



Nur zur dienstlichen Verwendung

## Kurzprotokoll der 32. Sitzung

### **Ausschuss Digitale Agenda**

Berlin, den 4. März 2015, 16:00 Uhr  
11011 Berlin, Konrad-Adenauer-Str. 1  
Sitzungssaal: PLH E.200

Vorsitz: Jens Koeppen, MdB

## Tagesordnung - Öffentliche Anhörung

### **Tagesordnungspunkt 1**

**Seite 07**

Öffentliches Fachgespräch zum Thema "Startups,  
Mittelstand und der Datenschutz in der Digitalen  
Welt"

a) Liste der Sachverständigen

A-Drs. SB-18(24)13

b) Fragenkatalog

A-Drs. SB-18(24)14



## Nur zur dienstlichen Verwendung

### Mitglieder des Ausschusses

	<b>Ordentliche Mitglieder</b>	<b>Stellvertretende Mitglieder</b>
CDU/CSU	Beermann, Maik Durz, Hansjörg Jarzombek, Thomas Koeppen, Jens Nick, Dr. Andreas Schipanski, Tankred Schwarzer, Christina	Hornhues, Bettina Lange, Ulrich Schön (St. Wendel), Nadine Tauber, Dr. Peter Wanderwitz, Marco Wendt, Marian Whittaker, Kai
SPD	Esken, Saskia Flisek, Christian Kampmann, Christina Klingbeil, Lars Reichenbach, Gerold	Bartol, Sören Dörmann, Martin Stadler, Svenja Träger, Carsten Zimmermann, Dr. Jens
DIE LINKE.	Behrens, Herbert Wawzyniak, Halina	Korte, Jan Pau, Petra
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	Janecek, Dieter Notz, Dr. Konstantin von	Beck (Köln), Volker Rößner, Tabea



### Nur zur dienstlichen Verwendung

- 3 -

01

Tagungsbüro



Deutscher Bundestag

## Sitzung des Ausschusses Digitale Agenda (24. Ausschuss) Mittwoch, 4. März 2015, 16:00 Uhr

### Anwesenheitsliste

gemäß § 14 Abs. 1 des Abgeordnetengesetzes

Ordentliche Mitglieder	Unterschrift	Stellvertretende Mitglieder	Unterschrift
<b>CDU/CSU</b>		<b>CDU/CSU</b>	
Beermann, Maik		Hornhues, Bettina	
Durz, Hansjörg		Lange, Ulrich	
Jarzombek, Thomas		Schön (St. Wendel), Nadine	
Koeppen, Jens		Tauber Dr., Peter	
Nick Dr., Andreas		Wanderwitz, Marco	
Schipanski, Tankred		Wendt, Marian	
Schwarzer, Christina		Whittaker, Kai	
<b>SPD</b>		<b>SPD</b>	
Esken, Saskia		Bartol, Sören	
Flisek, Christian		Dörmann, Martin	
Kampmann, Christina		Stadler, Svenja	
Klingbeil, Lars		Träger, Carsten	
Reichenbach, Gerold		Zimmermann Dr., Jens	
<b>DIE LINKE.</b>		<b>DIE LINKE.</b>	
Behrens, Herbert		Korte, Jan	
Wawzyniak, Halina		Pau, Petra	
<b>BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN</b>		<b>BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN</b>	
Janecek, Dieter		Beck (Köln), Volker	
Notz Dr., Konstantin von		Rößner, Tabea	

Stand: 27. Februar 2015

Referat ZT 4-Zentrale Assistenzdienste, Luisenstr. 32-34, Telefon: +49 30 227-32659, Fax: +49 30 227-36339



### Nur zur dienstlichen Verwendung

Tagungsbüro



Deutscher Bundestag

-4-

off

#### Sitzung des Ausschusses Digitale Agenda (24. Ausschuss)

Mittwoch, 4. März 2015, 16:00 Uhr

	Fraktionsvorsitz	Vertreter
CDU/CSU	_____	_____
SPD	_____	_____
DIE LINKE	_____	_____
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	_____	_____

#### Fraktionsmitarbeiter

Name (Bitte in Druckschrift)	Fraktion	Unterschrift
Piattat, Chris	Bündnis 90	
SCHREIER	LINKE	
Duncker	CDU/CSU	
LIENING	CDU/CSU	
Lichte, Nora	Grüne	
Pohl, Jörn	"	
Schradt, Dirk	LINKE	
HINTE, JÖRN	CDU/CSU	
SINNOGROTT	SPD	





## Nur zur dienstlichen Verwendung

### Tagesordnungspunkt 1

#### Öffentliches Fachgespräch zum Thema "Startups, Mittelstand und der Datenschutz in der Digitalen Welt"

a) Liste der Sachverständigen  
A-Drs. SB-18(24)13

b) Fragenkatalog  
A-Drs. SB-18(24)14

Der **Vorsitzende**: Meine sehr verehrten Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen, ich begrüße Sie herzlich zur 32. Sitzung des Ausschusses Digitale Agenda, heute als öffentliches Fachgespräch unter dem Titel „Startups, Mittelstand und der Datenschutz in der Digitalen Welt“. Dazu begrüße ich Sie alle ganz herzlich hier im Sitzungssaal, aber natürlich, weil das Interesse so groß ist, auch an den entsprechenden Geräten zu Hause. Es wird hier im Deutschen Bundestag auf [www.Bundestag.de](http://www.Bundestag.de) live gestreamt. Ich heiße Sie alle ganz herzlich willkommen. Ich begrüße natürlich ganz besonders herzlich unsere Sachverständigen, die hier schon Platz genommen haben. Ich begrüße ganz herzlich die Beauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, Andrea Voßhoff. Herzlich willkommen bei uns im Ausschuss zum wiederholten Mal. Ich begrüße außerdem sehr herzlich Herrn Sascha Schubert, Stellvertretender Vorsitzender des Vorstands Bundesverband Deutsche Startups e.V., herzlich willkommen, Herr Schubert. Ich begrüße Herrn Stefan Noller, Geschäftsführer von CEO nugg.ad, herzlich willkommen Herr Noller. Ich begrüße Herrn Hermann Weiß von Naturtrip.org. Auch Ihnen ein herzliches Willkommen sowie Herrn Dean Ceulic, Leiter Öffentlichkeitsarbeit und Marketing von Posteo.de. Allen ein herzliches Willkommen, wir freuen uns auf Ihre Anmerkungen.

Ich denke, das Thema ist ein sehr brisantes, weil Startups, Mittelstand und Datenschutz natürlich zusammen gehören. Und die Digitalisierung bzw. die Transformation der digitalen Gesellschaft verändert natürlich komplett auch die Geschäftsmodelle und die Märkte. Startups und Mittelstand spielen dabei eine ganz besondere Rolle, weil sie besonders innovativ und besonders kreativ sind.

Beides muss man letztendlich zusammen führen. Wir haben im Ausschuss immer darüber diskutiert, dass Chancen und Potenziale zusammenpassen müssen und dazu brauchen wir natürlich Vertrauen in die digitalen Prozesse. Das geht natürlich nur, wenn man Vertrauen in den Datenschutz hat und natürlich auch Sicherheit in der digitalen Welt gewährleistet ist. Big Data ist für uns eine Chance und kein Risiko. Wir wollen heute unter anderem mit Ihnen beraten, ob wirtschaftliche Daten und Schutz der Daten ein Widerspruch sind oder ob beides unmittelbar zusammengehört. Es ist eine spannende Diskussion. Darauf freue ich mich sehr und ich gebe einige kurze Einführungen, wie wir das vom Verfahren her händeln wollen. Zu allererst werden die Sachverständigen ein etwa fünfminütiges Statement abgeben können. Ihre schriftlichen Statements sind ja teilweise schon eingegangen. Dass Sie kurz darauf eingehen, was Ihnen am Herzen liegt. Darauf gibt es eine Fragerunde. Wir werden es diesmal insofern ändern, dass in der Fragerunde derjenige, der die Frage gestellt hat, auch gleich sagt, wer die Frage beantworten soll. Die Beantwortung soll dann unmittelbar erfolgen. Damit kommt ein bisschen mehr Leben in die Debatte. Da es ein Wortprotokoll von unserer Veranstaltung geben wird, bitte ich jeden, der das Wort hat, das Mikrofon auch zu öffnen und nach dem Ende des Beitrages auch wieder zu schließen, sodass es keine Rückkopplung gibt und wir eine saubere Übertragung haben. Vielen Dank für Ihr Verständnis und damit beginne ich auch gleich mit den ersten Statements. Das wird als erste die Kollegin Voßhoff als Datenschutzbeauftragte sein. Frau Voßhoff, Sie haben das Wort.

Sve **Andrea Voßhoff** (BfDI): Vielen Dank, Herr Vorsitzender, meine Damen und Herren Abgeordneten, meine Damen und Herren Sachverständige und vor allem auch liebe Zuhörerinnen und Zuhörer. Ich darf mich zunächst sehr herzlich dafür bedanken, dass ich heute auch zu Ihrem Fachgespräch eingeladen bin. Ich freue mich, dass der Ausschuss Digitale Agenda sich in diesem Fachgespräch mit einem so wichtigen Thema Startups, Mittelstand und Datenschutz in der digitalen Welt befasst. Nur der Vollständigkeit halber möchte ich den Hinweis voranstellen – Sie kennen das vielleicht schon aus Kontakten mit meinem Hause –,



## Nur zur dienstlichen Verwendung

dass die datenschutzrechtliche Kontrolle, Beratung und, falls nötig, auch Sanktionen des privaten Bereichs, d.h. der Wirtschaft, ausgenommen Post und TK-Anbieter, in den Aufgabenbereich meiner Länderkollegen fallen. Ich sage das nicht deshalb, weil Behörden immer zunächst einmal nach Zuständigkeiten fragen, sondern einfach nur, weil aufgrund der Vielzahl der auch von Ihnen aufgeworfenen Probleme und Fragestellungen ich nicht die Informationen in repräsentativer Weise aus diesem Bereich habe, wie sie vielleicht Länderkollegen hätten. Ich würde gerne in meinem Statement kurz drei Punkte voranstellen, die sich auch in den Antworten ein Stück weit widerspiegeln. Zum einen die Bedeutung des Datenschutzes an sich: wenn man danach fragt, was heißt eigentlich Datenschutz, dann ist der Begriff schon in sich gesehen zur Erläuterung wenig hilfreich. Es geht beim Datenschutz nicht um den Schutz der Daten, sondern es geht um den Schutz des Einzelnen vor dem Missbrauch seiner Daten und damit um den Schutz seiner Persönlichkeitsrechte. Professor Spiros Simitis, eine Koryphäe im Datenschutzrecht, hebt in seinem Kommentar die vom Bundesverfassungsgericht im Volkszählungsurteil ebenso klar wie nachdrücklich betonte Umschreibung des Datenschutzes als Grundbedingung – und das finde ich ist ganz wichtig und von Bedeutung – einer auf dem Respekt vor dem Einzelnen beruhenden demokratischen Gesellschaft hervor. Und wenn wir in der digitalen Welt, und das wird sicherlich heute auch häufiger zu recht thematisiert werden, von Daten als Währung oder dem Rohstoff des 21. Jahrhunderts sprechen, dann steht dem aus Sicht des Datenschutzes als ideeller Wert der Persönlichkeitsschutz gegenüber. Das ist ein Spannungsfeld, das uns ja auch, so denke ich, heute zusammenführt. Ein zweiter Punkt, der auch immer wieder im Bereich, bestehend aus dem Mittelstand, aber auch von Jungunternehmern, Startups, zu hören ist, ist der Vorwurf, dass im Datenschutz ein bürokratisches Hemmnis gesehen wird. Hierzu folgt von meiner Seite aus kurz eine Anmerkung. Ich nehme die Herausforderungen, und das tun alle, auch meine Länderkollegen, sehr ernst, vor die die deutschen Mittelständler und vor allem Startups und Jungunternehmer, die im Bereich der digitalen Wirtschaft tätig sind, durch die nationalen Datenschutzregelung, gerade im Wettbewerb mit anderen, auch außereuropäischen, Konkurrenten gestellt sind, sehr ernst.

