

# Geodaten plus personenbezogene Daten plus Konsumentengewohnheiten und Aufenthaltsort Der überwachte Mensch und die Folgen für die Verbraucherrechte

Thilo Weichert, Leiter des ULD  
Landesbeauftragter für Datenschutz Schleswig-Holstein  
Streetview, Facebook & Co.

Schöne neue digitale Welt?! Strategien für  
Verbraucher- und Datenschutz von morgen

INITI@TIVE D21, Berlin, 11.02.2011



## *Inhalt*

Internet – Geschichte, Merkmale, Nutzen und Risiken  
Daten-Deal  
Rechtsgrundlagen  
Defizite und Probleme  
„Rote Linien“ des BMI  
BITKOM-Kodex zu Internet-Panorama-Diensten  
Vorschläge und Perspektiven

## *Historische Entwicklung des Internet*

- 1969 ARPANET
- 1980 ca. 200 Hosts (Rechner)
- 1989 Barners-Lee entwickelt World Wide Web (www)
- 1990 Beginn der kommerziellen Nutzung
- 1993 Erster grafikfähiger Webbrowser, DENIC
- 1995 MS Internet Explorer
- 2000 Platzen der Dotcom-Blase
- 2009 ca. 625.000.000 Rechner
- Aktuell Smartphone-Revolution
- IPv6 2 hoch 128 Adressen

## *Eigenschaften des Netzes*

- **Virtualität**
- **Globalität**
- **Universalität – Konvergenz**
- **Intransparenz**

## ***Nutzen: Information und Kommunikation***

Verwaltung und Bereitstellung eigener Daten, Bilder, Texte

Suchmaschinen

E-Mail, Teilnahme an Foren, Austausch mit Behörden und Unternehmen,  
berufliches Engagement im Netz

eCommerce, Webshops

eGovernment

Wikipedia, Blogs

Demokratischer Austausch, Online-Petitionen

Soziale Netzwerke

Informationsportale, Selbstdarstellungen, Veröffentlichungen zu  
Wissenschaft, Literatur, Kunst ..., örtl. Orientierungshilfen

Newsportale (Schrift, Ton und Bild)

Unterhaltung und Spiele

## ***Risiken***

Ausforschung, Ausspionieren der Privat- und Sozialsphäre

Anprangerung, Diskreditierung, Rufmord

Manipulation und Desinformation

Belästigung durch Werbung, Spam

Identitätsdiebstahl

Internetbetrug

Abzocke

Internetabhängigkeit, Netz als Droge (Sex, Glücksspiele,  
Soziale Netzwerke)

> Nutzen, aber bitte geschützt!

## ***Identifikatoren und Verketter***

Name, Pseudonyme

Geburtsdatum, Sozialdaten, persönliche Merkmale

E-Mail-Adresse, Telefonnummer

Adresse, Georeferenz

Cookies, JavaScripts

IP-Adresse (IPv6)

Ordnungsnummern (z.B. Kundennummer, Kontonummer)

Sonstige elektronische Identifikatoren (GUIs - global unique identifier)

Verkettung von Inhalts-, Verkehrs- u. Bestandsdaten möglich

Verkettung ermöglicht Erstellung von Persönlichkeitsprofilen  
(zeit-, raum- und rollenübergreifend)

## ***...umsonst und datenintensiv***

- Refinanzierung der Webdienste durch Werbung
  - Wert Facebook 41 Mrd. Dollar
  - Wert Google 193 Mrd. Dollar (Schätzung 11/2010)
- Digitale Spuren durch Nutzende
- Inhaltsangebot durch Nutzende
- Auswertung durch Webdienste-Anbieter
- Übergeordnete Auswertung durch Multifunktionsanbieter (Google, Facebook, Apple)
- Netzanbieter bleiben eher außen vor
- Erstellung von Profilen: Interessen, Kommunikation, Konsum, Finanzen, Soziales, Beruf, Bewegung

## *der Kick des Smartphone*

- Personalisierte Geräte
- Rollenunabhängige Nutzung in Beruf, Familie, Freizeit, soziales Leben, Konsum Kommunikation
- Weitere Zuordnungen per Near Field Communication, QR-Codes, Gesichts- und Stimmerkennung, GPS-GSM
- Viele viele Applikationen für Ort, Zeit, Person, Dienst und Daten > Verschmelzen von analoger und digitaler Welt
- Verbindung zwischen Internet und Outernet (Körper, Eigentum, Kfz, Wohnung)

## *Rechtliche Grundlagen*

Rechtsprechung Bundesverfassungsgericht

1969 Verbot von Persönlichkeitsprofilen

1983 Recht auf informationelle Selbstbestimmung

2008 Recht auf Gewährleistung der Integrität und Vertraulichkeit informationstechnischer Systeme

Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) Systematik von 1990, regelt Dateninhalte

Telekommunikationsrecht (TKG regelt Netzzugang, TMG regelt Verarbeitung von Bestands- und Nutzungsdaten)

