

15. Mai 2019 | Sparkassentag 2019

## Steiniger Weg zur Datentransparenz

*Jürgen Janik*

Nur wenn die Nutzer sicher sein können, dass man mit ihren Daten vertrauensvoll umgeht, wird das Vertrauen in digitale Dienste nachhaltig wachsen. Die Finanz Informatik will deshalb die informelle Selbstbestimmung der Kunden weiter stärken. Da vor allem die junge Generation ihre Daten allzu willig preisgibt, plädieren Experten für eine digitale Grundbildung schon in der Schule.

„Wir haben kürzlich via Facebook über eine Reise nach Australien diskutiert und kurze Zeit später waren Angebote für Flüge nach Down Under in meinem E-Mail-Postfach.“ Mit diesem plakativen Beispiel hat Moderatorin Sandra Berndt (Bild ganz rechts) das Forum „Die Macht der Daten – Was können, dürfen, wollen und werden wir damit tun“ eingeleitet. Maschinen werden immer schlauer und wissen immer mehr über uns, befürchtet Prof. Viktor Meyer-Schönberger (Mitte) vom Oxford Internet Institute und seit August Mitglied im Digitalrat der Bundesregierung. Jetzt aber einfach den Stecker zu ziehen, ist für den österreichischen Hochschullehrer keine Lösung, „weil Daten uns geholfen haben, die Welt in bestimmten Bereichen besser zu machen und uns selbst besser zu verstehen“.

Nötig ist also eine Stärkung der informellen Selbstbestimmung, da waren sich die Podiumsteilnehmer einig. „Gerade junge Leute wissen oft nicht, wie viele Daten sie eigentlich preisgeben und welchen Wert sie haben“, vermutet Schlecky Silberstein (Zweiter von links), bekannter Blogger und gerade mit dem Grimme-Preis ausgezeichnet. Viele Nutzer wissen nach seinen Erfahrungen oft gar nicht, was sie da eigentlich in den AGBs an- oder abklicken.

„In ‚Mein Konto‘ kann jeder Nutzer nachschauen, welche Daten er Google gegeben hat“, kontert Marianne Stroehmann (ganz links), Senior Industry Director des Suchmaschinenbetreibers in Hamburg, den Vorwurf an die US-amerikanischen Datensammler. „Jeder Nutzer kann jederzeit entscheiden, welche Daten genutzt werden dürfen, zudem gibt es eine Inkognito-Funktion“, verweist die Managerin darauf, dass ihre Firma die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) einhält. „Das ist für uns Datenschutz Made in Germany.“

### **Für Kunden Nutzung der Daten transparenter machen**

Franz Theo Brockhoff (Zweiter von rechts), Chef der Finanz Informatik (FI), ist gerade diese informelle Selbstbestimmung vor allem bei Sparkassenkunden ein

Herzenseanliegen. Die Sparkassen-Finanzgruppe tut danach an vielen Punkten sehr viel, damit sich die Kunden geschützt fühlen. Denn Studien belegen, dass gerade die Deutschen beim Thema Datennutzung im Vergleich zu anderen Ländern extrem skeptisch sind.

Die FI hält sich komplett an die DSGVO und macht viele Dinge transparenter als andere IT-Dienstleister oder Anbieter. Der Kunde muss hier entscheiden, wie viele und welche Daten er hergibt. Und er wird alle drei Monate neu gefragt, ob seine Datenfreigabe noch in Ordnung ist. Wichtig ist Brockhoff dabei, dass man sich das in der Vergangenheit nicht einfach durch einen Klick auf eine kleingedruckte AGB hat bestätigen lassen. „Unsere Sparkassenberater haben viel Zeit darauf verwendet, ihren Kunden das Thema Datenschutz persönlich zu erläutern. Aber das war ein wichtiges Element, Vertrauen zu schaffen.“

### **Skepsis gegenüber informeller Selbstbestimmung**

Ist also die informelle Selbstbestimmung doch noch möglich? Mayer-Schönberger ist mittlerweile „sehr desillusioniert“. Datenschutz wird nach seinen Worten seinem hehren Ziel nicht gerecht. Er fürchtet sogar, dass die DSGVO „eher weniger als mehr Vertrauen gebracht hat“. Einig waren sich die Podiumsteilnehmer, dass es künftig bessere Mechanismen geben muss. Doch wie die aussehen sollen, darüber gehen die Meinungen auseinander. Gefordert wird ein aktiveres Handeln der Politik, da von Unternehmen, die mit Daten Geld verdienen, kaum Lösungen zu erwarten sind, meint Silberstein.

Durch Regulierung in diesem Bereich lässt sich laut Mayer-Schönberger viel erreichen. Brockhoff bedauert, dass im Rahmen der europäischen Lösung PSD2 nicht gleich eine Regelung mitbeschlossen worden ist, „auch IT-Firmen und Online-Portale wie Amazon dazu zu verdonnern, dass Kunden deren Daten nutzen können – wenn sie denn möchten“. Mayer-Schönberger bemängelt ebenfalls die jüngste Gesetzgebung, weil auf den letzten Metern der DSGVO-Verabschiedung ein Passus aufgenommen worden ist, der zwar das Datensammeln erschwert, „die Weiternutzung nach Neuaggregation jedoch deutlich vereinfacht“. Im Klartext: Einmal erhobene Daten können für andere Zwecke einfach ohne erneute Zustimmung der Nutzer weiterverarbeitet werden.

Weitere Berichte und Gastbeiträge zum Sparkassentag finden Sie unter [sparkassenzeitung.de](http://sparkassenzeitung.de)

.

Wie gut kennen Sie die Sparkassen? Testen Sie Ihr Wissen mit dem [Quiz der SparkassenZeitung zum Sparkassentag](#)

Jürgen Janik: Steiniger Weg zur Datentransparenz, in SparkassenZeitung (15. Mai 2019). URL: <https://www.sparkassenzeitung.de/politik/steiniger-weg-zur-datentransparenz.html>. Abgerufen am: 17. Mai 2019



Scannen Sie diesen Code mit Ihrem Smartphone  
und lesen Sie diesen und weitere Beiträge online