

M 01 — Film „Der gläserne Bürger“

Zum Inhalt:

Oliver kommt aus der Schule nach Hause und findet einen mit elektronischer Textverarbeitung erstellten Brief vor. Absender ist die Bank seiner Mutter, die ihm zum 18. Geburtstag gratuliert und ein Kreditangebot für einen Gebrauchtwagen unterbreitet. Oliver wirft seiner Mutter vor, über ihn Auskünfte an Fremde weitergegeben zu haben, so dass er „in einem Computer gespeichert“ ist. Der Filialleiter der Bank räumt ein, dass er durch Olivers Mutter auf dessen Volljährigkeit aufmerksam gemacht wurde. Die Herstellung des auf Meinungsumfragen basierenden Briefes habe die automatisierte Textverarbeitung besorgt: nach diesen Meinungsumfragen brauchen die meisten 18jährigen Jugendlichen Geld, um einen PKW erwerben zu können. Während des Streitgesprächs mit seiner Mutter füllt Olivers Schwester Bettina das Preisrätsel einer Illustrierten aus. Dabei gibt sie - gedankenlos - eine Fülle von persönlichen Informationen preis, ohne daran zu denken, dass diese später kommerziell ausgewertet werden.

*(Produktion und Realisation: WESTRA Film, München, im Auftrag des Instituts für Film und Bild, Grünwald 1988
Buch: Bernd Dietmar Scheer, Werner Stratenschulte Regie: Werner Stratenschulte Kamera: Claus Bertling Datenschutzrechtliche Fachberatung: Bernd Dietmar Scheer (Ständiger Vertreter des Niedersächsischen Datenschutzbeauftragten)
Begleitkarte: Doris-Renate Dathe, Bernd Dietmar Scheer
Dieser Film ist Bestandteil des BLK-Modellversuchs „Audiovisuelle Medien zur Behandlung des Computers im Unterricht“, der im Institut für Film und Bild in Wissenschaft und Unterricht, Grünwald, durchgeführt wird, gefördert mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft und der Kultusministerien der Länder. Leitung des Modellversuchs: Jörg Schwenk)*

Der Film ist über die Landesbildstellen zu bekommen.

Arbeitshinweise

Wieso ist Oliver über diesen Brief so verärgert?

Was passiert mit den Informationen, die seine Schwester preisgegeben hat?

M 02 — Kundenbefragung Gigahits

Wenn Du die beiliegende Karte vollständig ausfüllst, können wir unsere CDs noch stärker nach Deinem Geschmack zusammenstellen - und Du kannst dafür einen brandneuen CD-Player oder 1 von 99 aktuellen CDs gewinnen! Jede Postkarte nimmt automatisch an unserer monatlichen Verlosung teil. Die Gewinner werden schriftlich benachrichtigt. Nur der Rechtsweg kann mal wieder nicht dabeisein.

(Die „Postkarte“ zur Kundenbefragung liegt in einer eigenen Datei (M02.pdf) als Druckvorlage vor.)

Arbeitshinweise

- 1. Welche Daten werden erhoben?*
- 2. Hast Du schon einmal eine solche Befragung oder ein Gewinnspiel ausgefüllt?*
- 3. Wofür werden die erhobenen Daten wohl verwendet?*
- 4. Warum wird etwas verlost?*

M 03 — Informationen der Verbraucherzentrale zum Datenschutz

Ärgern Sie sich, dass Ihr Briefkasten mit Werbematerial überquillt und dass sich darin Ihre Privatpost verliert? Beschleicht Sie ein ungutes Gefühl, wenn Sie ein persönlich adressiertes Werbeschreiben von einer Ihnen nicht bekannten Firma erhalten? Fragen Sie sich: „Wenn die Firmen schon meine Adresse haben, was wissen die sonst noch über mich?“ Haben Sie schon als Rechnungen getarnte Angebote, undurchsichtige Werbeunterlagen oder als „Sofortgewinn“ titulierte Bestellungen erhalten? Empfinden Sie dies als Belästigung und wollen Sie dagegen etwas unternehmen?

Zielgruppe der Direktumworbene

Direktmarketing beschäftigt eine kräftig wachsende Branche. Unter Direktmarketing sind alle Aktivitäten zu verstehen, die es ermöglichen, einem Teil der Bevölkerung durch Post, Telefon oder andere Direktmedien Waren oder Dienstleistungen anzubieten oder sonstige Mitteilungen zu übersenden, die informieren oder eine Reaktion hervorrufen sollen. Es geht also darum, jemanden mit Werbung direkt, d.h. persönlich anzusprechen. Direktmarketing stellt etwa ein Drittel des gesamten in der Bundesrepublik betriebenen Werbeaufwandes. War das Direktmarketing zunächst eine Domäne des Versandhandels, so versuchen heute fast alle Branchen, hierüber an zahlungskräftige Kundenschaft heranzukommen. Täglich landen rund 15 Millionen direkt adressierte Werbebriefe in deutschen Briefkästen. Ganz offensichtlich erweist sich das zielgruppenorientierte Anschreiben mit Werbematerial als eine so wirkungsvolle Methode zur Anknüpfung von Geschäftsbeziehungen, dass es sich inzwischen auch auf die Kommunikation per Telefax und E-Mail erstreckt.

Tipps zum Adressenhandel und gegen die Werbeflut im Briefkasten

Diese Informationsschrift will Sie darüber unterrichten, welche Werbemaßnahmen durchgeführt werden dürfen und was Sie tun können, wenn Sie von unerwünschter Werbung verschont bleiben wollen. Es geht nicht darum, Werbung allgemein in Frage zu stellen. Werbung erfüllt einen wichtigen Zweck in Wirtschaft und Gesellschaft. Sie erlaubt Preisvergleiche und kann, wenn sie informativ gehalten ist, Kundinnen und Kunden über das Warenangebot unterrichten.(...)

Wie entstehen Adressensammlungen?

Regelmäßig versenden Firmen ihre Werbeunterlagen selbst auf Grund eigener Datenbestände aus ihrer Kundendatei oder aus früheren Werbeversuchen.