Gleichwohl möchte ich zu Beginn klarstellen, dass ich es in vielerlei Hinsicht für zu kurz gegriffen halten würde, wenn ich des Öfteren höre, dass Datenschutz einseitig als Bürokratieverursacher und als das Innovationshemmnis für die Entwicklung und Vertrieb datenintensiver Produkte der digitalen Wirtschaft angesehen wird. Ich hoffe, und es gelingt vielleicht heute auch in unserer Diskussion, dazu beizutragen, dieses Missverständnis vielleicht in Teilbereichen aufzulösen. Datenintensität, insbesondere in der digitalen Welt, bedeutet in jedem Fall immer auch Grundrechtsintensität, wenn es sich um personenbezogene Daten handelt, die für Produkte der digitalen Wirtschaft erhoben und verarbeitet werden. Damit unterliegen diese und der Umgang mit ihnen dem geltenden Datenschutzrecht. Datenschutzrecht ist Grundrechtsschutz und nicht beliebig. Für die Wirtschaft insgesamt sind vor allem das im deutschen und europäischen Datenschutzrecht verankerte Verbot der Datenverarbeitung mit Erlaubnisvorbehalt und ihrer Eigenschaft als Adressatin der betroffenen Rechte bedeutsam. Dass beides administrative Kräfte bindet und bürokratischen Aufwand bedeutet, ist unbestritten. Die insoweit notwendigen Investitionen, die zum Beispiel in der Bestellung starker und kompetenter betrieblicher Datenschutzbeauftragter bestehen, sollten aber nicht zur Disposition stehen, sondern eher als positive Wirkung und Effekt für die Position auch des Unternehmens gesehen werden. Sie sind angemessen notwendig, um insbesondere dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung der Kunden der betroffenen Unternehmen Geltung zu verschaffen und den Einzelnen vor der Gefährdung seiner Persönlichkeitsrechte zu schützen. Ich verhehle nicht, dass die Komplexität der gesetzlichen Vorgaben des Datenschutzes, alleine des deutschen Datenschutzrechts, und deren Anwendbarkeit, vor allem deren Beachtung in der digitalen Welt, eine Herausforderung der besonderen Art und Güte sind und dies nicht ohne Grund. Denn auch das Fachgespräch hat ja in den Fragestellungen des Ausschusses dies deutlich zum Thema. Einen dritten Punkt möchte ich ansprechen zur Zukunft des Datenschutzes. Ich sehe ihn als ein starkes Instrument des Wettbewerbs, und zwar im positiven Sinne als Wettbewerbsvorteil. Ich bin der Überzeugung, dass Anstrengungen der nationalen Wirtschaft, die Entwicklung und den Ver-



## Nur zur dienstlichen Verwendung

trieb auch datenintensiver Produkte datenschutzfreundlich auszugestalten, im internationalen Wettbewerb ein Vorteil sein können und sein sollten und ich sehe auch manche Ansätze, dass sie es auch zunehmend sind. Ein hoher Datenschutzstandard kann gerade in der digitalen Welt auch ein Vorteil der Unternehmen sein. Ich denke, das eine oder andere Beispiel zeigt dies auch. Wichtig, notwendig und geboten ist für mich abschließend noch der Hinweis, und das ist ja Gegenstand der heutigen Fragestellungen, dass wir in Zeiten der digitalen Welt mit nationalen Rechtsrahmen eines breiten Datenschutzes naturgemäß an Grenzen stoßen, weshalb die Harmonisierung auf europäischer Ebene notwendig ist. Wenn je über die Frage der Notwendigkeit der Harmonisierung europäischen Rechts im Vergleich zu nationalem Recht gestritten wurde, dann ist es gerade in diesem Falle von besonderer Bedeutung und notwendig und geboten; denn dort, wenn Daten global sind, muss auch der Schutz international sein. Deshalb ist auch im Interesse der mittelständischen Wirtschaft ein europäischer einheitlicher Rechtsrahmen, ein harmonisiertes Datenschutzrecht auf hohem Niveau sinnvoll und nötig. Vielen Dank, auch wenn ich eine Minute überzogen habe.

Der **Vorsitzende**: Vielen Dank Frau Voßhoff. Herr Schubert, Sie haben das Wort für Ihr Eingangsstatement, bitteschön.

**SV Sascha Schubert**: Guten Tag, Sascha Schubert, vom Bundesverband Deutscher Startups. Vielen Dank für die Einladung. Ich bin zum ersten Mal in einem Ausschuss, deswegen bin ich mit den Usancen noch nicht so vertraut. Ich werde einfach die Punkte nennen, die uns wichtig sind und dann vielleicht auch schon ein bisschen einen anderen Schwerpunkt setzen, als gerade gehört. Mein Punkt, das höre ich häufiger beim Thema Gründung und Startups, ist dieser hohe Datenschutz als Wettbewerbsvorteil. Damit es ein Wettbewerbsvorteil wäre, müssten die Leute draußen das auch so anerkennen und auch datenschutzrelevante Produkte besser nutzen oder auch mehr kaufen. Jetzt bin ich seit ungefähr fünf Jahren ganz intensiv in der Startup-Szene und ich kenne leider kein Startup, das ein amerikanisches Startup mit dem Argument, wir haben einen höheren Datenschutz als in den USA, geschlagen hat. Ganz beliebte Beispiele sind Kundenbefragungssysteme

Zendesk vs das Berliner Startup OMQ. Die einen haben, glaube ich, inzwischen 600 Mitarbeiter und sind an der Börse und die anderen haben sechs Mitarbeiter und sitzen in Kreuzberg. Es müsste also so sein, dass Unternehmen Produkte mit einem hohen Datenschutzniveau, mit einem deutschen Datenschutzniveau, einem amerikanischen Wettbewerber vorziehen, damit es diesen Wettbewerbsvorteil gibt. Aus meiner Erfahrung gibt es den nicht oder wenn, dann vielleicht in fünf Prozent der Fälle. Aber in 95 Prozent der Fälle gibt es ihn leider nicht, was für unsere Startups teilweise auch schmerzliche Erfahrungen waren. Stichwort Startups und Bürokratie, besonders der Datenschutz: Ich glaube, was beim Startup verstanden werden muss, ist die Tatsache, dass wir oft sehr kleine Teams sind und jedes bürokratische Erfordernis für uns eine relativ hohe Hürde ist. Ich habe mich in meiner Zeit als Geschäftsführer und Gründer mit dem Datenschutz auseinandergesetzt, mit der Mindestlohndokumentationspflicht und diese ganzen Themen. Dies sind natürlich alles massive Eintrittshürden für Startups, durch die man sich dann durchkämpfen muss. Komplexität bedeutet immer Defokussierung vom eigentlichen Produkt, nämlich dem, eine Frage für Kunden zu lösen. Das ist aus unserer Sicht ein extremer Nachteil, wenn man sich zwei oder drei, fünf oder sieben Stunden erstmal mit den Fragen beschäftigen muss, die man einfach lösen muss. Es gab einmal einen Vorschlag, dieses bei Startups ein bisschen zu erleichtern. Das würde ich mir beim Thema Datenschutz insgesamt auch wünschen. Beim Thema Europäisierung sind wir, glaube ich, einer Meinung. Ich würde mich wahn-sinnig freuen, wenn man sich nicht 28 nationale Einzelgesetze angucken müsste. Nichtsdestotrotz glaube ich, dass eine gewisse Offenheit gegenüber den Erkenntnissen, die man aus dem massiven Sammeln von Daten gewinnen kann, auch da sein muss. Ich glaube, man weiß oft noch gar nicht, welches Wissen in Daten stecken kann. Aber man soll vorab darüber entscheiden, ob man sie speichert und wie man sie speichert und wie die Einverständniserklärung der Nutzer aussehen soll. Ich glaube, dass man die Chance haben muss, dass man auch das Licht anmachen kann und nicht nur das Licht von heute, sondern vielleicht auch das von in drei oder fünf Jahren und die Erkenntnisse auch daraus ziehen können muss, die in den Da-



## Nur zur dienstlichen Verwendung

ten schlummern. Sei es jetzt z.B. über neue Nutzungsverhalten. Ich kenne einige Medizin-Startups und die sagen, unsere Software, die wäre so, als wären 20 Ärzte gleichzeitig im Raum und die können Kreuzdiagnosen stellen und das geht natürlich nur, wenn man auch die Informationen dafür hat. Also, vielleicht auch eine Offenheit gegenüber den riesen Chancen, die durchaus da sind. Ich glaube, wenn wir zu restriktiv mit solchen Themen umgehen, dann werden wir das Wissen gar nicht generieren, das wir vielleicht in fünf oder in zehn Jahren dafür brauchen. Auch wieder ein Beispiel: Wettbewerber, die Informationen aus Facebook anders verarbeiten und speichern können, sind natürlich viel schlauer als wir, die wir das nicht können. Das merkt man selbst beim kleinsten Startup, was gegen einen US-amerikanischen Wettbewerber konkurriert. Die können einfach dann fokussierter Werbung machen und die haben dann einfach niedrigere Kosten. Mein Startup ist aus einem Spendenbereich und die Lösungen, die in den USA zur Verfügung gestellt werden, können vielmehr. Da hätte ich eigentlich einen Vorteil, wenn meine Kunden die auch nutzen könnten, und sagen, für uns sind die Funktionsvielfalt und die Schlauheit innerhalb des Systems wichtig. Insofern hat man da wenig Chancen, weil das Wissen, das in den USA über Nutzerverhalten gewonnen wird, das nutzen die Wettbewerber durchaus. Und umso schlauer ich bin, umso besser kann mein Angebot auch passen, umso besser sind die Kosten, einzelne Kunden zu gewinnen. Da tut man sich dann natürlich gerade als Startup dann auch in Deutschland ein bisschen schwer. Dankeschön.

Der **Vorsitzende**: Ich danke Ihnen und jetzt hat das Wort Herr Noller von nugg.ad für das Eingangsstatement, bitteschön.

