

## **Daten sind keine Ware! (2009)**

***1) Adress- und Datenhandel darf nur mit Einwilligung der Betroffenen möglich sein.***

***2) Die Einwilligungslösung muss zügig geltendes Recht werden.***

### **Begründung:**

Die Datenskandale der jüngeren Vergangenheit haben deutlich gemacht, dass mittlerweile kein Verbraucher mehr die Kontrolle darüber zu haben scheint, was mit seinen Daten geschieht, sobald sie einmal raus gegeben wurden. Dieses Problem wird zwar durch den teilweise verantwortungslosen Umgang mancher Betroffener mit den eigenen Daten verstärkt, die Ursache liegt aber woanders: Dem unberechtigten Handel mit personenbezogenen Daten wird durch die geltende Gesetzeslage Tür und Tür geöffnet. Danach dürfen etliche personenbezogene Daten, die listenmäßig oder sonst zusammengefasst sind, für Werbezwecke oder Markt- und Meinungsforschung ohne Einwilligung des Betroffenen übermittelt und genutzt werden (vgl. § 28 III BDSG). Wer also seine Daten an ein bestimmtes Unternehmen herausgibt, verliert ab diesem Zeitpunkt die Kontrolle darüber, wer diese in Zukunft erhält und nutzt. Selbstbestimmungsrecht und Wahlfreiheit des Verbrauchers werden so mit Füßen getreten. Dieses Problem wurde auf der Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder im November 2008 erkannt und der Konsens gefunden, in Zukunft den Adress- und Datenhandel nur noch auf der Grundlage der eindeutigen Einwilligung der Betroffenen zuzulassen. Dieser Konsens hat zwar erfreulicherweise dergestalt Einzug in den Referentenentwurf des BMI gefunden, dass § 28 BDSG im Sinne der Betroffenen geändert werden soll, er wird jedoch begleitet von lautstarken Protesten der Vertreter der Werbewirtschaft. Durch die Einführung der Einwilligungslösung werde ihre Existenz bedroht und so mit „dramatischen Folgen“ in einen funktionierenden Markt eingegriffen. Dass der Markt angesichts der zur Zeit existierenden datenschutzfeindlichen Gesetzeslage aus der Sicht der Werbewirtschaft ganz hervorragend „funktioniert“, steht außer Frage. Außer Frage steht aber auch, dass das Selbstbestimmungsrecht jedes Einzelnen Vorrang vor den kommerziellen Interessen der Werbewirtschaft haben muss. Die im Referentenentwurf des BMI geplante Änderung des für den Adress- und Datenhandel verantwortlichen § 28 III BDSG ist richtig und überfällig. Dass der Verbraucher selbst darüber bestimmen darf, was mit seiner Adresse geschieht, ist eine Selbstverständlichkeit und keine Gnade des Gesetzgebers. Daher muss die im Referentenentwurf vorgesehene Einwilligungslösung zügig umgesetzt werden, ohne dass dabei Zugeständnisse an eine datenschutzfeindliche Lobby gemacht werden.