



Und welche Bilder bleiben von unserer Zeit, wenn das Bildermachen so stark eingeschränkt wird, dass Berufsfotografen ihre Arbeit praktisch nicht mehr ohne die Sorge ausüben können, gegen Datenschutzregelungen zu verstoßen: mehr als Selfies?

„Datenschutz fehlt der Fun-Faktor“

Deutschlands oberste Datenschützerin Andrea Voßhoff über Monsterbehörden, eine strengere Regulierung von Facebook und die Gefahr, wenn Daten zur Ware werden

Interview **Tanja Tricarico**

taz: Frau Voßhoff, wie gefährlich ist Facebook?

Andrea Voßhoff: Das Geschäftsmodell von vielen sozialen Netzwerken ist das kommerzielle Verwerten von Daten. Datenhandel und Mikrotargeting sind in der heutigen Zeit ein boomendes Geschäft. Problematisch dabei ist, dass der Mensch hierbei zur Ware wird. Das ist kein Grund, ein Unternehmen als gefährlich einzustufen. Es macht aber deutlich, wie wichtig es ist, diesen Bereich datenschutzrechtlich streng zu regulieren und zu kontrollieren.

Nachdem die Datenaffäre mit Cambridge Analytica ans Licht kam, verlor Facebook kurzfristig Milliarden an der Börse. Aber wirklich abgeschreckt sind Anleger und auch die User nicht. Wieso?

Zum einen haben es soziale Netzwerke geschafft, unsere Kommunikation so maßgeblich zu beeinflussen, das keiner mehr darauf verzichten will. Zum anderen ist die Datenverwertung für den einzelnen Nutzer nicht hinreichend greifbar. Das ist anders als beispielsweise bei einem Lebensmittelskandal, weil man oftmals die Auswirkungen gar nicht oder erst sehr viel später spürt. Deshalb ist es die Pflicht der Politik, hier regulierend zum Schutz der Betroffenen einzugreifen.

Wie?
Die Datenschutzgrundverordnung ist hier schon ein erster guter Schritt. Sie gibt den Aufsichtsbehörden Instrumente an die Hand, besser auf Vorfälle wie den Facebook-Skandal reagieren zu können. Zudem besteht die Hoffnung, dass die höheren Bußgelder dazu führen, dass Unternehmen das Thema Datenschutz künftig ernster nehmen. Aber das allein wird nicht ausreichen. Es muss auch Regelungen im Kartell- oder Wettbewerbsrecht geben, um solche Geschäftsmodelle stärker zu regulieren.

Sogar Facebook lobt die DSGVO in höchsten Tönen. Ist sie wirklich ein scharfes Schwert?

Sie ist tatsächlich ein Meilenstein und läutet einen Zeitenwechsel ein. Ihr entscheidender Vorteil ist, dass sie die Betroffenenrechte stärkt und auch den Aufsichtsbehörden mehr Befugnisse gibt. Aber sie ist erst ein Anfang.

Inwiefern?

Wir brauchen eine gesellschaftliche Debatte über die technologischen Entwicklungen, die unseren Alltag prägen. Etwa zum Einsatz von Algorithmen oder von künstlicher Intelligenz. Es geht dabei nicht nur um datenschutzrechtliche, sondern auch um ethische, wirtschaftliche oder soziale Fragen. Wollen wir diese Entwicklung? Was bedeutet sie für unsere Gesellschaft? All diese Aspekte sollten diskutiert werden. Im Koalitionsvertrag wird eine Ethikkommission vorgeschlagen. Ein solches Gremium könnte ein passender Ort dafür sein.

Daten sind das Rohöl des 21. Jahrhunderts, heißt es. Sind Daten eine Ware wie jede andere?

Es spricht grundsätzlich nichts dagegen, Daten auch wirtschaftlich auszuwerten. Aber die alleinige ökonomische Betrachtung degradiert den Menschen zur Ware. Das darf nicht passieren. Datenschutz ist ein Grundrecht und wird gerade in unserer immer stärker durch die Digitalisierung geprägten Welt wichtiger denn je. Babys, deren Fotos direkt aus dem Kreißsaal per Messengerdienst an die Familie geschickt werden, haben bereits ab Geburt eine digitale Akte.

Dennoch jammern gerade Unternehmer viel über die Umsetzung der Datenschutzgrundverordnung. Ist diese Kritik berechtigt?

Es ist sicherlich richtig, dass das Datenschutzrecht sperrig ist und ihm der Fun-Faktor fehlt. Aber Datenschutz ist kein Innovationshemmnis. Ganz im Gegenteil. Richtig eingesetzt, wird Datenschutz zum Qualitäts-

merkmal. Neues Recht heißt auch immer neue Rechtsunsicherheit. Allerdings unterstützen Aufsichtsbehörden, Unternehmen, Vereine und Verbände mit Handreichungen und individueller Beratung. Insofern ist die DSGVO-Umsetzung sicherlich kein unlösbares Problem. Wenn es ein neues Steuerrecht gibt, müssen sich die Unternehmen auch darauf einstellen.

Nichtsdestotrotz klagen auch Firmen, Vereine, Nichtregierungsorganisationen über hohe Investitionen in den Datenschutz durch die DSGVO.

Die Digitalisierung bringt große Herausforderungen mit sich. Nicht nur was den Datenschutz betrifft, sondern auch die Sicherheit der Anwendungen. Plattformen müssen vor Hackern geschützt werden und sich den rechtlichen Anforderungen stellen. Bei Daten geht es nicht um ein beliebiges Produkt, das man ökonomisch betrachten muss. Es geht immer um den Menschen.

Um Verstöße gegen das Datenschutzrecht in den zuständigen Behörden nachzuweisen, brauchen wir Geld und Fachleute.

