeispiele (mehr) aufgeführt sind, so lassen sich doch bestimmte Verarbeitungstätigkeiten als mit Art. 6 Abs. 1 lit. f als grundsätzlich vereinbar einordnen, wobei der Verantwortliche dennoch im Einzelfall eine Abwägung treffen muss, wie dies auch in ErwG 47 klargestellt wird.

**a) Direktmarketing (online/offline).** Das Direktmarketing ist in ErwG 47 S. 7 ausdrücklich als Beispiel für eine grundsätzlich auch ohne Einwilligung des Betroffenen zulässige Verarbeitungstätigkeit erwähnt. Auch wenn im Einzelfall zu prüfen ist, ob die Interessen und Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person der Verarbeitung entgegenstehen, kann bei entsprechender transparenter Information des Betroffenen und der Möglichkeit des Widerspruchs in die Verarbeitung auf gleiche transparente Weise davon ausgegangen werden, dass ein Direktmarketing ohne Einwilligung der betroffenen Person möglich ist.<sup>185</sup> Dies bezieht sich auf alle Formen des

181 Vorschlag der Europäischen Kommission v. 10.1.2017, COM (2017) final 2017/0003 (COD); Entwurf einer legislativen Entschließung des Europäischen Parlaments v. 23.10.2017 – A8-0324/2017; Rat der Europäischen Union v. 7.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 6726/18.

182 Vgl. Pressemitteilung des *BayLDA* Kundendaten beim Unternehmensverkauf – ein Datenschutzproblem, abrufbar unter [https://www.lda.bayern.de/media/pm2015\\_10.pdf](https://www.lda.bayern.de/media/pm2015_10.pdf).

183 Vgl. *Albrecht/Jotzo* Das neue Datenschutzrecht der EU, Rn. 69.

184 Kühling/Buchner-Buchner/Petri Art. 6 Rn. 155; BeckOK DatenSR-Albers Art. 6 Rn. 51 stellt dagegen wenig überzeugend auf Art. 8 Abs. 1 S. 3 und die Vollendung des 13. Lebensjahrs ab.

185 So im Ergebnis Plath-Plath Art. 6 Rn. 21; Jacobs/Lange-Hausstein ITRB 2017, 39, 41; ausführlich und differenziert hierzu Schirmbacher ITRB 2016, 274.

Direktmarketings, d.h. der direkten werblichen Interaktion mit der betroffenen Person.<sup>186</sup> Vgl. zur nicht vorhandenen Kollision mit Art. 5 Abs. 3 ePrivacy-RL die Kommentierung in Art. 4 Nr. 11 Rn. 164 ff.

