

Datenschutz in der digitalen Schule – scheitert alles am Datenschutz?

Marit Hansen
Landesbeauftragte für Datenschutz
Schleswig-Holstein

Neumünster, 26.10.2018



www.datenschutzzentrum.de

NEIN.

NEIN.

ABER ES RICHTIG MACHEN!

Datenschutz in der digitalen Schule

Was sagt die Datenschutz-Grundverordnung?

Art. 5 DSGVO

– immer zu erfüllen bei **personenbezogenen Daten**

Abs. 1:

- a) Rechtmäßigkeit, Verarbeitung nach **Treu und Glauben**,
Transparenz
- b) **Zweckbindung**
- c) **Datenminimierung**
- d) **Richtigkeit**
- e) **Speicherbegrenzung**
- f) Integrität und Vertraulichkeit
(**Datensicherheit**)



 Bild: skylarvision via Pixabay

Abs. 2: **Rechenschaftspflicht**

Datenschutz in der digitalen Schule

Mini-Checkliste

- Zwecke
- Mittel
- Risiko
- Garantien / Maßnahmen
- Rechtsgrundlage
 - Gesetz
 - Einwilligung
 - Vertrag
 - Berechtigte Interessen
- Maßnahmen für
 - Datenminimierung
 - Datensicherheit
 - Transparenz
 - Betroffenenrechte ...
- Kontrollen

Digitalisierung der Arbeitsmittel

- Klassenbuch
- Zeugniserstellung
- Datensafe
- Unterrichtsmaterial
- E-Mail-Adressen für Lehrkräfte
- E-Mail-Adressen für Schülerinnen und Schüler (SuS)
- WLAN
- ...
- Häusliches Arbeitsumfeld?

Trennung privat – dienstlich



 Bild: Antranas via Pixabay

- Arbeitsmittel für die Schule

Privatleben

- Grenzziehung zum eigenen Schutz wichtig!



 Bild: LoboStudioHamburg via Pixabay

Datenschutz in der digitalen Schule

Wenn dienstlich: Trennung Pädagogik – Verwaltung



 Bild: Foundry via Pixabay

Verwaltung:

- Anforderungen an **Dokumentation**, Aktenführung, Nachvollziehbarkeit
- **Rechtssicher, sicher und klar**

Pädagogik:

- Gerne **kreativ**
- Einerseits **Schutzauftrag**
- Andererseits Befähigung zum **Umgang mit der echten Welt**

Datenschutz in der digitalen Schule

Dienstleister – mit eigenen Zwecken?

Zur Datenverarbeitung:

- Datensammlung + -analyse
- Bezahlen mit Daten
- **Werbung!**
- **Manipulation?**



 Bild: geralt via Pixabay



 Bild: lechenie-narkomanii via Pixabay

Zu SuS + Eltern als Kunden:

- Kunden**ak**quise (Account für das Leben)
- Kunden**b**indung
- **L**ock-in

Marketing Zielgruppe: Schüler(innen) + Eltern

Informationen zum Grundschulmarketing

Rund 3.2 Millionen Grundschüler besuchen die rund 16.000 deutschen Grundschulen. Es gibt kaum einen anderen Ort an dem Sie die Jugendlichen konzentrierter vorfinden oder für Grundschulwerbung besser ansprechen können. Die Schulen waren nie ein gänzlich werbefreier Raum und damit für Schulwerbung ansprechbar wenn Sie an Schülerzeitungen, Projektwochen oder Weltpartage denken. Wir bieten eine Reihe von Medien die Sie regional und bundesweit einsetzen können um die Grundschüler zu erreichen.

Grundschulwerbung kommt bei Eltern und Schülern an

Die Kinder und Jugendlichen werden überall mit Werbebotschaften angesprochen. Mit speziellen Sendungen in Fernsehen, in Bussen, Büchern, Internet, Verpackungen, Freunden und Handy. Die konsumfreudige junge Zielgruppe ist für viele Markenartikler der Adressat für Werbebotschaften im Schulmarketing und verfügt über viele Milliarden an Kaufkraft. Wir führen in abgesprochener und dosierter Form Kampagnen der Schulwerbung durch.



Werbung in Grundschulen

„Schulen waren nie ein gänzlich werbefreier Raum [...] Schülerzeitungen, Projektwochen oder Weltpartage“

„konsumfreudige junge Zielgruppe [...] viele Milliarden an Kaufkraft“

Marketing Zielgruppe: Schüler(innen) + Eltern

		
SCHULEN	SCHÜLER	LEHRER
15.749 Grundschulen	2.708.752 Schüler/innen	222.502 Lehrer/innen

Was sollte man beachten?