Wer Sie gezielt umwerben will, obwohl Sie noch nicht zum eigenen Kundenstamm gehören, nimmt oft die Dienstleistungen eines Adressenunternehmens in Anspruch. Dieses benötigt außer der Adresse weitere Informationen über Sie. Je nach dem Ziel der Werbung interessiert sich das Unternehmen für Informationen über Ihre berufliche Tätigkeit, über Einkommens- und Vermögensverhältnisse, über Familie, Gesundheit,

Schulbildung und Berufsausübung, Urlaubs- und Reiseverhalten, Freizeitaktivitäten, Auto, Wohnung, Kauf- und Konsumverhalten. So wollen Unfallversicherungen oder Reiseagenturen für Aktivurlaub eventuell insbesondere diejenigen Menschen umwerben, die in ihrer Freizeit Sport treiben. Partnervermittlungen interessieren sich etwa für alleinstehende Frauen zwischen 30 und 50 Jahren. Anbieter von Kaffeefahrten suchen vielleicht besonders bei Rentnerinnen und Rentnern mit eigenem Hausstand zu werben.

Vorsicht bei Haushaltsumfragen

Je differenziertere Zuordnungen von Adressenbeständen zu einzelnen Zielgruppen Adressenunternehmer in automatisierten Dateien bereithalten können, desto besser können sie solche für weltweite Werbezwecke nutzen. Personenbezogene Datensätze sind umso teurer, je detailliertere Informationen über die betroffenen Personen enthalten sind. Immer häufiger werden deshalb bundesweit von verschiedenen Firmen „lifestyle-Befragungen“ oder „Haushaltsumfragen“ durchgeführt, in denen meist weit über 100 Fragen zu den oben genannten Bereichen gestellt sind. Als „Dankeschön“ für das Ausfüllen des Fragebogens lockt die Teilnahme an einer Verlosung.

Bei solchen Befragungen handelt es sich aber nicht, wie von manchen vermutet, um Marktforschung. Die von den Bürgerinnen und Bürgern offenbarten Daten werden auch nicht - wie bei Forschungsvorhaben üblich - anonymisiert, sondern langfristig gespeichert und personenbezogen für Werbezwecke verwendet. Das Ausfüllen der Fragebogen führt damit fast zwangsläufig dazu, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer verstärkt persönlich Werbepost zugesandt bekommen. Aufgrund der erstellten Persönlichkeitsprofile wird dabei eine gezielte Ansprache der Verbraucherinnen und Verbraucher möglich.

Hiergegen können nur dann keine grundsätzlichen datenschutzrechtlichen Bedenken erhoben werden, wenn die Befragten nach umfassender Aufklärung über die vorgesehene Verwendung ihrer Daten ihre schriftliche Einwilligung erklärt haben. In der Praxis werden aber gerade hier - bei Aufklärung und Abfassung der Einwilligungserklärung - viele Fehler gemacht, die eine Unwirksamkeit der Einwilligung bewirken können. Neben diesen Befragungen oder Umfragen können Adressen aus den unterschiedlichsten Quellen gewonnen werden. Am häufigsten ist die Auswertung der jedem Menschen zugänglichen

- Adressbücher
- Telefonbücher
- Branchenverzeichnisse
- Fax- oder Internetverzeichnisse
- Handelsregister. (...)

(Aus: Die Landesbeauftragte für Datenschutz NRW (Hrsg.) in Zusammenarbeit mit dem Innenministerium des Landes NRW und der Verbraucherzentrale NRW e. V.: Informationen zum Datenschutz.

Tips zum Adressenhandel und gegen die Werbeflut in Briefkästen, Mailboxen und per e-mail. Düsseldorf, Mai 1998. Diese Broschüre ist bei den Verbraucherzentralen erhältlich und online verfügbar:

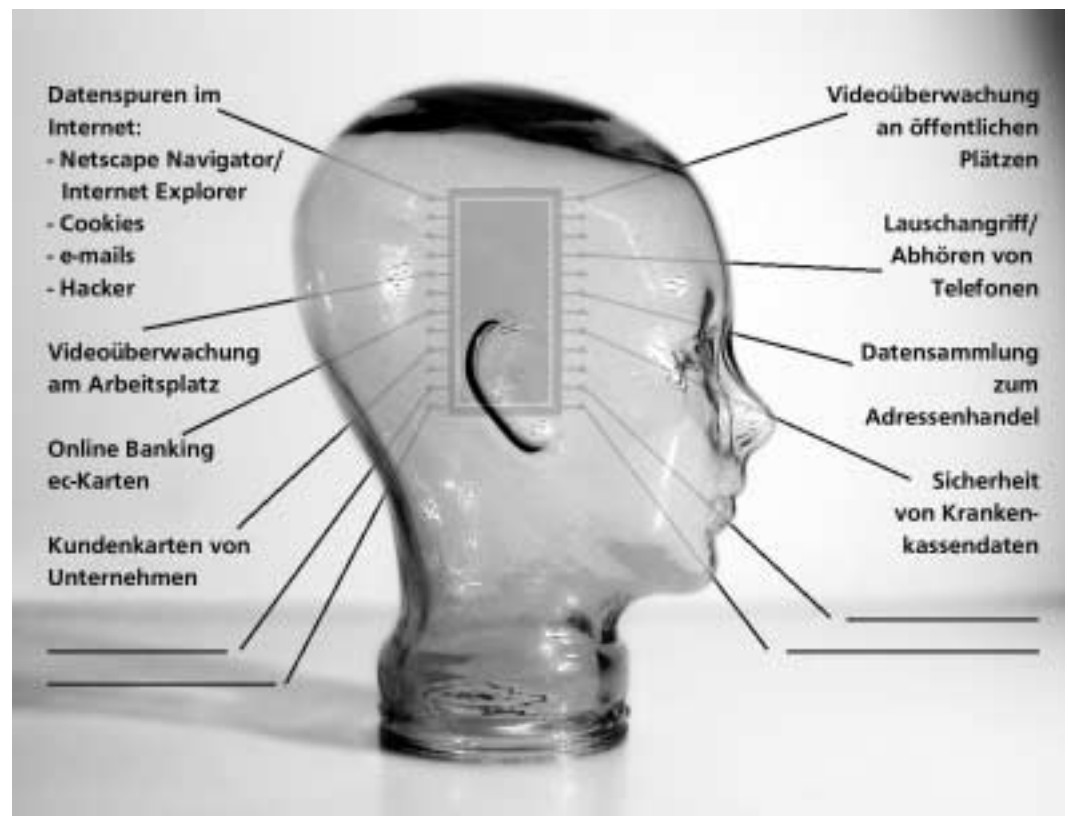
<http://www.brandenburg.de/land/lfdbbg/material/tips.htm>