- 135** Unter diesem Gesichtspunkt dürfte etwa die Bewerbung von natürlichen Personen mit Briefpost entsprechend der bisherigen Regelung unter § 28 Abs. 3 BDSG weiterhin zulässig sein.<sup>187</sup> Dies schließt auch die Nutzung sogenannter in Listen zusammengefasster Daten entsprechend § 28 Abs. 3 BDSG wohl mit ein. Zumindest ist dies der Fall, wenn die besagten Listendaten unter Maßgabe der zuvor skizzierten Erfüllung von Informationspflichten und dem Hinweis auf das Widerspruchsrecht erhoben wurden. Gleichzeitig muss die Erwartungshaltung der betroffenen Person auch darauf gerichtet sein, dass eine eingeschränkte Übermittlung dieser Daten an Dritte zum Zweck der Direktwerbung beabsichtigt ist. Eine abschließende Nennung der Empfänger dürfte zwar grundsätzlich nicht erforderlich sein, führt aber im Rahmen der Abwägung zu einem höheren Maß an Sicherheit für den Verantwortlichen. Wenngleich die DS-GVO mit ErwG 47 S. 7 eine Regelung enthält, schließt dies eine Bezugnahme auf das BDSG als Auslegungsparameter nicht aus.<sup>188</sup> Denn wenngleich die DS-GVO Anwendungsvorrang genießt, beinhaltet dies kein Verbot, die gesetzgeberischen Wertungen auf mitgliedstaatlicher Ebene in die Betrachtung miteinzubeziehen. Gerade sofern der mitgliedstaatlichen Regelung sowie der DS-GVO die gleichen Erwägungen und Wertungen zugrundeliegen, bieten die Regelungen des BDSG eine wertvolle Auslegungshilfe.
- 136** Zu beachten ist, dass die Grenzen aus anderen Richtlinien und Verordnungen, etwa der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken<sup>189</sup> oder der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation<sup>190</sup> hiervon unberührt bleiben.<sup>191</sup> Sofern also ein Verantwortlicher Direktmarketing online durchführt, kann er sich nicht auf den Erlaubnisbestand des Art. 6 Abs. 1 lit. f berufen, sollte er für die Ansprache der betroffenen Personen Direktnachrichten wie zum Beispiel E-Mails einsetzen. In diesem Fall wäre die werbliche Ansprache nur mit Einwilligung der Betroffenen aufgrund der Vorgaben der Richtlinie über elektronische Kommunikation möglich.
- 137 b) Profilbildung.** Die Bildung personenbezogener Profile dürfte grundsätzlich aufgrund der Einschränkungen in Art. 22 wohl nicht über Art. 6 Abs. 1 lit. f zu rechtfertigen sein.<sup>192</sup> Allerdings dürfte eine pseudonyme Profilbildung ähnlich der bisherigen Regelung unter § 15 Abs. 3 TMG ohne Verletzung der Vorgaben des Art. 22 möglich sein. Jedenfalls sollte eine solche Profilbildung im Bereich des Online-Marketings grundsätzlich nach Art. 6 Abs. 1 lit. f erlaubt sein, da keine erhebliche Beeinträchtigung vorliegt.

---

186 Noch weitere Auslegung bei Kühling/Buchner-Buchner/Petri Art. 6 Rn. 175; nicht nachvollziehbar dagegen die Beschränkung auf eigene Produkte bei Schantz/Wolff Das neue Datenschutzrecht, Rn. 665.

187 Jacobs/Lange-Hausstein ITRB 2017, 39, 41.

188 Vgl. a.A. DSK-Kurzpapier Nr. 3 – Verarbeitung personenbezogener Daten für Werbung, S. 1.

189 RL 2005/29/EG.

190 RL 2002/58/EG.

191 Vgl. Härting Datenschutzgrundverordnung, Rn. 481.

192 Vgl. Piltz K&R 2016, 557, 561 f.; weniger skeptisch wohl Schirnbacher ITRB 2016, 274, 279.

gung der Rechte der betroffenen Person vorliegen dürfte.<sup>193</sup> Im Rahmen des Abwägungsprozesses ist dabei insbesondere zu berücksichtigen, ob und wie weit Daten aus Drittquellen durch den Verantwortlichen genutzt werden, wie umfangreich die Profilbildung vor dem Hintergrund der genutzten Datenpunkte ist und insbesondere wie lange Daten für die Profilbildung genutzt und aufbewahrt werden.

**c) Onlinemarketing und -werbung.** Die zuvor aufgeführten Überlegungen zum Direktmarketing und zur Profilbildung führen dazu, dass – soweit nicht die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation betroffen ist – Online-Marketing und Online-Werbung auch im Rahmen der DS-GVO ohne Einwilligung des Betroffenen möglich ist.<sup>194</sup> Bei der Abwägung ist dabei zu berücksichtigen, wie intensiv der Eingriff in die Persönlichkeitsrechte der betroffenen Person erfolgt.<sup>195</sup> Gerade im Bereich des Online-Marketings, einschließlich Techniken wie etwa Retargeting oder Real Time Bidding geht wohl nach derzeitigem Kenntnisstand der durchschnittliche Nutzer von Online-Diensten davon aus, dass seine personenbezogenen Daten bei der Nutzung von Webseiten und Online-Diensten zur Finanzierung dieser zumeist kostenlosen Angebote auch werblich genutzt werden.<sup>196</sup> **138**

