



15. Mai 2013

## Datenschutzreform:

### Fragen & Antworten

- Warum eine neue Datenschutzgrundverordnung?

Datenschutz ist ein Grundrecht. Aber das Recht auf Datenschutz in Europa ist in den Mitgliedstaaten sehr unterschiedlich geregelt, die 27 Mitgliedstaaten haben ihre jeweils eigenen Gesetze. Grundlage dafür ist eine Richtlinie aus dem Jahr 1995. Diese unterschiedliche Umsetzung hat zu einem ungleichen Datenschutzniveau in der EU geführt. Das soll sich mit der neuen Datenschutzgrundverordnung ändern. Ziel ist ein einheitliches, modernes Datenschutzrecht mit hohen Standards für die ganze Europäische Union.

- Was ist das Ziel der neuen Datenschutzgrundverordnung?

Ziel des Vorschlags der Europäischen Kommission für eine Datenschutzgrundverordnung ist ein einheitliches, modernes Datenschutzrecht für die ganze Europäische Union mit EU-weit geltenden hohen und dem Internetzeitalter angemessenen Datenschutzstandards. Nach dem Vorschlag der Europäischen Kommission können sich Unternehmen als Firmensitz nicht mehr den Mitgliedstaat mit den niedrigsten Datenschutzstandards aussuchen. Doch auch der Rückzug aus der EU hilft den Firmen nicht: Der Reformvorschlag sieht vor, dass europäische Datenschutzstandards gelten, sobald Daten von EU-BürgerInnen verarbeitet werden - egal, ob innerhalb oder außerhalb der EU.

- Worum geht es bei der neuen Datenschutzgrundverordnung genau?

**Fragt mich!** Zahlreiche Unternehmen (und neuerdings auch Behörden) verdienen mit der Weitergabe persönlicher Daten Geld. Meistens tun sie das ohne unser Wissen und unsere explizite Zustimmung. Mit der neuen Datenschutzgrundverordnung sollen wir grundsätzlich gefragt werden, ob wir mit der Weiterverarbeitung unserer Daten einverstanden sind. Nutzungsbedingungen sollen leicht verständlich formuliert sein. Neben den oft seitenlangen und unverständlichen Datenschutz-

bestimmungen sollen standardisierte Symbole die informierte Zustimmung oder Ablehnung vereinfachen.

**Zeig mir meine Daten!** Datenverarbeiter sollen in verständlicher Sprache, kostenfrei und schnell mitteilen, welche Daten von Nutzern und Nutzerinnen sie in welchen Kontexten verarbeiten und diese Daten auf Anfrage auf elektronischem Weg aushändigen, nicht als Papierstapel. Zudem sollen sie mich nicht daran hindern, zu einem anderen Anbieter zu wechseln (etwa wenn dieser bessere Datenschutzbedingungen bietet) indem sie es erschweren, dass ich meine Daten zum neuen Anbieter mitnehme.

**Recht auf Vergessenwerden:** Wer möchte, dass personenbezogene Daten aus dem Internet wieder gelöscht werden, hat oft schlechte Karten. Sind diese Daten von der Meinungsfreiheit anderer gedeckt, habe ich Pech gehabt. Wenn dies nicht der Fall ist, muss ich mich an jeden einzelnen Webseitenbetreiber wenden, um die Löschung durchzusetzen. Hierbei sollen die Unternehmen nun helfen. Wenn sie Daten an Dritte weitergegeben oder veröffentlicht haben, müssen sie die Löschungsanfrage weitergeben oder – wenn sie es ohne meine Zustimmung getan haben – sogar die Löschung für mich durchsetzen.

**Nutzungsprofile:** Darüber hinaus sollen Datenverarbeiter keine Persönlichkeitsprofile mehr erstellen dürfen, wenn sie uns nicht vorher extra um Zustimmung gefragt haben. Insbesondere das Internet-Tracking, bei dem unser Nutzungsverhalten überwacht wird, soll damit endlich begrenzt werden.

**Anonym und Pseudonym:** Mit der neuen EU-Datenschutzgrundverordnung soll die Nutzung von personenbezogenen Daten reduziert und die anonyme Analyse angeregt werden. Wo das nicht möglich ist, soll die Nutzung von Pseudonymen Vorrang vor Klarnamen haben und auch die vereinfachte (Nicht-)Zustimmung von NutzerInnen im Internet ermöglichen.

**Mehr Datensparsamkeit:** Unternehmen müssen ihre Angebote möglichst datensparsam konzipieren und mit den datenschutzfreundlichsten Voreinstellungen anbieten. Es sollen nur die Daten erhoben werden, die zur Erbringung des Dienstes benötigt werden (Prinzip der Zweckbindung).

