

# Datenschutz als Schreckgespenst

Verbraucherschützer jubeln, viele Unternehmen ächzen über die neuen Datenregeln für Europa. Die Gesetze sollen auch die Internetriesen aus den USA in die Schranken weisen, auch kleine Firmen jammern über Rechtsunsicherheit

Aus Berlin **Tanja Tricarico**

Seit Monaten geistert sie wie ein Schreckgespenst durch viele Firmen. Chefs und Mitarbeiter stöhnen über das Bürokratiemonster namens DSGVO – kurz für Datenschutzgrundverordnung. Ab 25. Mai gilt sie in allen EU-Staaten. Die DSGVO soll die Bürger vor dem Zugriff von Datensaugern bewahren und den Schutz privater Informationen über deren wirtschaftliche Verwertung stellen.

Während Verbraucher- und Datenschützer jubeln, ächzen viele Unternehmen. Die einen, weil sie ihr Geschäfte mit dem Datenhandel in Gefahr sehen. Die anderen, da sie sich von der Regulierungswut der EU-Bürokraten in die Ecke getrieben fühlen.

„Bei uns ist die Hölle los“, sagt der Geschäftsführer eines IT-Unternehmens mit etwa 50 Mitarbeitern in Baden-Württemberg. In der Zeitung will er nicht namentlich genannt werden. Aber aus seiner Wut über die EU-Bürokraten macht er keinen Hehl. Das Problem: Der Mittelständler hat Angst, dass auf ihn horrende Bußgelder zukommen, wenn er sich nicht an die DSGVO hält. Aber: Was heißt das eigentlich? Viele Chefs schimpfen über die vielfach unklare juristische Auslegung der Verordnung. Was ist erlaubt, was geht gerade so, was nicht? Es geht um viel: Sündern drohen nämlich Strafen in Höhe von bis zu 4 Prozent des Jahresumsatzes – für Facebook wären das, nur mal zum Beispiel, etwa 1,6 Milliarden Dollar.

„Viele Unternehmen werden bis zum Stichtag am 25. Mai nicht in der Lage sein, alle Vorgaben der EU-Datenschutzgrundverordnung umzusetzen“, sagt Rebekka Weiß. Für die Datenschutzreferentin beim IT-B Branchenverband Bitkom liegt das vor allem an der Masse der neuen Auflagen. „Es gibt an vielen Stellen zu viel Rechtsunsicherheit“, sagt Weiß.

Zum Beispiel beim neuen Recht auf Daten-Portabilität. Gemeint ist ein gemeinsamer technischer Standard, der es

ermöglichen soll, dass Daten zwischen Unternehmen ausgetauscht werden. Doch wie das technisch und praktisch funktionieren kann, weiß keiner genau. Ähnlich sieht es bei der Verarbeitung von Daten aus: Reicht eine Einwilligungserklärung, die den Kunden vorgelegt wird, damit sie zustimmen, dass ihre Adresse, ihre Einkäufe oder Dienstleistungen gespeichert werden? Wie umfangreich muss diese Einwilligung sein?

