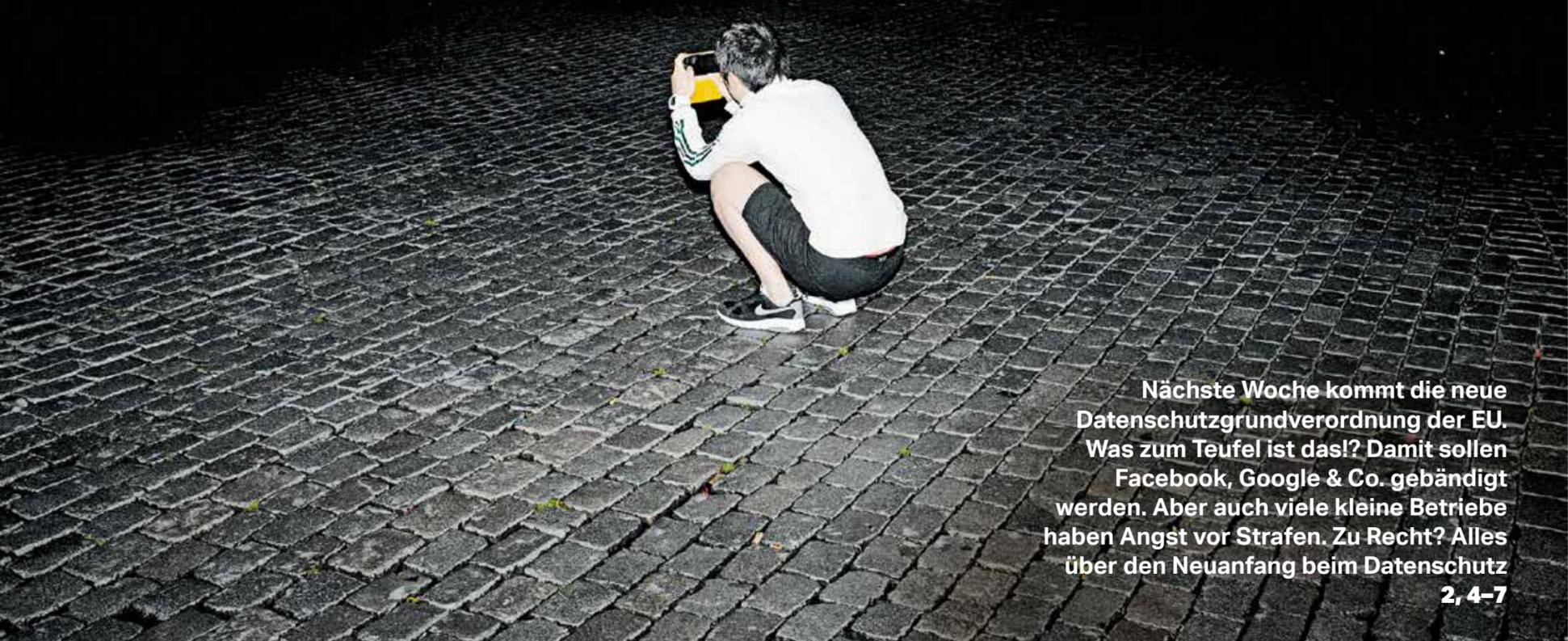


# DSGVO WTF!?



Nächste Woche kommt die neue Datenschutzgrundverordnung der EU. Was zum Teufel ist das!? Damit sollen Facebook, Google & Co. gebändigt werden. Aber auch viele kleine Betriebe haben Angst vor Strafen. Zu Recht? Alles über den Neuanfang beim Datenschutz **2, 4-7**

Datenschutzgrundverordnung – what the fuck!? Die gute Nachricht für alle SmartphoneNutzerInnen: Ihre Daten sollen besser geschützt werden. Die schlechte: Es bleibt kompliziert Foto: Benjakon

## VERBOTEN

Guten Tag, meine Damen und Herren!

verboten ist entsetzt: Schon wieder ein Verbot! Das Wort „bekömmlich“ ist ab sofort in der Bierwerbung verboten, weil es zu gesund klingt, wie der Bundesgerichtshof entschied. „Das stößt nicht nur einem Brauer sauer auf“, wie dpa süffisant bemerkte. Für den beklagten Chef einer Familienbrauerei aus dem baden-württembergischen Leutkirch ist es ein echter Schicksalsschlag. Nun muss er sein Bier mit „geschmackvoll“ beschreiben, was ihm offenbar unmöglich erscheint. Dabei hatte der wackere Brauer doch hervorragend für das Wort „bekömmlich“ argumentiert: „Bier in Maßen genossen, ist durchaus bekömmlich.“ Aber das versteht man halt nur

in Bayern.

Kommentar von **Tanja Tricarico** über die EU-Datenschutzgrundverordnung

## Digitale Zeitenwende

**B**ämm, Facebook! Und ihr auch: Google, Amazon, Apple, Ebay, Zalando und all die anderen, deren Geschäftsmodell die persönlichen Daten der Bürger\*innen braucht. Denn alle 28 EU-Staaten halten euch eine gemeinsame juristische Firewall vor, um euch davon abzuhalten, Dinge von uns zu erfahren, die wir euch freiwillig eigentlich gar nicht sagen wollen. Zugegeben, das Bollwerk für mehr Privatsphäre im digitalen Zeitalter klingt eher sperrig als sexy. Aber die Datenschutzgrundverordnung – kurz DSGVO –, die ab 25. Mai gilt, ist tatsächlich ein Meilenstein und läutet eine Zeitenwende ein in einer Welt, die längst nicht mehr nur analog funktioniert.

Ausnahmsweise kommen diese oft so beliebig benutzten Worthülsen an der richtigen Stelle zum Einsatz. Wer Daten haben will, muss fragen und um Erlaubnis bitten. Wer das nicht tut, wird bestraft und muss zahlen, im besten Fall sogar

empfindlich hohe Geldbeträge. Nahezu jeder, der auch nur ansatzweise in Berührung mit Datenflüssen kommt, nervt noch vor Fristablauf seine Nutzer\*innen mit der Brüsseler Verordnung und fordert ihre Zustimmung.

Die EU zeigt den Datensaugern mit der DSGVO den bürokratischen Stinkefinger. Virtuos verpackt in Paragraphen, etliche Eventualitäten ein- und ausschließend. Technische Standards werden vorgeschrieben, das Recht auf Auskunft, Widerspruch, Löschen, Vergessen, mehr Jugendschutz festgeklopft. Endlich. Schließlich reichen die bisherigen EU-Datenschutzregeln in die 1990er Jahre zurück.