Da besteht sowohl bei den Kollegen in den Ländern als auch auf Bundesebene noch Bedarf. Die verantwortlichen Haushaltsgesetzgeber werden das aber hoffentlich im Blick haben. Man muss keine Monsterbehörden schaffen, aber Datenschutz bedarf der Kontrolle und Aufsicht. Starke Aufsichtsbehörden schaffen Vertrauen beim Bürger.

Mit der DSGVO werden neue Institutionen auf EU-Ebene geschaffen. Welche Macht haben sie?

Die Datenschutzbeauftragten der Mitgliedsstaaten bilden künftig den sogenannten Europäischen Datenschutzausschuss. Die Arbeit dieses Gremiums wird ganz maßgeblich zum Gelingen der Datenschutzgrundverordnung beitragen. Der Ausschuss kann beispielsweise bei strittigen Fragen eine Entscheidung fällen, die dann für die Aufsichtsbehörden der Mitgliedsstaaten bindend ist und umgesetzt werden muss.

Abgesichert im Cyberspace

Die Versicherungsbranche hat sich für die neuen Datengesetze eine sehr spezielle Geschäftsidee einfallen lassen

Von **Anja Krüger**

Für jede, wirklich jede Lebenslage hat die Versicherungswirtschaft eine Geschäftsidee: Wer die Unterzeichnung seiner Eheurkunde so teuer feiern will wie die Windsors, kann eine Hochzeitsausfallversicherung abschließen für den Fall, dass an dem großen Tag was dazwischenkommt. Firmen, die fürchten, dass ihre Beschäftigten KollegInnen oder KundInnen diskriminieren, können seit Inkrafttreten des Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetzes (das das justiziabel macht) eine sogenannte AGG-Police kaufen. Und für Leute, die sich wegen der ab 25. Mai scharf geschalteten Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sorgen, gibt es natürlich auch etwas: die Cyberversicherung.

Datendiebstahl oder lahmgelegte Server durch Hackerangriffe können Firmen teuer zu stehen kommen, mahnen die PR-Leute der Branche. Versicherer zahlen den Schaden durch geklaute Daten und Arbeitsstillstand. Auch für IT-ForensikerInnen und Pressearbeit nach einer Attacke gibt es Geld, wenn verärgerte KundInnen beruhigt werden müssen. Privatleute sind ebenfalls im Visier der Versicherungsverkäufer. Sie können sich mit einer Haftpflicht- oder Rechtsschutzversicherung vor „Cyber-Risiken“ schützen.

Bislang wollte die Policen kaum einer haben. Das ändert sich dank DSGVO, hoffen Branchenvertreter. „Mit Blick auf die Datenschutzgrundverordnung merken wir schon ein erhöhtes Interesse an Cyberversicherungen“, sagt Peter Graß, Cyberversicherungsexperte des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV). Allerdings: Zu den wichtigsten Gesichtspunkten der neuen Rechtslage gehören die Strafzahlungen und Bußgelder, die mit der DSGVO drohen. Die sind nicht versicherbar, denn das ist nicht erlaubt.

Und: Voraussetzung für den Versicherungsschutz sei ein „Mindeststandard an IT-Sicherheit“, heißt es. Der Schutz fürs Digitale funktioniert also wie der Schutz fürs Analoge: Entweder man passt selbst so gut auf, dass man gar keine Versicherung braucht. Oder das Risiko ist so groß, dass man erst gar keinen Vertrag bekommt. Oder kein Geld, wenn der Schaden eingetreten ist. Das ist wie mit der Reisegepäckversicherung, die nur zahlt, wenn man den Koffer keine Sekunde aus den Augen gelassen hat.

Langfristig verspricht sich die Branche trotzdem hohe Verkaufszahlen. Ihr bewährtes Mittel, um das Geschäft anzukurbeln: eine Umfrage bei einem Meinungsforschungsinstitut in Auftrag zu geben. Mehr als die Hälfte der deutschen Mittelständler sind einen Monat vor Scharfschalten der DSGVO völlig planlos, sagt Forsa, sagen die Versicherer. 36 Prozent haben sogar noch nie davon gehört. Und weitere 20 Prozent haben keine Vorbereitungen getroffen. „Die Mehrheit der kleinen und mittleren Unternehmen nimmt den Datenschutz immer noch auf die leichte Schulter“, behauptet Graß.

Wenn das mal nicht auch für die Versicherungsbranche gilt. Für kein anderes Gewerbe der alten Ökonomie sind Informationen so wertvoll. Je mehr die Unternehmen wissen, desto besser können sie einschätzen, ob sich ein Vertrag lohnt, und den Preis heben oder senken. Über Apps oder Ortungsdienste etwa im Auto erfahren die Versicherer im digitalen Zeitalter so viel wie nie zuvor über KundInnen.

Und was passiert mit den Daten? Was darf passieren? Was ändert sich für die Kunden der Assekuranz mit der neuen DSGVO? Dazu fällt dem Sprecher des GDV nicht viel ein. Nur: „Wir haben keine Probleme mit dem Datenschutz, im Gegenteil, wir sind Vorreiter beim Datenschutz.“

Na klar.



Foto: CDU/CSU

Andrea Voßhoff ist Juristin und Mitglied der CDU. Bis Ende dieses Jahres hat sie noch das Amt der Bundesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit inne.

taz am wochenende Angebotszeitraum Samstag + Sonntag + Montag

“Unser Glück wohnt immer noch bei uns”

Ein Paar erfährt, dass seine beiden Kinder eine unheilbare genetische Krankheit haben. Sie werden nach und nach alles verlernen. Wie kann eine Familie mit so einer Perspektive leben?

EVT
19
Mai
2018



Foto: HANNA LENZ