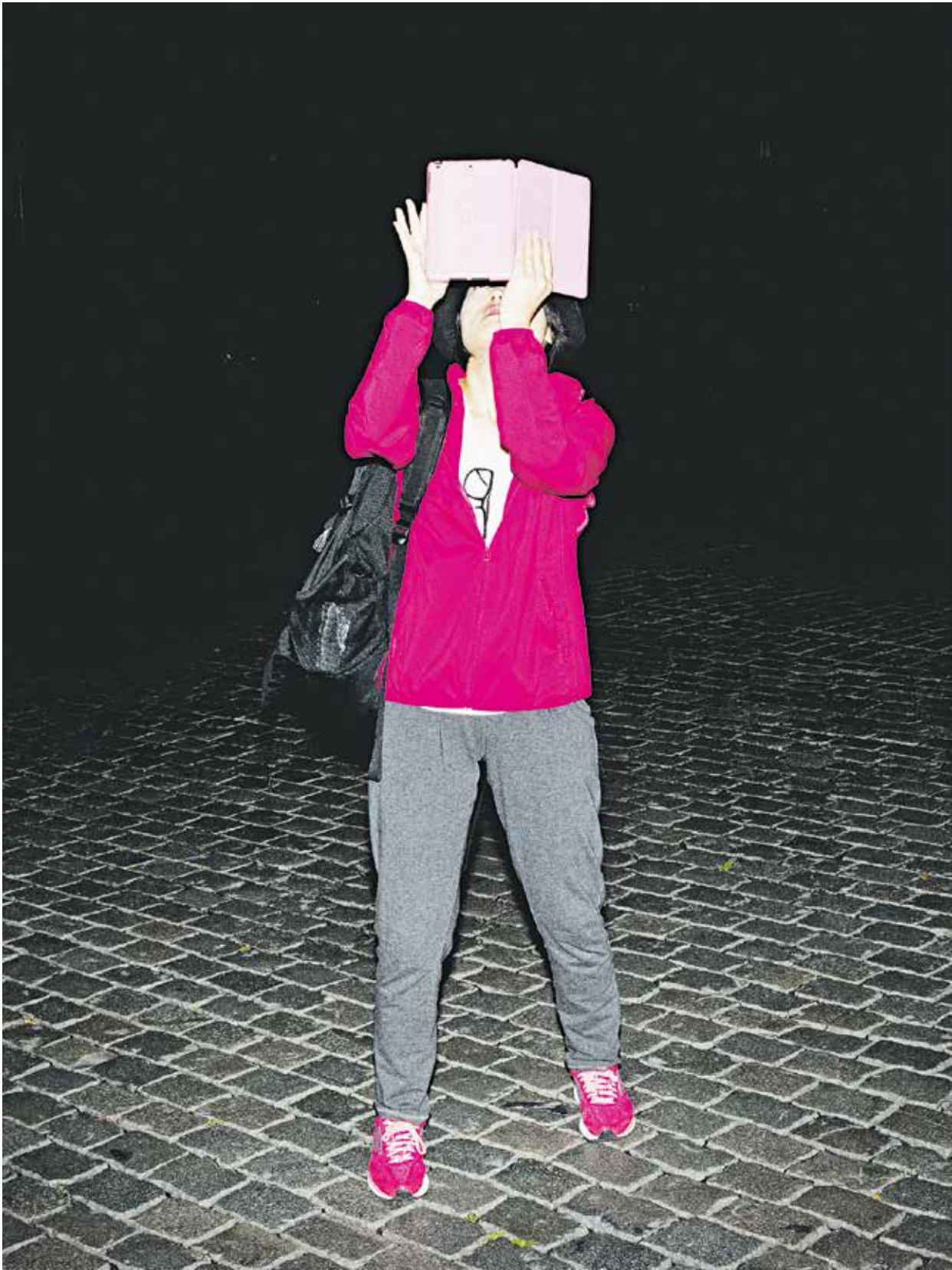
Vor zwei Jahren wurde die DSGVO auf EU-Ebene verabschiedet. Sie sollte die bisherigen Datenschutzregeln vereinheitlichen und reformieren. Die alten EU-Datenschutzregeln stammen aus einer Zeit, in dem Analog, „Goldstandard“ war, nämlich von 1995. Auch 24 Monate nach dem EU-Beschluss sind etliche Firmen nicht in der Spur. Vor allem für kleinere Firmen oder Start-ups sei die DSGVO „ein riesengroßes Paket“, sagt Bitkom-Referentin Weiß.

