

Checkliste zur rechtlichen Einordnung journalistisch-redaktioneller Veröffentlichungen kirchlicher Stellen in sozialen Medien

Ausgangssituation

Eine kirchliche Stelle möchte einen Beitrag auf einer Social-Media-Plattform veröffentlichen. Der Beitrag kann beispielsweise aus Texten, Bildern, Videos oder Tonaufnahmen bestehen und personenbezogene Daten enthalten.

Für die rechtliche Einordnung ist nicht entscheidend, auf welcher Plattform der Beitrag erscheint. Maßgeblich ist vielmehr, welchem Zweck die konkrete Verarbeitung personenbezogener Daten dient.

Auch Veröffentlichungen auf Instagram, Facebook, YouTube, Mastodon oder anderen sozialen Netzwerken können journalistisch-redaktionelle Tätigkeiten darstellen. Umgekehrt unterfällt nicht jede Veröffentlichung einer kirchlichen Pressestelle automatisch dem Medienprivileg.

Schritt 1: Werden personenbezogene Daten verarbeitet?

Beispiele:

- ✓ Fotos oder Videos, auf denen Personen erkennbar oder identifizierbar sind
- ✓ Tonaufnahmen oder Interviews mit identifizierbaren Personen
- ✓ Namensnennungen, personenbezogene Angaben oder identifizierende Zitate
- ✓ Markierungen, Verlinkungen oder Erwähnungen identifizierbarer Personen
- ✓ personenbezogene Kommentare oder Aussagen über einzelne Personen
- ✓ Kombinationen aus Bildern, Texten, Ortsangaben oder sonstigen Informationen, die eine Identifizierung ermöglichen

Nein: Werden im Rahmen der betrachteten Veröffentlichung tatsächlich keine personenbezogenen Daten verarbeitet, ist insoweit keine weitere datenschutzrechtliche Prüfung erforderlich.

Ja: Weiter zu Schritt 2.

Schritt 2: Welchem Zweck dient die Veröffentlichung?

A. Ausschließlich eigene journalistisch-redaktionelle Zwecke

Die Veröffentlichung dient der journalistischen Information, Berichterstattung oder Einordnung von Ereignissen und Themen. Maßgeblich sind der tatsächliche Zweck und die redaktionelle Gestaltung des Beitrags.

Eine journalistisch-redaktionelle Tätigkeit setzt eine entsprechende inhaltliche Zielsetzung voraus. Dazu können insbesondere die Auswahl, Aufbereitung, Einordnung und Vermittlung von Informationen, Meinungen oder Ideen für die Öffentlichkeit gehören. Eine bestimmte journalistische Darstellungsform ist nicht erforderlich. Die bloße Veröffentlichung personenbezogener Informationen oder die organisatorische Zuordnung zu einer Pressestelle begründet für sich genommen jedoch noch keine journalistisch-redaktionelle Tätigkeit.

Typische Beispiele:

- ✓ Nachricht über ein kirchliches oder gesellschaftliches Ereignis
- ✓ Reportage oder journalistische Dokumentation
- ✓ redaktionell gestaltetes Interview
- ✓ Live-Berichterstattung über aktuelle Ereignisse
- ✓ Videobeitrag mit eigenständiger redaktioneller Aufbereitung
- ✓ Einordnung aktueller Ereignisse oder Entwicklungen
- ✓ Nachrichtenbeitrag mit Foto, Video oder Text auf einer Social-Media-Plattform

↓

Medienprivileg nach § 55 KDG, sofern die gesetzlichen Voraussetzungen erfüllt sind.

↓

Die allgemeinen datenschutzrechtlichen Vorschriften des KDG treten im gesetzlich bestimmten Umfang zurück. Die ausdrücklich fortgeltenden Vorschriften und die besonderen Regelungen des § 55 KDG bleiben zu beachten.

↓

Recht am eigenen Bild (§§ 22, 23 KUG) und allgemeines Persönlichkeitsrecht prüfen.

B. Andere Zwecke der Veröffentlichung

Die Veröffentlichung dient insbesondere der institutionellen Selbstdarstellung, Werbung oder unmittelbaren Förderung eigener Angebote.