**Weniger Bürokratie:** Die Ernennung von Datenschutzbeauftragten in Unternehmen soll davon abhängig sein, wie viele und welche Daten verarbeitet werden, nicht von der MitarbeiterInnenzahl. Zudem sollen Pflichten wie eine Folgeabschätzung oder vorherige Konsultation der Datenschutzbeauftragten verhältnismäßig auferlegt werden.

**Recht durchsetzen:** Datenschutzbehörden brauchen mehr Personal und mehr Geld. Ein europäischer Datenschutzausschuss soll europäisches Datenschutzrecht effektiver durchsetzen. Kriterien für die Verhängung von Bußgeldern müssen klar definiert werden.

**"One-stop-shop"-Ansatz:** BürgerInnen und Unternehmen müssen sich EU-weit nur noch an eine Datenschutzbehörde als Ansprechpartnerin wenden. Für die BürgerInnen bedeutet das, dass sie ihre Beschwerden an die Datenschutzbehörde in ihrem Mitgliedstaat richten können. Für die

Unternehmen bedeutet das, dass auch sie nur noch mit der Datenschutzbehörde des Mitgliedstaats zusammenarbeiten, in dem sich der Hauptsitz des Unternehmens befindet.

**Sanktionen:** Verstöße gegen die Regeln sollen wehtun: Wer sich nicht an die Regeln hält, soll Strafen in Höhe von zwei Prozent des Jahresumsatzes zahlen. Der Lebensmittelkonzern Lidl musste im Jahr 2008 wegen der Bespitzelung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern 1,5 Millionen Euro Strafe zahlen. Mit der neuen Datenschutzgrundverordnung hätte Lidl bei einem Jahresumsatz von 30,85 Milliarden Euro 617 Millionen Euro zahlen müssen, den 411fachen Strafbetrag.

- Kann ich persönliche Daten mit Inkrafttreten der neuen Datenschutzverordnung löschen?

Wer möchte, dass eigene persönliche Daten z.B. aus sozialen Netzwerken gelöscht werden, kann dieses – wie auch unter dem bisherigen Datenschutzrecht – durch das Recht auf Löschen und Vergessenwerden durchsetzen.

- Bekomme ich mit Inkrafttreten der neuen Datenschutzverordnung weiter ungefragt Werbung, die auf mein persönliches Profil zugeschnitten ist?

Momentan müssen Nutzerinnen und Nutzer "Nein" sagen, wenn sie keine Werbung erhalten wollen. Mit der neuen Datenschutzverordnung soll es nach unserer Ansicht genau andersherum sein: Werbung bekommt nur, wer ausdrücklich zugestimmt hat (Opt-in statt Opt-out). Diesbezüglich bedarf es aber noch Überzeugungsarbeit im Europäischen Parlament.

- Kann denn ein neues Datenschutzrecht überhaupt europaweit durchgesetzt werden?

Die neue Datenschutzgrundverordnung wird in der ganzen EU gelten unabhängig davon, in welchem Mitgliedstaat der EU ein Unternehmen seinen Hauptsitz hat oder ob der Hauptsitz überhaupt in der EU liegt. Europäische Datenschutzstandards gelten dann, wenn Daten von EU-BürgerInnen verarbeitet werden - egal, ob innerhalb oder außerhalb der EU.

- Die Datenschutzgrundverordnung wird die Freiheit des Internet einschränken - stimmt das?

Die Freiheit des Internet ist die Freiheit, zu kommunizieren und Informationen auszutauschen, egal, wo ich bin. Werbung, die ungefragt an Nutzerinnen und Nutzer geschickt wird, gehört nicht dazu. Mit der neuen Datenschutzgrundverordnung werden die Nutzerinnen und Nutzer wieder mehr Freiheit über ihre persönlichen Daten haben. Der Datenschutz findet natürlich dort seine Grenzen, wo Presse- und Meinungsfreiheit beginnen, die eine fundamentale Bedeutung für das Internet haben. Zudem werden die Datenschutzregeln nicht auf den privaten und familiären Bereich angewendet.

- Kann ich Facebook überhaupt guten Gewissens nutzen?

Menschen auf der ganzen Welt vernetzen sich in sozialen Netzwerken wie Facebook, bleiben in Kontakt, tauschen Informationen aus und leisten politischen Widerstand, so geschehen in der arabischen Revolution. Soziale Netzwerke sind aber kein rechtsfreier Raum. Ein so einflussreiches Netzwerk wie Facebook kann nicht nur in der Hand des Betreibers liegen, es ist Sache der ganzen Gesellschaft. Die Öffentlichkeit will zu Recht darüber entscheiden, ob persönliche Daten verarbeitet werden dürfen.

- Muss ich bald für meinen Facebook-Account bezahlen?

Unternehmen wie Facebook warnen damit, dass ihre Dienste mit Inkrafttreten der neuen Datenschutzgrundverordnung Geld kosten werden. Aber die Nutzerinnen und Nutzer bezahlen jetzt schon: mit ihren persönlichen Daten. Es ist überhaupt nicht entschieden, ob soziale Netzwerke mit der neuen Datenschutzgrundverordnung Geld kosten werden. Sollte es soweit kommen, müssen die Nutzerinnen und Nutzer entscheiden, was ihnen der Schutz ihrer Daten wert ist.

