



Photo: Navteq / photodave – Fotolia.com

ZUM SCHUTZ DES EINZELNEN

Die Verschärfung des Bundesdatenschutzgesetzes entfacht die Diskussion um den Personenbezug von Geodaten.

Zum 1. Juli 2009 soll ein Entwurf des Bundeskabinetts in Kraft treten, der unter anderem das „Listenprivileg“ abschafft. Das Listenprivileg, ein im Sinne des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) eingeräumtes Privileg, mit dem personenbezogene Daten wie Beruf, Name, Titel, Anschrift oder Geburtsjahr zu Werbezwecken und zu Zwecken der Markt- und Meinungsforschung genutzt und an Dritte weitergegeben werden können, ist unter anderem die Rechtsgrundlage für den Adresshandel.

Mit der Verschärfung des BDSG soll eine Weitergabe von Adressen nur noch mit einer schriftlichen und ausdrücklichen Zustimmung der betroffenen Person erfolgen.

Die Branche der Adressverlage ist sicher am härtesten von einer Abschaffung des Listenprivilegs betroffen, sie geht auch dementsprechend offensiv dagegen vor.

Aber mit der zunehmenden Sensibilisierung der Bevölkerung für den Schutz personenbezogener Daten rücken neben den Adressdaten auch Geodaten in das Blickfeld, vor allem, wenn sie die Grundlage für den Einsatz im Geomarketing darstellen. Zahlreiche Diskussionen sind entbrannt, ab wann Geodaten „persönlich“ werden können.

KUNDENDATEN

Die Verschärfung des BDSG trifft nicht nur den gewerblichen Adresshandel. Jedes Unternehmen hat Daten gespeichert – von Geschäftspartnern, von Kunden, von Interessenten –, die häufig für Briefwerbung eingesetzt werden. In der Praxis fehlt jedoch oft die Einwilligung der Personen dafür, dass

ihre Daten für diese Zwecke eingesetzt werden dürfen. Nachträglich das Einverständnis einzuholen, wäre mit einem unverhältnismäßig hohen Aufwand verbunden. Liegen diese Daten nach dem 1. Juli 2009 also auf Eis?

Nach Paragraph 28 des BDSG ist das Erheben, Speichern, Verändern oder Übermitteln personenbezogener Daten oder ihre Nutzung als Mittel für die Erfüllung eigener Geschäftszwecke zulässig,

- ▶ wenn ein Vertrags- oder vertragsähnliches Verhältnis besteht,
- ▶ ein berechtigtes Interesse des Unternehmens besteht oder
- ▶ wenn die Daten allgemein zugänglich sind.

Das schutzwürdige Interesse des Betroffenen muss dabei immer berücksichtigt sein.

Der Entwurf ermöglicht es also nach wie vor, dass Unternehmen ihre Bestandskunden – und wirklich nur die – für eigene Werbung anschreiben. Auch die sogenannte

„Beipackwerbung“ bleibt zulässig, also wenn ein Unternehmen die eigene Werbung – etwa für Schneeketten – den Werbebriefen eines Reifenherstellers beilegt.

Die Weitergabe von Adressen ist allerdings ohne die schriftliche Zustimmung des Adressaten genauso wenig zulässig wie die Verwendung, die nicht der eigenen Markt- oder Meinungsforschung oder Zwecken der Werbung dient. Damit unterbindet das Gesetz die weit verbreitete Praxis, Kundendaten weiterzugeben, sei es beispielsweise von Mutter- zu Tochtergesellschaften oder auch von Organisationen und Vereinen an Unternehmen.

Bestehende Daten dürfen also im geschilderten Umfang eingesetzt werden. Die Zweckbindung ist aber bei der Gewinnung neuer Daten besonders zu beachten, eine zweckunabhängige Datensammlung ist nicht zulässig. Um alle Probleme zu umgehen, wird von den Kunden und Interessenten eine ausdrückliche und schriftliche Einwilligung erforderlich. Ausdrücklich heißt, dass genau darüber informiert wird, welcher Zweck mit den erhobenen Daten verfolgt wird. Dementsprechend hoch sind die Anforderungen an die Erhebung der Daten.

UND DER RAUMBEZUG?

Geodaten können als grundlegende raumbezogene Informationen beschrieben werden, welche Landschaft, Grundstücke und Gebäude anwendungsneutral beschreiben. Daraus ergibt sich, dass Geodaten per se reine Sachdaten sind. Damit diese Daten überhaupt „persönlich“ werden können, bedarf es der Anreicherung mit weiteren Daten. Die Grenzfrage lautet daher: Ab wann können Geodaten einer bestimmten Person zugeordnet werden und sind dann gemäß BDSG zu behandeln, also ab wann dürfen die Daten somit nur noch eingeschränkt oder mit Einwilligung der betroffenen Personen weiterverarbeitet werden?