Typische Beispiele:

- ✗ Veröffentlichungen, die vorrangig der institutionellen Selbstdarstellung oder Werbung dienen und keine eigenständige journalistisch-redaktionelle Informationsvermittlung bezwecken
- ✗ Veranstaltungswerbung
- ✗ Recruiting
- ✗ Fundraising oder Spendenwerbung
- ✗ Mitgliedergewinnung
- ✗ Produkt- oder Dienstleistungswerbung

↓

Allgemeine Vorschriften des KDG anwenden, soweit keine besondere gesetzliche Regelung eingreift.

↓

Geeignete Rechtsgrundlage prüfen; gegebenenfalls datenschutzrechtliche Einwilligung einholen.

↓

Recht am eigenen Bild und allgemeines Persönlichkeitsrecht zusätzlich berücksichtigen.

Wichtig

Die genannten Beispiele sind Orientierungshilfen und keine abschließenden Kategorien. Auch ein Beitrag der allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit kann journalistisch-redaktionelle Elemente enthalten. Entscheidend ist, welchem konkreten Zweck die jeweilige Verarbeitung dient. Unterschiedliche Verwendungszwecke sind gegebenenfalls getrennt zu beurteilen.

Eine positive Darstellung kirchlicher Einrichtungen, Personen oder Veranstaltungen schließt journalistisch-redaktionelle Berichterstattung nicht aus. Ebenso begründet die sachliche Gestaltung eines Beitrags allein noch keinen journalistischen Zweck. Maßgeblich sind die tatsächliche Zielsetzung, der Inhalt und der Veröffentlichungszusammenhang. Werden personenbezogene Daten innerhalb eines Beitrags für unterschiedliche, voneinander abgrenzbare Zwecke verarbeitet, ist die rechtliche Einordnung der jeweiligen Verarbeitung gesondert vorzunehmen.

Schritt 3: Handelt es sich um eine Zweitverwertung?

Soll ein bereits vorhandener Beitrag oder ein Teil davon zusätzlich auf einer Social-Media-Plattform veröffentlicht werden?

Beispiele für vorhandenes Material

- ☐ Ausschnitt aus einem Fernsehbeitrag
- ☐ journalistisches Pressefoto
- ☐ Interview aus einer Film- oder Fernsehproduktion
- ☐ Reportage oder Dokumentation
- ☐ bereits veröffentlichter Beitrag einer kirchlichen Internetseite

Geplante weitere Veröffentlichung:

- ☐ Instagram
- ☐ Facebook
- ☐ LinkedIn
- ☐ YouTube
- ☐ Mastodon
- ☐ andere Social-Media-Plattform

Vor der weiteren Verwendung prüfen:

- ☐ Bleibt der bisherige journalistisch-redaktionelle Zweck bestehen?
- ☐ Erfolgt die Veröffentlichung durch dieselbe verantwortliche Stelle oder durch einen anderen Verantwortlichen?
- ☐ Handelt es sich um die erneute Veröffentlichung eigener Inhalte oder um die Weiterverbreitung eines fremden Beitrags?
- ☐ Verfolgt die kirchliche Stelle mit der Weiterverbreitung einen eigenen journalistisch-redaktionellen Zweck oder einen anderen Kommunikationszweck?
- ☐ Wird der Beitrag redaktionell verändert oder in einen anderen Zusammenhang gestellt?
- ☐ Verändert sich der Veröffentlichungskontext, insbesondere durch Reichweite, Zielgruppe oder ergänzende Informationen?
- ☐ Ist die weitere Verwendung durch die bisherige rechtliche Beurteilung und gegebenenfalls vorliegende Einwilligungen gedeckt?
- ☐ Sind das Recht am eigenen Bild und die Persönlichkeitsrechte auch bei der weiteren Veröffentlichung gewahrt?
- ☐ Sind die für die weitere Nutzung erforderlichen urheberrechtlichen Nutzungsrechte und gegebenenfalls sonstigen vertraglichen Berechtigungen vorhanden?

