



# Datenschutz ist Konsumentenschutz

Bewertung der EU-Datenschutzreform aus Sicht der KonsumentInnen

Veranstaltung AK Europa 1.7.2015

AK Konsumentenpolitik  
daniela.zimmer@akwien.at

# Was KonsumentInnen wollen 1

## Eurobarometerumfrage (2/2015):

- 92% der befragten Österr. wollen Datenschutzpriorität in der EU;
- 78% meinen, Onlineanbieter besitzen zu viel Kundendaten;
- 73% wollen immer um ihre ausdrückliche Zustimmung zur Datennutzung gefragt werden...

## Deutsche Bitkom-Umfrage (6/2014):

- 86 % der Befragten meinen, ihre Daten im Netz seien unsicher. Der Glaube an funktionierenden Datenschutz ist weiter geschwunden: 2011 misstrauten nur 55% der Datensicherheit im Web.
- Gegen Facebook, Google und Co. hegen 67 % Argwohn (2011 nur 46 %, die gegenüber der Privatwirtschaft in Sachen Privatsphäre Vorbehalte hatten). Nicht nur unsicher, sondern regelrecht bedroht fühlt sich inzwischen jeder zweite Internetnutzer (53 %).....

## AK-Studien zur Vielfalt der Verbraucherüberwachung

- **Geolokalisierung durch Apps:** Über Smartphone-Apps kann der Standort und damit die Wege des Nutzers von Datensammlern „getracked“ werden. Viele Apps missachten Datenschutz systematisch....
- **Profiling und Scoring** begünstigt das soziale „Aussortieren“ von Menschen nach Risikofaktoren. Mithilfe von digitalen Datenanalysen und Algorithmen werden Lebensumstände und Verhalten vorhergesagt/errechnet für Bonitätschecks, individualisierte Risikoprämien bei Versicherungen, maßgeschneiderte Produktpreise u.s.w.....
- **Überwachung der KonsumentInnen im Alltag:** Von vernetzten Autos bis zur smarten Zahnbürste - mit Sensoren ausgestattete und dem Internet verbundene Geräte ermöglichen noch tiefere Einblicke in unser Leben. Vorhut sind datengierige Fitnessarmbänder oder Telematikboxen in Fahrzeugen.....

abrufbar unter [www.arbeiterkammer.at](http://www.arbeiterkammer.at)

# Big Data-Visionen **Datenschutzreform unter dem Druck einer „datengetriebenen Wirtschaft“**

**2014** Justizkommissarin Reding:

*„Datenschutzbehörden bekommen **mehr Biss**....Sanktionen von bis zu zwei Prozent des Jahresumsatzes ... Bei Google wären das mehr als eine Milliarde Dollar...“. "Safe Harbour" ist überhaupt **kein "sicherer Hafen"**. US-Behörden wie die NSA greifen vertragswidrig in großem Stil auf die Daten zu....Katalog mit 13 Forderungen hat die USA bis zum Sommer erfüllen...*

**2015** Digital-Kommissar Günther Öttinger:

*„Unser Kontinent hat in der digitalen Wirtschaft **gegen Amerika verloren**. Wer wird in zehn Jahren Autos bauen? BMW oder Google?“*

*„Es geht nicht um mehr Regeln, sondern um Einheitlichkeit und **Chancengleichheit der Kontinente**. Die USA sind dabei die Messlatte. Big Data ist schlicht Alltag: Wie die Elektrizität.“*

# Strategie für den digitalen EU-Binnenmarkt

## März 2015 Pressemitteilung der EU-Kom:

*Big Data ist eine **Goldgrube**, wirft aber Fragen auf bezüglich des zu diskutierenden Eigentums an den Daten...*

## Mai 2015 Kom-Mitteilung:

- Der Big Data Sektor - Cloud-Computing, Massenverarbeitung, datengestützte Wissenschaft, Internet der Dinge - **wächst** sieben mal schneller als der IT-Markt;
- Potenzial ausschöpfen, **rechtliche Hindernisse** aus dem Weg räumen, zB wenn MS verlangen, dass Daten in ihrem Hoheitsgebiet verbleiben...
- Unklare Datennutzungsrechte **erschweren Datamining**

## Erwägungsgrund 3a Datenschutz-Grund-VO:

*„ das Recht auf Datenschutz hat keine uneingeschränkte Geltung ... Diese VO steht im Einklang mit allen Grundrechten, [u.a.] der **unternehmerischen Freiheit**...*

## Ratseinigung: Ge-&Verbote unzulänglich (6/2015)

- **Gute Ansätze – aber keine Details:** für unmittelbar anwendbare Verordnung fehlt der Bestimmtheitsgrad; Forderung nach genereller nationaler Präzisierung (dzt. nur für öffentl. Bereich vorgesehen; Bsp.: private Videoüberwachung; VersicherungsvertragsG)
- **Unsachliche Privilegierung der Direktwerbung:** bloßes Widerrufsrecht; ansonsten nur „unmissverständliche“ Einwilligung - Browsereinstellungen reichen!; Konsumenten wollen um ausdrückliche Zustimmung gefragt werden. Forderung nach striktem Selbstbestimmungsrecht bei Kundendaten für Marketingzwecke
- **Schranken fürs Scoring fehlen:** Forderung nach Beschränkung der Scoringanlässe und Datenarten, da Datenanalysen zur Personenbewertung eingriffs- und diskriminierungsintensiv sein können.