Verbraucherrechte

## ***Gesetzliche Defizite und Probleme I***

Beispiel Bundesdatenschutzgesetz

- § 1 V Anwendbarkeit nur für Stellen in Deutschland
- § 3 I Personenbezogenes Datum? bei allumfassender „Beziehbarkeit“
- § 3 VII Verantwortlichkeit der technisch bestimmenden Stelle
- § 4a keine elektronische Einwilligung
- §§ 4b, 4c Übermittlung nicht ins unsichere Ausland
- § 10 Autom. Abrufverfahren nur, wenn angemessen
- § 29 Zum Zweck der Übermittlung, nur bei glaubhafter Darlegung des berechtigten Interesses
- § 41 Privilegierung nur für Medien/Presse

## ***Gesetzliche Defizite und Probleme II***

Beispiel Verbraucherschutz

- Keine Verbraucherinformationsrechte über IT
- Keine Pflicht zum Privacy by Default
- Keine Pflicht zum Privacy by Design
- Kein Gütesiegel/Audit (außer Schleswig-Holstein ;-))
- Keine Branchenverhaltensregeln als regulierte Selbstregulierung (evtl. bald BITKOM-Kodex für Panoramadienste)
- Keine Privacy-Standards/Standardisierung
- Keine Verbandsklage
- Keine elektronischen Kommunikationsverfahren für Verbraucher

## ***Erwägung Gesetzgebung***

- Leichte Lesbarkeit und Verständlichkeit
- Einpassung in bisheriges BDSG-Regelwerk
- Vermeidung von bürokratischen Verfahren
- Praktikabilität
- Technikorientierung
- Technikneutralität und Entwicklungsfähigkeit
- Rahmen für Selbstregulierung nach § 38a BDSG

## ***Vorschlag „Rote Linien“ § 38b BDSG-E***

Regelt rechtlich Selbstverständliches:

Verbot schwerer Eingriffe ins Persönlichkeitsrecht (StGB)

Verbot von Persönlichkeitsprofilen (BVerfG seit 1969,  
Mikrozensus)

Regelt nicht die wichtigen Fragen:

Wie halten wir es mit der Meinungs- und Informations-  
freiheit?

Ist § 29 BDSG noch anwendbar oder nicht und inwieweit?

Wie werden internationale Player im europäischen Markt  
erfasst?

Wie werden Konflikte geklärt und gelöst?

## **Vorschlag BITKOM-Kodex**

### Positives

Flexible und anwendungsnahe Regulierung und Umsetzung  
Verantwortung der Branche

### Fragwürdiges

Weshalb keine Zertifizierung nach § 38a BDSG?

Weshalb nur und gerade Panoramadienste

Widerspruch sollte anbieterübergreifend sein

Weshalb Zurückbleiben hinter den Street-View-  
Anforderungen (Vorabwiderspruch, Rohdatenlöschung,  
Sicherheitskonzept)

## **Gesetzgebungsvorschläge - BDSG**

§ 1 V Verantwortlichkeit des ökonomisch Handelnden

§ 3 I Personenbezug über Zweck, Ergebnis od. Inhalt

§ 3 IV Nr. 2a (neu) Begriff „Veröffentlichen“

§ 3 VII Verantwortlichkeit nach §§ 7-10 TMG  
(Kenntniserlangung nötig)

§ 3b (neu) Privacy by Default

§ 4a Elektronische Einwilligung gem. § 13 II TMG

§ 29a (neu) Veröffentlichung

§ 38 Ia (neu) elektronisches Beschwerdemanagement

§ 43 Bußgelder: Verweigerung von elektronischer Antwort  
und Benachrichtigung



## *Vorschläge - VerbraucherR*

Privacy by Design, Privacy by Default

Verbraucherinformationsrechte für Webanbieter

Stiftung Datenschutz

Verhaltensregeln nach § 38a

Einführung der Verbandsklage

Förderung von Privacy Enhancing Technologies

Personal, Technik und Verfahren für Datenschutzaufsicht und Verbraucherschutz

Entwicklung von Schutzprofilen

Entwicklung von Datenschutzstandards

Europäischer/internationaler Verbraucherschutz als Teil eines Codex digitalis internationalis

## *Perspektiven*

- Diskussion in Politik und Gesellschaft
- Erarbeitung einer Road Map für Internet und Verbraucherrechte durch Enquete-Kommission
- Keine „großer Wurf“ aber sukzessive Regelung der Einzelkomplexe (Stiftung, „Veröffentlichung“ ...)
- Berücksichtigung bei Novellen des EU-Rechtes
- Internationale Initiativen

## Der überwachte Mensch und die Folgen für die Verbraucherrechte

Dr. Thilo Weichert

Unabhängiges Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD)

Holstenstr. 98, 24103 Kiel

[mail@datenschutzzentrum.de](mailto:mail@datenschutzzentrum.de)

<https://www.datenschutzzentrum.de>