KDSZ-Hinweis

Eine erneute Veröffentlichung zu eigenen journalistisch-redaktionellen Zwecken kann weiterhin dem Medienprivileg nach § 55 KDG unterfallen. Allein der Wechsel von einer Internetseite zu einer Social-Media-Plattform führt nicht automatisch zu einer anderen rechtlichen Einordnung.

Wird derselbe Inhalt dagegen beispielsweise für Werbung, Recruiting, Fundraising oder institutionelle Selbstdarstellung verwendet, ist die Zulässigkeit nach dem hierfür geltenden Rechtsregime zu beurteilen.

Besonderheit: Teilen und Weiterverbreiten fremder Beiträge

Auch das Teilen oder Weiterverbreiten fremder Beiträge kann eine eigenständige Verarbeitung personenbezogener Daten darstellen. Entscheidend ist, welchem Zweck die kirchliche Stelle mit der konkreten Weiterverbreitung nachgeht.

Ein Boost auf Mastodon oder das Teilen eines Beitrags in einer Instagram-Story ist nicht bereits deshalb journalistisch-redaktionell, weil der ursprüngliche Beitrag journalistischen Charakter hat. Umgekehrt kann auch die bewusste Auswahl und unveränderte Weiterverbreitung fremder Informationen Bestandteil einer eigenen journalistisch-redaktionellen Tätigkeit sein. Eine zusätzliche Kommentierung ist hierfür nicht zwingend erforderlich.

Beispiele:

- Eine kirchliche Nachrichtenredaktion verbreitet auf Mastodon eine Meldung über eine gesellschaftliche Entwicklung, weil sie diese für ihr redaktionelles Informationsangebot als relevant bewertet. Eine Verarbeitung zu eigenen journalistisch-redaktionellen Zwecken kann vorliegen.
- Eine Pfarrei teilt den Spendenaufruf einer kirchlichen Einrichtung, um dessen Reichweite zu erhöhen. Die Weiterverbreitung dient hier regelmäßig der Unterstützung des Spendenaufrufs und nicht ausschließlich journalistisch-redaktionellen Zwecken.
- Eine kirchliche Pressestelle teilt einen fremden Instagram-Beitrag und ergänzt eine sachliche Einordnung. Ob dies journalistisch-redaktionelle Berichterstattung ist, richtet sich nach dem tatsächlichen Informationszweck und der redaktionellen Gestaltung.

Die technische Teilen-Funktion ersetzt keine rechtliche Prüfung. Insbesondere bei der erneuten Veröffentlichung oder Bearbeitung fremder Bilder und Videos sind die Per-

sönlichkeitsrechte abgebildeter Personen, gegebenenfalls erforderliche urheberrechtliche Nutzungsrechte und die Bedingungen der jeweiligen Plattform zu beachten.

Schritt 4: Besondere Prüfung vor der Veröffentlichung

Vor der Veröffentlichung prüfen:

- ☐ Welchem konkreten Zweck dient der Beitrag?
- ☐ Liegt eine journalistisch-redaktionelle Tätigkeit vor oder dient die Veröffentlichung anderen Zwecken, insbesondere Werbung oder institutioneller Selbstdarstellung?
- ☐ Welche Bedeutung haben identifizierende Darstellungen, Namensnennungen oder persönliche Angaben für die Aussage des Beitrags?
- ☐ Sind die Persönlichkeitsrechte der dargestellten Personen unter Berücksichtigung des konkreten Veröffentlichungskontexts angemessen berücksichtigt?
- ☐ Werden Kinder, Jugendliche oder andere besonders schutzbedürftige Personen dargestellt?
- ☐ Können Reichweite, Weiterverbreitung oder die Verbindung mit weiteren Informationen besondere Risiken für die Betroffenen begründen?
- ☐ Können andere Bildausschnitte, Darstellungsformen oder weniger identifizierende Veröffentlichungen bei der Abwägung sinnvoll berücksichtigt werden?
- ☐ Ist bei Bildnissen das Recht am eigenen Bild nach §§ 22, 23 KUG geprüft?
- ☐ Liegt eine gegebenenfalls erforderliche Einwilligung nach § 22 KUG vor oder greift eine gesetzliche Ausnahme nach § 23 Abs. 1 KUG?
- ☐ Stehen der Veröffentlichung berechnigte Interessen der abgebildeten Personen nach § 23 Abs. 2 KUG entgegen?
- ☐ Sind gegebenenfalls erforderliche datenschutzrechtliche Rechtsgrundlagen oder Einwilligungen geklärt?
- ☐ Sind die Datenverarbeitungen im Zusammenhang mit dem Betrieb des Social-Media-Accounts, insbesondere durch den Plattformbetreiber, gesondert betrachtet worden, soweit die kirchliche Stelle hierfür datenschutzrechtlich verantwortlich oder mitverantwortlich ist?