SV **Stephan Noller**: Guten Nachmittag, von meiner Seite auch vielen Dank für die Einladung. Sie hat mich sehr gefreut. Ich möchte mit ein paar Gedanken versuchen zu schildern, warum das, was hier diskutiert wird, meiner Ansicht nach in einem etwas größeren Kontext gesehen werden sollte und es auch mit dem von den beiden Vorrednern Gesagten verbinden. Meiner Ansicht nach ist es sehr wohl möglich, mit einem starken europäischen Datenschutzniveau und der Kultur, die

gerade auch in Deutschland dahintersteht, wettbewerbsfähig zu sein. Eventuell müssen ein paar Stellschrauben gedreht werden: europäisches Niveau, einen größeren Binnenmarkt erschließen, klare Regeln usw. Dies ist hier in dem Papier an verschiedenen Stellen aufgerufen worden. Aber generell ist mir wichtig darauf hinzuweisen, wenn man sich überlegt, warum gibt es diesen Ausschuss. Man könnte bei dem bisher über Datenschutz und Unternehmen usw. Gehörten den Eindruck haben, es gehe darum, ein kleines Wirtschaftsegment anzuschieben und dafür irgendwie Bedingungen zu schaffen. Meiner Ansicht nach wäre das ein fundamentales Missverständnis. Ich möchte mit Malu Dreyer sagen, dass die zwei Megatrends, mit denen wir uns in den nächsten zehn Jahren gesellschaftlich auseinandersetzen müssen, vielleicht der demographische Wandel und die Digitalisierung, und zwar Digitalisierung aller Lebensbereiche, sein werden. Das ist ein bisschen wie Eulen nach Athen tragen hier in dieser Runde, denke ich mal, trotzdem ist es mir wichtig, das zu sagen. Man muss sich klar machen, was passiert. Dass es nicht heißt, wir werden noch viel mehr E-Mails lesen in fünf Jahren. Bereits jetzt ist eines der begehrtesten Produkte im Silicon Valley die digitale Matratze, die sich gerade jeder dort drüben kauft. Man legt sich sozusagen einen Matratzenschoner auf die Matratze, auf der man schläft. Der ist mit dem Internet verbunden und lädt jede Nacht, während man schläft, Daten in die Cloud hoch, die dann analysiert werden. Dann kriegen Sie irgendwelche Schlafempfehlungen oder Einteilung in irgendwelche Gruppen usw. Das nur als ein Vorbote dafür. Wir wissen, es wird automatische Übersetzungen geben, es wird selbstfahrende Autos geben. Ein großer Konzern hat den Slogan „Internet of Everything“ geprägt, um das irgendwie in Worte zu fassen, was dort vor uns steht. Ich glaube, die Diskussion, die hier geführt wird, welches Datenschutzniveau soll dort eingeführt werden, soll es eine Vorratsdatenspeicherung geben oder soll es eben Möglichkeiten geben, dieses enorme wirtschaftliche Potenzial daraus auch in Europa und in Deutschland erschließbar zu machen, muss in einem ganz anderen Kontext gesehen werden als nur, ob es darum geht, das Datenschutzrecht zu novellieren oder Datenschutzbeauftragte zu stärken oder nicht. Das heißt, dass wir, wenn es um Daten und datengetriebene Modelle, Anwendungen geht, fast so weit gehen



## Nur zur dienstlichen Verwendung

könnten, zu sagen, das wird das Operating System der zukünftigen Gesellschaft. Wenn medizinische Anwendungen datengetrieben laufen, wenn alle möglichen Arten auch von politischer Teilhabe auf digitalen Plattformen stattfinden usw. dann wird das alles mit Daten zu tun haben. An dem Beispiel der automatisierten Übersetzung, Sie wissen, wie weit das inzwischen ist, lässt sich zeigen, dass es in den letzten Jahren auch unglaubliche Durchbrüche auf der Basis von Daten gegeben hat. Übrigens, weil Daten public verfügbar waren, haben diese Fortschritte stattgefunden, weil sie statistisch ausgewertet werden konnten. Sie sehen daraus, welches Potenzial da ist. Gleichzeitig wissen wir aber auch alle, welche Risiken da sind. Ich habe mir aufgeschrieben, dass man das Ganze nicht den Konzernen, dem BND und der NSA überlassen darf. Nicht nur weil es beim E-Mail schreiben unangenehm ist, abgehört zu werden, sondern weil es in fünf Jahren sonst heißt, dass wir an jedem Tag in jedem Zimmer unseres Hauses, in unserem Auto, hier in diesem Raum irgendwie digitale Daten hinterlassen und die dann abgehört und die dann irgendwohin geteilt werden. Trotzdem bin ich auch davon überzeugt, dass es eine beispiellose Quelle für wirtschaftliches Wachstum sein kann. Und als ein letztes Beispiel für Inspiration, um auch aufzuzeigen, wie breit die Diskussion sein könnte, möchte ich ein Beispiel aus Großbritannien anführen, wo die dortige Krankenversicherung National Health Service vor einem Jahr bekanntgegeben hat, dass sie jetzt einen vollkommenen Switch ihrer Daten-Policy machen, und zwar von totaler Abschottung der Gesundheitsdaten und sensitiver Daten hin zu einer kompletten Open-Data-Philosophie der Verschreibungsdaten, Krankenhausdaten etc. Alles soll in einer Art Cloud den Patienten, aber auch Unternehmen zur Verfügung gestellt werden. Die Begründung für diesen Akt des Wahnsinns, also wenn man sich mal überlegt, welche Diskussion wir über Gesundheitsdaten normalerweise haben, war sehr interessant, weil sie gesagt haben, wir glauben nicht, dass man mit dem bestehenden System die Gesundheitskosten in den nächsten zehn Jahren noch refinanzieren können. Das heißt, durch eine kluge Policy im Umgang auch mit diesen sehr sensiblen Daten erhofft man sich durch Leute, durch Bürger, die ihre eigenen Ideen entwickeln im Umgang mit ihren eigenen Daten,

aber eben auch durch Startups, so viel wirtschaftliche Dynamik, dass man glaubt, die aus dem Ruder laufenden Kosten des Gesundheitswesens einzufangen zu können. Das als Inspiration, wie weit das geht. Meiner Ansicht nach ist das Spektrum von Beibehalten von Datensparsamkeit bis hin zu einem Prinzip der Datenverschwendung, denn anders funktionieren solche Big Data-Anwendungen nicht, sozusagen die Anforderung für Regulierung und zukünftige Gesetzesvorhaben. Vielen Dank.

**Der Vorsitzende:** Vielen Dank Herr Noller, Herr Weiß, ich bitte Sie um Ihr Eingangsstatement.

**SV Hermann Weiß:** Guten Tag, Hermann Weiß ist mein Name von Naturtrip.org. Wir machen Freizeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, also wir benutzen die Fahrplandaten von Verkehrsverbänden und hätten die am liebsten von der Bahn. Wir machen da so ein Routing, was eben nur aufgrund von Rohdaten geht. Deshalb sitze ich eben hier. Der Fragekatalog kreist ja immer ein bisschen um die Frage, was jetzt dem deutschen Unternehmen mehr bringt, mehr Datenschutz oder weniger Datenschutz, was die Wirtschaft besser voranbringt. Ich möchte mal behaupten und vielleicht die These in die Runde werfen, man kann es nicht wissen. Es ist doch so, die Politik schafft die Rahmenbedingungen für Unternehmen. Also beim EEG war es doch zum Beispiel so, dass die Rahmenbedingungen so geschaffen worden sind, dass mal eben besser mit Wind und Sonne Geld verdient werden kann als mit Atom und Strom. So war es dann politisch gewünscht, wie man seine Geschäfte macht. Also der Wirtschaft selber ist das ja relativ egal, die ist da immer ethisch ziemlich neutral. Die macht halt da ihre Geschäfte, wo es gerade Geschäfte zu machen gibt, so sehe ich das. Das Einzige, was die Wirtschaft braucht, ist eben Planungssicherheit, dass die Politik dann nicht einmal Hüh und einmal Hott sagt. Ich glaube, auch beim Datenschutz brauchen Unternehmen da eben stabile Marktbedingungen, Planungssicherheit und dann können Unternehmen damit umgehen. Also wenn die Politik sagt, ok, wir erhöhen die Datenschutzbedingungen, dann werden sich die Geschäftsideen in dem Feld bewegen. Dann werden sich Verschlüsselungstechnologien und Haus-zu-Haus-Technologien entwickeln, eine europäische Cloud oder was alles ge-



## Nur zur dienstlichen Verwendung

rade so am Entstehen ist. Und wenn diese Datenstandards eben aufgeweicht werden oder industriefreundlicher gestaltet werden, dann werden sich halt andere Geschäftsmodelle entwickeln. Ich glaube, man kann das jetzt nicht so von vornherein wissen. Da muss man Hellseher sein, auf welchem Gebiet sich die Wirtschaft da besser entfalten kann. Meine These ist, wenn man das nicht entscheiden kann, also wenn es eine Hellseherei wäre, was besser für die Wirtschaft ist, dann sollte man halt diese Felder beackern, wo auf jeden Fall Nutzen für die Wirtschaft entstehen wird. Da sehe ich mal drei Punkte: das eine ist also, eben auf diese Verschlüsselungstechnologien setzen und diese Dinge, wo in Europa und speziell in Deutschland eben ein großes Bewusstsein dafür da ist und wir da quasi einen Vorsprung haben und wir diese Märkte viel schneller erschließen können. Das sind low-hanging-fruits. Ich komme aus der Werbung, man nennt das dort low-hanging-fruits: Früchte, die halt schnell zu greifen und zu verwerten sind. Man sieht, wie Microsoft gerade anfängt, sich da von Facebook abzugrenzen und sich, wie es heißt, als Trusted Company zu profilieren, die eben da großes Potenzial in diesem Bereich sieht. Vielleicht sollten wir auch diese Chance ausnutzen und dann nicht wieder den Amerikanern hinterherlaufen. Der zweite Punkt, bei dem ich großes Potenzial sehe, ist, wie es von meinem Vorredner schon gesagt wurde, Open Data. Die EU-Kommission hat auch diese Studie in Auftrag gegeben und gesagt, dass da 40 Milliarden an Potenzial drin wären. Dieses Gold gilt es unserer Meinung nach zu heben. Das dritte Feld wäre, eben diese eindeutigen Hindernisse bei der Industrialisierung 4.0 zu beseitigen. Da geht es darum, die Themen Wirtschaftsspionage und NSA aufzuklären und nicht diese Back Doors zu erlauben, wie es unser Innenminister jetzt schon vorgeschlagen hat. Dankeschön.

Der **Vorsitzende**: Vielen Dank Herr Weiß. Jetzt hat Herr Ceulic noch das Wort.

**SV Dean Ceulic**: Guten Tag sehr geehrter Herr Vorsitzender, liebe Ausschussmitglieder. Vielen Dank erstmal für die Einladung. Mein Name ist Dean Ceulic, ich bin hier heute als Vertreter von Posteo. Ich habe, als ich die Überschrift des Fragenkatalogs gesehen hatte, gedacht, das sind alles

Themen, mit denen habe ich schon mal zu tun gehabt. Das passt ja wunderbar und ich kann auch gleich schon einige Dinge aufgreifen, die hier genannt wurden. Was ich von Frau Voßhoff sehr gut fand, war, dass sie das Datenschutzgesetz, was sich ja auf personenbezogene Daten bezieht, als Wettbewerbsvorteil beschrieben hat. Das kann ich aus Sicht von Posteo nur bestätigen. Wir setzen bei Posteo auf Datensparsamkeit und Anonymität und das funktioniert sehr gut für unsere Kunden. Wir haben auch offensichtlich für das Internet ein relativ neues Geschäftsmodell aufgebaut, nämlich dass die Nutzer bei uns auch die Kunden sind. Die bezahlen für das, was sie kriegen. Und das ist auch gleich vielleicht eine erste These, die ich hier gerne vertreten möchte, und zwar, dass es nicht nur darum geht, irgendwelche Technologien zu bauen, die irgendetwas effizienter machen und schneller und schöner verarbeiten können, sondern auch an den Geschäftsmodellen zu gucken, wo fließt Geld von A nach B und wieso fließt dieses Geld von A nach B. Das wäre ein Punkt. Ein zweiter Punkt betrifft die Finanzierung von klassischen Startups. Ich muss hier vorwegnehmen, dass das bei Posteo so nicht notwendig war. Das Unternehmen konnte sich von sich selbst oder aus sich selbst heraus finanzieren und wachsen und tut es auch heute. Aber es gibt ohne Zweifel Unternehmen, klassischerweise Startups, die aufgrund forschungsintensiver Tätigkeiten oder vielleicht auch weil sie unbedingt neue Märkte in Asien erobern müssen, auf die Fremdkapitalisierung angewiesen sind, meistens durch Venture Capital. Hier wurde ja der Vergleich mit dem Silicon Valley gebracht. Ich habe in meinem Leben vor Posteo auch ein Unternehmen gegründet, das eine siebenstellige Finanzierungsrunde mitgemacht hat und immer noch erfolgreich unterwegs ist. Der Grund, warum im Silicon Valley alles so gut läuft, das sind gar nicht zwingend so sehr irgendwelche regulatorischen Vorgaben oder sonst was. Klar, man kann da schneller eine Firma gründen. Es geht alles irgendwie schneller und es ist ein bisschen unbürokratischer. Aber so schlimm ist das in Deutschland auch nicht. Der entscheidende Unterschied ist die Unmenge an Fremdkapital, die da verfügbar ist, also Venture Capital im Silicon Valley. Das regnet da vom Himmel im Vergleich zu Deutschland. Wenn wir also Unternehmen in Deutschland fördern möchten und sehen



