

Gestresste Vereinsmeier

Joost Schloemer ist Vorsitzender des Bundesverbands Deutscher Vereine und Verbände. Die neuen Datenregeln nerven seine Mitglieder

„Die Leute haben Stress, richtig Stress. Denn die juristische Fachsprache der neuen Datenschutzgrundverordnung ist einer vielseitigen Interpretation ausgesetzt, welche sich in ihrer Fülle an Unübersichtlichkeit übertrifft. Man braucht als Laie unendlich viel Zeit, sich in den europäischen Datenschutz mit seinen Änderungen und Pflichten einzuarbeiten. Künftig steckt man ja schon in der Datenschutz-Falle, wenn man eine Visitenkarte annimmt und die Informationen des Betreffenden weiterverarbeitet. Dabei soll der Datenschutz doch Verbraucher, Unternehmen, Organisationen und Vereine schützen.

Die neuen Datenschutzregeln betreffen jedenfalls jeden Bundesbürger. Aber viele sind sich der neuen Bedrohungslage nicht bewusst, wenn sie mit sensiblen Daten umgehen.

In Deutschland gibt es etwa 600.000 eingetragene Vereine. Hinzu kommen rund zwei Millionen nicht eingetragene beziehungsweise nicht rechtsfähige Vereine. Vor allem Sportvereine organisieren sich über Verbände und bekommen von Experten aus diesen Gremien Hilfe beim Thema Datenschutz. Die anderen sind hilflos, überfordert und müssen sich teure juristische Unterstützung holen.

„Viele sind sich der neuen Bedrohungslage nicht bewusst, wenn sie mit sensiblen Daten umgehen“

Die Vereine, die sich mit Vereinssoftware ausgestattet haben, Web- und Blogseiten sowie Newsletter-Service, Foren oder Öffentlichkeitsarbeit mit Bild betreiben, sind besonders gefährdet, da sie meistens von Dritten wie Fotografen, Beratern, Softwarefirmen, Webdienstleistern oder Veranstaltern abhängig sind, ohne zu wissen, ob diese die erforderliche Rechtskonformität in puncto Datenschutz sicherstellen können. Das bringt viel Unsicherheit.

Auch fragt man sich, was mit via Google & Co. veröffentlichten Daten sowie längst nicht mehr gebrauchten Daten geschieht. Denn man kennt auch die Methoden nicht, mit denen bisher und auch künftig die eigenen Datenschutzverletzungen aufgespürt werden.

Unklarheit besteht etwa beim Recht am eigenen Bild, und zwar schon vor Betätigung des Auslösers. Vermutlich scheint es jetzt geboten, eine Freigabe des Bildes von allen Abgebildeten einzuholen – oder gar die Veranstaltungsteilnahme von dieser Freigabe abhängig zu machen. Das wird komplex bei Fotos mit vielen Personen.

Schwierig wird es auch bei der Abfrage der Religionszugehörigkeit in Aufnahmeanträgen oder der Namensnennung, etwa auf Diakoniewartelisten, bei der Datenschutzbelehrung oder bei der Öffentlichkeitsarbeit.

Mit einer Datenschutzklausel auf der Vereinswebseite ist es nicht getan. Letztendlich hilft nur eine Vermögens- und Schadenshaftpflicht, um einen Verein vor Abmahnkosten zu schützen.“

Protokoll: Tanja Tricarico

Wie verträgt sich die neue Verordnung mit den bestehenden Regelungen zur Presse- und Kunstfreiheit? Berufsfotografen fühlen sich in dieser Frage vom Gesetzgeber alleingelassen

Alle Fotos: Benjakon

Vergiss mich, Internet!

Firmen müssen künftig Daten löschen, wenn ihre Kundschaft das möchte. Aber ob und wie das Recht auf Vergessenwerden umgesetzt wird, entscheiden wohl Gerichte

Von Dinah Riese

Was einmal im Netz ist, das bleibt auch dort – so war das jedenfalls bislang. Pass auf, was du im Internet teilst, wem du Bilder schickst, was du von dir preisgibst. Einmal ins Formular oder Textfeld getippt, sind die Daten aus der Hand gegeben – und damit der eigenen Kontrolle entzogen. Aber: Das soll jetzt alles anders werden, dank der Datenschutzgrundverordnung.