Die oben angesprochene Lifestyle- Befragung findet sich unter <http://www.lifestyleag.de>. Diese Befragung kann online ausgefüllt werden und wird an Haushalte verschickt.)

Arbeitshinweise

1. Erkläre: „Direktmarketing“?
2. Beschreibe welche Informationen sind für die Adresssammler von Interesse sind.
3. Erkläre: Welchem Zweck dienen „differenzierte“ Adresssammlungen?

M 04 — Der gläserne Bürger



M 05 — *Wie erarbeite ich ein Referat?*

Ein Thema, das dich sehr interessiert und sich gut an den Unterricht anbinden lässt, solltest du ruhig einmal deinen Mitschülern vorstellen: In Form eines Referates. Das Referat dient letztlich dazu, andere über ein ganz bestimmtes Thema ausführlich zu informieren. Um es vorzubereiten, braucht es einer ganz genauen Planung, die du mit Hilfe dieses Arbeitsblattes vielleicht besser in den Griff bekommst. Wichtig: Denke daran, dass du andere informieren musst.

Wie bereite ich Informationen für mein Publikum vor? Denke daran, dass du andere informieren willst. Nachdem du deine Notizen geordnet hast, überlege, mit welchen Hilfsmitteln du deinen Vortrag unterstützen kannst. Bereite Folien vor oder erstelle ein Informationsblatt mit den wichtigsten Aussagen.

Wie gestalte ich den Schlussteil meines Vortrags? Fasse noch einmal die wichtigsten Ergebnisse deines Referates zusammen. Gebe deinen Zuhörern Gelegenheit, Rückfragen zu stellen. (Das kannst du auch schon während des Hauptteils tun).

Wie trage ich den Hauptteil vor? Orientiere dich bei deinem Vortrag an deiner Gliederung und deinen Stichworten. Bilde deine Sätze beim Sprechen, desto langsamer, desto besser, denn deine Zuhörer kennen sich im Thema nicht aus. Weise darauf hin, wenn du beim Vortrag einen neuen Gliederungspunkt anfängst.

Wie lege ich meine Informationen dar? Schreibe deine Gliederung und einige Nebeninformationen in Stichworten (nie ganze Sätze) auf einen Bogen Papier oder Karteikarten. Suche zu bestimmten Punkten in deinem Referat Anschauungsmaterial für dein Publikum.

Wie leite ich meinen Vortrag ein? Überlege, wie du Neugierde oder Verblüffung erwecken kannst, um bei deinen Zuhörern Interesse für dein Thema zu wecken. Stelle außergewöhnliche Fragen an den Anfang deines Referates, oder erzähle eine erstaunliche Geschichte in Zusammenhang mit deinem Thema.

Wann fange ich an zu sprechen? Warte, bis deine Zuhörer ruhig und aufnahmebereit sind für deine Worte. Spreche noch langsamer, als du eigentlich sprechen möchtest, dann hast du genau das richtige Tempo, damit das Publikum dir folgen kann.

Wie ordne ich Informationen? Bilde Überschriften oder Oberbegriffe zu deinen Notizen. Ordne nach Kernaussagen und Nebeninformationen. Bringe die Oberbegriffe in eine sinnvolle Abfolge, um dein Referat zu gliedern.

Wie finde ich Informationen? Nutze alle Informationsmöglichkeiten zu deinem Thema. Besorge dir Literatur und suche im Internet. Vielleicht kennst du noch andere Personen, die dir Tipps geben können.

Was ist sonst zu beachten? Denke daran, dass du alle deine Quellen, also die verwendete Literatur oder sonstiges nennst, welche du zur Vorbereitung benutzt hast. Du solltest sie im Referat nennen oder zumindest unten auf deinem Informationsblatt notieren.

Was ist mein Thema? Überlege dir genau, was du den anderen mitteilen willst. Grenze dein Thema ganz genau ein, sodass du nicht vor einem unüberschaubaren Berg von Informationen stehst.

Wie halte ich Informationen fest? Notiere dir Stichwörter aus deinen Informationsmaterialien, wichtige Aussagen kann man auch in ganzen Sätzen mitschreiben.

Arbeitshinweise

1. *Bringe obige Arbeitsschritte in eine sinnvolle Reihenfolge. Notiere dazu die Anfangsfragen in eine nummerierte Liste von 1-11.*
2. *Was ist dir noch nicht klar: Notiere dir sämtliche Fragen zu den einzelnen Arbeitsschritten.*
3. *Zusatzinfos: Welche Stichwörter fallen dir zu den einzelnen Schritten noch ein. Notiere sie und besprecht die Ergebnisse mit dem Lehrer.*

M 06 — Kommentierte Linkliste zur „Informationellen Selbstbesimmung“

Die umfangreiche, kommentierte Linkliste zum Thema „Informationelle Selbstbestimmung“, sortiert nach folgenden Unterthemen:

- Informationelle Selbstbestimmung allgemein
- Grundrechte
- Abhören von Telefonen/ „Lauschangriff“
- Gendaten
- Videoüberwachung an öffentlichen Plätzen
- Bücher und Filme zum Thema:
„Videoüberwachung“
- Überwachungs- und Identifizierungsmöglichkeiten im Internet

- Zur Transparenz von E-Mails:
E-Mails sind nur so sicher wie Postkarten
- elektronische Überwachungsmöglichkeiten am Arbeitsplatz
- Cookies
- Online-Banking/ Geldautomaten
- Direktmarketing
- Datensicherheit bei Krankenkassendaten
- Rechtstexte
- Überwachung international
- Arbeitstechniken

finden Sie auf der html-Seite zu diesem Material.