## Nur zur dienstlichen Verwendung

möchten, dass die auch solche Wachstumschancen realisieren können, müssen Sie hier aus der Politik, wenn Sie in gesetzgeberischen Funktionen direkt tätig sind, dafür sorgen, dass Fördermittel zur Verfügung gestellt werden und auch vielleicht die Bedingungen für Kapitalgeber verbessert werden oder ähnliche Dinge. Das wäre für mich ein Hauptpunkt, mal abgesehen davon, dass man auch qualifizierte Arbeitskräfte braucht. Aber ich denke, da sind wir auch nicht so schlecht in Deutschland aufgestellt. Ein Punkt, der vielleicht eben ein bisschen vermischt wurde, und das ist der Diskussion ein bisschen abträglich, wir müssen schon unterscheiden zwischen personenbezogenen Daten und sonstigen Daten. Natürlich liegt in der Datenverarbeitung und Erhebung von Daten eine große Chance. Es ist aber ein himmelweiter Unterschied, ob diese Daten dann in irgendeiner Form personenbezogen sind oder in Kombination mit personenbezogenen Daten verwendet werden. Ich persönlich bin als Bürger froh, dass ich in Deutschland lebe und nicht, das war das Beispiel, in England, wo Gesundheitsdaten von, ich weiß nicht wie vielen Versicherten in die Öffentlichkeit getreten werden. Das sind Sachen, die ich ehrlich gesagt, nicht möchte. Ich glaube auch nicht, dass da Geschäftsmodelle dahinter sind, die wirklich funktionieren können. Denn es kommt irgendwann der Punkt bei Kunden, Bürgern, Nutzern, da realisieren sie, was mit ihren eigenen personenbezogenen Daten passiert, und die sind, glaube ich, wenn das passiert, recht enttäuscht. Ich freue mich immer über diese Transparenzprojekte, die versuchen aufzuzeigen, was passiert zum Beispiel, wenn man eine Webseite aufruft. Sie können das nachvollziehen, wenn Sie sich zum Beispiel ein blockendes Plug-in installieren, dann sehen Sie, wer gerade zu tracken versucht, dass Sie diese Seite besuchen. Sie werden ein bisschen erschrocken sein. Es wird ihnen vielleicht nichts ausmachen. Ist auch nicht so schlimm, so wie ich es jetzt erzählt habe. Aber nur um mal eine Vorstellung davon zu bekommen, was da passiert. Es ist schon relevant. Das sind Sachen, die kann man nicht einfach so abtun und sagen, wir müssen jetzt mal schön alle Daten verarbeiten. Wie gesagt, es wäre sehr hilfreich, wenn wir hier unterscheiden zwischen Daten an sich und insbesondere personenbezogenen Daten, die ein hohes, ein sehr schützenswertes Gut sind.

Der **Vorsitzende**: Vielen Dank für die Eingangsstatemente bei den Sachverständigen. Das war schon mal ein sehr interessanter Aufschlag. Ich eröffne auch gleich die Fragerunde. Ich bitte darum, dass dann diejenigen oder derjenige gleich sagt, an wen er die Frage richtet und dass dann gleich im Anschluss geantwortet wird. Als erster hat das Wort der Kollege Jarzombek von der CDU/CSU-Fraktion.

Abg. **Thomas Jarzombek** (CDU-CSU): Vielen Dank, Herr Vorsitzender, vielen Dank an die Sachverständigen für die vielen interessanten Ausführungen, die wir hier heute gehört haben. Ich möchte das mal versuchen auf zwei Aspekte einzudampfen und würde Frau Voßhoff und Herrn Schubert zunächst einmal fragen wollen. Das Erste an Frau Voßhoff: Eines unserer Grundprinzipien in der jetzt auch in Rede stehenden Datenschutzgrundverordnung ist die Zustimmung des Nutzers, das Opt-in-Prinzip. Das bedeutet, dass man, wenn man mit den Dingen nicht einverstanden ist, dagegen optieren kann. Jetzt wäre meine Frage an Sie, ob Sie Wissen darüber haben, wie viele Menschen diesen Datenschutzbedingungen bei Apple und bei Google nicht zustimmen, ein Opt-out machen, nachdem sie ein Android-Smartphone oder ein Apple-Gerät gekauft haben? Was nämlich einen interessanten Hinweis auf die Frage gibt, ob dieses Prinzip der Zustimmung eines ist, was tatsächlich Relevanz hat, weil Menschen diese Zustimmung verweigern. Dann würde ich als Zweites Herrn Schubert fragen wollen, wie sich das für ein Startup verhält, wenn es so sein sollte, dass solche großen Anbieter, wie Apple und Google möglicherweise immer die Zustimmung bekommen? Ob sie dann aus Ihrer Sicht quasi befreit sind von sämtlichen Fragestellungen, die rundum diese Datenschutzgesetzgebung resultieren. Das heißt, dass Apple und Google, dadurch, dass sie immer die Zustimmung bekommen, Daten quasi unbegrenzt erheben dürfen, während das möglicherweise für Sie, das ist meine Frage, und Ihre Startups etwas schwieriger ist. Wenn Sie zum Beispiel jemanden haben, der Steuerungsgeräte für eine Heizung herstellt und auf die Kalender von Nutzern zugreifen möchte, auf Standortdaten zugreifen möchte, der alle zwei, drei Wochen Innovationen bringt und dann bei seiner Innovation immer wieder erneut die Zustimmung des Nutzers einholen muss. Kann dies



## Nur zur dienstlichen Verwendung

möglicherweise zu einem Problem für das Startup führen?

**SVe Andrea Voßhoff** (BfDI): Ja, vielen Dank für diese Frage, Herr Abgeordneter Jarzombek. Ich kann Ihnen keine Zahlen nennen, wie viele nach dem Prinzip der Zustimmung Opt-in nun zustimmen oder nicht zustimmen. Ich vermute, dass der Anteil derer, die zustimmen, relativ hoch ist. Wobei ich mir ebenso im Klaren bin oder annehmen muss, dass die Frage, was und in welchem Umfang sie eigentlich inhaltlich zugestimmt haben, dem einen oder anderen wiederum nicht so klar ist. Sie dürfen davon ausgehen, dass manche Bedingungen sehr umfangreich sind, und der Nutzer darauf aus ist, es nutzen zu wollen und deshalb in dieser Hinsicht sozusagen nicht weiter hinterfragt, was und welchen Inhalten er dann zustimmt. Sie sprechen gezielt zwei Unternehmen an, die eben nicht ihren Hauptsitz in Europa haben. Deshalb meine ich an dieser Stelle auch sagen zu können, dass ein einheitlicher Rechtsarm mit dem sogenannten Marktortprinzip an dieser Stelle, auch die künftigen Regelungen, die es in Europa dazu geben wird, auch was die Frage der Einwilligung und Zustimmung anbetrifft, dann auch für diese Unternehmen gelten, rechtlich gelten. Die Frage ist dann auch, wie und in welcher Weise gestalten wir denn die Einwilligung von den Vorgaben her. Was muss derjenige, der die Einwilligung oder Zustimmung möchte, denn dann auch anliefern? Ich persönlich wäre sehr dafür, wir würden eine Regelung schaffen, dass, sobald ich irgendein Angebot im Internet nutze, mir von vornherein, das ist vorhin schon erwähnt worden, dargelegt wird, was eigentlich mit meinen Daten geschieht, zum besseren, zum leichteren, zum einfacheren Verständnis. Aber in jedem Fall ist es notwendig und geboten, eine solche Einwilligung von den Vorgaben her möglichst so zu leiten und so auszugestalten, dass derjenige, der sie möchte, auch gezwungen wird, transparent und vor allem umfassend denjenigen zu informieren, bevor er einwilligt oder zustimmt.

**SV Sascha Schubert**: Ich kann die Zahl leider auch nicht liefern, wieviel Personen oder wie hoch der Anteil derjenigen ist, die da zustimmen. Vielleicht, mein persönlicher Eindruck: die Datenschutzbedingungen werden von Nutzern natür-

lich, glaube ich, im Promillebereich überhaupt geöffnet und gelesen, das kann man sehr wohl messen, wer klickt an und wer klickt auf die Datenschutzbestimmungen. Das ist natürlich einer von tausend in Deutschland. Natürlich führt häufiges Fragen, häufige Änderungen in den Datenschutzbedingungen dazu, dass dann auch der eine oder andere mal aussteigt. Gerade bei Gütern, die nicht mit Hardware verbunden sind. Also, wenn ich meine 700 Euro für mein iPhone ausgegeben habe, dann werde ich nicht auf Nein klicken, weil ich ja eigentlich die Entscheidung, das zu nutzen, schon vorher durch den Kauf des Ganzen getroffen habe. Aber viele Dinge und viele Funktionalitäten, die zusätzlich digital oder zusätzlich zur Hardware genutzt werden, da gehört häufiges Fragen einfach dazu und führt dazu, dass die Conversion-Rate sinkt und dass man Kunden verliert oder viel erklären muss. Das ist einfach ein Kostenfaktor, der dann am Ende irgendwann zu Kosten führt. Man muss eigentlich, wenn man in Deutschland ein Startup macht, relativ genau wissen, was man in den nächsten drei bis fünf Jahren mit den Daten vorhat. Das ist eigentlich das Hauptproblem, dass man sich sehr genau darüber Gedanken machen muss, wohin die Reise denn mal gehen könnte. Gerade bei diesen dynamischen Sachen, da wo man vielleicht auch immer noch ein neues Hardware-Tool dazu entwickelt oder ein Upgrade dazu macht, führt das natürlich dazu, dass man sehr viel fragt. Aber der eine Punkt, der wichtig ist, ich glaube, die wissen schon relativ genau, dass der Nutzer „Ich akzeptiere die Bedingungen“ sehr häufig klickt und „Ich lese die Bedingungen“ sehr selten klickt. Und man kann auch analysieren, wie lange sich die Leute diese Dokumente dann angucken. Wovon wir eigentlich am meisten Angst haben, ich habe schon überlegt, ob ich meinen Namen hier verdecke, ist eigentlich vor den Datenschützern und den Wettbewerb. Das ist natürlich immer ein gern genommenes Instrument, um seine Anwälte in den Kampf zu schicken und das ist eigentlich das, worüber sich Startups in Deutschland häufig dann auch noch am meisten Gedanken machen: Wie geht eigentlich meine Konkurrenz damit um? Man muss auch immer so ein bisschen sagen, Startups sind oft auch natürlich ein ökonomisches Experiment. Der Fehler gehört dazu. Hinter Fehlern steckt nicht immer böser Wille. Wenn ich meinen Kunden alle 14 Tage eine neue AGB vorlege als junges Unternehmen,



## Nur zur dienstlichen Verwendung

dann denkt der Kunde oft: „Oh, die haben da was falsch gemacht, da muss irgendwas im Argen sein“. Bei Apple denken die Leute oft: „Ach, na gut, muss ich halt so hinnehmen“. Da wird weniger darüber nachgedacht.

