

USA: Neues Datenschutzgesetz in Florida

Dr. Axel Spies ist Rechtsanwalt in der Kanzlei Morgan Lewis & Bockius in Washington DC und Mitherausgeber der ZD.

Nach dem zuletzt dargestellten Datenschutzgesetz in Oregon (ZD-Aktuell 2023, [01298](#)) wird die Reihe mit Florida fortgesetzt. Auch dieses Gesetz, die [Florida Digital Bill of Rights](#) (FDBR), weist einige Unterschiede zu den bisher besprochenen bundesstaatlichen Datenschutzgesetzen auf. Florida folgt nicht dem von Kalifornien vorgegebenen an der DS-GVO orientierten Rechtsrahmen (zuletzt ZD-Aktuell 2023, [01050](#)), den zB Montana (ZD-Aktuell 2023, [01184](#)) und Connecticut (ZD-Aktuell 2022, [01177](#)) mit einigen Abweichungen übernommen haben. Teile des Gesetzes in Florida ähneln dem Datenschutzgesetz von Virginia (ZD-Aktuell 2021, 0504).

Gouverneur DeSantis unterzeichnete die FDBR am 6.6.23. Damit ist Florida nach Iowa, Indiana, Tennessee und Montana der letzte in einer Reihe von republikanisch dominierten Bundesstaaten, die 2023 Datenschutzgesetze verabschiedet haben. DeSantis, der für die US-Präsidentschaft als Republikaner kandidiert, machte deutlich, dass das Gesetz ein bestimmtes IT-Segment des Silicon Valley im Visier hatte.

Die FDBR, die am 1.7.24 in Kraft tritt, enthält Verbraucherrechte zum Datenschutz, die in den meisten bestehenden US-Datenschutzgesetzen zu finden sind: zB das Recht zu erfahren, welche Informationen die Unternehmen sammeln, das Recht auf Berichtigung und Löschung bestimmter Daten und das Recht die Weitergabe bestimmter Daten einzuschränken. Eine unabhängige Datenschutzbehörde wie die neue CPRA in Kalifornien (ZD-Aktuell 2023, [01050](#)) gibt es in Florida nicht.

Enger Geltungsbereich

Die FDBR gilt nicht für Unternehmen mit einem Bruttojahresumsatz von weniger als 1 Mrd. USD, was bedeutet, dass die FDBR nur für eine relativ kleine Anzahl sehr großer Unternehmen gilt. Weitere Bedingungen (Sec. 501.702 (9)) für die Anwendbarkeit sind, dass dieses Unternehmen

„Mindestens 50 % ihrer Einnahmen aus dem Verkauf von digitaler Werbung erzielt“ oder

- „einen App-Store oder eine digitale Vertriebsplattform betreibt, der/die mindestens 250.000 verschiedene Software-Anwendungen zum Herunterladen und Installieren für Verbraucher anbietet“ oder

„einen intelligenten Lautsprecher und eine Sprachbefehlskomponente für Verbraucher mit einem integrierten virtuellen Assistenten betreibt, der mit einem Cloud-Computing-Dienst verbunden ist, der eine freihändige Sprachaktivierung verwendet“ (Anm: interessanterweise sind die von Herstellern betriebenen intelligenten Lautsprecher und Sprachbefehlskomponenten in Fahrzeugen hiervon ausgenommen).

- Das sind vermutlich also nur die als „Big Tech“ zu qualifizierenden Unternehmen weltweit, die in Florida geschäftlich tätig sind und entsprechend dort Verbraucherdaten verarbeiten. Das Gesetz gilt auch nicht für pseudonymisierte Informationen, was es nach Ansicht von diversen Kritikern in seinen Auswirkungen erheblich schmälert. Sec. 501.702 (19) der FDBR regelt bei den Definitionen: „(19) ‚Personenbezogene Daten‘ sind alle Informationen, einschließlich sensibler Daten, die mit einer bestimmten oder bestimmbarer natürlichen Person verknüpft sind oder vernünftigerweise verknüpft werden können. Der Begriff schließt pseudonyme Daten ein, wenn die Daten von einem für die Verarbeitung Verantwortlichen oder einem Auftragsverarbeiter iVm zusätzlichen Informationen verwendet werden, die eine vernünftige Verknüpfung der Daten mit

einer bestimmten oder bestimmbarer Person ermöglichen. Der Begriff umfasst keine identifizierten Daten oder öffentlich zugängliche Informationen.“ – Kritiker weisen darauf hin, dass damit eine große Anzahl beliebter Webseiten und Apps, die personenbezogene Daten von Verbrauchern in Florida verarbeiten, von dem Gesetz ausgenommen sind.