M 07 — Tabelle AUSWERTUNG DER REFERATE

| | Wer erhebt Daten? | Wessen Daten werden erhoben? | Für welchen Zweck werden die Daten erhoben? | Kann die Erhebung von Daten unterbunden werden? Wenn ja... Wie? |
|--|-------------------|------------------------------|---|---|
| Videoüberwachung an öffentlichen Plätzen | | | | |
| „Lauschangriff“/ Abhören von Telefonen | | | | |
| Datensicherheit bei Krankenkassendaten | | | | |
| „Cookies“ im Internet | | | | |
| Videoüberwachung am Arbeitsplatz | | | | |
| ... | | | | |
| ... | | | | |

Arbeitshinweise

Haltet die Ergebnisse der Kurzreferate gemeinsam in der Tabelle fest.

11.08a — Die CD-ROM weiß alles - nicht nur Freude über das „Elektronische Telefonbuch“

Die CD-ROM weiß alles - nicht nur Freude über das „Elektronische Telefonbuch“

Seit Anfang der 90iger Jahre hat auch in den privaten Bereich der PC-Nutzung ein Datenträger Eingang gefunden, für den es bis heute keinen deutschen Namen gibt: Die CD-ROM (compact disc - read only memory). Diese Speicherplatte, die äußerlich identisch mit der bekannten Musik-CD ist, kann - anders als die Festplatte des PC - nur gelesen, in ihrem Dateninhalt (durch Überschreiben) jedoch nicht verändert werden. [...]

Die sehr große Speichermöglichkeit der CD-ROM ermöglicht Anwendungen, die vordem nur auf größeren Rechnern möglich waren. Besonderes Aufsehen - sowohl freudiges Interesse, aber auch scharfe Kritik - lösten bundesweite „Elektronische Telefonbücher“ aus, insbesondere das eines Anbieters, der Anfang 1995 eines herausbrachte, das auch nur einen Bruchteil der Konkurrenzprodukte kostete.

Neu war auch die Möglichkeit der bundesweiten Suche eines Telefonteilnehmers: Gibt man z.B. den Namen eines ehemaligen Mitschülers ein, den man seit dem Schulende aus den Augen verloren hat, findet ihn die CD-ROM-Datenbank und zeigt seine Anschrift und seine Telefonnummer auf dem Bildschirm an. Voraussetzung ist dabei, dass er seinen Telefonanschluß auch hat ins Telefonbuch eintragen lassen, was allerdings immer noch über 90% aller Telefonkunden tun.

Bereits diese Neuerung blieb nicht ohne Kritik: Viele Bürger legen gar keinen Wert darauf, von ehemaligen Mitschülern „wiederentdeckt“ zu werden, auch Geschiedene wollen oft im Sinne eines Neubeginns vom ehemaligen Ehepartner keineswegs auf diese Weise „wiedergefunden“ werden. Auch weitere „komfortable Suchmöglichkeiten“ stießen und stoßen auf Kritik: So nennt einem die Datenbank auch alle Telefonteilnehmer, die in einem bestimmten Haus, gar in einer bestimmten Straße wohnen. Die Bürger, die sich bei mir beschwert haben, sind zwar damit einverstanden, dass ihr Name, ihre Anschrift und ihre Telefonnummer ins Telefonbuch eingetragen sind. Sie haben aber nicht gewollt, dass diese Daten in einem elektronischen Auskunftssystem mit seinen vielfältigen Auswertungsmöglichkeiten angeboten werden.

Auf noch schärfere Kritik stieß eine weitere Neuerung, die „Inverssuche“: Hierbei sagt einem die Datenbank nicht die Telefonnummer eines bestimmten Anschlussinhabers, vielmehr sagt sie einem - nach Eingabe einer Telefonnummer - wer der Inhaber dieses Anschlusses ist, wo er wohnt und ggf., welchen Beruf er hat. Diese Form der Suche ist oftmals von großer Bedeutung für die Ermittlungsarbeit der Polizei und andere Sicherheitsbehörden (s.o. Nr. 10.1.5). Das gilt z.B. dann, wenn bei einem festgenommenen Straftäter Telefonnummern gefunden werden, die möglicherweise Mittätern zuzurechnen sind und die es zu ermitteln gilt.

Wird den Sicherheitsbehörden diese Suchmöglichkeit auch eingeräumt, so wollen sehr viele Bürger sie jedoch keineswegs jedermann zugestehen.

Anfang 1995 enthielt das geltende Recht keine besondere Regelung für elektronische Verzeichnisse. Entsprechend war die datenschutzrechtliche Bewertung problematisch und die Rechte der Betroffenen waren nur mangelhaft gewahrt. Ich hatte daher seinerzeit gesetzliche Klarstellungen gefordert, damit der Bürger selbst in der Lage ist, die Entscheidung über die Verwendung seiner Daten treffen zu können. Er sollte nicht nur wissen, welche Verwendungsmöglichkeiten für seinen Eintrag bei der Aufnahme ins Telefonbuch bestehen, darüber hinaus war es erforderlich, dass er nicht nur bestimmen konnte, dass seine Daten nicht oder verkürzt ins Telefonbuch eingetragen wurden, sondern auch dass er den Eintrag auf gedruckte Verzeichnisse beschränken konnte.

