

Adressen-Weitergabe durch Firmen wird eingeschränkt

Abgespeckte Datenschutz-Novelle im Bundestag

Von Lina Panitz

BERLIN - Nun kommt sie doch noch in dieser Legislaturperiode, die Datenschutz-Novelle. Im Zentrum der geplanten Gesetzesänderung steht die Einschränkung eines ungehemmten Handels mit persönlichen Daten. Doch vom ursprünglichen Entwurf aus dem vergangenen Jahr ist nach heftigen Auseinandersetzungen in der Koalition nicht mehr viel übrig. Zu dem Kompromiss, über den heute im Bundestag abgestimmt wird, gibt es unterschiedliche Interpretationen.

„Die Regierungsfractionen haben das Selbstbestimmungsrecht der Verbraucher auf dem Altar der Wirtschaftsinteressen geopfert“, meint Gerd Billen, Vorstand des Bundesverbandes der Verbraucherzentralen (VZBV). Als Kernstück der Reform sei beim Datenschutzgipfel 2008 das Verbot der Datenweitergabe ohne Einwilligung, die Abschaffung des sogenannten Listenprivilegs angepriesen worden. Auch sollte Schluss sein mit untergeschobenen und erzwungenen Einwilligungen. In beiden Punkten sei die Politik zurückgerudert. Auch wurde die Forderung nicht aufgegriffen, die Verbraucherorganisationen mit dem Recht auszustatten, gegen Datenschutzverstöße effektiv vorzugehen.

Die Datenschutzbeauftragte der CDU/CSU, Julia Klöckner, sieht den Kompromiss deutlich positiver: „Sicher hätte ich mir aus Ver-

brauchersicht mehr gewünscht. Doch der Spatz in der Hand ist besser als die Taube auf dem Dach. Was für mich letztlich zählt, ist dass das Listenprivileg soweit modifiziert wird, dass der Verbraucher mehr Rechte im Umgang mit seinen Daten erhält“. Auch der Bundesdatenschutzbeauftragte Peter Schaar hätte sich mehr Rechte für Verbraucher gewünscht. „Wir sind dennoch froh, dass die Novelle jetzt verabschiedet wird und es wichtige Verbesserungen gibt, um Datenmissbrauch zu verhindern“, sagt sein Sprecher Dietmar Müller. Das Ganze müsse jetzt von den Unternehmen und den Datenschutzbehörden möglichst schnell mit Leben gefüllt werden. „Wir hoffen jedoch, dass es in der nächsten Legislatur mit dem Thema Datenschutz noch weiter geht. Der nächste Schritt muss ein Arbeitnehmerdatenschutzgesetz sein“, sagt Müller.

Nach einer Serie von Datenschutzskandalen hatte die Koalition in dieser Legislaturperiode eine Gesetzesverschärfung auf den Weg gebracht. Denn bislang dürfen Unternehmen über das Listenprivileg Adressen auch ohne das Wissen und das Einverständnis von Bürgern weitergeben. Voraussichtlich ab dem 1. September wird nun nur noch ein eingeschränktes Listenprivileg gelten. Listenmäßig erfasste Daten wie Name, Beruf, Adresse oder Geburtsjahr dürfen dann weiter ohne Einwilligung weitergege-

ben werden, wenn die Betroffenen über die Herkunft der Angaben informiert werden.

Für den Betroffenen bedeutet das, dass er zwar erfährt, welchen Weg seine persönlichen Daten genommen haben, er aber weiterhin selbst aktiv werden muss, wenn er verhindern möchte, dass seine Daten genutzt werden. Der ursprüngliche Entwurf der Novelle sah hingegen vor, dass Verbraucher der Verwendung von Daten eben nicht mehr widersprechen müssen, sondern ausdrücklich um ihre Einwilligung gebeten werden müssen, um sie zu nutzen. Gerade diesen Paradigmenwechsel von „Opt-out“ zu „Opt-in“ hatten die Verbraucherschützer begrüßt.

Die Werbewirtschaft, Zeitschriftenverleger und mittelständische Unternehmen sind dennoch unzufrieden mit dem Kompromiss zum Datenschutz und befürchten weitere Nachteile. Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft kritisierte die Vorlage als „in vielen Punkten nebulös und in keiner Weise praxistauglich“. Zwar habe sich der Innenausschuss um einen Kompromiss im Vergleich zum extrem wirtschaftsfeindlichen Entwurf der Regierung bemüht, doch führten auch die geänderten Regeln zu unverhältnismäßigen Behinderungen der direkten Kundenansprache. Das neue Recht unterbinde in vielen Fällen den Weg zum Kunden.