- Ist Datenschutz nur etwas für Gutmenschen?

Datenschutz ist ein Grundrecht und kein Hobby für Nerds. Daten sind die Währung des digitalen Zeitalters - es muss Regeln dafür geben, welche Daten Unternehmen und auch Sicherheitsbehörden wie und wofür verwenden dürfen. Dies hat das Bundesverfassungsgericht bereits 1983 im Volkszählungsurteil deutlich gemacht, womit es den Datenschutz als Grundrecht und Ausdruck der Würde des Menschen und des allgemeinen Persönlichkeitsrecht anerkannt hat.

- Datenschutz ist ein Minderheitenthema, den meisten Menschen ist der Schutz ihrer Daten doch egal - oder?

Immer mehr Menschen wollen die Kontrolle und Souveränität über ihre Daten behalten und fordern diese auch ein. Datenschutz wird immer mehr öffentlich diskutiert, das Interesse ist da. Jetzt liegt es an den Politikerinnen und Politikern, die Regeln für hohe Datenschutzstandards zu setzen.

- Niemand ist gezwungen, Facebook zu nutzen - sollten die Nutzerinnen und Nutzer von Facebook nicht die Datenschutzbestimmungen des sozialen Netzwerks akzeptieren?

Doch und nein. Facebook hat praktisch ein Monopol, eine echte Alternative ist nicht in Sicht. Außerdem sind soziale Netzwerke ein öffentlicher Raum. Der Gesetzgeber ist gefragt, die Rechte von Nutzern und Nutzerinnen zu schützen und dafür zu sorgen, dass der öffentliche Raum nicht von einem privaten Unternehmen beherrscht wird.

- Sind die Abgeordneten im Europäischen Parlament nur Marionetten der Lobbyisten großer Unternehmen?

Die Arbeit von Interessenvertretern ist legitim. Alle Abgeordneten können selbst entscheiden, mit wem sie sprechen und ob sie sich Änderungsvorschläge von Lobbygruppen nach intensiver Prüfung zu Eigen machen. Das Problem bei der Lobbyarbeit zur Reform des Datenschutzrechts ist aber, dass sie noch viel intensiver ist, als das schon bei anderen Gesetzesvorhaben der Fall ist. Besonders Internetunternehmen aus den USA betreiben einen riesigen Aufwand, um Einfluss auf die politische Entscheidungsfindung zu nehmen. Bei der Datenschutzgrundverordnung zeigt sich, dass bestimmte Lobbygruppen durch häufige Terminanfragen, Einladungen und Treffen über das legitime Maß hinaus sowie durch gezieltes Streuen von Falschinformationen versuchen, Einfluss auf die politische Willensbildung zu nehmen.

Die Internetplattform "Lobbyplag" hat öffentlich gemacht, welche Abgeordneten welche Texte von Lobbyisten in ihre Stellungnahmen übernommen haben.

<http://lobbyplag.eu/>

Informationen zu den Treffen von Jan Philipp Albrecht mit Interessengruppen finden sich hier:

<http://www.janalbrecht.eu>

- Was tut die Bundesregierung für mehr Datenschutz?

Bundesinnenminister Hans-Peter Friedrich schwingt sich zum Vorkämpfer für mehr Datenschutz in und härtere Sanktionen gegen soziale Netzwerke auf, wenn es aber darauf ankommt, verhindert er im Rat der Innen- und Justizminister hohe Datenschutzstandards. Der Innenminister soll halten, was er in Deutschland verspricht und seinen Worten Taten folgen lassen.

- Wie geht es jetzt weiter?

Als Verhandlungsführer des Europäischen Parlaments hat Jan Philipp Albrecht MdEP am 10. Januar 2013 im federführenden Innenausschuss seinen Berichtsentwurf zum Vorschlag der Europäischen Kommission für die neue Datenschutzgrundverordnung vorgestellt. Dazu sind 3133 Änderungsanträge der anderen Abgeordneten eingereicht worden. In den nächsten Wochen wird Jan Philipp Albrecht Kompromisse mit den anderen Fraktionen aushandeln, dann folgt die Abstimmung des Innenausschusses über das Mandat des Europäischen Parlaments für die Verhandlungen von Jan Philipp Albrecht mit dem Rat und der Europäischen Kommission ("Trilog"). Ziel ist es, die Verhandlungen bis Anfang 2014 abzuschließen, so dass das Europäische Parlament vor den nächsten Europawahlen im Mai 2014 ein Ergebnis präsentieren kann, das dann nach zwei Jahren Übergangsphase alle bestehenden Datenschutzregeln ersetzt und zum EU-weiten Standard wird.