Ich habe diese Problematik mit großem Nachdruck bei den Beratungen zur Telekommunikationsdienstunternehmen-Datenschutzverordnung (TDSV) vorgetragen und habe erreichen können, dass in dieser dem Telefontkunden ein solches abgestuftes Widerspruchsrecht eingeräumt wurde (s.o. Nr. 10.2.1). Seit deren Inkrafttreten - also dem 19. Juli 1996 - kann in der Tat jeder Telefontkunde selbst entscheiden, ob er überhaupt - und in welcher Form - in ein Verzeichnis eingetragen werden möchte und ob dies lediglich in gedruckte oder aber auch in elektronische Verzeichnisse, wie der CD-ROM, geschehen soll. Diese Rechtsposition der Telefontkunden ist durch § 89 Abs. 8 TKG noch in der Weise verstärkt worden, dass Name, Anschrift und zusätzliche Angaben, wie Beruf, Branche, Art des Anschlusses und Mitbenutzer, nur dann in öffentliche gedruckte oder elektronische Verzeichnisse eingetragen werden dürfen, soweit der Kunde dies beantragt. Hat ein Telefontkunde von seinen Rechten Gebrauch gemacht, wird seine Telefonbucheintragung entsprechend gekennzeichnet. [...]. Nimmt ein Anbieter die im Telefonbuch gekennzeichneten Anschlusseintragungen trotzdem in sein CD-ROM-Telefonverzeichnis auf, verletzt er damit unwiderlegbar schutzwürdige Interessen der Betroffenen und unterliegt somit den im Bundesdatenschutzgesetz vorgesehenen Sanktionen. Damit ist jetzt für die betroffenen Telefontkunden die Möglichkeit gesichert, bei Zuwiderhandlungen ihre Interessen rechtlich durchzusetzen. [...]

(Aus: Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz. Informationsmaterial. <http://www.bfd.bund.de/information/bericht/b9596120.htm>)

Arbeitshinweise

1. Welche zusätzlichen Möglichkeiten eröffnet das elektronische Telefonbuch gegenüber herkömmlichen Telefonbüchern?
2. Warum ist die hier unter „Inverssuche“ angesprochene Verknüpfung von Informationen problematisch?
3. Welche Regelungen konnte der Datenschutzbeauftragte der Bundesregierung durchsetzen?

M 08b — Inverssuche (Anschluss-Ermittlung anhand der Telefonnummer) auf CD-ROM

Auf dem deutschen Markt werden CD-ROM vertrieben, mit denen sich nicht nur anhand des Namens die Telefonnummer eines bestimmten Anschlussinhabers ermitteln lässt, sondern die - nach Eingabe einer Telefonnummer - auch Auskunft darüber geben, wer der Inhaber des Anschlusses ist, wo er wohnt und gegebenenfalls welchen Beruf er hat (sogenannte Inverssuche).

Würde ein Telekommunikationsunternehmen oder -diensteanbieter eine solche CD-ROM herausgeben, wäre dies gemäß § 11 Abs. 5 TDSV (Telekommunikationsdienstunternehmen-Datenschutzverordnung) unzulässig. Von diesen Unternehmen werden solche CD-ROM jedoch nicht herausgegeben, sondern von anderen Firmen, die zum Teil ihren Sitz im Ausland haben. Diese Unternehmen unterliegen nicht der Kontrolle des Bundesbeauftragten für den Datenschutz. Wird eine solche CD-ROM von einem deutschen Unter-

nehmen angeboten, wäre dafür die Aufsichtsbehörde des jeweiligen Bundeslandes zuständig, da es sich bei diesem Angebot nicht um eine Telekommunikationsdienstleistung handelt.

Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz vertritt, wie die Aufsichtsbehörden, die Auffassung, dass die Herausgabe solcher CD-ROM datenschutzrechtlich unzulässig ist.

(Aus: Der Bundesbeauftragte für Datenschutz. Informationsmaterial. <http://www.bfd.bund.de/information/info5/info5081.htm>)

Arbeitshinweis

Inwieweit ist das Verbot der „Inverssuche“ ein Fortschritt?

M 09 — Illegale Telefonbuchfunktionen via Internet Software für D-Info 99 und KlickTel 99

Die Nummer auf dem Display Ihres Telefons ist unbekannt? Wer einer der bekannten Telefonbuch-CD-ROMs D-Info 99 und KlickTel 99 der Firmen TopWare und KlickTel besitzt, kann sich via Internet Tools herunterladen, die eine Rückverfolgung und damit eine Identifizierung des Anrufers ermöglichen. Diese Funktion war schon einmal in den Programmen implementiert, musste aber aus datenschutzrechtlichen Gründen entfernt werden. Computerfreaks haben aber offenbar eine Möglichkeit gefunden, die auf Telefonbuch-CD-ROMs nicht mehr enthaltene Möglichkeit zur Identifizierung eines Anschlussbesitzers nachträglich zu installieren und bieten diese zum Download per Internet an. Das kostenlos Ergänzungsprogramm für die D-Info 99 hört auf den Namen „ReverZ“, das entsprechende Tool für die KlickTel-Version heißt „Rufident 99“. Die Sprecherin des Bundesda-

tenschutzbeauftragten, Helga Schumacher, sagte dem Nachrichtenmagazin „Focus“, die Installation des Ergänzungsprogramms sei kein Rechtsverstoß.

(Aus: http://www.firstsurf.com/08-02-17_t.htm)

Die Hersteller wie zum Beispiel Top Ware distanzieren sich von dem im Internet angebotenen Programm:

ZDNet News - Topware distanziert sich von „ReverZ“: <http://www.zdnet.de/news/artikel/1999/07/27011-wc.html>

Hier kann man das Programm bekommen:

<http://www.geocities.com/ResearchTriangle/Campus/7654/reverz.htm>)

Arbeitshinweise

1. Was leistet das Programm „ReverZ“?
2. Warum wurde dieses Programm nicht verboten?

M 10 — Keine Auskunft

STATISTIK: Die Volkszählung wird abgeblasen Innenminister Friedrich Zimmermann sah den „Rechtsstaat Bundesrepublik Deutschland“ herausgefordert, auf Hauswänden in Bremen prangte das Graffiti „no name“, Bürgerinitiativen diskutierten, ob sie den Zählern die Tür aufmachen sollten oder nicht, und Politiker wiederum warnten vor Boykott-Aufrufen. Die anstehende Volkszählung polarisierte zwölf Monate vor dem Orwell-Jahr 1984 die Menschen in der Bundesrepublik.