# Ratseinigung: unzulängliche Kontrollrechte

- **Risikofolgenabschätzung:** Geprüfte prüfen sich selbst; Pflichtkonsultation der DSB nur im öffentlichen Bereich (nationale Option); Forderung nach Einbindung der DSB und Vorabkontrolle heikler Vorhaben
- **Publizitätsverlust ist Kontrollverlust:** Melderegister entfällt; keine Pflicht zu betriebl. Datenschutzbeauftragten; Forderung nach Marktüberblick über Datenanwendungen für DSB u. Konsumenten
- **Entfall der Doku-Pflichten** für Unternehmen bis 250 Mitarbeiter (Ausnahme: bei hohem Risiko); Forderung nach einheitlichem Datensicherheitsniveau
- **Keine Privatisierung der Aufgabe von Gesetzgeber u. DSB:** Präzisierungen durch bloße Verbands-Verhaltensregeln (Genehmigungsvorbehalt durch die DSB)
- **Verbandklagsbefugnisse für Datenschutzeinrichtungen (statutengemäß):** Forderung nach Einbezug von Verbraucherorganisationen
- **Beschäftigtendatenschutz:** Die Mitwirkungsrechte der Betriebsräte (nach nationalen arbeitsrechtlichen Gesetzen) müssen bestehen bleiben

# Rückschritt gegenüber 1995: Pseudonymisierung und Zweckbindung

- **Pseudonymisierung** als „Datenschutz durch Technik“ forciert: Forderung nach völliger Anonymisierung, sobald Personenbezug nicht (mehr) benötigt wird. Missbrauchspotential bei vorläufiger Anonymisierung, die rückgängig zu machen ist, hoch.
- **Aufgabe der Zweckbindung** (Daten nur für eindeutig festgelegte Zwecke) durch spätere Datenweiterverwendung für andere Aufgaben (unbekannte Aspekte):
  - „kompatible“ Weiternutzung für Compliance, Meldung kriminellen Verhaltens, Streitbeilegung, bei Pseudonymisierung &
  - für sonstige Zwecke, die in Hinblick auf „Kontext“, „Natur“, „vernünftige Erwartungen“ nicht inkompatibel sind &
  - sogar für „inkompatible“ Zwecke, wenn Nutzungsinteressen gegenüber Geheimhaltungsinteressen der KonsumentInnen überwiegen!



## Rückschritt gegenüber 1995: Erlaubnistatbestand hebt Verbraucherschutz aus

Datenverarbeitung soll bei „berechtigten **Verarbeitungsinteressen**“ des Datennutzers oder eines Dritten rechtmäßig sein, „...sofern nicht die Geheimhaltungsinteressen“ des Konsumenten „überwiegen“:

- Faktische **Beweislastumkehr** zulasten der Konsumenten
- Beispielsliste: Direktmarketing, Missbrauchkontrollen zur Verhinderung von Betrug und Weitergaben in verbundenen Konzernunternehmen
- Der Erlaubnistatbestand hebt **Zustimmungsrechte** der KonsumentInnen aus!

## Fazit: Was Konsumenten wollen 2

- Unbesonnene KonsumentInnen mögen Vieles über sich auf Facebook preisgeben...
- Das ist kein Indiz, dass ihnen Datenschutz nicht wichtig wäre.
- Sie haben meist nur nicht die Zeit, Kompetenz und Finanzkraft sich täglich mit Datenschutzbelangen auseinanderzusetzen und individuell für ihr Grundrecht einzutreten.
- Sie erwarten sich, vom EU-Rechtsgeber die Fürsorge **kollektiv, vorsorglich** (behördliche Vorabkontrollen statt nachträgliche Pönalen/Schadenersatz) und **bestmöglich** (Anonymisierung statt Pseudonymisierung, keine exzessive Verarbeitungserlaubnis & Weiternutzung) gegenüber bloßen ökonomischen Verwertungsinteressen ihrer Daten geschützt zu werden!



Danke für ihre Aufmerksamkeit!

AK Konsumentenpolitik

[daniela.zimmer@akwien.at](mailto:daniela.zimmer@akwien.at)