In erster Linie gilt es den gesunden Menschenverstand zu aktivieren. Jegliche verkäuferische Absicht sollte man in Grundschulen komplett unterlassen. Auch wir werden keine Empfehlung in diese Richtung geben. Auch Kontaktanfragen in diesem Bereich werden ignoriert. Betrachten sollte man jedoch die andere Seite: Jegliche Form von Aufklärungskampagnen, Wissensvermittlung, Animation zum Lernen oder passende Freizeitaktivitäten sind in Grundschulen gern gesehen. Es gilt jedoch folgende drei goldene Regeln zu beachten:

Keine verkäuferische Absicht jeglicher Art

Selbstverständlich wissen auch wir, dass Grundschüler eine sehr beliebte Zielgruppe sind. Mittlerweile verfügen selbst junge Schüler zwischen 6 und 7 Jahren immer noch über mehrere hunderte Euro Sparvermögen. Dennoch sollte man bedenken, dass man es hier mit **Kindern** zutun hat, die in ganz seltenen Fällen eigene finanzielle Entscheidungen treffen können. Es wäre moralisch also kaum zu verteidigen, diesen Kindern auch noch Produkte anpreisen zu wollen. Tipp: Versuchen Sie den Weg lieber direkt über die **Eltern als Influencer**. Die Erfolgsquote ist deutlich höher und die Entscheidung obliegt allein die Eltern.

Spielen Sie mit offenen Karten

„lieber direkt über die Eltern als Influencer“

<http://www.agentur-jungesherz.de/grundschulmarketing/>

alen Schule

Bezahlverfahren in der Mensa Zielgruppe: Schüler(innen) via Schule



Süddeutsche Zeitung SZ.de Zeitung Magazin

15. November 2010, 15:19 Uhr Aggressives Marketing in der Grundschule

Einmal Mittagessen - und ein Konto gleich dazu

Mittagessen nur noch mit der Geldkarte: Die größte deutsche Sparkasse Haspa hat Eltern dazu gedrängt, für ihre Kinder ein Girokonto bei dem Institut zu eröffnen. Und die Schulleitung unterstützte den Vorstoß.

Guerilla-Marketing mal anders: Die größte deutsche Sparkasse Haspa hat Eltern mit Unterstützung einer Hamburger Grundschule gedrängt, für ihre Kinder ein Girokonto bei dem Institut zu eröffnen. Die Hamburger Schulbehörde bestätigte einen entsprechenden Bericht des NDR. Danach hatten Schulleitung und die Hamburger Sparkasse die Aufforderung zur Eröffnung eines Kontos in einem gemeinsamen Schreiben damit begründet, dass das Essen in der Kantine der Hamburger "Schule am Walde" künftig mit Geldkarten bezahlt werden soll.

<http://www.sueddeutsche.de/karriere/bank-draengt-grundschulern-konto-auf-einmal-mittagessen-bitte-und-ein-girokonto-gleich-dazu-1.1023944>

Online-Unterrichtsangebot Zielgruppe: Schüler(innen) via Lehrkräfte

„müssen sie nicht unter dem vollständigen Namen der Schüler angemeldet werden“

Schülerdaten

Sofern Schüler durch ihre Schule/Lehrer für ein anmeldepflichtiges Internetangebot angemeldet werden, müssen sie nicht unter dem vollständigen Namen der Schüler angemeldet werden. Diese Schüleranmeldungen können auch unter dem Vornamen, einem Pseudonym oder Spitznamen des Schülers vorgenommen werden. Sofern eine Anmeldung unter dem vollständigen Namen des Schülers vorgenommen wird, sollte dies mit Einwilligung der Eltern geschehen.

Sofern Schüler in Form von Übungen, Spielen oder Quizfragen Antworten geben oder auswählen und dafür Punkte oder sonstige Auswertungskriterien vergeben werden, so werden weder die Antworten noch die Auswertungskriterien vom Anbieter personenbezogen ausgewertet oder genutzt. Der Anbieter erstellt zu Zwecken der Optimierung des Online-Angebotes lediglich anonyme Listen ohne Bezug zu einzelnen Schülern.

Richtiger Ansatz, reicht aber nicht:
Nicht Schülernamen als Standard!

„Sofern [...] unter dem vollständigen Namen [...], sollte dies mit Einwilligung der Eltern geschehen.“

<https://verlage.westermanngruppe.de/datenschutz?>
(Stand 2016)

Datenschutz in der digitalen Schule

Online-Unterrichtsangebot Zielgruppe: Student(inn)en über (Hoch-)Schulen

Süddeutsche Zeitung SZ.de Zeitung Magazin

2. Dezember 2015, 12:01 Uhr Datenschutz bei Online-Kursen

Der gläserne Student



Aus der Zeit vor dem digitalen Studium: Eine Vorlesung des Chirurgen Karl August Bier im Hörsaal der Universitätsklinik in Berlin. (Foto: Scherl/Süddeutsche Zeitung Photo)

- Mittlerweile bieten auch deutsche Universitäten Online-Veranstaltungen, sogenannte "Massive Open Online Courses" (MOOCs) an.
- Die Münchner Hochschulen LMU und TU setzen dabei auf den großen Anbieter Coursera.
- Es gibt Bedenken, was die Sicherheit und den Weiterverkauf der Nutzerdaten angeht.