Die Befürchtung, der Staat wolle den „gläsernen Menschen“, alles über seine Bürger wissen, alarmierte viele Gruppen der Bevölkerung, das Thema Volkszählung beherrschte die politische Diskussion. Nur ein Beispiel von vielen: Die Gewerkschaft der Polizei rief ihre Mitglieder dazu auf, nicht den Zählendienst mitzuma-

chen - die Beamten waren wie andere Staatsbedienstete dafür vorgesehen, von Haus zu Haus zu gehen. 100 Mark Buße sollten diejenigen zahlen, die sich weigern würden, die blauen Fragebögen auszufüllen, oder gar nicht erst den eigens geschulten „Zählern“ aufzumachen. Doch so weit kam es nicht. 14 Tage, bevor die Zählung beginnen sollte, verfügten die Richter des Karlsruher Bundesverfassungsgerichtes am 27. April eine Einstweilige Anordnung - die Volkszählung wurde abgeblasen. Am 15. Dezember schließlich wurde das Gesetz für verfassungswidrig erklärt. 30 Millionen Formulare kamen in den Reißwolf. Das Gericht, damals hieß der Vorsitzende Ernst Benda, hatte unter anderem festgestellt, es hätte geprüft werden müssen, ob nicht Auskünfte „die Gefahr der sozialen Abstempelung - etwa als Drogensüchtiger, Vorbestrafter, Geisteskran-

ker, Asozialer - hervorrufen können“. Die Richter argumentierten in der 76-seitigen Urteilsbegründung mit der „informationellen Selbstbestimmung“. Wer nicht mit hinreichender Sicherheit überschauen könne, welche Informationen über ihn wo gespeichert seien, werde in seiner persönlichen Freiheit wesentlich gehemmt. Besonders eine Vorschrift des 1983 beschlossenen Volkszählungsgesetzes hatte Besorgnis und Protest hervorgerufen: der sogenannte Melderegister-Abgleich. Danach sollten Daten an Bundes- und Landesbehörden, Gemeinden und Verbände weitergegeben werden - ein unüberschaubarer und nicht kontrollierbarer Austausch von Datenbanken. Die Volkszählung fand einige Jahre später dann doch statt, nach den Buchstaben eines neuen Gesetzes. Das Karlsruher Urteil jedoch war

zukunftsweisend, 1983 wurde die verfassungsrechtliche Grundlage für den Datenschutz geschaffen.

(Aus: Regina Krieger: STATISTIK: Die Volkszählung wird abgeblasen,

<http://www.general-anzeiger-bonn.de/kultur/jahrhundert/1983/politik2.html>)

Arbeitshinweise zu M13 und M14

1. Erläutere kurz, worum es in dem vorliegenden Text geht.

2. Womit begründete das Bundesverfassungsgericht die Aussetzung der Volkszählung?

M 11 — Rechtliche Verankerung des Datenschutzes - das Volkszählungsurteil

Das Volkszählungsurteil des Bundesverfassungsgerichts vom 15.12.1983

1. Unter den Bedingungen der modernen Datenverarbeitung wird der Schutz des Einzelnen gegen unbegrenzte Erhebung, Speicherung, Verwendung und Weitergabe seiner persönlichen Daten von dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht des Art. 2 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 1 Abs. 1 GG umfasst. Das Grundrecht gewährleistet insoweit die Befugnis des Einzelnen, grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten zu bestimmen.

2. Einschränkungen dieses Rechts auf „informationelle Selbstbestimmung“ sind nur im überwiegenden Allgemeininteresse zulässig. Sie bedürfen einer verfassungsgemäßen gesetzlichen Grundlage, die dem rechtsstaatlichen Gebot der Normenklarheit entsprechen muss. Bei seinen Regelungen hat der Gesetzgeber ferner den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit zu beachten. Auch hat er organisatorische und verfahrensrechtliche Vorkehrungen zu treffen, welche der Gefahr einer Verletzung des Persönlichkeitsrechts entgegenwirken. (...)

Aus der Begründung des Urteils:

Prüfungsmaßstab ist in erster Linie das durch Art. 2 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 1 Abs. 1 GG geschützte allgemeine Persönlichkeitsrecht.

1.a) Im Mittelpunkt der grundgesetzlichen Ordnung stehen Wert und Würde der Person, die in freier Selbstbestimmung als Glied einer freien Gesellschaft wirkt.

(...)

Diese Befugnis bedarf unter den heutigen und künftigen Bedingungen der automatischen Datenverarbeitung in besonderem Maße des Schutzes. Sie ist vor allem deshalb gefährdet, weil bei Entscheidungsprozessen nicht mehr wie früher auf manuell zusammengetragene Karteien und Akten zurückgegriffen werden muss, vielmehr heute mit Hilfe der automatischen Datenverarbeitung Einzelangaben über persönliche oder sachliche

Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbarer Person (personenbezogene Daten [vgl. § 2 Abs. 1 BDSG]) technisch gesehen unbegrenzt speicherbar und jederzeit ohne Rücksicht auf Entfernungen in Sekundenschnelle abrufbar sind. Sie können darüber hinaus - vor allem beim Aufbau integrierter Informationssysteme - mit anderen Datensammlungen zu einem teilweise oder weitgehend vollständigen Persönlichkeitsbild zusammengefügt werden, ohne dass der Betroffene dessen Richtigkeit und Verwendung zureichend kontrollieren kann. Damit haben sich in einer bisher unbekanntem Weise die Möglichkeiten einer Einsicht- und Einflussnahme erweitert, welche auf das Verhalten des Einzelnen schon durch den psychischen Druck öffentlicher Anteilnahme einzuwirken vermögen.