Besondere Risiken bei Veröffentlichungen in sozialen Medien

Veröffentlichungen in sozialen Medien können besondere Risiken für die Persönlichkeitsrechte der betroffenen Personen mit sich bringen.

Je nach Plattform, Inhalt und Veröffentlichungskontext sind insbesondere folgende Umstände zu berücksichtigen:

- ☐ potenziell große oder internationale Reichweite
- ☐ schnelle und schwer kontrollierbare Weiterverbreitung
- ☐ längerfristige Auffindbarkeit, auch über Suchmaschinen
- ☐ algorithmisch beeinflusste Verbreitung
- ☐ öffentliche Kommentierungen und Reaktionen
- ☐ Anfertigung und Weitergabe von Screenshots oder Kopien
- ☐ Herauslösung von Bildern, Videos oder Aussagen aus ihrem ursprünglichen Zusammenhang
- ☐ Verknüpfung mit weiteren personenbezogenen Informationen
- ☐ mögliche KI-gestützte Auswertung oder Weiterverarbeitung

Wichtig

Diese Risiken schließen die Anwendung des Medienprivilegs nach § 55 KDG nicht aus. Sie können jedoch bei der Beurteilung der Persönlichkeitsrechte und insbesondere bei der Interessenabwägung nach § 23 Abs. 2 KUG von Bedeutung sein.

Maßgeblich sind die konkreten Umstände der jeweiligen Veröffentlichung. Nicht jedes genannte Risiko tritt bei jeder Plattform oder jedem Beitrag in gleicher Weise auf.

Besondere Aufmerksamkeit bei Kindern und Jugendlichen

Vor identifizierenden Veröffentlichungen von Kindern und Jugendlichen prüfen:

- ☐ Welche Bedeutung hat die konkrete Darstellung des Kindes oder Jugendlichen für die journalistische Aussage?
- ☐ Werden die Persönlichkeitsrechte und besonderen Schutzinteressen des Kindes oder Jugendlichen angemessen berücksichtigt?
- ☐ Welche Auswirkungen können die Identifizierbarkeit, der Veröffentlichungskontext und die voraussichtliche Reichweite haben?
- ☐ Ist eine spätere Weiterverbreitung, insbesondere durch Teilen, Kopieren oder Screenshots, zu berücksichtigen?
- ☐ Können andere Bildausschnitte, Darstellungsformen oder weniger identifizierende Veröffentlichungen bei der Abwägung sinnvoll berücksichtigt werden?
- ☐ Besteht durch die Veröffentlichung die Gefahr einer Bloßstellung, Stigmatisierung oder sonstigen Beeinträchtigung des Kindes oder Jugendlichen?
- ☐ Ist das Recht am eigenen Bild geprüft und wurde gegebenenfalls die erforderliche Einwilligung unter Berücksichtigung der Einsichts- und Einwilligungsfähigkeit sowie der Rechte der Sorgeberechtigten eingeholt?
- ☐ Ist die Veröffentlichung auch unter Berücksichtigung des besonderen kirchlichen Schutzauftrags verantwortbar?

Die häufigsten Fehler

- ✗ Instagram, YouTube oder andere Social-Media-Plattformen sind grundsätzlich keine journalistischen Medien.
- ✓ Auch soziale Medien können für journalistisch-redaktionelle Tätigkeiten genutzt werden. Entscheidend ist der konkrete Verarbeitungszweck.