Das „Recht auf Vergessenwerden“ ist eines der zentralen Elemente der neuen Vorschriften, geregelt in Artikel 17. Der heißt eigentlich „Recht auf Löschung“ – der griffigere andere Titel steht in Klammern dahinter.

Hier ist geregelt, dass Menschen das Recht haben, das Löschen aller sie betreffenden personenbezogenen Daten von einem Verarbeiter zu fordern, und zwar „ohne schuldhaftes Zögern“ – konkret haben Fir-

men dafür vier Wochen Zeit. Dieser Wunsch kann berechtigt sein, wenn es keinen Grund für eine weitere Speicherung dieser Daten gibt, aber auch, wenn die Person einfach ihre Einwilligung widerruft. Der Verarbeiter muss sogar von sich aus Daten löschen, zu deren Speicherung und Verarbeitung es keinen Grund (mehr) gibt. Falls zu löschende Daten weiterverbreitet wurden, müssen Dritte, die die Daten ebenfalls verarbeiten, darüber informiert werden. All das passt zum ebenfalls in der DSGVO festgeschriebenen Grundsatz der Datenminimierung: Danach soll nur noch das Nötigste gespeichert, der Rest muss gelöscht werden. Auch die Informationspflichten für Firmen werden erweitert. Künftig haben also alle Europäer auch das Recht, zu erfragen, welche Daten überhaupt über sie gespeichert sind.

Die Regelungen sollen es Menschen ermöglichen, weiträumig die Kontrolle über ihre Daten zu behalten – sei es nun bei Plattformen wie Facebook, Online-Marktplätzen wie Amazon oder auch bei der kleinen Buchhandlung von nebenan, der ich vor einem halben Jahr eine Mail mit einer Frage zum neuen Roman meiner Lieblingsautorin geschrieben habe. Ausnahmen gibt es zum Beispiel bei öffentlichem Interesse, gesetzlich vorgeschriebenen Speicherfristen oder zur Ausübung des Rechts auf Meinungsfreiheit.

Das Recht auf Löschen und Vergessenwerden gab es bereits – begrenzt – vor der DSGVO. 2014 etwa verpflichtete der Europäische Gerichtshof Google dazu, bestimmte Links aus seinen Suchergebnissen zu entfernen, da diese „nicht mehr erheblich“ seien. Geklagt hatte ein Spanier, dessen Name im Zusammenhang mit einer Zwangsversteigerung in Zeitungsartikeln aufgetaucht war. Er hatte seine Schulden jedoch längst abbezahlt – doch wer seinen Namen googelte, landete bei diesen Artikeln. Viele Un-

ternehmen setzen die bestehenden Regeln bisher kaum um. Da mit der DSGVO für Verstöße nun enorm hohe Bußgelder drohen, gibt es jede Menge Ratgeber, Handbücher und teure Kurse im Angebot, die erklären, wie man den Datenschutz den Vorgaben entsprechend umsetzen kann.

So sind etliche Unternehmen selten darauf ausgerichtet, bestimmte Daten zu bestimmten Zeiten zu löschen. „Die DSGVO betrifft große Konzerne genau so wie kleine Unternehmen“, sagt Ingo Dachwitz vom Blog Netzpolitik.org. Gerade für die kleinen Datenverarbeiter sei die Herausforderung, sich umzustellen, größer. „Aber dass man geltende Regeln bisher nicht umgesetzt hat und damit durchkam, kann ja kein Argument sein, es auch weiter-

„Diese Fragen werden Gerichte klären müssen“

Ingo Dachwitz, Netzpolitik.org

hin nicht zu tun“, sagt Dachwitz. Wer in Zukunft tatsächlich welche Daten löschen muss, das wird sich noch zeigen. Kann ich von der Schufa verlangen, Daten über eine vor 20 Jahren nicht bezahlte Handyrechnung zu löschen, wenn ich seither immer brav gezahlt habe? Oder hat die Auskunft ein berechtigtes Geschäftsinteresse an der Speicherung dieser Daten? „Ich persönlich bin der Meinung, dass auch die Schufa löschen muss“, sagt Dachwitz. „Aber diese Fragen werden wohl die Gerichte klären müssen.“ Dachwitz glaubt, dass in den kommenden Jahren viele Prozesse rund um die DSGVO geführt werden. „Darin zeigt sich durchaus ein Versäumnis“, sagt er. „Die DSGVO regelt Dinge sehr grundsätzlich. Die EU und die Bundesregierung hätten bestimmte Bereiche noch ausformulieren oder konkretisieren sollen.“



„Datenschutz macht Arbeit, aber dient uns allen“

So wirkt Europas neues Regelwerk für das Internet: Verbraucherschützer Christian Gollner über die gewonnene Macht von Verbraucher*innen und Behörden – und ihre Grenzen

Interview Tanja Tricarico

taz: Herr Gollner, WhatsApp, Facebook, Google & Co. reagieren auf die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und fordern derzeit ihre Nutzer*innen auf, neue Bestimmungen abzusegnen. Was passiert, wenn ich nicht zustimme?