Die Anzeige etwaiger zielgerichteter Werbung ist in der Regel transparent für die betroffene Person. Insofern bestehen gerade bei pseudonymer Nutzung der personenbezogenen Daten der betroffenen Person für die Zwecke des Online-Marketings und der Online-Werbung keine Bedenken, im Rahmen der Abwägung des Art. 6 Abs. 1 lit. f die Abwägung zu Gunsten des Verantwortlichen zu zulassen.<sup>197</sup> Wesentlich ist aber, dass im Gegensatz zur heute üblichen Praxis die Verarbeitungstätigkeit einschließlich der Übermittlung an Dritte im Rahmen der Informationspflichten transparent darzustellen ist. Jedenfalls muss der betroffenen Person klar sein, dass bestimmte Daten pseudonymisiert durch den Verantwortlichen und einer entsprechenden Zahl von Dienstleistern genutzt werden. Auch in diesem Falle ist der Nutzer bzw. die betroffene Person durch die Möglichkeiten zur Einschränkung der Verarbeitung ausreichend geschützt. **139**

Wie mit deren Anwendbarkeit zuvor gilt jedoch, dass die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation Einschränkungen vorsehen kann, etwa Einwilligungserfordernisse für bestimmte Verarbeitungstätigkeiten. In diesem Falle gehen diese speziellen Regelungen der Datenschutz-Grundverordnung vor.<sup>198</sup> **140**

Da die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation entgegen des bislang ausgearbeiteten Zeitplans der Kommission nicht mit Beginn der Anwendung der Datenschutz-Grundverordnung am 28.5.2017<sup>199</sup> als neue Verordnung für elektronische Kommunikation in Kraft tritt, bleibt die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kom- **141**

193 Implizit zustimmend wohl *Jacobs/Lange-Hausstein* ITRB 2017, 39, 41; vgl. *Schleipfer* ZD 2017, 460, 462, a.A. wohl DSK-Kurzpapier Nr. 3, S. 7.

194 Zur Frage der Wirksamkeit der Einwilligung in die Datenverarbeitung zu Werbezwecken unter datenschutz- und lauterkeitsrechtlichen Gesichtspunkten vgl. Rn. 23.

195 Vgl. auch WP 217 der *Art.-29-Datenschutzgruppe* S. 75 Bsp. 4.

196 Vgl. *Schirnbacher* ITRB 2016, 274, 279.

197 Vgl. *Weidert/Klar* BB 2017, 1858, 1862.

198 Ausführlich zum Verhältnis von DS-GVO zur Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation und zum Entwurf der Nachfolgeverordnung *Schmitz* ZRP 2017, 172.

