
Deutscher Industrie- und Handelskammertag

Zum Thema: **Datenschutzbrief**

Der DIHK spricht sich entschieden gegen die Einführung des Datenschutzbriefs aus. Aus Sicht der Wirtschaft bringt eine solche zusätzliche Information über alle gespeicherten Daten dem mündigen Verbraucher keinen Mehrwert. Für die Sache des Datenschutzes ist der Datenschutzbrief wenig gewinnbringend und in seinen Konsequenzen fragwürdig. Eine Diskussion über die zunehmende Datenflut ist sicherlich begrüßenswert, um ein Bewusstsein für die Masse verarbeiteter Daten zu schaffen. Das Ziel, bei den Betroffenen ein stärkeres Bewusstsein für das Ausmaß der über sie verbreiteten Informationen zu erreichen und so zur Datensparsamkeit anzuregen, wird aber durch den Datenschutzbrief nicht erreicht. Zum informationellen Selbstbestimmungsrecht gehört auch das Recht, von seinem Auskunftsrecht keinen Gebrauch zu machen.

Insbesondere:

- dient die ganz überwiegende Mehrheit der Daten, die in Unternehmen gespeichert werden, der Abwicklung von Geschäften/Verträgen. Das Ziel einer erheblichen Verringerung der gespeicherten Datenmenge in Unternehmen kann damit auch durch die Einführung eines Datenschutzbriefs nicht erreicht werden.
- darf die verfolgte Transparenz nicht mit der Erzeugung einer zusätzlichen und ausufernden **Datenflut** erkaufte werden. Es wären Bereiche betroffen, die vom Gesetzgeber möglicherweise gar nicht gewollt sind. Gibt beispielsweise eine Hausverwaltung einem Unternehmen einen Auftrag, die Zählerstände in allen Wohnungen abzulesen und die Heizkostenabrechnung für alle Bewohner zu erstellen, müsste nicht nur die Hausverwaltung einen Datenschutzbrief erstellen, sondern auch das Ableserunternehmen. Hat ein Handwerksbetrieb in mehreren Wohnungen des Hauses Arbeiten ausgeführt und deshalb beispielsweise die Telefonnummern der Mieter für die Kontaktaufnahme gespeichert, wäre auch er mit einem einzigen Auftrag zu einer Vielzahl von Datenschutzbriefen verpflichtet. Solche Beispiele lassen sich beliebig.
- werden sich die Verbraucher wegen der **Flut von Benachrichtigungen** eher belästigt fühlen. Zudem könnten Erleichterungen für sie wegfallen: Im Onlinehandel ist es z. B. üblich, Kundenkonten anzulegen, die bei einem erneuten Einkauf die Dateneingabe erleichtern.

Unternehmen könnten diese Möglichkeit abschaffen, um den hohen Aufwand für die Erstellung des Datenschutzbriefs zu reduzieren,

- entstehen **neue Daten**, die gerade zur Versendung des Datenschutzbriefes erhoben werden müssen, wenn ein Kunde umgezogen ist, ohne die neue Adresse mitzuteilen. Viele Kunden geben bewusst die neue Adresse nicht an, um keine Werbung mehr zu erhalten oder weil kein Interesse mehr an den Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens besteht. Dies kann z. B. auf Hotels zutreffen: Die Gästedaten können wegen der Aufbewahrungspflicht von 10 Jahren recht schnell veralten. Der Gast hat aber gar kein Interesse an einer Korrektur, weil er entweder das Hotel nicht wieder aufsuchen wird, oder bei einer erneuten Übernachtung dann seine Daten aktualisieren wird.
- erweckt der Datenschutzbrief die irriige Annahme, dass die **Löschung aller aufgelisteten Daten** verlangt werden kann. Dies entspricht aber nicht den Anforderungen gesetzlicher Aufbewahrungspflichten,
- kann eine solche Meldung, die einmal im Jahr erfolgt, nur eine **Momentaufnahme** darstellen, weshalb deren Wert entsprechend zweifelhaft wäre. Alternative wäre im Umkehrschluss ein permanentes Update, was vollends unwirtschaftlich und nicht zu leisten wäre.
- ist Ausgangspunkt der **Schutz der Verbraucher**, allerdings sind Kunden nicht überwiegend Verbraucher. Der Kunde kann aber nicht kontrollieren, ob tatsächlich alle Unternehmen den Datenschutzbrief verschicken und ob der Brief wirklich alle gespeicherten Daten enthält. Daher wird durch den Datenschutzbrief im Vergleich mit dem Auskunftsanspruch nach § 34 BDSG kein besserer Schutz der Verbraucher gewährleistet.
- Die Grundidee geht von einem Datenschutzbrief gegenüber dem Letztverbraucher aus. Es gibt aber viele Konstellationen, in denen für die verantwortliche Stelle nicht erkennbar ist, ob es sich um einen Letztverbraucher oder um einen gewerblichen Kunden handelt.
- macht der Datenschutzbrief die **Zentralisierung** bisher dezentral vorgehaltener Daten erforderlich, etwa wenn der Betroffene Arbeitnehmer, aber auch Kunde des Unternehmens und/oder Aktionär ist. Dies würde jedoch einer der wesentlichen Aussagen des Urteils des BVerfG zur Vorratsdatenspeicherung widersprechen, wonach eine zentrale Datenhaltung in einem stärkeren Masse grundrechtsgefährdend sei als eine verteilte Speicherung. Zudem provoziert diese zwangsläufige Zentralisierung die Entstehung von Kundenprofilen, die sonst in dieser Art nicht bestehen würden. Zwar besteht dieses Problem auch beim Auskunftsanspruch nach § 34 BDSG, jedoch in einem wesentlich geringeren Ausmaße, da die Anzahl der bisher geltend gemachten Auskunftsansprüche lediglich im einstelligen Prozentbereich liegt.