Das Ganze klingt perfekt – zumindest im EU-Sprech. Aber leider haben die Mitgliedstaaten bei der konkreten Umsetzung mehr als ein Wörtchen mitzureden. Datenschützer\*innen reagierten irritiert bis entsetzt, als Kanzlerin Angela Merkel kürzlich von einer Überforderung bei der Um-

setzung der DSGVO sprach und Änderungen ins Spiel brachte. Vielleicht gar nach dem Vorbild Österreichs? Dort sollen Datensünder zunächst nur verwarnet werden und nicht gleich zahlen.

Datenschutz betrifft jeden von uns. Neue Gesetze belasten meist die, die ohnehin unter Bürokratie und Vorschriften leiden und trotz allem keine großen Reichtümer anhäufen. Das ist auch bei der DSGVO so. Blogger\*innen, Vereinsleute, Kleinunternehmer\*innen jammern und stöhnen über ein Regelwerk, das so verklausuliert Vorschriften macht, dass sie nur Expert\*innen verstehen. Die sind schwer zu kriegen und kosten Geld. Auch in Großunternehmen, für die der Datenhandel eine wahre Goldgrube ist, wird heftig gemotzt. Allerdings haben sie genügend Geld, um Expertise einzukaufen.

Dass Datenschutz ein Grundrecht ist, ist an vielen Stellen noch nicht wirklich angekommen. Die DSGVO wird das ändern. Endlich.



**Royale Zeitenwende**  
Wie Harrys Braut Meghan Markle die alte britische Monarchie modern erscheinen lässt **13**

**Mamma mia, Italia**  
In Italien raufen sich 5 Sterne und rechte Lega zum Regieren zusammen. Kann das gut gehen? **3, 12**

**Adiós, Atlético**  
Warum nach dem Europa-League-Gewinn der Madrilenen die größten Stars den Klub verlassen **19**

#DSGVO  
von Sebastian Schwamm



Die taz wird ermöglicht durch **17.859** GenossInnen, die in die Pressevielfalt investieren. Infos unter [geno@taz.de](mailto:geno@taz.de) oder 030 | 25 90 22 13  
Aboservice: 030 | 25 90 25 90 fax 030 | 25 90 26 80 [abomail@taz.de](mailto:abomail@taz.de)  
Anzeigen: 030 | 25 902 -130 / -325 [anzeigen@taz.de](mailto:anzeigen@taz.de)  
Kleinanzeigen: 030 | 25 90 22 22 [kleinanz@taz.de](mailto:kleinanz@taz.de)  
taz Shop: 030 | 25 90 21 38  
Redaktion: 030 | 259 02-0 fax 030 | 251 51 30, [briefe@taz.de](mailto:briefe@taz.de)  
taz Postfach 610229, 10923 Berlin [twitter.com/tazgezwitscher](https://twitter.com/tazgezwitscher) [facebook.com/taz.kommune](https://facebook.com/taz.kommune)  
**www.taz.de**

Ausgabe Berlin Nr. 11630 € 2,30 Ausland € 1,80 Deutschland 4 190254 801808 50620

# Datenschutz als Schreckgespenst

Verbraucherschützer jubeln, viele Unternehmen ächzen über die neuen Datenregeln für Europa. Die Gesetze sollen auch die Internetriesen aus den USA in die Schranken weisen, auch kleine Firmen jammern über Rechtsunsicherheit

Aus Berlin **Tanja Tricarico**

Seit Monaten geistert sie wie ein Schreckgespenst durch viele Firmen. Chefs und Mitarbeiter stöhnen über das Bürokratiemonster namens DSGVO – kurz für Datenschutzgrundverordnung. Ab 25. Mai gilt sie in allen EU-Staaten. Die DSGVO soll die Bürger vor dem Zugriff von Datenaugern bewahren und den Schutz privater Informationen über deren wirtschaftliche Verwertung stellen.

Während Verbraucher- und Datenschützer jubeln, ächzen viele Unternehmen. Die einen, weil sie ihr Geschäft mit dem Datenhandel in Gefahr sehen. Die anderen, da sie sich von der Regulierungswut der EU-Bürokraten in die Ecke getrieben fühlen.

„Bei uns ist die Hölle los“, sagt der Geschäftsführer eines IT-Unternehmens mit etwa 50 Mitarbeitern in Baden-Württemberg. In der Zeitung will er nicht namentlich genannt werden. Aber aus seiner Wut über die EU-Bürokraten macht er keinen Hehl. Das Problem: Der Mittelständler hat Angst, dass auf ihn horrende Bußgelder zukommen, wenn er sich nicht an die DSGVO hält. Aber: Was heißt das eigentlich? Viele Chefs schimpfen über die vielfach unklare juristische Auslegung der Verordnung. Was ist erlaubt, was geht gerade so, was nicht? Es geht um viel: Sündern drohen nämlich Strafen in Höhe von bis zu 4 Prozent des Jahresumsatzes – für Facebook wären das, nur mal zum Beispiel, etwa 1,6 Milliarden Dollar.

„Viele Unternehmen werden bis zum Stichtag am 25. Mai nicht in der Lage sein, alle Vorgaben der EU-Datenschutzgrundverordnung umzusetzen“, sagt Rebekka Weiß. Für die Datenschutzreferentin beim IT-Brancheverband Bitkom liegt das vor allem an der Masse der neuen Auflagen. „Es gibt an vielen Stellen zu viel Rechtsunsicherheit“, sagt Weiß.

Zum Beispiel beim neuen Recht auf Daten-Portabilität. Gemeint ist ein gemeinsamer technischer Standard, der es

ermöglichen soll, dass Daten zwischen Unternehmen ausgetauscht werden. Doch wie das technisch und praktisch funktionieren kann, weiß keiner genau. Ähnlich sieht es bei der Verarbeitung von Daten aus: Reicht eine Einwilligungserklärung, die den Kunden vorgelegt wird, damit sie zustimmen, dass ihre Adresse, ihre Einkäufe oder Dienstleistungen gespeichert werden? Wie umfangreich muss diese Einwilligung sein?