Der **Vorsitzende**: So, jetzt hat das Wort die Kollegin Wawzyniak.

Abg. **Halina Wawzyniak** (DIE LINKE.): Ich habe fünf Fragen an drei Leute, die ich natürlich in drei Minuten schaffen werde. Die erste Frage geht an Herrn Schubert.

Der **Vorsitzende**: Sie brauchen nicht zu hetzen, wir haben mehrere Runden. Sie können das auch ein bisschen aufteilen nachher.

Abg. **Halina Wawzyniak** (DIE LINKE.): Na ja, aber ich krieg das schon hin. Die Erste geht an Herrn Schubert. Sie haben vorhin gesagt, Datenschutz ist kein Wettbewerbsvorteil, weil die Kunden das nicht so wirklich annehmen. Jetzt wäre meine Frage an Sie: Welche Anforderung an Politik hätten Sie denn, dass sich das ändert? Also, dass Leute sagen, wow, Datenschutz ist was total Cooles und Tolles, das wollen wir auch. Was wären da Ihre Anforderungen an die Politik? An Herrn Weiß hätte ich die Frage – Sie haben gesagt, Sie arbeiten sozusagen auch mit offenen Daten, also Open Data, die Bahn rückt die nicht raus. Da wäre jetzt meine Frage an Sie, was wären denn Ihre Anforderungen an die Politik, um Startups, die mit Open Data arbeiten wollen, zu unterstützen? Haben Sie da konkrete Anforderungen? Haben Sie konkrete Erfahrungen, ob Startups genau am fehlenden Zugang zu Daten scheitern? Die hätte ich dann gerne gehört. Und wir haben zum Schluss die Frage von Aufklärung, Verschlüsselung etc. angesprochen. Da würde mich nochmal interessieren, ob Sie glauben, dass eine Vereinfachung bei der Nutzung von Verschlüsselungstechnologien oder die zwingende Ende-zu-Ende-Verschlüsselung ein Vorteil sein könnte? Die letzte Frage geht an Herrn, ja, jetzt spreche ich es bestimmt falsch aus, aber gut, da habe ich ja Erfahrung mit, Ceulic? Ich habe drei Minuten.

Der **Vorsitzende**: Nein, nein, wir haben vereinbart, zwei Fragen zu stellen, also.

Abg. **Halina Wawzyniak** (DIE LINKE.): Wenn ich in den drei Minuten fünf Fragen unterbringe...

Der **Vorsitzende**: Die Sitzungsleitung hat immer noch der Vorsitzende und stellen Sie bitte die zwei Fragen und dann machen wir die nächste Runde und dann geht das so weiter. Ja? Ok. So, das beantwortet jetzt der Herr Weiß.

SV **Hermann Weiß**: Ich beginne mal mit der Frage zu Startups und Open Data. Ich glaube, es gibt, unabhängig vom Datenschutz, viele Daten, die in den Behörden liegen, die nicht freigegeben werden. Viele davon sind datenschutzrechtlich überhaupt nicht bedenklich. Das sind irgendwelche Umweltdaten, Geodaten, Gewässerdaten. Auch so was, wie Tankstellendaten, also die bei der Transparenzstelle für Tankstellen liegen, die werden nicht freigegeben. Es gäbe genug Ideen, was man aus diesen Tankstellendaten zum Beispiel machen könnte. Da gibt es halt diese bürokratischen Hindernisse, dass man einen Business-Plan vorlegen muss, der dann auch oft abgelehnt wird. Anstatt auf die Kräfte des Marktes zu vertrauen und einfach mal zu schauen, nehmt doch mal die Daten und versucht mal eine App daraus zu bauen. Schlechte Apps werden vom Markt hinweggefegt, die sterben gleich wieder. Also da würden wir uns halt wünschen, ein bisschen mehr Zutrauen in die Innovationskraft zu haben. Wir machen halt Routing mit den öffentlichen Verkehrsdaten. Das ist eine ganz simple Idee. Wir verknüpfen die Freizeitziele mit den Verkehrsnetzen. Wir sagen halt, die Leute fahren nicht deshalb gern mit der S-Bahn oder mit der Bahn, weil sie gern mit der Bahn fahren, sondern weil sie irgendwohin wollen, weil sie zum Schwimmen wollen oder zum Doktor wollen oder sonst irgendein Ziel haben. Wir sind eigentlich die ersten, die das systematisch verknüpfen. Wir machen da ein Routing, das gleich die Fahrplandaten verwendet und man gibt dann einfach nur ein „Doktor“ oder „Schwimmen“ oder „Therme“, und dann werden einem die Sachen angezeigt, die jetzt gerade von meinem Standort aus gut zu erreichen sind. Das ist eine super simple Idee und wahrscheinlich zu simpel für die Bahn. Also die Bahn kommt da auf so einfache Ideen nicht. Die denken da immer komplizierter. Wir sind jetzt vielleicht ein gutes Beispiel, wo Startups eben gehindert werden zu expandie-



## Nur zur dienstlichen Verwendung

ren. Wir müssen unseren Service erstmal auf Berlin-Brandenburg beschränken, weil nur da die Fahrplandaten als Open Data im GTFS-Format, so heißt das, freigegeben sind. Wir würden natürlich gerne deutschlandweit operieren. Aber das wird uns bisher verwehrt, weil eben die Bahn die Rohdaten nicht herausgibt. Sie rückt die Daten teilweise an Google raus, einen amerikanischen Konzern, was wir etwas merkwürdig finden, dass ein amerikanischer Konzern die Daten bekommt, ein deutsches Startup aber nicht. Muss ich aufhören, oder kann ich noch ein bisschen reden?

**Der Vorsitzende:** Ja, also das war schon mal sehr umfassend. Wenn Sie jetzt da erstmal einen Cut machen, wenn Sie fertig sind, dann können wir, - die Frage ist ja bestimmt beantwortet, Herrn Schubert jetzt hören.

**SV Sascha Schubert:** Wenn ich die Frage richtig in Erinnerung habe: Was müsste die Politik tun, damit die Kunden, also Business- oder Konsumentenkunden, Datenschutz als Feature empfinden? Die Frage kann ich jetzt relativ schlecht beantworten, weil ich glaube, dass alle oder, alle sind es ja nie, aber eine Mehrheit der Menschen halt ein funktionierendes, gut funktionierendes, schnell funktionierendes, reichhaltiges Internet haben will und wenn man die ganzen Systeme alle abschaltet, die gerade hier schon erwähnt worden sind, dann surfen Sie mal. Dann surfen Sie aber mit blinden Augen. Also der Kunde entscheidet sich ja für ein Produkt aus den USA oder er entscheidet sich für ein Produkt aus Deutschland, und er entscheidet sich bewusst für das eine oder das andere. Ich glaube, dass der Kunde – vielleicht hat er keine Ahnung oder vielleicht ist es ihm auch egal – da schon seinen Klick so macht, wie er das vielleicht für richtig hält. Denn ich glaube, wenn man sich in Deutschland über Datenschutz informieren kann, man kann die ganzen Sachen ja auch alle lesen und ich glaube, die deutschen Anbieter halten sich auch alle an die in Deutschland gültigen Gesetze, dann fehlt halt irgendwas. Vielleicht ist für den einen oder anderen das Feature „Datenschutz“ das Wichtigste. Wir haben auch Kunden, die haben eigene Datenschutzbeauftragte, die haben andere Anforderungen als vielleicht andere Kunden und haben da auch eine hohe Sensibilität. Aber so sind halt nicht alle Kunden und viele Kunden entscheiden sich dann

für das Produkt, das die meisten Funktionen hat. Ob man alle nun dafür sensibilisieren kann und was das dann vielleicht auch im Wettbewerb bedeutet, ist eine andere Frage. Das weiß ich nicht.

**Der Vorsitzende:** Herr Klingbeil hat das Wort für die SPD-Fraktion. Bitteschön.

**Abg. Lars Klingbeil (SPD):** Herzlichen Dank an alle fünf. Wir haben Sie ja eingeladen, um so ein bisschen herauszuhören, wo Sie der Meinung sind, als Politik müssten wir Rahmenbedingungen für Startups im Bereich Datenpolitik verändern. Mein Wunsch ist, dass wir so ein bisschen von dieser Metaebene, wo wir sagen, es muss irgendwie eine andere Mentalität da sein oder sonst irgendwie, wegkommen, so ein bisschen mehr ins Konkrete gehen. Ich will einfach Herrn Schubert und Herrn Noller nochmal an dieser Stelle fragen, was Sie glauben, wie wir Big Data-Geschäftsmodelle auch in Deutschland und Europa auf den Weg bringen können, ohne aber gleichzeitig in so eine Beliebigkeit in der Datenverwendung zu kommen. Auf der anderen Seite nochmal die Frage, was Sie glauben, wie man die Europäische Datenschutzgrundverordnung jetzt so entwickeln müsste, dass da sogar ein Wettbewerbsvorteil daraus entstehen kann.

**Der Vorsitzende:** Herr Schubert, beginnen Sie?

**SV Sascha Schubert:** Das waren ja drei Fragen. Ich glaube, der Punkt Europäisierung, der schafft schon mal an sich einen Wettbewerbsvorteil, einen einheitlichen Rechtsraum. Ich bin immer der Meinung, dass man sich ja in jedes Gesetz reinarbeiten kann, man kann auch alles lernen. Aber für ein Startup ist die Geschwindigkeit halt oft das Wichtigste. 28 nationale Regelungen sind halt eine Herausforderung im Vergleich zu einer. Es ist eher ein ökonomisches Thema, dass man vielleicht auch mal schneller sein muss, als jemand anderer. Wir sind halt selten schneller, 28 Rechtsgebilde abzubilden. Deswegen ist der Punkt für mich der wichtige. Wie war die letzte Frage nochmal? Ich bin nicht zum Mitschreiben gekommen.

**Abg. Lars Klingbeil (SPD):** Was an der Europäischen Datenschutzgrundverordnung Ihrer Meinung nach geändert werden müsste oder auf den



## Nur zur dienstlichen Verwendung

Weg gebracht werden müsste, um einen Wettbewerbsvorteil daraus zu entwickeln.