Christian Gollner: Die DSGVO besagt, dass die Anbieter eine Dienstleistung nicht davon abhängig machen dürfen, dass der Verbraucher in eine Datennutzung einwilligt, die über die eigentliche Nutzung des sozialen Netzwerks hinausgeht. Geregelt wird das ganze über das sogenannte Kopplungsverbot. Das bedeutet, dass man WhatsApp oder Facebook nutzen kann, ohne dass die eigenen Daten weiterverarbeitet werden. Tatsächlich müssen wir noch beobachten, wie dieser Passus in der Verordnung von den Unternehmen umgesetzt wird.

In meinen sozialen Netzwerken taucht ungewöhnliche Werbung auf, Anbieter kontaktieren mich ungewollt. Ich vermute einen Verstoß gegen den Schutz meiner Daten. Was kann ich tun?

Auf den ersten Blick ist es schwierig, überhaupt herauszufinden, ob meine Daten missbräuchlich weiterverwendet wurden. Aber ich kann bereits jetzt bei den Anbietern eine Auskunft darüber anfordern, welche Daten über mich gespeichert sind. Dank der neuen Verordnung müssen die Unternehmen nun innerhalb eines Monats auf eine solche Anfrage antworten.

Was passiert dann?

Ich kann zum einen eine Löschung meiner Daten einfordern. Wenn ich einen Verstoß gegen die Datenschutzbestimmungen vermute, kann ich mich direkt an die Aufsichtsbehörden wenden, die meinen Fall

dann prüfen. Dank der Datenschutzgrundverordnung können sich Betroffene an die Datenschutzbeauftragten in ihren Bundesländern wenden und müssen nicht mehr mit Institutionen in den USA oder der Aufsicht in Irland Kontakt aufnehmen. Ein besonderes Formular ist nicht notwendig. Die Anfrage auf Prüfung funktioniert formlos.

Viele Konzerne fürchten, dass die DSGVO eine Abmahnwelle auslöst. Ist das Panikmache?

Nicht jede Abmahnung ist tatsächlich berechtigt. Ob es eine Verwarnung gibt oder ein Bußgeld verhängt wird, hängt letztlich von der Schwere des Verstoßes gegen die Datenschutzbestimmungen ab.

Eltern berichten auf der Schulwebsite, Verwandte bloggen aus dem Urlaub – müssen sich auch Privatleute mit der DSGVO auseinandersetzen?

Wer online Informationen verbreitet, muss sich auch über Datenschutz Gedanken machen. Jeder, der ein Smartphone hat, muss wissen, dass er personenbezogene Daten verwaltet und möglicherweise auch weitergibt. Heute hinterlassen wir mit jedem Schritt und Tritt im Internet digitale Spuren. Jeder Einzelne wird damit zum Datenverwalter. Datenschutz macht Arbeit, aber er dient uns allen.



Foto: Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.

Christian Gollner arbeitet bei der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz in Mainz und ist dort Referent für Verbraucherrecht und Datenschutz-

taz shop

Italienisches Glas (6er Set)

Dieses schöne und schlichte Glas ist aus der italienischen Tischkultur nicht mehr wegzudenken. Es ist als Wasser- oder Weinglas nutzbar, für Espresso, Espresso Macchiato oder Saft. Ein echter Klassiker, in dem sich sogar kleine Nachtisch-Portionen anrichten lassen. Hergestellt in Borgonovo, Italien. Höhe: 9 cm, 6 Stück.

€1200



10 % Rabatt für taz-AbonentInnen & taz-GenossInnen

taz Shop | taz Verlags- und Vertriebs GmbH | Rudi-Dutschke-Straße 23 10969 Berlin | T (030) 259021 38 | tazshop@taz.de | www.taz.de/shop