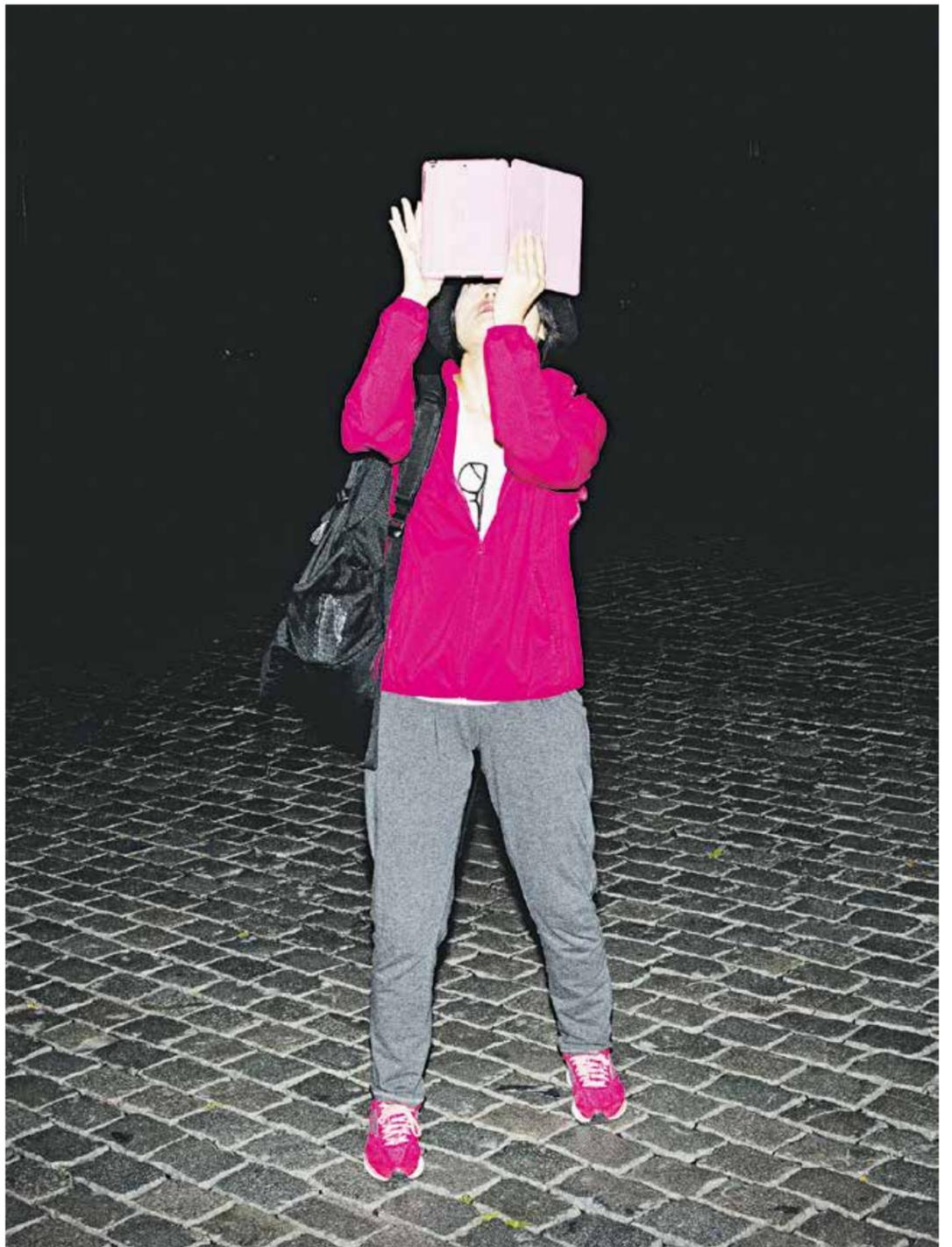
Vor zwei Jahren wurde die DSGVO auf EU-Ebene verabschiedet. Sie sollte die bisherigen Datenschutzregeln vereinheitlichen und reformieren. Die alten EU-Datenschutzregeln stammen aus einer Zeit, in dem Analog-„Goldstandard“ war, nämlich von 1995. Auch 24 Monate nach dem EU-Beschluss sind etliche Firmen nicht in der Spur. Vor allem für kleinere Firmen oder Start-ups sei die DSGVO „ein riesengroßes Paket“, sagt Bitkom-Referentin Weiß.

Auch Stephan Wernicke, Chefjustitiar des Deutschen Industrie- und Handelskammertags, spricht von großen Herausforderungen, der Bürokratie und den vielen Regeln, die „kaum sinnvoll in den unternehmerischen Alltag zu integrieren“ seien. Deshalb fordert er eine längere Schonfrist, die Verordnung umzusetzen. Schärfer fällt das Urteil des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI) aus. Die vielen in der DSGVO verankerten „Rechenschaftspflichten kosten Ressourcen, Zeit und Geld“, sagt Iris Plöger, Mitglied der BDI-Hauptgeschäftsführung. Vielen Firmen fehlten Fachkräfte für den Datenschutz. „Datenschutzrecht darf nicht zum Innovationshemmnis und Standortnachteil werden“, klagt Plöger.

Schuld an der Misere sind laut Bitkom-Expertin Weiß auch die Behörden. Sie hätten die Unternehmen zu spät über die Vorgaben informiert. Außer Juristen und IT-Experten könne ja kaum einer das Regelwerk verstehen. Die Behörden hätten hier viel stärker mit konkreten Handreichungen und verbindli-

Was darf ich fotografieren?  
Die neue EU-Datenschutzgrundverordnung bringt viele Vorteile, sorgt aber auch in diesem Bereich für mangelnde Rechts-sicherheit

Alle Fotos: Benjakon



chen Hilfestellungen unterstützen können.

In Großunternehmen gibt es in der Regel Datenschutzbeauftragte oder komplette Abteilungen, die sich nur um den Schutz von Kunden- und Nutzerdaten kümmern – diese arbeiten derzeit vor allem daran, dass die Datenschutzgrundverordnung umgesetzt wird. Der Berliner Online-Händler Zalando hat sogar ein interdisziplinäres DSGVO-Team formiert. Juristen,

Techniker, Designer und Produktexperten arbeiten daran, dass ab dem 25. Mai alles klappt. Zalando stehe mit anderen Digitalfirmen im Austausch, um sich über die Interpretation der DSGVO zu informieren, heißt es aus dem Unternehmen.

Grund für den Aktionismus sind – auch – die happigen Bußgelder. Angst davor haben ebenso kleine und mittelständische Firmen. Sie müssen nun einen Beauftragten bestel-

len, der sich um die Einhaltung der Vorschriften kümmert. Weiß rechnet mit einer regelrechten Abmahnwelle, sobald die Verordnung gilt. Denn die neue Gesetzeslage hat bereits neue Geschäftsmodelle entstehen lassen. So haben sich Anwaltskanzleien auf die Einhaltung der DSGVO spezialisiert, andere „vermieten“ sogar Datenschutz-Experten. Mindestens einen hauptamtlich zuständigen fordert nämlich die

DSGVO für Firmen, die Daten verarbeiten.