199 Art. 99 Abs. 2.

munikation ihrer derzeitigen Fassung in Kraft. Insofern gilt dann insbesondere für das Setzen von sogenannten Cookies, die in vielen Bereichen des Online-Marketings und der Online-Werbung die DS-GVO.<sup>200</sup> Das liegt daran, dass die EG-Datenschutzrichtlinie mit Wirkung vom 25. Mai 2018 außer Kraft gesetzt wird.<sup>201</sup> In der Übergangsphase, die sich nach dem Erkenntnisstand vom März 2018 voraussichtlich mindestens bis in das Jahr 2019 erstreckt, stellt sich die Frage, ob das von § 15 Abs. 3 TMG gedeckte Setzen von Cookies weiterhin im Rahmen einer Opt-out-Lösung zulässig ist. Dafür spricht, dass Werbung nach der DS-GVO grundsätzlich als berechtigtes Interesse im Rahmen der Interessenabwägung nach Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO gilt, das dem Regelungsverständnis der DS-GVO nach jedenfalls grundsätzlich nicht von einer Einwilligung abhängig ist. Es spricht viel dafür, diese Wertung unter der DS-GVO fortzuführen und mit WP 217 der Art. 29-Datenschutzgruppe zur Interessenabwägung<sup>202</sup> unter der Datenschutzrichtlinie auf die Intensität der Werbeeingriffs abzustellen. Danach dürften Cookies im Rahmen der Werbung, die keine sensiblen Daten betreffen und nicht auf Personenbezug schließen lassen (wie sie derzeit nach § 15 Abs. 3 TMG gestattet sind), ein berechtigtes Interesse der Wirtschaft darstellen.<sup>203</sup> Gegen diese Auffassung spricht aus Sicht der Aufsicht dem Vernehmen nach die Wertung des Art. 5 Abs. 3 RL 2002/58/EG. Hier ist europaweit eine Opt-in-Einwilligung vorgesehen, die sich auch auf Cookies erstreckt und die im Zuge der noch viel diskutierten Entwurfsfassungen zur ePrivacy-Verordnung<sup>204</sup> für den Bereich der „Online-Ebene“ vorgesehen sind. Aus diesem Grund soll das Einwilligungserfordernis der ePrivacy-Richtlinie nach Ansicht der Aufsicht schon mit Anwendbarkeit der DS-GVO die Auslegung der Interessenabwägung nach Art. 6 Abs. 1 lit. f mit der Folge bestimmen, dass jede Form von Cookies auch datenschutzrechtlich ein Einwilligungserfordernis voraussetzt.<sup>205</sup> Diese Auffassung verkennt jedoch, dass der Anwendungsbereich der DS-GVO klar von dem der ePrivacyRL abzugrenzen ist und in ErwG 173 der DS-GVO eine Anpassung der Richtlinie zur Herstellung der Kohärenz mit der Datenschutzrichtlinie verlangt ist. Weil die datenschutzrechtliche Wertung im Sinne der DS-GVO für Cookies im Rahmen der Interessenabwägung gerade keine Einwilligung erfordert, überspannt die letztgenannte Position den Willen des Ordnungsgebers, der bis zur Anwendbarkeit der ePrivacyVO nach Art. 95 DS-GVO und ErwG 173 der DS-GVO als *lex specialis* Vorrang vor der ePrivacyRL zuspricht. Denn Art. 95 DS-GVO normiert den Vorrang der ePrivacyRL nur dann, wenn sie speziellere Regelungen

---

200 Vgl. *Schmitz* ZRP 2017, 172, 173.

201 Vgl. Kommentierung zu Art. 95 DS-GVO und ErwG 173.

202 WP 217 der Art. 29-Datenschutzgruppe „Stellungnahme 06/2014 zum Begriff des berechtigten Interesses des für die Verarbeitung Verantwortlichen gemäß Art. 7 der Richtlinie 95/46/EG, S. 31 ff.

203 In diesem Sinne *Keppeler* MMR 12/2015, 779, 782.

204 Vorschlag der Europäischen Kommission v. 10.1.2017, COM(2017) final 2017/0003 (COD); Entwurf einer legislativen Entschließung des Europäischen Parlaments v. 23.10.2017, A8-0324/2017; Rat der Europäischen Union v. 7.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 6726/18.

205 DSK-Kurzpapier Nr. 3 – Verarbeitung personenbezogener Daten für Werbung, S. 1 f.; dementsprechend auch die Referatsleiterin des Bayerischen Landesamts für Datenschutzaufsicht Kristin Benedikt am 7.3.2018 auf der Veranstaltung „Die ePrivacy-Verordnung im Zusammenspiel mit der DS-GVO“ und DSB 04/2018, 80 ff.