Auch Stephan Wernicke, Chefjustitiar des Deutschen Industrie- und Handelskammertags, spricht von großen Herausforderungen, der Bürokratie und den vielen Regeln, die „kaum sinnvoll in den unternehmerischen Alltag zu integrieren“ seien. Deshalb fordert er eine längere Schonfrist, die Verordnung umzusetzen. Schärfer fällt das Urteil des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI) aus. Die vielen in der DSGVO verankerten „Rechenschaftspflichten kosten Ressourcen, Zeit und Geld“, sagt Iris Plöger, Mitglied der BDI-Hauptgeschäftsführung. Vielen Firmen fehlten Fachkräfte für den Datenschutz. „Datenschutzrecht darf nicht zum Innovationshemmnis und Standortnachteil werden“, klagt Plöger.

Schuld an der Misere sind laut Bitkom-Expertin Weiß auch die Behörden. Sie hätten die Unternehmen zu spät über die Vorgaben informiert. Außer Juristen und IT-Experten könne ja kaum einer das Regelwerk verstehen. Die Behörden hätten hier viel stärker mit konkreten Handreichungen und verbindli-

Was darf ich fotografieren? Die neue EU-Datenschutzgrundverordnung bringt viele Vorteile, sorgt aber auch in diesem Bereich für mangelnde Rechtssicherheit

Alle Fotos: Benjakon



chen Hilfestellungen unterstützen können.

In Großunternehmen gibt es in der Regel Datenschutzbeauftragte oder komplette Abteilungen, die sich nur um den Schutz von Kunden- und Nutzerdaten kümmern – diese arbeiten derzeit vor allem daran, dass die Datenschutzgrundverordnung umgesetzt wird. Der Berliner Online-Händler Zalando hat sogar ein interdisziplinäres DSGVO-Team formiert. Juristen,

Techniker, Designer und Produktexperten arbeiten daran, dass ab dem 25. Mai alles klappt. Zalando stehe mit anderen Digitalfirmen im Austausch, um sich über die Interpretation der DSGVO zu informieren, heißt es aus dem Unternehmen.

Grund für den Aktionismus sind – auch – die happigen Bußgelder. Angst davor haben ebenso kleine und mittelständische Firmen. Sie müssen nun einen Beauftragten bestel-

len, der sich um die Einhaltung der Vorschriften kümmert. Weiß rechnet mit einer regelrechten Abmahnwelle, sobald die Verordnung gilt. Denn die neue Gesetzeslage hat bereits neue Geschäftsmodelle entstehen lassen. So haben sich Anwaltskanzleien auf die Einhaltung der DSGVO spezialisiert, andere „vermieten“ sogar Datenschutz-Experten. Mindestens einen hauptamtlich Zuständigen fordert nämlich die

DSGVO für Firmen, die Daten verarbeiten.

Bitkom-Fachfrau Weiß geht von langwierigen Verfahren aus. Das Personal der Datenschutzbehörden auf Landes- und Bundesebene wurde zwar aufgestockt. Dabei haben die Beamten aber eigentlich andere Aufgaben. „Die Aufsichtsbehörden“, sagt Weiß, „sollen beraten und unterstützen – nicht nur Bußgelder verhängen und Sanktionen aussprechen.“

## Widersprechen, löschen, umziehen

Ab kommender Woche haben alle 500 Millionen Europäer deutlich mehr Rechte im Netz. Das steht drin in der EU-Datenschutzgrundverordnung

Von **Hannes Koch** und **Tanja Tricarico**

Wer in diesen Tagen sein Konto bei Facebook öffnet, wird zunächst gestoppt. Ein Kasten erscheint, der über Neuerungen informiert. Beispielsweise können die Nutzer\*innen nun Werbung blockieren, die ihnen bisher automatisch zugeschickt wurde. Hier machen sich die neuen EU-Regeln zum Datenschutz bemerkbar, die ab 25. Mai für alle 500 Millionen Europäer\*innen gelten. Für die Verbraucher\*innen stellen sie eine deutliche Verbesserung dar – wenn man sie tatsächlich anwendet. Sie gelten auch für US-Konzerne, wenn sie in der EU tätig sind.