Bitkom-Fachfrau Weiß geht von langwierigen Verfahren aus. Das Personal der Datenschutzbehörden auf Landes- und Bundesebene wurde zwar aufgestockt. Dabei haben die Beamten aber eigentlich andere Aufgaben. „Die Aufsichtsbehörden“, sagt Weiß, „sollen beraten und unterstützen – nicht nur Bußgelder verhängen und Sanktionen aussprechen.“

## Widersprechen, löschen, umziehen

Ab kommender Woche haben alle 500 Millionen Europäer deutlich mehr Rechte im Netz. Das steht drin in der EU-Datenschutzgrundverordnung

Von **Hannes Koch** und **Tanja Tricarico**

Wer in diesen Tagen sein Konto bei Facebook öffnet, wird zunächst gestoppt. Ein Kasten erscheint, der über Neuerungen informiert. Beispielsweise können die Nutzer\*innen nun Werbung blockieren, die ihnen bisher automatisch zugeschickt wurde. Hier machen sich die neuen EU-Regeln zum Datenschutz bemerkbar, die ab 25. Mai für alle 500 Millionen Europäer\*innen gelten. Für die Verbraucher\*innen stellen sie eine deutliche Verbesserung dar – wenn man sie tatsächlich anwendet. Sie gelten auch für US-Konzerne, wenn sie in der EU tätig sind.

**Mehr Kontrolle über die Daten**

Datenverarbeiter wie Facebook müssen ihren Nutzer\*innen künftig die Möglichkeit einräumen, den Abfluss der eigenen Daten durch Weiterver-

kauf an andere Firmen zu verringern. Informationen zum Datenschutz etwa bei Facebook finden sich in den persönlichen Nutzer-„Einstellungen“ unter anderem bei den Menü-Punkten „Apps“ und „Werbeanzeigen“. Beim Eintrag „Datenschutz“ erläutert Facebook außerdem Änderungen durch die Datenschutzgrundverordnung.

**Weg mit der Werbung**

Mit wenigen Klicks können Nutzer\*innen künftig Werbung aus ihrem Account verbannen. Ohne Begründung kann Widerspruch gegen die Verwendung von Daten für Direktmarketing eingelegt werden. Dazu gehören Anzeigen, die Nutzern individuell zugesandt werden, nachdem Facebook oder andere Firmen die jeweilige Kommunikation ausgewertet haben. Dadurch wissen Firmen beispielsweise, wer gerne in welche Länder reist oder sich für E-Gitarren interessiert. Solche

Werbung lässt sich mittlerweile blockieren, indem man zum Beispiel bei Facebook die persönlichen „Einstellungen für Werbeanzeigen“ ändert.

**Recht auf Datenauskunft**

Betroffen sind alle Unternehmen, die Nutzerdaten verarbeiten – sie müssen ihren Kund\*innen künftig auf Verlangen Auskunft über eventuell gespeicherte persönliche Daten geben und unter bestimmten Voraussetzungen die Einwilligung zur Weiterverwertung einholen.

**Recht auf Vergessen**

Bürger\*innen haben künftig bessere Chancen, Informationen über sich, die sie für schädlich halten, aus dem Internet zu tilgen. Bisher ist es kompliziert, langwierig und manchmal unmöglich, unvorteilhafte Partyfotos, Informationen über Jahrzehnte zurückliegende Rechtsstreits oder gar Lügen zu

löschen. Mit dem Recht auf Vergessen müssen beispielsweise Suchmaschinen wie Google Fotos aus den eigenen Suchergebnissen entfernen.

**Recht auf Datenumzug**

Wer beispielsweise Whatsapp verlassen will, kann bei der Facebook-Tochter nun die Herausgabe der kompletten Kommunikation und Kontaktliste verlangen. Das gibt Kunden die Möglichkeit, zu anderen Messenger-Diensten umzuziehen. Dieses Verfahren ähnelt dem aus Branchen wie der Telekommunikation und der Stromversorgung.

**Neue Altersbegrenzung**

Messengerdienste oder Online-Plattformen dürfen künftig erst ab 16 Jahren genutzt werden. Jüngere Nutzer\*innen brauchen die ausdrückliche Zustimmung der Eltern. Bei Whatsapp galt bisher ein Mindestalter von 13 Jahren. Ein Nachweis etwa per Ausweiskopie

wird jedoch nicht verlangt. Die entsprechende Option zum Altersnachweis muss lediglich angeklickt werden.