- ✗ Für alle Veröffentlichungen eines kirchlichen Social-Media-Accounts gilt automatisch das Medienprivileg.
- ✓ Die Voraussetzungen des § 55 KDG sind für die jeweilige Verarbeitung zu beurteilen. Auf demselben Account können journalistische und nichtjournalistische Beiträge erscheinen.

- ✗ Ein Beitrag ist bereits deshalb journalistisch, weil er von einer kirchlichen Pressestelle veröffentlicht wird.
- ✓ Die organisatorische Zuordnung zur Pressestelle genügt nicht. Maßgeblich sind der tatsächliche Zweck und die journalistisch-redaktionelle Tätigkeit.

- ✗ Ein ursprünglich journalistischer Beitrag darf ohne weitere Überlegungen für Werbung oder Fundraising verwendet werden.
- ✓ Bei einer Zweckänderung ist die rechtliche Zulässigkeit der weiteren Verwendung gesondert zu beurteilen.

- ✗ Jede erneute Veröffentlichung eines journalistischen Beitrags auf einer anderen Plattform erfordert automatisch eine vollständig neue rechtliche Prüfung.
- ✓ Bleibt der journalistisch-redaktionelle Zweck bestehen, kann das Medienprivileg weiterhin Anwendung finden. Veränderungen des Veröffentlichungskontexts und die Persönlichkeitsrechte sind zu berücksichtigen.

- ✗ Mit dem Medienprivileg entfällt jede weitere rechtliche Prüfung.
- ✓ Insbesondere das Recht am eigenen Bild und der allgemeine Persönlichkeitsschutz bleiben zu beachten. Auch die ausdrücklich fortgeltenden Vorschriften des KDG sind zu berücksichtigen.

Die Goldene Regel

Nicht der Social-Media-Kanal entscheidet über das Medienprivileg.

Entscheidend ist, ob die konkrete Verarbeitung ausschließlich eigenen journalistisch-redaktionellen Zwecken im Sinne des § 55 KDG dient.

Leitlinie des KDSZ Bayern

Soziale Medien sind ein fester Bestandteil kirchlicher Kommunikation. Sie dienen sowohl der journalistisch-redaktionellen Berichterstattung als auch der allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit, der Information über eigene Angebote und der Werbung. Diese unterschiedlichen Zwecke sind rechtlich sorgfältig voneinander zu unterscheiden.

Das Medienprivileg nach § 55 KDG gewährleistet kirchlichen Stellen einen besonderen datenschutzrechtlichen Freiraum für Verarbeitungen, die ausschließlich eigenen journalistisch-redaktionellen Zwecken dienen. Es gilt unabhängig davon, ob ein Beitrag auf einer Internetseite, in einem gedruckten Medium oder auf einer Social-Media-Plattform veröffentlicht wird.

Das KDSZ Bayern empfiehlt, zunächst den konkreten Verarbeitungszweck und das anwendbare Rechtsregime zu bestimmen. Anschließend sind die jeweils geltenden Anforderungen, insbesondere das Recht am eigenen Bild und die Persönlichkeitsrechte der betroffenen Personen, zu berücksichtigen.

Die besonderen Möglichkeiten sozialer Medien zur Verbreitung und Weiterverwendung von Inhalten erfordern dabei eine sorgfältige Betrachtung des jeweiligen Veröffentlichungskontexts. Sie schließen journalistische Berichterstattung nicht aus, können aber für die Beurteilung der Schutzinteressen betroffener Personen von Bedeutung sein.

Herausgeber:

Katholisches Datenschutzzentrum Bayern KdÖR
Datenschutzaufsicht für die bayerischen (Erz-)Diözesen
Vordere Sterngasse 1 | 90402 Nürnberg
Telefon: 0911 47 77 40 5-0
E-Mail: post@kdsz.bayern
<https://www.kdsz.bayern>

Version 1.1 | Stand: 16. Oktober 2026

KDSZ-Medienkompass – Praxisblatt 3
Social Media und Medienprivileg

Dieses Praxisblatt ergänzt die Praxishilfe des KDSZ Bayern zum Medienprivileg nach § 55 KDG. Es dient der allgemeinen Orientierung und ersetzt nicht die rechtliche Prüfung des Einzelfalls.