**SV Sascha Schubert:** Das kann ich nicht gut beantworten.

**SV Stephan Noller:** Zunächst einmal zu der Frage, wie können Big-Data-Geschäftsmodelle ermöglicht werden, ohne beliebige Datenverwendung zuzulassen. Das Schöne ist, dass es dazu gar keiner großartigen neuen Gesetzesideen bedarf. Denn das inzwischen fast schon uralte Telemediengesetz (TMG) hat sozusagen die Schablone dafür schon längst drin. Wenn Sie gucken, wie dort in § 15 Abs. 3 der Umgang mit pseudonymen Daten geregelt wird und in § 13 mit zustimmungspflichtigen Daten, also personenbezogen, dann ist das im Prinzip genau die Vorlage, die ich referenzieren würde. Die braucht man natürlich auf europäischer Ebene. Das wird für digitale Startups nicht helfen, das nur in Deutschland geregelt zu haben, aber eben nicht in Österreich oder Frankreich usw.. Aber das ist nicht besonders schlimm, weil das sowieso im Gange ist. Mit der Verordnung werden genau diese Fragen, welche Datenarten es gibt, welche Zustimmungserfordernisse gibt es für welche Datenart, in der Datenschutzgrundverordnung diskutiert. Das Tolle ist, dass das Konzept der pseudonymen Daten, was meiner Ansicht nach ein exzellentes Konzept für Big-Data-Anwendungen ist, warum, dazu kann ich gleich noch etwas sagen, sozusagen ein Stück weit in die Datenschutzgrundverordnung exportiert wurde. § 15 Abs. 3 war sozusagen die Idee dahinter, das mit reinzunehmen. Leider ist es, mit Verlaub, nur relativ verküppelt dort reingekommen. Was im Deutschen Telemediengesetz in einem Satz geregelt ist, ist in der Datenschutzgrundverordnung auf 700 Seiten verteilt in zehn verschiedenen Fußnoten genannt, und es gibt hier und dort Ausnahmen und so weiter, und mit dem entscheidenden Nachteil, dass das deutsche Gesetz für Unternehmer einen Inzertiv hat. Vielleicht nochmal zur Erläuterung: d.h., wenn Sie alle personenbeziehbaren Merkmale möglichst wirksam entfernen, dann sind die Daten viel unkritischer. Deswegen ist die Zustimmung vorweg nicht mehr erforderlich, sondern es gilt ein sogenanntes Opt-out-Prinzip, dem man widersprechen darf. Das ist ein ganz klassisches, sehr einfaches, glasklares Modell, wie eine Big-Data-Anwendung funktionieren kann, wenn

sie keine personenbezogenen Daten braucht. In der EU-Verordnung ist das ein bisschen mit rein-genommen worden, allerdings mit dem kleinen Nachteil, dass dieses Inzertiv weggefallen ist. Also derzeit müsste ich in der EU-Verordnung, die ein bisschen schwer zu lesen ist, prüfen, was genau damit gemeint ist. Aber die dominierende Lesart ist, dass ich als Unternehmen die Daten pseudonymisieren müsste, was diese für die wirtschaftliche Verwendbarkeit schwächer macht, gleichzeitig aber trotzdem die Zustimmung einholen. Insofern ist sozusagen die Regelung in die Datenschutzgrundverordnung schlecht exportiert worden. Wenn man das korrigiert bekäme und das deutsche Regularium, was seit vielen Jahren hier eingeübt ist, sauber rüber brächte, was gar nicht so schwer ist, weil es wirklich häufig als Referenz genommen wird – meiner Ansicht nach ist es eine etwas unglückliche Implementierung einfach in dem Gesetz – dann hätte man tatsächlich meiner Ansicht nach ein Modell, welches über Jahre hier schon in dem Land, von dem alle immer sagen, es habe die „höchsten Datenschutzstandards“, eingeübt wurde. Dies wäre sehr, sehr gut für Big-Data-Anwendungen geeignet. Frau Voßhoff, ich bin sehr gespannt, was Sie dazu meinen. Also meiner Ansicht nach, gibt es dafür eine sehr schnelle Lösung mit einer guten Referenz und einer langjährigen Tradition in unserem Rechtssystem. Das zu der einen Frage, wie kann Big Data ermöglicht werden, ohne gleich alles dranzugeben. Die andere Frage, die ist eine sehr spannende. Die hat auch eine interessante sehr einfache Antwort, wie kann die Datenschutzgrundverordnung ein Wettbewerbsvorteil sein. Ich stimme Herrn Schubert zu, das kann sie automatisch sein: Markterschließung und plötzlich sind 28 Länder unter einem Regime. Großartig, sehr große Erleichterung. Allerdings nur unter einer Voraussetzung ist es ein Vorteil für europäische Unternehmen; nämlich dann, wenn wirklich die gleichen Prinzipien für alle Unternehmen gelten, die in Europa operieren. Sie wissen, dass das Marktortprinzip viel zitiert und immer hochgehoben wird. Ich habe kürzlich auf einer Veranstaltung einen hohen Beamten des Innenministeriums gefragt, ob denn geplant sei, das mit den USA bilateral abgeschlossene Safe Harbor-Abkommen auch zu canceln, weil es ja im Prinzip genau das Marktortprinzip unterläuft. Aus Amerika, das wissen Sie, kommen im Digitalen die wichtigsten Wettbewerber, und da war die



## Nur zur dienstlichen Verwendung

Antwort ein klares Nein. Wenn das passiert, dann werden wir in Zukunft härtere Regeln für europäische Unternehmen, nicht nur für Startups, auch für große Unternehmen haben und deutlich aufgeweichte Regeln für US-Unternehmen oder vielleicht weitere, mit denen irgendwelche bilateralen Handelsabkommen geschlossen werden. Um ehrlich zu sein, wenn das passiert, ist das ist eine totale Katastrophe. Insofern kann meiner Ansicht nach die Verordnung zu einem Wettbewerbsvorteil werden; ich glaube sogar persönlich, für europäische Unternehmen weltweit, wenn wir einen modernen Datenschutz haben, der in einem der größten Märkte der Welt Gültigkeit hat. Das gilt allerdings nur unter der Voraussetzung, dass wir nicht gleichzeitig einen Betonklotz ans Bein gebunden bekommen in Form von Safe Harbor und eine große Klasse von Unternehmen, die doch nicht den gleichen Regeln unterliegen. Insofern ist es ein ganz einfacher Lackmus-Test, wenn Sie mit Leuten darüber reden, das Marktordnungsprinzip hochzuhalten, was die Planung bezüglich Safe Harbor betrifft, das ja kein Gesetz ist. Es ist relativ leicht neu zu verhandeln, aufzukündigen und dergleichen. Wenn Sie schauen, wie die aktuelle Praxis bezüglich Safe Harbor ist, da kommen Ihnen die Tränen. Es hat überhaupt keinen ernstzunehmenden Regulierungsgehalt, wenn Unternehmen sich in den USA auf die Safe Harbor-Liste setzen lassen – viele wissen nicht einmal, dass sie darauf stehen. Insofern mein ganz klares Statement: Ich glaube, dass es mit der Datenschutzverordnung funktionieren kann, wenn sie kommt, wenn diese einfachen Prinzipien, wenn das Marktordnungsprinzip wirklich durchgängig eingeführt wird.

Der **Vorsitzende**: Konstantin von Notz, BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN, bitte.

Abg. **Dr. Konstantin von Notz** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Herr Vorsitzender, vielen Dank. Das letzte Statement hat mir sehr gut gefallen. Ich sehe das ganz ähnlich. Mich stört häufig an der Diskussion, dass man ja so tut, als sei der Datenschutz, Achtung, „nice to have“. Aber es ist halt ein Wert von Verfassungsfragen, und wenn man die Digitalisierung ernst nimmt und einen Augenblick darüber nachdenkt, was eigentlich passiert, dann wird man feststellen, dass Datenschutz nicht irgendwie so ein Hemmnis für die Wirtschaft ist, sondern sie ist konstituierend für unsere Freiheit

und Selbstbestimmung in den nächsten Jahren. Insofern ist das schon ein relevantes Ding. Es ist durch Rechtsprechung abgesichert. Deswegen haben wir eine Bundesbeauftragte für Datenschutz, Gott sei Dank, weil es eben so eine zentrale Frage ist. Insofern kann man da nicht so drüber reden, wie bei der Frage, ob die Gartenzäune 1,50 m oder 1,20 m hoch sein müssen, sondern Datenschutz ist eine relevante Größe. Daraus ergeben sich zwei Fragen, einmal an Dean Ceulic: Die Frage zielt jetzt auf die Vertrauenskrise nach Snowden und den ganzen verheerenden Nachrichten, die einen da praktisch monatlich erreichen. Wie sieht es aus im Hinblick auf Transparenz, Zertifizierungs-, Auditierungsmodelle? Wie kann man es da zusätzlich neben gesetzlichen Regelungen, wobei Transparenz ja mit gesetzlichen Regelungen zusammenhängen würde, schaffen, dass eben Datenschutz eine entsprechende Größe wird und eben auch akzeptiert wird. Wie kann man Unternehmen in Deutschland auch mit solchen Ansätzen unterstützen. Die zweite Frage geht an Frau Voßhoff. Ich weiß nicht, ob Sie das Papier zum JI-Rat bei EDRI schon gesehen haben. Es geht darum, dass also nach der Einschätzung vieler Experten nun offenbar an wesentlichen Grundsätzen deutschen Datenschutzrechts auf europäischer Ebene gerüttelt werden soll. Wenn Sie es kennen, dann würde ich Sie gerne um eine kurze Einschätzung bitten. Wenn nicht, dann müssen wir das morgen oder übermorgen diskutieren.

Der **Vorsitzende**: Herr Ceulic, bitte.

SV **Dean Ceulic**: Vielen Dank für die Frage. Mit der Transparenz sind für Unternehmen und Organisationen natürlich gewisse Auflagen verbunden. Ein größeres Problem, das hat sich bei uns, bei Posteo, ein bisschen herausgestellt, war die Frage, ob man das auch darf. Also darf man die Öffentlichkeit darüber informieren, was man so tut oder nicht, insbesondere bei Fragen, was Ermittlungsbehörden für Anfragen stellen und so weiter und so fort. Das ließ sich zum Glück positiv bescheiden und wurde auch durch die Bundesregierung bestätigt. Das ist schon mal ein sehr positiver Aspekt und hier sind wir auch wieder bei dieser Diskussion darüber, über welche Daten wir reden. Organisationen, Unternehmen sollen transparent sein, öffentliche Daten sollen auch öffentlich ver-



## Nur zur dienstlichen Verwendung

füßbar sein. Das wird ja auch alles unter dem Begriff Open geführt, also die Buzzwords fangen ja alle mit Open an, also bei Open Government, Open Data und wie sie alle heißen. Die kann man natürlich verwenden, um Geschäftsmodelle zu bauen und das ist auch gut so. Auf der anderen Seite sind aber die Personen, die Daten, die sich Personen zurechnen lassen und die schützenswert sind, das große Problem. Hier ist es sehr hilfreich, wenn Unternehmen die Möglichkeit oder auch bis zu einem gewissen Grad, soweit das vertretbar ist, auch die Verpflichtung haben, darüber Auskunft zu geben, wie sie mit solchen Daten umgehen. Das Thema Auditierung und Zertifizierung ist ein bisschen schwierig, weil immer die Frage besteht, wer das machen oder nicht machen soll. Da bin ich ein bisschen unentschlossen, ob man das zum Beispiel dem Staat überlassen sollte, der nach den ganzen Enthüllungen, die es so gab, einen kleinen Vertrauensverlust erlitten hat, oder Staaten an sich. Nichtsdestotrotz gibt es vielleicht ein Beispiel, das ich nennen kann. Da sind wir wieder zurück bei dem, was Frau Voßhoff am Anfang sagte, nämlich Datenschutz als Wettbewerbsvorteil und auch bei der Diskussion über Safe Harbor und Marktortprinzip. Es gibt, das habe ich vor Jahren aufgesetzt, ein Projekt im Newsletter-Bereich, das ist ein Zertifizierungsdokument, das aus der Privatwirtschaft hervorgegangen ist und das durch zwei Verbände getragen wird. Da müssen sich Newsletter-Versender, wenn sie relevante Newsletter rauschicken und diese in Deutschland absetzen wollen, zwingend zertifizieren. Also sie kommen gar nicht mehr drum herum, das zu machen. Das Ganze ist freiwillig, ist auch aus der Industrie heraus entstanden und funktioniert sehr gut. Wir haben es, Achtung, auch damit geschafft, dass sich gerade amerikanische Unternehmen, die sich auf dem deutschen Markt engagieren und hier Newsletter zustellen wollen, an deutsche Datenschutzgesetze halten und denen tut das nicht weh. Im Gegenteil, die machen das, weil es Teil des Business ist und weil es funktioniert. Das heißt also, Datenschutz als Wettbewerbsvorteil ist ein Argument. Ich kann es damit praktisch auch belegen, weil es freiwillig kam und nicht durch irgendein Gesetz. Das funktioniert in der Tat.