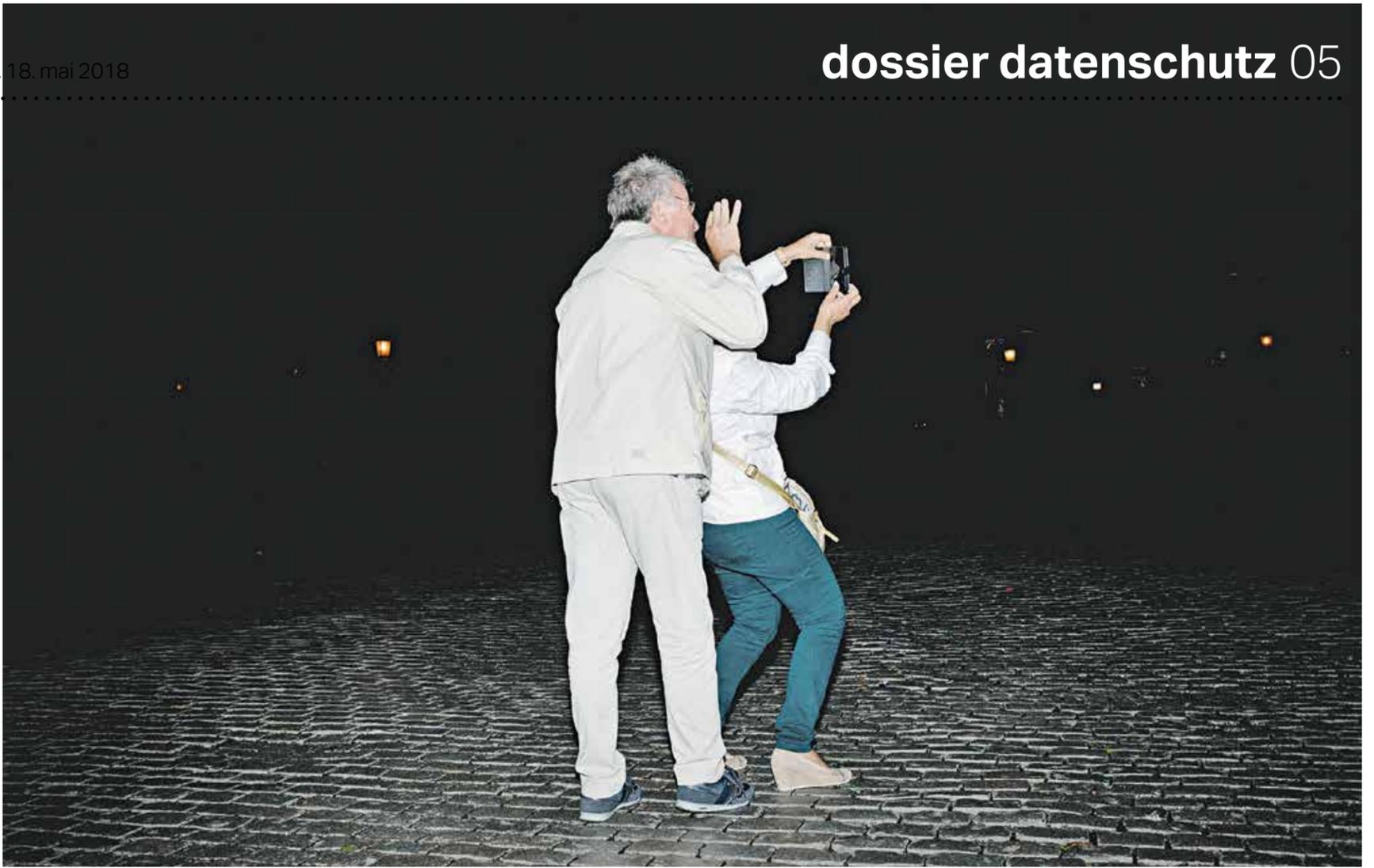
**Regeln bei Pannen und Verstößen**

72 Stunden haben Firmen Zeit, Datenschutz-Lecks an eine Aufsichtsbehörde zu melden und die Betroffenen zu informieren. Bemerken Nutzer\*innen einen Verstoß, können sie sich an ihre lokalen Datenschutzbehörden wenden. Wird ein Regelbruch nachgewiesen, müssen Firmen bis zu vier Prozent ihres weltweiten Jahresumsatzes an Strafen zahlen.

**Datenschutzfreundliche Voreinstellungen**

Datenschutz soll künftig schon beim Planen („privacy by design“) von Geräten oder Software und durch datenschutzfreundliche Standardeinstellungen („privacy by default“) berücksichtigt werden.

Ein digitales Foto ist ein Datensatz. Wie alle anderen Datenerhebungen unterliegt auch er grundsätzlich der neuen Verordnung



# Digitalnerd, Duzminister

Jan Philipp Albrecht ist der Vordenker der neuen Datengesetze in Europa. Nach neun Jahren im EU-Parlament gilt der Grüne als Überflieger. Jetzt löst er Robert Habeck als Ressortchef in Kiel ab

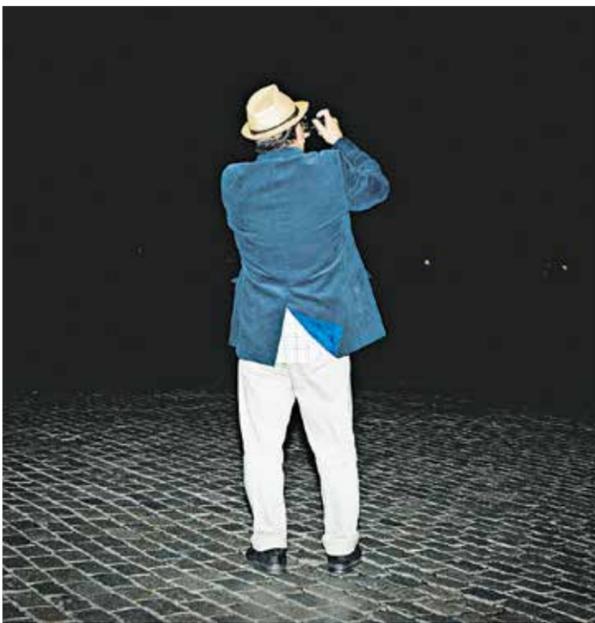
Aus Brüssel **Eric Bonse**

**G**anz schön lässig, immer locker. Wer Jan Philipp Albrecht zum ersten Mal trifft, hat Mühe, ihn richtig einzuordnen. Mit seinem weiß-blauen Ringelpullover erinnert der ziemlich häufig gut gelaunte 35-Jährige auf den ersten Blick mehr an einen bretonischen Fischer als an einen gestandenen Europaabgeordneten.

Dabei ist Albrecht einer der bekanntesten – und einflussreichsten – EU-Politiker in Brüssel. Sein Name steht für Datenschutz und Demokratie. Der Grüne gilt als Vordenker und Mastermind der EU-Datenschutzgrundverordnung. Die DSGVO ordnet die digitalen Rechte und Pflichten ab kommenden Freitag in der gesamten EU neu. Experten sagen, die Verordnung habe sogar das Zeug, langfristig zum Weltstandard zu werden.

All das war nicht absehbar, als Jan – so nennen ihn Kollegen und Freunde – 2009 zum ersten Mal für das Europaparlament kandidierte. Damals war der nette junge Kerl aus Braunschweig in Deutschland komplett unbekannt. Nur bei den Grünen hatte er sich schon von 2006 bis 2008 einen Namen gemacht – als Bundeschef der Grünen Jugend.

„Er war kein Nobody“, sagt das grüne Urgestein Reinhard Bütikofer, ebenfalls EU-Parlamentarier. „Wir suchten damals neue, frische Gesichter mit Gestaltungswillen.“ Gemeinsam mit Sven Giegold und Barbara Lochbihler schaffte es Albrecht auf die Europaliste. Er war 26 Jahre jung, interessierte sich fürs Digitale – also die personalisierte Zukunft. Das gab den Ausschlag. Außerdem hatte es der als eher links geltende Albrecht geschafft, auch die Realos im Parteirat und -vorstand zu überzeugen.



Neun Jahre später gilt Albrecht als Überflieger – und gehört fast schon zum Establishment. Alle reden über seine relativ userfreundliche Datenschutzreform, auch in den USA. Sogar Facebook-Chef Mark Zuckerberg hatte die Datenschutzgrundverordnung gelobt. Die Europäer hätten, „die Dinge richtig gemacht“, sagte er bei einer Anhörung im US-Kongress.