Individuelle Selbstbestimmung setzt aber auch unter den Bedingungen moderner Informationsverarbeitungstechnologien voraus, dass dem Einzelnen Entscheidungsfreiheit über vorzunehmende oder zu unterlassende Handlungen einschließlich der Möglichkeit gegeben ist, sich auch entsprechend dieser Entscheidung tatsächlich zu verhalten. Wer nicht mit hinreichender Sicherheit überschauen kann, welche ihn betreffende Information in bestimmten Bereichen seiner sozialen Umwelt bekannt sind, und wer das Wissen möglicher Kommunikationspartner nicht einigermaßen abzuschätzen vermag, kann in seiner Freiheit wesentlich gehemmt werden, aus eigener Selbstbestimmung zu planen oder zu entscheiden. Mit dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung wären eine Gesellschaftsordnung und eine diese ermöglichende Rechtsordnung nicht vereinbar, in der Bürger nicht mehr wissen können, wer was wann und bei welcher Gelegenheit über sie weiß. Wer unsicher ist, ob abweichende Verhaltensweisen jederzeit notiert und als Information dauerhaft gespeichert, verwendet oder weitergegeben werden, wird versuchen, nicht durch solche Verhaltensweisen aufzufallen. Wer damit rechnet, daß etwa die Teilnahme an einer Versammlung oder einer Bürgerinitiative behördlich registriert wird und daß ihm dadurch Risi-

ken entstehen können, wird möglicherweise auf eine Ausübung seiner entsprechenden Grundrechte (Art. 8, 9 GG) verzichten. Dies würde nicht nur die individuellen Entfaltungschancen des Einzelnen beeinträchtigen, sondern auch das Gemeinwohl, weil Selbstbestimmung eine elementare Funktionsbedingung eines auf Handlungs- und Mitwirkungsfähigkeit seiner Bürger begründeten freiheitlichen demokratischen Gemeinwesens ist.

Hieraus folgt: Freie Entfaltung der Persönlichkeit setzt unter den modernen Bedingungen der Datenverarbeitung den Schutz des Einzelnen gegen unbegrenzte Erhebung, Speicherung, Verwendung und Weitergabe seiner persönlichen Daten voraus. Dieser Schutz ist daher von dem Grundrecht des Art. 2 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 1 Abs. 1 GG umfasst. Das Grundrecht gewährleistet insoweit die Befugnis des Einzelnen, grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten zu bestimmen,

b) Dieses Recht auf „informationelle Selbstbestimmung“ ist nicht schrankenlos gewährleistet. Der Einzelne hat nicht ein Recht im Sinne einer absoluten, uneinschränkbaren Herrschaft über „seine“ Daten; er ist vielmehr eine sich innerhalb der sozialen Gemein-

schaft entfaltende, auf Kommunikation angewiesene Persönlichkeit. Information, auch soweit sie personenbezogen ist, stellt ein Abbild sozialer Realität dar, das nicht ausschließlich dem Betroffenen allein zugeordnet werden kann. (...)

Ein Zwang zur Angabe personenbezogener Daten setzt voraus, dass der Gesetzgeber den Verwendungszweck bereichsspezifisch und präzise bestimmt und dass die Angaben für diesen Zweck geeignet und erforderlich sind. Damit wäre die Sammlung nicht anonymisierter Daten auf Vorrat zu unbestimmten oder noch nicht bestimmbar Zwecken nicht zu vereinbaren. Auch werden sich alle Stellen, die zur Erfüllung ihrer Aufgaben personenbezogene Daten sammeln, auf das zum Erreichen des angegebenen Zieles erforderliche Minimum beschränken müssen.

Die Verwendung der Daten ist auf den gesetzlich bestimmten Zweck begrenzt. (...)

(Aus dem Urteil des Ersten Senats vom 15. Dezember 1983 auf die mündliche Verhandlung vorn 18. und 19. Oktober 1983 - 1 BvR 209, 269, 362, 420, 440, 484/83 - Auszüge aus dem BVerfGE 65,1)

Arbeitshinweise

1. Gebe eine Definition des Begriffes „Recht auf informationelle Selbstbestimmung“.
2. Inwieweit setzt das Grundrecht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit auch das Recht auf informationelle Selbstbestimmung voraus? Welchen Beschränkungen unterliegt dieses Recht?
3. Welche Bedeutung hat die Vorschrift einer konkret bestimmten Zweckbindung von Datensammlungen?

M 12 — Datensammler agieren global, Datenschützer lokal

Bezüglich Datenschutz driften die USA und Europa auseinander.

Eine neue Studie bescheinigt amerikanischen Web-Sites, dass sie beim Sammeln personenbezogener Daten vermehrt die Privatsphäre ihrer Kunden respektieren. Damit erhalten in den USA jene Kreise Auftrieb, die Datenschutz durch freiwillige Selbstkontrolle gewährleisten möchten. Versuche, den Datenaustausch zwischen den USA und der Europäischen Union trotz unterschiedlicher Vorstellungen bezüglich Datenschutz mit Hilfe des Konzepts der „sicheren Häfen“ zu fördern, scheinen zum Scheitern verurteilt.

„Was für einen Unterschied ein Jahr macht“, freut sich Christine Varney, Repräsentantin der Online Privacy Alliance, einer amerikanischen Lobbyorganisation, die sich beim Datenschutz für Selbstregulierung stark macht. „In einer relativ kurzen Zeit ist Datenschutz auf populären Web-Sites Selbstverständlichkeit geworden.“ Was der Anwältin das Herz so erleichtert, ist eine letzte Woche vorgestellte, an der Business School der Washingtoner Georgetown University erarbeitete Studie, die von Firmen wie America Online, American Express, Compaq und Microsoft gesponsert wurde. Darin wird festgestellt, dass zwar 93 Prozent der 364 geprüften Web-Sites personenbezogene Daten

sammeln, dass aber auch rund zwei Drittel von ihnen die Besucher darüber informieren. Bei einer ähnlichen Untersuchung, die vor einem Jahr von der US-Handelskommission (Federal Trade Commission, FTC) durchgeführt worden war, zeigte sich ein anderes Bild: Von 1400 begutachteten Web-Sites sammelten 85 Prozent persönliche Informationen über ihre Besucher. Nur 14 Prozent hielten es für nötig, den Betroffenen gegenüber anzudeuten, dass Daten erhoben werden.

