AKTUELLE NACHRICHTEN
NACHRICHTEN AG
25. April 2025

Datenschutz oder Pressefreiheit: Wo bleibt die Balance in der Berichterstattung?

Mönchengladbach: Neueste Entwicklungen im Datenschutz, journalistische Freiheit und die Einführung von Pur-Abos bei deutschen Nachrichtenportalen.

Am 25. April 2025 steht die deutsche Medienlandschaft im Zeichen der Debatte über Datenschutz und Pressefreiheit. Insbesondere die Einführung von Pur-Abos, die auf Plattformen wie **der Spiegel** und **die Zeit** verfügbar sind, wirft Fragen auf. Diese Abonnements ermöglichen es Nutzern, Inhalte weitgehend werbefrei und ohne Tracking zu konsumieren. Die Nachfrage nach solchen Angeboten ist in den letzten Jahren gestiegen, nicht zuletzt aufgrund neuer Auslegungen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

Matthias Eberl, Journalist und Datenschützer, erläutert in seinem

Blog, dass die Regelungen der DSGVO verhaltensbasierte Werbung nur mit der freiwilligen Einwilligung der Nutzer erlauben. Verlage können, gemäß den neuen Vorgaben, den ungefähren Wert der Werbeeinnahmen von ihren Nutzern verlangen. Der Verband der Zeitungsverleger (BDZV) sieht die Monetarisierung durch Bezahlinhalte als selbstverständlich an. Dies führt zu einer spürbaren Spaltung zwischen Nutzern, die Datenschutzprivilegien suchen, und solchen, die auf kostenlose Inhalte zugreifen möchten.

Datenschutz und Tracking

Die Pur-Modelle bieten eine Wahl: Entweder gehen Nutzer den sicheren Weg, profitieren von Datenschutz und Werbefreiheit oder sie entscheiden sich für die kostenlose Nutzung, die jedoch häufig mit umfangreichem Tracking verbunden ist. Plattformen wie der Spiegel haben zwar versprochen, ein werbefreies Erlebnis anzubieten, nutzen jedoch weiterhin Tracking durch Drittanbieter wie Bing, Facebook und Google. Daten für Retargeting werden zudem an Facebook gesendet, was Fragen zur DSGVO-Konformität aufwirft.

Die Webseiten laden zwar schnell und bieten eine ablenkungsfreie Nutzererfahrung, jedoch werden Seitenaufrufe häufig an Datenmetriken wie ioam.de zur Reichweitenmessung gemeldet. Auch die Nutzung von Adobe Analytics für Kundentracking und zur Erstellung von Verhaltensprofilen wirft Bedenken auf, da hierbei eine dauerhafte Abo-ID an die Server von Adobe gesendet wird, was eine lückenlose Datenprofilierung ermöglicht. Die Zeit hingegen nutzt Google Analytics und Mapp für die Analyse der internen Nutzung, was ebenfalls als problematisch gilt.

Pressefreiheit im Spannungsfeld

Die journalistische Tätigkeit, die durch die Pressefreiheit des Grundgesetzes geschützt ist, unterliegt keiner externen Kontrolle durch staatliche Datenschutzaufsicht. Es besteht ein

bemerkenswertes Spannungsverhältnis zwischen Datenschutz und Pressefreiheit. Artikel 85 der DSGVO fordert schließlich einen Ausgleich zwischen diesen beiden Aspekten. Daher ist es für Medienunternehmen wichtig, verbindliche Richtlinien zu befolgen, die durch den Deutschen Presserat im Pressekodex festgelegt sind.

Im Rahmen dieser Richtlinien wird die Wahrung der Persönlichkeitsrechte und der redaktionelle Datenschutz betont. Tägliche journalistische Arbeit erfordert ein hohes Maß an Verantwortungsbewusstsein. Beschwerden über mögliche Verstöße können beim Deutschen Presserat eingereicht werden, der bei Nichtbeachtung entsprechende Maßnahmen anordnen kann.

Abschließend zeigt sich, dass die Diskussion um Pur-Abos und Datenschutz nicht nur ein technisches Problem, sondern auch ein ethisches Dilemma in der modernen Medienwelt ist. Für Fachleute und Verbraucher ist es entscheidend, diese Entwicklungen kritisch zu betrachten und aktive Teilhabe für ein verantwortungsvolles Medienumfeld zu fördern.

Details	
Quellen	• **www.kicker.de** • **netzpolitik.org**

Besuchen Sie uns auf: aktuelle-nachrichten.net