Die Alternative wäre die Versendung mehrerer Datenschutzbriefe desselben Unternehmens, die sich inhaltlich nicht unterscheiden.

- sind auf **elektronischem** Weg nicht alle Betroffenen erreichbar. Die Herausforderung, sensible Daten vor dem unberechtigten Zugriff Dritter zu schützen, ist besonders groß. Den Betroffenen geht es nicht unbedingt um die Frage „Wer hat welche Daten von mir gespei-

chert?“, sondern vielmehr darum, dass mit diesen Daten kein Missbrauch betrieben wird. Der Datenschutzbrief eröffnet Missbrauch aber Tür und Tor, denn die Möglichkeiten, auf Daten aus dem Datenschutzbrief zuzugreifen, wären vielfältig und damit das Missbrauchsrisiko aufgrund der enormen Datenmengen, die auf den Weg gebracht werden müssten, unüberschaubar und unkalkulierbar.

Zudem würde wohl die massenweise Aussendung von Datenschutzbriefen per E-Mail eher dazu führen, dass viele Firewalls sie als Spam werten.

- müsste der sichere Nachweis des **Zugangs** daher über Einschreiben erfolgen, was einen bürokratischen und finanziellen Moloch darstellt. Ansonsten würden Unternehmen Gefahr laufen, Daten an Dritte zu übermitteln. Es dürfte kaum leistbar sein, die Datenschutzbriefe immer gezielt an den tatsächlich Berechtigten zu übermitteln. Das bedeutet aber, dass der Schutz von Daten eher verringert als verbessert wird. Dies kann nur verhindert werden, wenn es bei dem Prinzip verbleibt, dass grundsätzlich der Berechtigte selbst den Anstoß zur Auskunft gibt.
- wird der tatsächliche **Umfang** betroffener Daten unterschätzt. Besonders deutlich wird dies am Beispiel eines Versicherungsunternehmens, das nicht nur die Kontaktdaten ihrer Versicherungsnehmer gespeichert hat, sondern u. U. besonders sensible Daten wie z. B. Gesundheitsdaten. In vielen Fällen sind diese Daten so umfangreich, dass der Datenschutzbrief schnell mehrere Seiten umfassen könnte. Ähnliches gilt auch für Banken. Bei Telekommunikationsunternehmen würde der Verbraucher allein schon durch die Vielzahl der Datenbezeichnungen (Verkehrsdaten, Nutzerdaten, Bestandsdaten) eher verwirrt werden. Bei Versandhandelsunternehmen gehören zu den Daten auch Reklamationsvorgänge, Warenretouren und ähnliches.

Der Datenschutzbrief gewährleistet somit gerade nicht das Datensparsamkeitsprinzip.

- wäre in der Konsequenz eine **Dokumentation** durch die Unternehmen notwendig, um im Streitfall nachweisen zu können, dass man der gesetzlichen Pflicht nachgekommen ist. Sowohl für große als auch für kleine und mittelständische Unternehmen ist dies nur mit einem höheren Personalaufwand möglich, ganz abgesehen von den Kosten. Versicherungsunternehmen und Banken müssten ganze Abteilungen neu schaffen, die sich nur mit der Erstellung, Versendung und Dokumentation des Datenschutzbriefes beschäftigen würden.
- entstehen sowohl auf Seiten der Unternehmen als auch bei den Verbrauchern erheblich **Kosten**. Sie beschränken sich nicht allein auf das Porto, sondern umfassen bereits die Zusammenstellung der Daten, die häufig Probleme bereiten kann, weil wegen der steuerlichen Aufbewahrungsfrist von 10 Jahren viele ältere Daten gar nicht mehr auslesbar sind. Diese müssten z. B. händisch nachgetragen werden. Es könnten darüber hinaus bereits Kosten für die Einrichtung einer IT-Struktur anfallen, um überhaupt die Daten zusammenzuführen und versandfähig zu machen. Hinzukommt die Bearbeitung der Retouren – sei es, weil sie wegen veralteter Adressen nicht zugestellt werden konnten, sei es, weil die Betroffenen eine Aktualisierung verlangen. Die der Wirtschaft entstehenden Kosten würden im Zweifel an

die Verbraucher weiter gegeben werden. Insgesamt stellt sich damit der Datenschutzbrief als **Standortnachteil** für deutsche Unternehmen dar.

- ist fraglich, wer zur Aussendung eines Datenbriefs verpflichtet sein soll. Sollen z. B. auch Vereine davon betroffen sein, die häufig mit ehrenamtlichen Kräften arbeiten und für die Verwaltung daher keine ausreichenden Kapazitäten haben?
- ist nicht erkennbar, warum nicht die Pflicht zur Aussendung eines Datenschutzbriefs auch den öffentlichen Bereich umfassen sollte.

Alternative:

- Die gesetzlichen Möglichkeiten der Information durch den Betroffenen reichen aus. Sollte die geringe Nutzung des Auskunftsrechts auf mangelnde Information zurückzuführen sein, bedarf es einer umfassenden Informationskampagne.

Ansprechpartner: Annette Karstedt-Meierrieks,
Tel.: 030/2 03 08 27 06,
E-Mail: karstedt-meierrieks.annette@dihk.de