Richtlinien garantieren keinen Schutz

Für amerikanische Wirtschaftsvertreter ist dank dem „Internet Privacy Policy Survey“ der Georgetown University nun klar: Freiwillige Selbstkontrolle funktioniert, Gesetze zum Schutz der Privatsphäre sind nicht erforderlich. Doch die Datenschützer lassen sich durch die neuesten Untersuchungsergebnisse nicht besänftigen. Während im vergangenen Jahr das Angebot quer durch die „.com“-Namensdomäne geprüft worden ist, wurden diesmal lediglich die Datenschutzgepflogenheiten der großen Sites analysiert. Das Ergebnis sei deshalb nicht aussagekräftig. Kritiker der Studie bemängeln weiter, dass nur eine von zehn Web-Sites dem Surfer die Möglichkeit bietet, sich dem Datensammeln zu widersetzen und trotzdem das Angebot zu nutzen. Außerdem bleibt bei der amerikanischen

Lösung unklar, wer die Einhaltung der selbstauferlegten Richtlinien überwacht. Es gibt zwar mit Truste eine Nonprofit-Organisation, die die Datenschutzrichtlinien von Firmen bewertet und allenfalls mit einem Gütesiegel auszeichnet. Dieses Siegel hat aber an Güte verloren. Microsoft, die zu den wichtigsten Sponsoren von Truste gehört, zeichnet ihre Web-Sites mit diesem Siegel aus und musste auch nicht darauf verzichten, als bekannt wurde, dass die Software-Firma entgegen den Vorgaben von Truste, im Gegensatz auch zu den eigenen Datenschutzrichtlinien und ohne Wissen der Betroffenen sehr persönliche Daten von Windows-Anwendern gesammelt hatte.

Die Platform for Privacy Preferences (P3P), ein geplanter Standard des World Wide Web Konsortium, auf den die Befürworter der Selbstregulierung große Hoffnungen gesetzt hatten, scheint zum Scheitern verurteilt. Dank P3P sollte es möglich werden, die Datenschutzrichtlinien, denen sich eine Web-Site unterwirft, in elektronisch lesbarer Form zugänglich zu machen. Der Anwender kann in seinem Browser seine Ansprüche definieren und muss sich danach nicht mehr mit den Datenschutzrichtlinien verschiedener Sites beschäftigen. Klaffen Anspruch und Realität auseinander, wird ihm die Seite nur angezeigt, wenn er dies ausdrücklich wünscht. Die Realisierung von P3P ist nun aber durch den Patentanspruch der Firma Intermind bedroht.

Sturmwarnung

Die EU hat in ihrer im Oktober 1998 in Kraft getretenen strengen Datenschutzrichtlinie dem Verbraucher neben ausführlichen Auskunftsrechten über die Verarbeitung seiner Daten auch Einspruchsrechte gegen die Sammelwut von Unternehmen eingeräumt. In den USA ist eine ähnliche gesetzliche Regelung derzeit undenkbar. Der Streit zwischen beiden Kontinentalmächten zieht sich inzwischen über mehrere Verhandlungsrunden hin. Zur Debatte steht momentan, ob alle Unternehmen, die sich den vom US-Wirtschaftsministerium Ende letzten Jahres erstmals vorgestellten und Ende

April überarbeiteten Safe Harbor Principles verschreiben, bereits generell im Einklang mit der EU-Datenschutzrichtlinie stehen. Die vorgeschlagenen „Häfen“ gelten bei Datenschützern auf beiden Seiten des Atlantiks keineswegs als sturmsicher. Die Prinzipien würden ein „falsches Gefühl an Sicherheit“ vermitteln, fürchtet etwa Simon Davies von der in England und Washington beheimateten Datenschutzorganisation Privacy International. Ende April ging mit dem Transatlantic Consumer Dialogue auch erstmals eine internationale Verbraucherorganisation mit den „Hafenregeln“ ins Gericht: Keine effektiven Kontrollmöglichkeiten, keine wirklichen Einspruchsmöglichkeiten und eine ungebührliche Lastenübertragung auf den Bürger, lauten die Kernaussagen einer Resolution.

Wie wenig sich amerikanische Web-Händler um den Datenschutz kümmern und wie einfach sie bereits heute die EU-Bestimmungen umgehen, macht der englische Ableger von Amazon.com - das Königreich ist eines der wenigen Länder der EU, die die strenge Richtlinie bereits umgesetzt haben - deutlich: In der Privacy Policy wird der Buchliebhaber schlicht darauf hingewiesen, dass die eingegebenen Informationen außerhalb des „Europäischen Wirtschaftsgebiets“ verarbeitet werden: „Indem Sie Ihre Bestellung abschicken, stimmen Sie diesem Transfer zu.“

Vielleicht ging es bei dieser Bestellung ja um das aktuelle Buch des Kommunitariers Amitai Etzioni. Der Soziologe, der zwischen Staat, Wirtschaft und Gesellschaft stets einen Mittelweg sucht, engagiert sich in seinem jüngsten Werk für die Privatsphäre. Angst hat Etzioni weniger vor dem Big Brother Staat - Strafverfolgungsbehörden will er sogar im „Interesse der Allgemeinheit“ stärkere Rechte einräumen - als vielmehr vor den kleinen Brüdern aus der Wirtschaft: „Sie verfolgen nicht nur, was wir tun; sie verfolgen, was wir denken.“

(Aus: Stefan Kreml: Neue Zürcher Zeitung, 21. 5. 1999 : <http://www.nzz.ch/>)

Arbeitshinweise

1. *Wie unterscheiden sich europäische und amerikanische Vorgehensweisen?*
2. *Warum reichen nationale Regelungen nicht mehr aus? Bedenke dabei auch die zuvor bearbeiteten Fälle.*