Das freut den jungen Juristen, der in Berlin, Bremen und Brüssel studiert hat. Ausgesprochen ärgerlich findet Albrecht, dass Zuckerberg sich keiner öffentlichen Anhörung im EU-Parlament stellen möchte. „Der US-Kongress konnte ihn dazu zwingen, wir leider nicht“, sagt Albrecht. Die Befragung im EU-Parlament findet nun hinter verschlossenen Türen statt. Mit einem freundlichen Empfang darf Zuckerberg hier nicht rechnen. Albrecht will ihn auf das umstrittene Geschäftsmodell von Facebook – den Verkauf von Kundendaten – an-

sprechen. Es könnte munter werden.

Noch mehr hätte der Grüne sich allerdings über den Besuch eines anderen Amerikaners gefreut: Edward Snowden. Monatelang kämpfte Albrecht dafür, Snowden zu einer Anhörung nach Straßburg zu holen, um über die NSA-Abhöraffaire zu sprechen. Am Ende scheiterte er nicht nur an den USA und ihrem weltweiten Snowden-Bann, sondern auch am damaligen Parlamentspräsidenten Martin Schulz – der SPD-Mann wollte sich nicht in die Nesseln setzen.

Eine Niederlage war das aber nicht, sagt Albrecht, heute stellvertretender Vorsitzender des Innen- und Justizausschusses. Schließlich habe das Parlament zwei Resolutionen vorgelegt, die die Überwachung durch die Geheimdienste einschränken sollen. Allerdings beendigten die EU-Staaten die Affäre hinterher klammheimlich. „Die nationale Sicherheit hat Vorrang“, klagt Albrecht. Die Geheimdienste seien

ein „schwarzes Loch des Rechtsstaats“.

Auch beim Datenschutz haben die Regierungen versagt, findet Albrecht. „Nicht ein einziger Mitgliedsstaat hat den Bürgern und den Unternehmen die neuen Regeln erklärt, das ist ein Skandal.“ Deutschland hat die Datenschutzgrundverordnung zwar schon in nationales Recht umgesetzt. Die Bundesregierung habe jedoch zu wenig getan, um die „Exzesse“ der Abmahnbranche einzuschränken. Einige spezialisierte Anwälte nutzten dies nun, um „Panik“ zu verbreiten.

Überhaupt, die deutsche Politik. Im Gespräch mit Albrecht spürt man, wie sehr sie ihn umtreibt – und aufregt. Viele in Berlin würden sich zwar in Sonntagsreden zur EU bekennen, sagt Albrecht, doch die „europäische Perspektive“ sei nicht wirklich vorhanden, „in der Praxis ist doch alles sehr deutsch“.

Vielleicht kann er jetzt daran etwas ändern: Ab September muss Albrecht beweisen, dass er nicht nur Fachexperte, sondern auch Minister kann. Dann wird der grüne Jungstar Ressortchef für Umwelt, Landwirtschaft und Digitales in der schleswig-holsteinischen Jamaika-Koalition. Mit seinem Wechsel nach Kiel will Albrecht, der neben dem deutschen auch einen französischen Pass hat (seine Großeltern leben in der Provence), „Europa und die Digitalisierung nach Deutschland tragen“.

Neben seinem Mentor, dem Grünenchef und noch amtierenden Kieler Umweltminister Robert Habeck („er ist mein Traum-Nachfolger“) zählt Albrecht auch die Grünen-Kovorsitzende Annalena Baerbock zu seinen politischen Freunden. Die Erwartung in Kiel ist klar: Albrecht soll hier weniger den Digitalnerd als vielmehr den volksnahen Minister geben, der sich nach der Stallbesichtigung mit den Bauern duzt.

Wie Habeck. Aber: Während Habeck als Realo gilt, den auch die Parteilinke schätzt, ist Albrecht der Grünen-Linke, den auch die konservativeren Teile der Partei gut finden.

Die meisten Fans hat Albrecht wohl im Norden. Er ist bekennender St.-Pauli-Anhänger. Dennoch dürfte ihm der Wechsel von Brüssel nach Kiel nicht ganz leicht fallen. „Ich hätte auch gut in Brüssel bleiben können“, räumt er ein. Neben der Arbeit im Parlament gefällt ihm das multikulturelle Flair. Vor allem die Place Flagey im Szeneviertel Ixelles mit dem Wochenmarkt und den vielen Kneipen wird ihm wohl fehlen.

## Albrecht ist der Linke, den auch konservativere Teile der Partei gut finden

Doch die Arbeit als Europaabgeordneter hat auch Schattenseiten. Die EU-Politik sei nicht genug an die Bürger „rückgekoppelt“, findet Albrecht. Außerdem hätten die Lobbyisten in Brüssel zu großen Einfluss. Allein zur Datenschutzgrundverordnung wurden dem zuständigen Parlaments-„Berichterstatte“ Albrecht 4.000 Änderungsanträge eingereicht, beinahe hätten die Interessenvertreter und ihre Freunde bei den Europaabgeordneten die parlamentarische Arbeit lahmgelegt.

Ein weiteres Problem: die Mitgliedsstaaten. „Die Intransparenz im Ministerrat hat mich am meisten heruntergezogen“, sagt Albrecht. In der Vertretung der 28 EU-Länder gehe es alles andere als offen und demokratisch zu. „Das ist eine Blackbox“, klagt der Abgeordnete. Die Mitglieds-

staaten versuchten, unter dem Deckmantel der Diplomatie die EU-Gesetzgebung zu beeinflussen – oder zu hintertreiben.

Auch Deutschland stand auf der Bremse – oft zusammen mit den Briten, die es mit dem Datenschutz nicht immer so genau nehmen. Doch Albrecht wusste sich zu wehren – auch durch offensive Öffentlichkeitsarbeit. Wie man mit Journalisten umgeht, hat er – unter anderem – auch 2005 bei einem Praktikum in der Lokalredaktion der taz in Bremen gelernt. Über Albrechts Clinch mit den dunklen Mächten wurde sogar ein Film gedreht. „Im Rausch der Daten“ – so der Titel – zeigt, wie schwer Demokratie in Zeiten der Digitalisierung geworden ist.

Albrecht und die damalige EU-Justizkommissarin Viviane Reding „versuchen das vermeintlich Unmögliche und stellen sich einem harten, fast undurchdringlichen politischen Machtapparat, in dem Intrigen, Erfolg und Scheitern so nahe beieinander liegen“, heißt es im Trailer. Auf jeden Fall zeigt der Film gut, wie spannend, komplex und undankbar EU-Politik sein kann.

Ob sich Jan Philipp Albrecht im deutschen Politikbetrieb genauso wohlfühlt wie im europäischen, steht auf einem anderen Blatt. Kiel ist nicht Berlin. Doch er wäre nicht der erste Europäer, der sich in Deutschland schwer tut.