gen als die DS-GVO vorschreibt.<sup>206</sup> Mit Blick auf das Ziel der DS-GVO Werbung als berechtigtes Interesse zu klassifizieren und in dem die DS-GVO gerade nicht das strenge Erfordernis der Einwilligung aus Art. 5 Abs. 3 RL 2002/58/EG enthält, ist die DS-GVO hinsichtlich der Frage nach der Zulässigkeit von Werbung die speziellere Regelung. Insofern ist im Rahmen von Art. 95 DS-GVO nicht pauschal entscheidend, ob der Anwendungsbereich der DS-GVO oder der e-PrivacyRL eröffnet ist, sondern welche Ziele verfolgt werden und welche Regelung im Einzelfall spezieller ist. Im Hinblick auf die Interessenabwägung nennt ErwG 47 S. 7 der DS-GVO die Werbung ausdrücklich als berechtigtes Interesse und ist insoweit *lex specialis* gegenüber der e-PrivacyRL. Bis der zu dieser Rechtsfrage angerufene EuGH<sup>207</sup> hierzu Klarheit schafft, kann Rechtssicherheit nur dann gegeben sein, wenn der strengen Auffassung der Aufsicht Rechnung getragen wird und ab dem 25.5.2018 Einwilligungen für das Setzen von Cookies eingeholt werden. In diese Diskussion kam zuletzt (Stand März 2018) zur ePrivacyVO Bewegung.<sup>208</sup> In den aktuellen Diskussionspapieren<sup>209</sup> erbitet die Ratspräsidentschaft Stellungnahmen insbesondere zu Art. 8 und 16 der Entwurfsfassungen sowie der dazugehörigen Erwägungsgründe 21 und 21a und der Fragestellung, ob in Art. 8 Abs. 1 ein Erlaubnistatbestand dahingehend aufzunehmen ist, das auf der Grundlage berechtigter Interessen Unternehmen die Möglichkeit geboten wird, Cookies für werbliche Zwecke einzusetzen.<sup>210</sup> Das aktuelle Diskussionspapier<sup>211</sup> sieht demgegenüber in ErwG 21a bereits Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis vor, sofern Cookies zur Verfolgung des Webdatenverkehrs oder zur Behebung von Sicherheitslücken gesetzt werden.<sup>212</sup> Ob sich bereits aus den ErwG eine Trendwende in Richtung einer Opt-Out-Lösung abzeichnet, ist derzeit nicht absehbar. Stichhaltiger sind vielmehr die Entwürfe hinsichtlich einer Änderung von Art. 16 Nr. 6 lit. c und d ePrivacyVO-E, die ausdrücklich die Notwendigkeit statuieren, dass Verantwortliche im Falle der Direktwerbung der betroffenen Person ausreichend Informationen bereitstellen müssen, so dass diese ihr Recht auf Widerspruch oder Widerruf der Einwilligung wirksam ausüben können.<sup>213</sup> Insofern lässt sich festhalten, dass der Weg zu einer Opt-Out-Lösung im Falle des Setzens von Cookies zu Werbezwecken keineswegs ausgeschlossen ist. Dies ist insofern begründet, als dass im Falle der Aufnahme eines Erlaubnistatbestands in Art. 8 der ePrivacyVO eine Angleichung an die Systematik der DS-GVO entsprechend Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO und damit eine Harmonisierung auf europäischer Ebene hinsichtlich der Datenverarbeitung zu Werbezwe-

---

206 Vgl. dazu die *Richter* zu Art. 95 Rn. 1 ff. sowie Roßnagel-Geminn/Richter Europäische Datenschutz-Grundverordnung, Rn. 257 f.

207 Vgl. BGH Beschl. v. 5.10.2017 – I ZR 7/16 – Vorabentscheidungsersuchen in der Rs. 673/17 (Planet49).

208 Vorschlag der Europäischen Kommission v. 10.1.2017, COM(2017) final 2017/0003 (COD); Entwurf einer legislativen Entschließung des Europäischen Parlaments v. 23.10.2017, A8-0324/2017; Rat der Europäischen Union v. 7.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 6726/18; Ratspräsidentschaft v. 22.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 7207/10.

209 Ratspräsidentschaft v. 11.1.2018 – 2017/0003 (COD) – 5165/18 sowie v. 22.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 7207/10.

210 Ratspräsidentschaft v. 11.1.2018 – 2017/0003 (COD) – 5165/18, S. 21; Ratspräsidentschaft v. 22.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 7207/10, S. 2 und 6.