Der **Vorsitzende**: Frau Voßhoff, bitte.

SVe **Andrea Voßhoff** (BfDI): Zu der Frage von

Herrn von Notz, ich kenne das erwähnte Papier noch nicht. Sobald ich es gelesen habe, kann ich gern ergänzend dazu vortragen. Wir hören und wissen aber auch mit Sorge von dieser Problematik, und so gesehen ist das, was Sie damit in der Fragestellung verbunden haben, aus meiner Sicht berechtigt. Die Verhandlungen, nachdem sie lange Jahre sehr gestockt haben, haben ja jetzt durchaus im positiven Sinne an Fahrt aufgenommen und es besteht das politische Ziel, 2015 dann vielleicht doch noch zu einem Ergebnis zu kommen. Wir hören jetzt immer, dass im Rat viele Teilbereiche konzentriert sind. Damit ist ja die vorbereitende Entscheidung getroffen. Wenn der Rat entschieden hat, kommt ja noch der Trilog, so dass das im Rat zügig vorangeht. Aber jetzt zum Schluss wiederhole ich noch die Grundlagen des Datenschutzrechtes in der Datenschutzgrundverordnung sind vor allem Artikel 5 bis 10. Da werden Begriffe definiert, da werden sozusagen die Weichenstellungen dem Grunde nach nochmal festgelegt, was ist was und welche Kriterien und Anforderungen und Hürden des Datenschutzrechtes bestehen und sollen in der europäischen Datenschutzgrundverordnung stehen. Da hören wir mit Sorge, dass möglicherweise jetzt noch Formulierungen hineinkommen, wie zum Beispiel die Zweckvereinbarung, also die Zweckbedingung, die ja aus datenschutzrechtlicher Sicht ganz wichtig ist. Es wird diskutiert, dass diese möglicherweise aufgeweicht werden soll. Wenn jetzt in der Schlussrunde sozusagen noch an den Grundlagen fundamentale Aufweichungen des Datenschutzrechtes vorgenommen werden, dann muss uns das im höchsten Maße – also jedenfalls auf Ratsebene – besorgen. Auch für die anschließende Diskussion im Trilog muss es dann auch entsprechend unsere Aufmerksamkeit nicht nur finden, sondern auch argumentativ in der Öffentlichkeit thematisiert werden, damit das auch auf der politischen Ebene dann sozusagen klar ist. Ich gebe Ihnen gerne noch ergänzende Informationen, sobald ich das Papier mal lesen konnte. Erlauben Sie mir, Herr Vorsitzender, eine Anmerkung, weil Herr Noller mich indirekt angesprochen hat bei seinem Statement zu § 15 Abs. 3 TMG. Ich kann ihm da in jeder Hinsicht zustimmen. Die Bedeutung ist nicht nur § 15 Abs. 3, sondern ich ergänze das auch noch. Die Problemstellungen der Big-Data-Anwendung sind auch nach dem Bundesdaten-



## Nur zur dienstlichen Verwendung

schutzgesetz nicht ausgeschlossen. Sie sind möglich. Ich bin noch nicht allzu lange im Amt, aber ich habe mich am Anfang oft gefragt, wie und in welcher Weise kommuniziert denn Wirtschaft mit Vertretern des Datenschutzes. Es gibt im Bundesdatenschutzgesetz den § 38a, der da zum Beispiel besagt, dass Wirtschaftsverbände in bestimmten Themenfeldern mit Datenschutzaufsichtsbehörden gemeinsam Codes of Contact entwickeln können, um bestimmte Projekte datenschutzgerecht zu realisieren. Dieser Paragraph müsste doch eigentlich lebhaft Anwendung finden. Das tut er aber leider Gottes nicht in dem Maße in Deutschland. Es gibt hierfür verschiedene Ursachen. Aber wir erleben es ja auch, es gibt auch einige Beispiele, wo in guter Zusammenarbeit mit der zuständigen Datenschutzaufsicht auch nach bisher bestehendem deutschem Recht solche Big-Data-Projekte realisierbar sind. Sie haben vorhin „pseudonymisieren“ genannt. Viel entscheidender und wichtiger ist aber das Thema „Anonymisieren“, nicht nur nach dem TMG. Sondern auch nach dem Bundesdatenschutzgesetz ist es eine Option, weil Sie damit den Personenbezug der Daten beseitigen. Ich weiß, dass dann in der Diskussion immer sehr schnell auch thematisiert wird, ob denn heute im Zeitalter der digitalen Entwicklung die Beseitigung des Personenbezugs vollends funktioniert. Ich will aber wirklich mal darauf hinweisen, und das vielleicht auch an Herrn Schubert richten: Es ist nicht so, dass das deutsche oder das bisher bestehende europäische Datenschutzrecht Big-Data-Anwendungen verhindern. Es setzt nur bestimmte Vorgaben, die umgesetzt werden. Was Herr Ceulic vorhin sagte, die Bedeutung, um was es denn im Datenschutz geht, ist in dem Zusammenhang immer auch ganz wichtig. Geht es nur um die personenbezogenen Daten und nicht um andere Daten. Die personenbezogenen Daten sind ein Fall für den Datenschutz. Darauf muss man immer wieder auch hinweisen, weil, wenn es dann heißt, wie kann man in Zeiten von Big Data von Datensparsamkeit reden, dann ist das kein Widerspruch, sondern es ergänzt sich. Datensparsamkeit heißt eben, möglichst Verzicht auf personenbezogene Daten. Ob durch Anonymisieren oder von vornherein schon durch Privacy by Design-Default-Instrumente, durch die es gar nicht erst zum Datenmissbrauch kommen zu lassen, ist kein Widerspruch. Sorry, dass ich jetzt über die Beantwortung der Fragen

des Abgeordneten von Notz etwas hinausgegangen bin. Aber da mich Herr Noller indirekt angesprochen hat, wollte ich das noch ergänzen.

Der **Vorsitzende**: Nächste Fragerunde, Nadine Schön, CDU/CSU-Fraktion, bitteschön.

Abg. **Nadine Schön** (CDU/CSU): Vielen Dank, Herr Vorsitzender. Ich fand sehr interessant, was Herr Noller gesagt hat. Das trifft für mich genau den Kern der Problematik. Herr Noller, könnten Sie das Gesagte ergänzen, um eine Einschätzung zu dem von Herrn von Notz aufgeführten Punkt der Zweckbindung? Wie wichtig ist das in der Praxis? Thema Pseudonymisierung: Ich bin auch der Meinung, dass das im Prinzip ein sehr kluger Gedanke ist, den leider die meisten anderen europäischen Länder nicht kennen und deshalb ist es auch so schwierig, den in Europa zu verankern. Herr Schubert, können Sie etwas dazu sagen, was das denn für die Praxis bedeutet, für Ihre Startups, für Ihre Unternehmen. Wie kommen die mit dem Thema Anonymisierung, Pseudonymisierung zu recht und was würde es bedeuten, wenn man jetzt den Grundsatz des Opt-in auch noch zusätzlich einführen würde? Ist das nicht eigentlich ein Widerspruch, der das ganze Positive, das wir mit Anonymisierung und Pseudonymisierung bezwecken, im Prinzip unnötig machen würde?

Der **Vorsitzende**: Herr Noller und dann Herr Schubert, bitte um die Beantwortung der Fragen.

SV **Stephan Noller**: Vielen Dank für die Frage. Ich möchte nochmal kurz ausholen, um das Thema Pseudonymisierung allen nochmal klar zu machen, was das für eine Bedeutung hat, auch für die Sicherheit von Daten und für mögliche Hacker-Angriffe und Datenverlust. Ich kann persönlich von meinem Unternehmen sagen, dass wir sehr viele dieser Tracker verarbeiten. Wenn Sie sehen wollen, wer Sie auf Ihrem Rechner trackt, so finden Sie mit großer Wahrscheinlichkeit auch mein Unternehmen darunter. Aber Sie müssen nicht besorgt sein, denn bei uns ist es so, dass es sehr stark pseudonymisiert wird. Es werden diverse Daten überhaupt erst nicht gespeichert, die IP-Adresse wird von vornherein rausgefiltert. Es gibt sogar vertragliche Vereinbarungen, dass die Pseudonymisierung gegen Strafe nicht ausgeschaltet werden darf. Außerdem wird diese von einer



## Nur zur dienstlichen Verwendung

dritten Partei durchgeführt. Das kann man sehr solide auch hoch skalieren und kostengünstig hinbekommen. Der Vorteil ist nicht nur, dass man irgendein anderes Gesetefeld mit einer anderen Zustimmungserfordernis benötigt, sondern die Daten sind schlicht fast unbrauchbar, wenn ein Dritter an sie drankommt. Also die Daten auf unseren Festplatten haben keinerlei Merkmale, über die sie rückbeziehen oder mit anderen Datenquellen in Verbindung bringen können. Also, wenn ein Hacker in unsere Systeme eindringt, dann findet er viele Daten, mit denen er sehr wenig anfangen kann. Das gehört übrigens auch zum Thema Datensparsamkeit. Das ist ein ganz ehernes, wirklich gutes Prinzip; denn Sie können heute machen, was Sie wollen, so und so viel Sicherheitsbeauftragte und Spezialisten im Haus haben. Sie können sich nicht hundertprozentig dagegen schützen, dass jemand die Daten stiehlt oder eine Festplatte versehentlich mal irgendwie das Haus verlässt. Wenn Sie von vornherein Daten erheben, die überhaupt nicht kritisch sind, weil sämtliche kritischen Identifizier oder Merkmale gar nicht erst erhoben wurden, dann kann es Ihnen fast egal sein. Da können Sie die Tür auflassen und Open Data im wörtlichen Sinne betreiben. Das heißt, dass Pseudonymisierung und Anonymisierung wirklich starke Prinzipien sind, um Datensicherheit hinzubekommen. Und übrigens bringt Datensicherheit einen unternehmerischen Vorteil, nämlich weniger Kosten mit sich. Ich habe keine schlaflosen Nächte wegen der Terabits Daten, die wir haben, dass da irgendwer drankommen könnte; denn ich weiß, derjenige wird nicht viel Spaß damit haben. Wenn ich jetzt gezwungen würde, mit meinem Geschäftsmodell ein Opt-in einzuholen, dann müsste ich sozusagen sofort eine persönliche Kennung speichern und mit den Daten verknüpfen. Sofort habe ich superkritische Daten in meinem System. Ich muss ganz andere Sicherheitsvorkehrungen treffen, werde wahrscheinlich ganz andere Anfragen, vielleicht sogar von Kolleginnen und Kollegen aus dieser Runde bekommen. Die brauchen sie mir jetzt gar nicht zu stellen, weil ich überhaupt keine verwertbaren Daten habe. Trotzdem funktioniert mein Geschäftsmodell sehr gut und übrigens auch gegen amerikanische Wettbewerber, die das anders machen. Ich bin hiervon tatsächlich ein großer Fan. Sicherlich sind das natürlich höhere Auflagen.