Von Johannes Boje und Hannes Grassegger


„Weiterverkauf der Nutzerdaten“

<http://www.sueddeutsche.de/bildung/datenschutz-bei-online-kursen-der-glaeserne-student-1.2762465>

Datenschutz in der digitalen Schule

Angebot der Infrastruktur

Zielgruppe: Schulen (oder Staat)



How Google Is Schooling Apple And Microsoft In The Battle For America's Classrooms

It took the Chromebook just five years to become the country's most popular education device. Here's how Google won the classroom.

(Illustration: Matt Rota)

A Mozart duet echoes through the dim auditorium of Philadelphia's String Theory high school, performed by a pair of plaid-skirted violinists reading music off their school-issued iPads. In other classes at the performing-arts-themed public charter school, students use their iPads to plot DNA data, design graphics, and make movies. At first glance, the school is a model Apple education customer, buying into both its hardware and iOS ecosystem.

A more complicated reality lies beneath the tablet glass. Teachers at String Theory distribute curriculum via Apple's iTunes U—but students use Google Docs and Google Drive to complete and submit assignments. "They get the full App Store experience, and they can also use all the functionality of Google," says Christine DiPaulo, the school's director of innovation. "It's the best of both

„The Battle For America´s Classrooms“

„Apple education customer [...] Google Docs and Google Drive to complete and submit assignments“

Schülerdaten bei Dienstleistern!

<https://www.fastcompany.com/3062958/how-google-is-schooling-apple-and-microsoft-in-the-battle-for-americas-classrooms>

Datenschutz in der digitalen Schule



stern

Panorama Politik Kultur Lifestyle Digital Wirtschaft Sport Gesundheit Genuss Reise Familie Auto

Home > Digital > Digitalisierung in Schulen Der Kampf ums Klassenzimmer

Digitalisierung in Schulen: Wie Apple, Google und Co. ins Klassenzimmer drängen 29. Juli 2017 20:04 Uhr

Google? Apple? Wer kommt Schülern am nächsten? Im Ringen um Milliarden gehen die Digitalkonzerne in die Offensive.



Nicole Kobie, Wired, 24.01.2018
<https://www.wired.co.uk/article/apple-everyone-can-code-teaching-schools-uk-ipad>

Apple, Microsoft and Google are muscling their way into British classrooms, but rather than alarm at industry interference, teachers are welcoming their support. Why? They're desperate for good computing course materials.

That's why, two years into the new computing curriculum, teachers are almost uniformly enthusiastic that Apple has extended its *Everyone Can Code* educational programme. Launched last year in the US, it's now at 70 schools and colleges across Europe, including 16 universities, colleges, and secondary schools in the UK. It's a pretty simple scheme: Apple provides a free iBook textbook on app development with Swift, Apple's own coding language, alongside guides for teachers. It's essentially a textbook on making iOS apps — but one that requires an iPad to read.

<https://www.stern.de/digital/digitalisierung-in-schulen--der-kampf-ums-klassenzimmer-7555394.html>

Datenschutz in der digitalen Schule

Überwachungsaufrüstung



 Bild: Free-Photos via Pixabay

- SuS überwachen ...
 - ... Lehrkräfte
 - ... andere SuS
- **Eltern überwachen ...**
 - ... Kinder
 - ... Lehrkräfte [per SmartWatch]
- Schulleitungen überwachen ... Schulen
- Mit Audio & Video

Audio-/Videogeräte im Klassenzimmer nicht nur zur Überwachung!

<https://www.noisolation.com/de/av1/>

AV1 wurde entwickelt, um Kindern die Teilhabe am Alltag zu ermöglichen.



<https://www.noisolation.com/de/av1/>

Einige Vorschläge

- Angebote für selbstentwickelte Standard-Dienste, z.B. Messenger
- Open-Source-Software für Unterricht + Verwaltung
- Abhängigkeiten vermeiden
- ... oder mindestens transparent machen
- Keine Vorteile bei „own devices“ schaffen – Diskriminierung!
- Vielfalt, z.B. verschiedene Suchmaschinen
- Werbeblocker als Standard
- Manipulation sichtbar machen



 Bild: athree23 via Pixabay

Datenschutz in der digitalen Schule

Digitalisierung: Auf das „Wie“ kommt es an



Marit Hansen

<https://www.datenschutzzentrum.de/>
0431/988-1200