Hinweise zum Daten-„Verkauf“

Ähnlich wie in anderen Bundesstaaten gilt in Florida: Ein Verantwortlicher, der sensible personenbezogene Daten „verkauft“ (weit definiert ähnlich wie in Kalifornien), muss den Verbrauchern „einen angemessen zugänglichen und klaren Datenschutzhinweis zur Verfügung stellen, der mindestens einmal jährlich aktualisiert wird“. In ähnlicher Weise muss ein Verantwortlicher, der biometrische personenbezogene Daten verkauft, die Verarbeitung den Verbrauchern offenlegen. Die Verantwortlichen müssen den Verbrauchern in jedem Fall einen angemessen zugänglichen und klaren Datenschutzhinweis zur Verfügung stellen, der mindestens jährlich aktualisiert wird und verschiedene von der FDBR festgelegte Informationen enthalten muss. Sie müssen für die im Gesetz genannte Verarbeitungen personenbezogener Daten, die ab dem 1.7.2023 durchgeführt werden, eine Datenschutz-Folgenabschätzung durchführen und dokumentieren.

Verbraucherrechte /Minderjährige

Die FDBR räumt den Verbrauchern in Florida ausdrücklich das Recht ein, der Erhebung personenbezogener Daten durch Sprach- und Gesichtserkennungstechnologie durch die für diese Verarbeitung Verantwortlichen zu widersprechen. Das neue Gesetz enthält auch diverse Datenschutzbestimmungen für Kinder, die es Spielen, Produkten und Diensten verbieten, personenbezogene Daten zu verarbeiten, zu sammeln, weiterzugeben, zu verkaufen oder zu speichern, die nicht für die Bereitstellung eines Online-Dienstes, -Produkts oder -Features erforderlich sind.

Beschränkungen der „Überwachung“ bei sprachaktivierten Geräten

Zu diesem Bereich findet der Leser eine besondere Regelung: Die FDBR verbietet es den Verantwortlichen und den Auftragsverarbeitern, Daten zu sammeln, wenn sprachaktivierte Geräte nicht aktiv von einem Verbraucher genutzt werden, es sei denn, der Verbraucher hat dies ausdrücklich genehmigt. Das Verbot der Sammlung von Überwachungsdaten erstreckt sich auf Audio- und Videoaufzeichnungsfunktionen oder „jede andere elektronische, visuelle, thermische oder olfaktorische Funktion, die Daten ... zum Zweck der Überwachung sammelt“. Der Begriff „Überwachung“ ist allerdings im Gesetz nicht definiert und muss wohl weit ausgelegt werden.

Obligatorischer Zeitplan (retention schedule) für die Datenspeicherung

Im Gegensatz zu anderen bundesstaatlichen Gesetzen zum Schutz von Verbraucherdaten, die sich allgemein auf die Datenspeicherung beziehen, schreibt die FDBR in Sec. 501.719 (3) vor, dass die erfassten Verantwortlichen und die Auftragsverarbeiter einen speziellen Zeitplan für die Datenspeicherung erstellen und einhalten müssen, der die Verwendung und Speicherung personenbezogener Daten, die nicht unter eine Ausnahmeregelung fallen, verbietet. Die Aufbewahrungsfrist endet wie folgt:

Mit der Erfüllung des ursprünglichen Zwecks, für den diese Daten erhoben oder beschafft wurden;

- Ablauf oder Beendigung des Vertrags, auf Grund dessen die Daten erhoben oder eingeholt wurden oder

zwei Jahre nach der letzten Interaktion des Verbrauchers mit dem Verantwortlichen oder dem Auftragsverarbeiter.

- **Fazit**

Die Compliance in den USA ist für ausländische Unternehmen weiterhin enorm schwierig, weil die Vorschriften von Bundesstaat zu Bundesstaat unterschiedlich sind. Wahrscheinlich mehr als alle bisherigen bundesstaatlichen Datenschutzgesetze ist die FDBR politisch eingefärbt. Das zeigt sich an dem hohen Schwellenwert, der bestimmte Unternehmen im Silicon Valley in Florida „ins Gebet“ nehmen will. Die FDBR verbietet es ausdrücklich, dass Regierungsmitarbeiter mit Social-Media-Unternehmen zusammenarbeiten, um Inhalte oder Konten zu entfernen. Staatliche Stellen (in Florida) dürfen nicht mit einer Social-Media-Plattform kommunizieren, um sie zu bitten, Inhalte oder Konten von der Social-Media-Plattform zu entfernen. Sie dürfen „keine Vereinbarungen oder Arbeitsbeziehungen mit einer Social-Media-Plattform zum Zwecke der Inhaltsmoderation einleiten oder unterhalten“ (Sec. 112.23 (2) und (3)). Die FDBR verlangt auch, dass Suchmaschinen genaue Informationen darüber veröffentlichen, wie ihre Rankings aufgrund einer wahrgenommenen „Priorisierung oder Depriorisierung von politischer Parteilichkeit oder politischer Ideologie“ erstellt werden (Sec. 501.71 (4)). Mit diesen Bestimmungen werde den Debatten über die Entfernung von Desinformationen und Fehlinformationen im Zusammenhang mit COVID-19 und den US-Wahlen 2020 Rechnung getragen.

Weiterführende Links

Vgl. hierzu auch Spies ZD-Aktuell 2023, 01298 mwN.