Jan Philipp Albrecht  
Foto: Markus Scholz/dpa

## Gestresste Vereinsmeier

Joost Schloemer ist Vorsitzender des Bundesverbands Deutscher Vereine und Verbände. Die neuen Datenregeln nerven seine Mitglieder

„Die Leute haben Stress, richtig Stress. Denn die juristische Fachsprache der neuen Datenschutzgrundverordnung ist einer vielseitigen Interpretation ausgesetzt, welche sich in ihrer Fülle an Unübersichtlichkeit übertrifft. Man braucht als Laie unendlich viel Zeit, sich in den europäischen Datenschutz mit seinen Änderungen und Pflichten einzuarbeiten. Künftig steckt man ja schon in der Datenschutz-Falle, wenn man eine Visitenkarte annimmt und die Informationen des Betroffenen weiterverarbeitet. Dabei soll der Datenschutz doch Verbraucher, Unternehmen, Organisationen und Vereine schützen.

Die neuen Datenschutzregeln betreffen jedenfalls jeden Bundesbürger. Aber viele sind sich der neuen Bedrohungslage nicht bewusst, wenn sie mit sensiblen Daten umgehen.

In Deutschland gibt es etwa 600.000 eingetragene Vereine. Hinzu kommen rund zwei Millionen nicht eingetragene beziehungsweise nicht rechtsfähige Vereine. Vor allem Sportvereine organisieren sich über Verbände und bekommen von Experten aus diesen Gremien Hilfe beim Thema Datenschutz. Die anderen sind hilflos, überfordert und müssen sich teure juristische Unterstützung holen.

„Viele sind sich der neuen Bedrohungslage nicht bewusst, wenn sie mit sensiblen Daten umgehen“

Die Vereine, die sich mit Vereinssoftware ausgestattet haben, Web- und Blogseiten sowie Newsletter-Service, Foren oder Öffentlichkeitsarbeit mit Bild betreiben, sind besonders gefährdet, da sie meistens von Dritten wie Fotografen, Beratern, Softwarefirmen, Webdienstleistern oder Veranstaltern abhängig sind, ohne zu wissen, ob diese die erforderliche Rechtskonformität in puncto Datenschutz sicherstellen können. Das bringt viel Unsicherheit.

Auch fragt man sich, was mit via Google & Co. veröffentlichten Daten sowie längst nicht mehr gebrauchten Daten geschieht. Denn man kennt auch die Methoden nicht, mit denen bisher und auch künftig die eigenen Datenschutzverletzungen aufgespürt werden.

Unklarheit besteht etwa beim Recht am eigenen Bild, und zwar schon vor Betätigung des Auslösers. Vermutlich scheint es jetzt geboten, eine Freigabe des Bildes von allen Abgebildeten einzuholen – oder gar die Veranstaltungsteilnahme von dieser Freigabe abhängig zu machen. Das wird komplex bei Fotos mit vielen Personen.

Schwierig wird es auch bei der Abfrage der Religionszugehörigkeit in Aufnahmeanträgen oder der Namensnennung, etwa auf Diakoniewartelisten, bei der Datenschutzbelehrung oder bei der Öffentlichkeitsarbeit.

Mit einer Datenschutzklausel auf der Vereinswebseite ist es nicht getan. Letztendlich hilft nur eine Vermögens- und Schadenshaftpflicht, um einen Verein vor Abmahnkosten zu schützen.“

Protokoll: Tanja Tricarico

Wie verträgt sich die neue Verordnung mit den bestehenden Regelungen zur Presse- und Kunstfreiheit? Berufsfotografen fühlen sich in dieser Frage vom Gesetzgeber alleingelassen

Alle Fotos: Benjakon

# Vergiss mich, Internet!

Firmen müssen künftig Daten löschen, wenn ihre Kundschaft das möchte. Aber ob und wie das Recht auf Vergessenwerden umgesetzt wird, entscheiden wohl Gerichte

Von Dinah Riese

Was einmal im Netz ist, das bleibt auch dort – so war das jedenfalls bislang. Pass auf, was du im Internet teilst, wem du Bilder schickst, was du von dir preisgibst. Einmal ins Formular oder Textfeld getippt, sind die Daten aus der Hand gegeben – und damit der eigenen Kontrolle entzogen. Aber: Das soll jetzt alles anders werden, dank der Datenschutzgrundverordnung.

Das „Recht auf Vergessenwerden“ ist eines der zentralen Elemente der neuen Vorschriften, geregelt in Artikel 17. Der heißt eigentlich „Recht auf Löschung“ – der griffigere andere Titel steht in Klammern dahinter.

Hier ist geregelt, dass Menschen das Recht haben, das Löschen aller sie betreffenden personenbezogenen Daten von einem Verarbeiter zu fordern, und zwar „ohne schuldhaftes Zögern“ – konkret haben Fir-

men dafür vier Wochen Zeit. Dieser Wunsch kann berechtigt sein, wenn es keinen Grund für eine weitere Speicherung dieser Daten gibt, aber auch, wenn die Person einfach ihre Einwilligung widerruft. Der Verarbeiter muss sogar von sich aus Daten löschen, zu deren Speicherung und Verarbeitung es keinen Grund (mehr) gibt. Falls zu löschende Daten weiterverbreitet wurden, müssen Dritte, die die Daten ebenfalls verarbeiten, darüber informiert werden. All das passt zum ebenfalls in der DSGVO festgeschriebenen Grundsatz der Datenminimierung: Danach soll nur noch das Nötigste gespeichert, der Rest muss gelöscht werden. Auch die Informationspflichten für Firmen werden erweitert. Künftig haben also alle Europäer auch das Recht, zu erfragen, welche Daten überhaupt über sie gespeichert sind.

Die Regelungen sollen es Menschen ermöglichen, weiträumig die Kontrolle über ihre Daten zu behalten – sei es nun bei Plattformen wie Facebook, Online-Marktplätzen wie Amazon oder auch bei der kleinen Buchhandlung von nebenan, der ich vor einem halben Jahr eine Mail mit einer Frage zum neuen Roman meiner Lieblingsautorin geschrieben habe. Ausnahmen gibt es zum Beispiel bei öffentlichem Interesse, gesetzlich vorgeschriebenen Speicherfristen oder zur Ausübung des Rechts auf Meinungsfreiheit.