DIREKTE VERKNÜPFUNG

Ein Geodatensatz, der nur „Straßenname“ und „Hausnummer“ enthält, ist eindeutig ein reiner Sachdatensatz ohne Personenbezug. Aber schon durch die Zuordnung von Namen aus anderen Adressdatenbeständen liegt ein Personenbezug vor, und die Verwendung dieser Daten unterliegt dem BDSG und damit auch den genannten Einschränkungen.

INDIREKTE VERKNÜPFUNG

Das Beispiel der direkten Verknüpfung ist recht eindeutig und unstrittig. Schwieriger wird es, wenn Geodaten in sich keinen Personenbezug tragen, aber über Verknüpfungen eine Anreicherung anderer personenbezogener Daten ermöglichen. Zwei Beispiele sollen die Problematik verdeutlichen:

Soziodemographische Informationen wie Einkommen, Bildung oder Konsumverhalten, die räumlichen Einheiten wie Straßen oder Wohneinheiten zugeordnet sind, sind zunächst nicht personenbezogen; sie lassen sich nur einer statistischen Gruppe von Personen zuordnen. Sobald diese Daten mit einer Person verknüpft werden – etwa Aussagen zur Bonitätsrate oder zum Einkommen enthalten –, kommt ihnen eine persönlichkeitsrelevante Bedeutung zu. Sie können zu einem scheinbar objektiven Tatbestand werden und die Beurteilung einer Person auch negativ beeinflussen. Muss dann ein Betroffener zustimmen, bevor diese Daten weitergegeben werden? Auch wenn sie aus Durchschnittswerten abgeleitet wurden? Und sind deshalb die Geodaten nicht dennoch weiterhin reine Sachdaten?

Über eine Verknüpfung von Hauskoordinaten mit Adressdaten und Grundstücksdaten könnte eine Firma, etwa über die Grundstücksgröße, Aussagen ermitteln, die für eine zielgerichtete Werbung interessant sein können. Sind damit die Grundstücksgeometrien personenbezogen, obwohl sie nur als Quelle für die Anreicherung von personenbezogenen Daten dienen?

DENKANSATZ ZUR DISKUSSION

Die Beurteilung wird unterschiedlich sein und davon abhängen, wie streng oder liberal mit dem Thema umgegangen wird. Als Diskussionsgrundlage soll folgender Ansatz dienen:

- Geodaten an sich tragen keinen Personenbezug, solange sie offensichtliche, nicht wertende Informationen beinhalten. Beispiele: Verwaltungseinheiten, PLZ-Grenzen, räumliche Lage, geographische Informationen von Ortsnamen bis zu Straße und Hausnummer.
- Diese Informationen können mit weiteren Informationen angereichert werden. Soziodemographische Daten etwa ermöglichen – wie im Beispiel oben ange-

führt – gewisse verallgemeinernde Rückschlüsse auf Personen. Dennoch sollten diese Daten noch nicht als personenbezogene Daten gewertet werden.

- Erst die aktive Verknüpfung von Geodaten mit weiteren Daten oder die Ableitung aus Geoinformationen kann einen Personenbezug herstellen – und nur für den, der die Daten erstellt, oder für den, der diese Daten verarbeitet. Hier greift dann in vollem Umfang das BDSG und schützt die Betroffenen, indem die Verbreitung und Nutzung dieser Daten entsprechenden Einschränkungen unterworfen ist.
- Eine Regulierung der Thematik sollte also nicht den Schwerpunkt darauf setzen, personenbezogene von rein sachbezogenen Geodaten zu unterscheiden, sondern die Möglichkeiten der Verknüpfung im Sinne des BDSG reglementieren.

Dieser Ansatz basiert auf einer eher liberalen Auslegung der Thematik, pragmatische Gesichtspunkte stehen im Vordergrund. Und das nicht ohne Grund, denn fließende Übergänge zwischen Sachdaten und Daten mit Personenbezug lassen Raum für vielfältige Interpretationen. Schwieriger noch ist die Einschätzung der rechtlichen Konsequenzen, hier ist der Gesetzgeber gefordert, möglichst bald durch gesetzliche Regulierungen für alle Beteiligten Rechtssicherheit zu schaffen.

Die Überarbeitung des BDSG wäre dafür ein guter Anlass gewesen, die Verabschiedung ist allerdings noch nicht gesichert. Zahlreiche Unternehmen, Verleger, Marktforscher und Verbände wehren sich vehement gegen die Abschaffung des Listenprivilegs. Die Reaktion der Politiker darauf ist gespalten, Kompromisse scheinen möglich, aber die Zeit drängt – gelingt die Verabschiedung bis zum 3. Juli 2009 nicht, werden alle Vorlagen hinfällig. ◀

AUTOR

Andreas Haux

DDS Digital Data Service GmbH
Stumpfstr. 1
D-76131 Karlsruhe

I: www.ddsgeo.de