211 Ratspräsidentschaft v. 22.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 7207/10.

212 Ratspräsidentschaft v. 22.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 7207/10, S. 6.

213 Ratspräsidentschaft v. 22.3.2018 – 2017/0003 (COD) – 7207/10, S. 20.

cken erreicht würde. Für den Rechtsanwender bedeutet dies letztlich eine leichtere Handhabung, da unabhängig von der Frage einer Anwendbarkeit der DS-GVO oder der ePrivacyVO dieselben Voraussetzungen gelten würden.

- 142 d) Konzerninterne Datenübermittlung.** Im ErWG 48 ist ausdrücklich als möglicher Anwendungsbereich des Erlaubnistatbestandes des Art. 6 Abs. 1 lit. f die konzerninterne Übermittlung von personenbezogenen Daten genannt.
- 143** Hierbei soll der Umfang der personenbezogenen Daten der betroffenen Person jedoch beschränkt sein auf interne Verwaltungsmaßnahmen einer solchen Unternehmensgruppe. Typischerweise umfasst dies die Übermittlung von personenbezogenen Daten von Mitarbeitern bzw. Vertragspartnern von Konzerngesellschaften innerhalb eines Konzerns an eine zentrale Stelle. Um hier für bestimmte Aufgaben die notwendige Flexibilität zu besitzen, gerade nicht nur als Auftragsverarbeiter tätig zu sein, ist eine Rechtfertigung solcher Übermittlungen auch im Rahmen eines Transfers von personenbezogenen Daten zwischen Verantwortlichen notwendig.<sup>214</sup>
- 144** So ist etwa gerade im Bereich der Sicherstellung der Compliance im Konzern regelmäßig davon auszugehen, dass der Empfänger der personenbezogenen Daten diese für eigene Zwecke verarbeitet. Andernfalls ist es oftmals nicht möglich, die gesetzlichen Anforderungen an die Compliance vollständig zu erfüllen. Da es hierbei aber oftmals an der Trennschärfe fehlt, was konkret noch in den Bereich der gesetzlichen Verpflichtung zu rechnen ist, kann sich eine Konzerngesellschaft in diesem Zusammenhang für die Übermittlung von personenbezogenen Daten nur unzureichend auf die Erlaubnistatbestände etwa aus Art. 6 Abs. 1 lit. c stützen. Durch die Klarstellung im Erwägungsgrund 48 steht nunmehr ein weiterer Erlaubnistatbestand zur Verfügung, der jedenfalls in der Regel eine solche Datenübermittlung zulässt.<sup>215</sup>
- 145 e) Beschäftigtendatenschutz.** Siehe Kommentierung zu § 26 BDSG n.F., siehe Kommentierung zu Art. 10 Rn. 6 und 7, Anhang zu Art. 88 sowie Kommentierung zu Art. 88.
- 146 f) Scoring.** Vgl. Kommentierung zu Art. 22.
- 147 g) Videoüberwachung.** Siehe Kommentierung des § 4 BDSG n.F. im Anhang zu Art. 6.

## H. Art. 6 Abs. 2 und 3

**(2) Die Mitgliedstaaten können spezifischere Bestimmungen zur Anpassung der Anwendung der Vorschriften dieser Verordnung in Bezug auf die Verarbeitung zur Erfüllung von Absatz 1 Buchstaben c und e beibehalten oder einführen, indem sie spezifische Anforderungen für die Verarbeitung sowie sonstige Maßnahmen präziser bestimmen, um eine rechtmäßig und nach Treu und Glauben erfolgende Verarbeitung zu gewährleisten, einschließlich für andere besondere Verarbeitungssituationen gemäß Kapitel IX.**

**(3) Die Rechtsgrundlage für die Verarbeitungen gemäß Absatz 1 Buchstaben c und e wird festgelegt durch**

**a) Unionsrecht oder**

**b) das Recht der Mitgliedstaaten, dem der Verantwortliche unterliegt.**

<sup>214</sup> So im Ergebnis Plath-Plath Art. 6 Rn. 22.

<sup>215</sup> *Wybitul* CCZ 2016, 194, 196.