Das Recht auf Löschen und Vergessenwerden gab es bereits – begrenzt – vor der DSGVO. 2014 etwa verpflichtete der Europäische Gerichtshof Google dazu, bestimmte Links aus seinen Suchergebnissen zu entfernen, da diese „nicht mehr erheblich“ seien. Geklagt hatte ein Spanier, dessen Name im Zusammenhang mit einer Zwangsversteigerung in Zeitungsartikeln aufgetaucht war. Er hatte seine Schulden jedoch längst abbezahlt – doch wer seinen Namen googelte, landete bei diesen Artikeln. Viele Un-

ternehmen setzen die bestehenden Regeln bisher kaum um. Da mit der DSGVO für Verstöße nun enorm hohe Bußgelder drohen, gibt es jede Menge Ratgeber, Handbücher und teure Kurse im Angebot, die erklären, wie man den Datenschutz den Vorgaben entsprechend umsetzen kann.

So sind etliche Unternehmen selten darauf ausgerichtet, bestimmte Daten zu bestimmten Zeiten zu löschen. „Die DSGVO betrifft große Konzerne genau so wie kleine Unternehmen“, sagt Ingo Dachwitz vom Blog Netzpolitik.org. Gerade für die kleinen Datenverarbeiter sei die Herausforderung, sich umzustellen, größer. „Aber dass man geltende Regeln bisher nicht umgesetzt hat und damit durchkam, kann ja kein Argument sein, es auch weiter-

„Diese Fragen werden Gerichte klären müssen“

Ingo Dachwitz, Netzpolitik.org

hin nicht zu tun“, sagt Dachwitz. Wer in Zukunft tatsächlich welche Daten löschen muss, das wird sich noch zeigen. Kann ich von der Schufa verlangen, Daten über eine vor 20 Jahren nicht bezahlte Handyrechnung zu löschen, wenn ich seither immer brav gezahlt habe? Oder hat die Auskunft ein berechtigtes Geschäftsinteresse an der Speicherung dieser Daten? „Ich persönlich bin der Meinung, dass auch die Schufa löschen muss“, sagt Dachwitz. „Aber diese Fragen werden wohl die Gerichte klären müssen.“ Dachwitz glaubt, dass in den kommenden Jahren viele Prozesse rund um die DSGVO geführt werden. „Darin zeigt sich durchaus ein Versäumnis“, sagt er. „Die DSGVO regelt Dinge sehr grundsätzlich. Die EU und die Bundesregierung hätten bestimmte Bereiche noch ausformulieren oder konkretisieren sollen.“



## „Datenschutz macht Arbeit, aber dient uns allen“

So wirkt Europas neues Regelwerk für das Internet: Verbraucherschützer Christian Gollner über die gewonnene Macht von Verbraucher\*innen und Behörden – und ihre Grenzen

Interview Tanja Tricarico

taz: Herr Gollner, WhatsApp, Facebook, Google & Co. reagieren auf die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und fordern derzeit ihre Nutzer\*innen auf, neue Bestimmungen abzusegnen. Was passiert, wenn ich nicht zustimme?

Christian Gollner: Die DSGVO besagt, dass die Anbieter eine Dienstleistung nicht davon abhängig machen dürfen, dass der Verbraucher in eine Datennutzung einwilligt, die über die eigentliche Nutzung des sozialen Netzwerks hinausgeht. Geregelt wird das ganze über das sogenannte Kopplungsverbot. Das bedeutet, dass man WhatsApp oder Facebook nutzen kann, ohne dass die eigenen Daten weiterverarbeitet werden. Tatsächlich müssen wir noch beobachten, wie dieser Passus in der Verordnung von den Unternehmen umgesetzt wird.

In meinen sozialen Netzwerken taucht ungewöhnliche Werbung auf, Anbieter kontaktieren mich ungewollt. Ich vermute einen Verstoß gegen den Schutz meiner Daten. Was kann ich tun?

Auf den ersten Blick ist es schwierig, überhaupt herauszufinden, ob meine Daten missbräuchlich weiterverwendet wurden. Aber ich kann bereits jetzt bei den Anbietern eine Auskunft darüber anfordern, welche Daten über mich gespeichert sind. Dank der neuen Verordnung müssen die Unternehmen nun innerhalb eines Monats auf eine solche Anfrage antworten.

Was passiert dann?

Ich kann zum einen eine Löschung meiner Daten einfordern. Wenn ich einen Verstoß gegen die Datenschutzbestimmungen vermute, kann ich mich direkt an die Aufsichtsbehörden wenden, die meinen Fall

dann prüfen. Dank der Datenschutzgrundverordnung können sich Betroffene an die Datenschutzbeauftragten in ihren Bundesländern wenden und müssen nicht mehr mit Institutionen in den USA oder der Aufsicht in Irland Kontakt aufnehmen. Ein besonderes Formular ist nicht notwendig. Die Anfrage auf Prüfung funktioniert formlos.

Viele Konzerne fürchten, dass die DSGVO eine Abmahnwelle auslöst. Ist das Panikmache?

Nicht jede Abmahnung ist tatsächlich berechtigt. Ob es eine Verwarnung gibt oder ein Bußgeld verhängt wird, hängt letztlich von der Schwere des Verstoßes gegen die Datenschutzbestimmungen ab.

Eltern berichten auf der Schulwebsite, Verwandte bloggen aus dem Urlaub – müssen sich auch Privatleute mit der DSGVO auseinandersetzen?

Wer online Informationen verbreitet, muss sich auch über Datenschutz Gedanken machen. Jeder, der ein Smartphone hat, muss wissen, dass er personenbezogene Daten verwaltet und möglicherweise auch weitergibt. Heute hinterlassen wir mit jedem Schritt und Tritt im Internet digitale Spuren. Jeder Einzelne wird damit zum Datenverwalter. Datenschutz macht Arbeit, aber er dient uns allen.



Foto: Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz e.V.

Christian Gollner arbeitet bei der Verbraucherzentrale Rheinland-Pfalz in Mainz und ist dort Referent für Verbraucherrecht und Datenschutz-

taz shop

### Italienisches Glas (6er Set)

Dieses schöne und schlichte Glas ist aus der italienischen Tischkultur nicht mehr wegzudenken. Es ist als Wasser- oder Weinglas nutzbar, für Espresso, Espresso Macchiato oder Saft. Ein echter Klassiker, in dem sich sogar kleine Nachtisch-Portionen anrichten lassen. Hergestellt in Borgonovo, Italien. Höhe: 9 cm, 6 Stück.

€ 1200



10% Rabatt für taz-AbonnentInnen & taz-GenossInnen

taz Shop | taz Verlags- und Vertriebs GmbH | Rudi-Dutschke-Straße 23  
10969 Berlin | T (030) 25902138 | tazshop@taz.de | www.taz.de/shop



## „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 Haushaltsgesgeber 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.

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?

## 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 Justizabel 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