**Mehr Kontrolle über die Daten**

Datenverarbeiter wie Facebook müssen ihren Nutzer\*innen künftig die Möglichkeit einräumen, den Abfluss der eigenen Daten durch Weiterver-

kauf an andere Firmen zu verringern. Informationen zum Datenschutz etwa bei Facebook finden sich in den persönlichen Nutzer-„Einstellungen“ unter anderem bei den Menü-Punkten „Apps“ und „Werbeanzeigen“. Beim Eintrag „Datenschutz“ erläutert Facebook außerdem Änderungen durch die Datenschutzgrundverordnung.

**Weg mit der Werbung**

Mit wenigen Klicks können Nutzer\*innen künftig Werbung aus ihrem Account verbannen. Ohne Begründung kann Widerspruch gegen die Verwendung von Daten für Direktmarketing eingelegt werden. Dazu gehören Anzeigen, die Nutzern individuell zugesandt werden, nachdem Facebook oder andere Firmen die jeweilige Kommunikation ausgewertet haben. Dadurch wissen Firmen beispielsweise, wer gerne in welche Länder reist oder sich für E-Gitarren interessiert. Solche

Werbung lässt sich mittlerweile blockieren, indem man zum Beispiel bei Facebook die persönlichen „Einstellungen für Werbeanzeigen“ ändert.

**Recht auf Datenauskunft**

Betroffen sind alle Unternehmen, die Nutzerdaten verarbeiten – sie müssen ihren Kund\*innen künftig auf Verlangen Auskunft über eventuell gespeicherte persönliche Daten geben und unter bestimmten Voraussetzungen die Einwilligung zur Weiterverwertung einholen.

**Recht auf Vergessen**

Bürger\*innen haben künftig bessere Chancen, Informationen über sich, die sie für schädlich halten, aus dem Internet zu tilgen. Bisher ist es kompliziert, langwierig und manchmal unmöglich, unvorteilhafte Partyfotos, Informationen über Jahrzehnte zurückliegende Rechtsstreits oder gar Lügen zu

löschen. Mit dem Recht auf Vergessen müssen beispielsweise Suchmaschinen wie Google Fotos aus den eigenen Suchergebnissen entfernen.

**Recht auf Datenumzug**

Wer beispielsweise Whatsapp verlassen will, kann bei der Facebook-Tochter nun die Herausgabe der kompletten Kommunikation und Kontaktliste verlangen. Das gibt Kunden die Möglichkeit, zu anderen Messenger-Diensten umzuziehen. Dieses Verfahren ähnelt dem aus Branchen wie der Telekommunikation und der Stromversorgung.

**Neue Altersbegrenzung**

Messengerdienste oder Online-Plattformen dürfen künftig erst ab 16 Jahren genutzt werden. Jüngere Nutzer\*innen brauchen die ausdrückliche Zustimmung der Eltern. Bei Whatsapp galt bisher ein Mindestalter von 13 Jahren. Ein Nachweis etwa per Ausweiskopie

wird jedoch nicht verlangt. Die entsprechende Option zum Altersnachweis muss lediglich angeklickt werden.

**Regeln bei Pannen und Verstößen**

72 Stunden haben Firmen Zeit, Datenschutz-Lecks an eine Aufsichtsbehörde zu melden und die Betroffenen zu informieren. Bemerken Nutzer\*innen einen Verstoß, können sie sich an ihre lokalen Datenschutzbehörden wenden. Wird ein Regelbruch nachgewiesen, müssen Firmen bis zu vier Prozent ihres weltweiten Jahresumsatzes an Strafen zahlen.

**Datenschutzfreundliche Voreinstellungen**

Datenschutz soll künftig schon beim Planen („privacy by design“) von Geräten oder Software und durch datenschutzfreundliche Standardeinstellungen („privacy by default“) berücksichtigt werden.