Die amerikanischen Wettbewerber haben es leichter. Die machen sich da keine Gedanken. Ich bin, gerade in der Post-Snowden-Ära, ein großer Fan der Idee, dass wir uns dieses Aufwandes gewahr werden und das dann positiv konnotieren, dass wir sagen, es gibt ein europäisches Datenschutzniveau und einen starken deutschen Datenschutz. Lasst es uns eher modernisieren, zu einem Marktvorteil ausbauen, als zu sagen, super, wie die Amerikaner alles mit den Daten machen können, alles ist egal. Wir sollten nicht sagen, das sollte man bei uns auch einführen, weil es dann viel leichter ist. Es ist nicht leichter. Obwohl ich mich auch dem Startups-Verband zugehörig fühle, wäre das nicht mein Modell. Aber konkret, Ihre Frage war die nach der Zweckbindung. Das ist tatsächlich eine sehr komplizierte Frage, denn das Datenschutzgesetz sieht derzeit vor, dass ich bei dem Erheben der Daten wissen muss, wofür ich sie verwenden will. Dann weiß ich, ob ich gegebenenfalls fragen muss oder ob § 15 Abs. 3 Anwendung findet und ich einen Opt-out anbieten muss usw. Das ist möglich. Das erfordert eine intellektuelle Anstrengung. Das haben wir am Anfang, als wir uns gegründet haben, auch machen müssen. Man muss sich genau überlegen, was wollen wir damit machen. Dann wissen Sie übrigens auch genau, was Sie nicht speichern müssen. Das ist für die Datensparsamkeit eine wichtige Überlegung, was brauche ich alles nicht. Aber es ist tatsächlich relativ hinderlich für Big-Data-Anwendungen, wie man sie heute gerne diskutiert, insbesondere im medizinischen Bereich. Sie haben irgendeinen Fortschritt in der medizinischen Theoriebildung. Plötzlich können Sie aus Daten andere Ergebnisse herauslesen. Sie können plötzlich eine Krebsdiagnose aus Daten herauslesen, die vorher für unbrauchbar gehalten wurden. Jetzt haben Sie natürlich tatsächlich einen Fall, wo auch die Juristen sagen, das ist im Recht so eigentlich nicht gut geregelt. Sie müssten eigentlich jetzt im Moment der neuen Erkenntnislage neu beurteilen, ob ich jetzt eine Zustimmung einholen muss. Und darf ich jetzt re-identifizieren, also die Pseudonymisierung aufheben. Ich denke, darüber muss man sich tatsächlich Gedanken machen. Big-Data-Anwendungen erfordern einen flexibleren Umgang mit bestimmten Daten. Meiner Ansicht nach würden das TMG und die Pseudonymisierung da schon relative Freiheiten lassen, aber unter Umständen nicht ausreichen, weil man meiner Ansicht von



## Nur zur dienstlichen Verwendung

der Zweckbindung in bestimmten Fällen tatsächlich abrücken müsste. Ich bin kein Fan davon, wie eingangs gesagt, sie komplett unter den Tisch fallen zu lassen, ich sage nicht, super Big Data, wir brauchen komplett neue Regeln, man muss jetzt Daten grundsätzlich offen und überall verwenden dürfen. Davon bin ich überhaupt kein Fan. Aber eine vernünftige Regelung, um diesen neuen Wirtschaftsbereich juristisch zugänglich zu machen, brauchen wir durchaus.

Der **Vorsitzende**: Herr Schubert, bitte.

**SV Sascha Schubert**: Es kommt natürlich sehr auf das Geschäftsmodell an. Wenn ich jetzt im Grunde genommen auf der Suche nach Erkenntnis bin, dann ist es auch oft nicht mehr wichtig, wer denn wirklich als Individuum dahinter stand. Wenn ich aber – der Fall war jetzt schon sehr gut – dann den Weg wieder zurücksuche und vielleicht sogar live Handlungsempfehlungen für den medizinischen Bereich geben will, dann bin ich natürlich darauf angewiesen, auch diese Rückkannalfähigkeit oder denjenigen wieder identifizieren zu können. Dieses Thema Opt-in ist natürlich immer schwierig in dem Zusammenhang. Man kann ja immer nur fragen, was man auch jetzt an Ideen schon hatte. Ich bin jetzt auch tatsächlich kein Big-Data-Gründer. Ich weiß aber, dass die sich natürlich alle extrem mit dem deutschen und europäischen Rechtsrahmen schwer tun, weil natürlich a) der unterschiedlich ist und b) Freiheit bedeutet natürlich auch oft, dass man einfach mal loslegen kann. Ich bin mir sicher, dass auch nugg.ad überlegt hat am Anfang, wie gehen wir denn damit um und der eine oder andere entscheidet sich für die USA und muss sich dann einfach weniger Gedanken darüber machen. Ich glaube, wir sind auch noch, wie gesagt, auf einem sehr speziellen Feld. Wir sind einfach ressourcenschwach. Diese Ressourcenschwäche zeigt sich natürlich in allen Bereichen, weil man als kleines Unternehmen einen Fokus braucht. Viele Fragestellungen führen dann auch dazu, dass man sich auf die Suche nach einem anderen Geschäftsmodell macht. Komplexität ist für jedes Startup eine der höchsten Herausforderungen und hier wird sehr viel im E-Commerce gegründet. Bei Sachen, wo man sich wenige Gedanken, vielleicht weniger Gedanken über Datenschutz machen muss, geht man dann einfach den Weg, dass der Gründer

sagt, ich suche mir ein anderes Startup aus oder ich gehe dann halt auch vielleicht den Weg in die USA. Ich glaube, das kann man durch eine europäische Regelung verhindern. Aber ganz wird man das nicht. Ich glaube, wenn wir das hohe Schutzniveau festhalten und auf europäisch fest-schreiben, werden wir irgendwo, an irgendeiner Stelle, sofern wir die amerikanischen Regeln nicht wollen, eine Mauer hochziehen müssen und sagen: Ihr kommt hier nicht mehr rein. Ob wir das wollen, weiß ich nicht.

Der **Vorsitzende**: Kollegin Wawzyniak, bitte.

**Abg. Halina Wawzyniak (DIE LINKE.)**: Die erste Frage geht an Herrn Ceulic, ich hoffe ich habe es halbwegs richtig ausgesprochen, ok. Der Kollege von den Grünen hat einen Tipp gegeben. Wir haben vorhin gesagt, dass es in den USA quasi Venture Capital vom Himmel regnet. Da würde ich gern nochmals nachfragen. Mir ist beim Besuch von Startup-Unternehmen gesagt worden, bis zu 750.000 Euro ungefähr ist das in Deutschland kein Problem. Bis zu diesem Betrag sei alles super. Danach gäbe es ein Problem. Da würde mich einfach interessieren, sehen Sie das ähnlich und wie wären diesbezüglich dann die Handlungsempfehlungen an die Politik. An Herrn Weiß hätte ich noch eine Frage, jenseits dessen, was Sie vorhin zu Open Data gesagt haben, jenseits der Frage von Venture Capital oder Finanzierungsfragen: Was wären denn Ihre Wünsche, Ihre Vorschläge, was man als konkrete Hilfestellung für IT-Startups zur Verfügung stellen sollte. Wenn Sie dazu noch etwas sagen könnten, wäre das super.

Der **Vorsitzende**: Ja bitteschön.

**SV Dean Ceulic**: Sie sagten die Zahl von 750.000 Euro. Ich glaube, es ist so um die sieben Stellen, wo es anfängt bei um einer Million. Das kann man tatsächlich sagen. Das ist hier in Deutschland oder in Europa relativ gut abdeckbar. Es gibt Venture Capitalists und auch Business Angels, die an diese Summen herankommen. Man muss dazu wissen, dass das Startup-Finanzierungsmodell ja so funktioniert, dass man mehrere Runden dreht. Man geht von vornherein davon aus, dass man ein Investitionsbedarf hat und dieser Investitionsbedarf, der wird in mehreren Runden durchfahren, bis man dann in irgendeiner



## Nur zur dienstlichen Verwendung

Form irgendeinen Exit macht, ob man an die Börse geht, oder das Unternehmen verkauft, oder oder. Das ist alles schon eingeplant und natürlich wird das von Runde zu Runde oder soll es von Runde zu Runde immer größer werden. Nach meinem Gefühl und nachdem, was ich so mitbekommen habe, kann man tatsächlich so um die eine Million Euro als Grenze sehen. Da hört es dann auf. Dann ist man an dem Punkt, wo man sich überlegen muss, ob man darüber geht oder wie man das hier schaffen kann. Was diese Finanzierungsform betrifft, ja was kann man da jemanden raten. Da muss jede Firma für sich selber entscheiden, wie sie damit umgeht, was sie damit macht oder nicht. Das realisiert man als Startup-Gründer, glaube ich, relativ schnell, dass da irgendwann die Grenze kommt. Hinzu kommt vielleicht auch noch ein psychologischer Punkt. Wenn man dieses Finanzierungsmodell geht, dann sollte man von Anfang an in großen Summen denken und das tut man hier in Deutschland oder in Europa relativ selten. Da wird also mit viel größeren Summen im Silicon Valley oder auch im Ausland hantiert, womit sich auch ein Finanzierungsweg psychologisch viel einfacher gestalten lässt. Man muss sich nicht so für eine große Investitionssumme, die man haben möchte, rechtfertigen. Dementsprechend ist das tatsächlich ein Faktor. Was man machen kann, ist vielleicht, Förderprogramme verbessern. Ich weiß, dass klassische Förderung immer so funktioniert, dass kleine und mittlere Unternehmen außen vor sind, weil diese so hohe Bürokratiekosten damit haben, dass es sich irgendwie nicht rentiert. Die werden davon abgehalten, d.h., mit klassischen Förderprogrammen werden damit auch eher alte oder etablierte Geschäftsmodelle unterstützt und eben nicht die jungen neuen. Ich weiß auf der anderen Seite, dass die KfW viele Finanzierungsprogramme und Förderprogramme im Angebot hat, die man sicherlich ausbauen kann. Da ist bestimmt noch Potenzial drin. Ich glaube, die Geschäfte laufen derzeit auch ganz gut für die KfW. Diese könnte da ein bisschen etwas abgeben. Was das Thema Venture Capital betrifft, ist dies ein Riesenthema für sich. Da bin ich auch nicht so der richtige Ansprechpartner. Natürlich gibt es da Themen, wie Steuergesetzgebung, Regulierung von Holdinggesetzgebung und solche Geschichten. Was das im Detail betrifft, ist wahrscheinlich der Herr Schu-

bert der bessere Ansprechpartner. Noch eine Anmerkung zu anderen Wirtschaftsräumen. Da wir hier grundsätzlich das Thema Regulierung, oder, wie man mit bestimmten Regulierungen umgeht, haben: Es ist oft so, dass man vor einer Regulierung flieht, aber man kommt dann als Unternehmen eben in andere Regulierungen rein. Also, die USA sind als Unternehmensstandort schon sehr unternehmerfreundlich, aber da gibt es auch viele Dinge, die man beachten und einhalten muss. Das ist auch alles kein Selbstläufer. Das kann man auch nicht so pauschal sagen.

Der **Vorsitzende**: Kollege Weiß, bitteschön.

SV **Hermann Weiß**: Die Frage war ja, was es jenseits von Open Data noch an Vorschlägen zur Erleichterung gibt. Ein Vorschlag wäre sowas, wie zum Beispiel die Ausschreibung an Technologie offen zu gestalten. Also die Staatsquote liegt bei 45 Prozent und derzeit haben Startups da sehr schlechten Zugang zu den öffentlichen Ausschreibungen, weil die Ausschreibungen immer sehr genau beschrieben werden und bestehende Technologien angefordert werden. Das wäre so ein Weg, um Startups zu fördern, wenn man nur die Anforderungen in die Ausschreibungen reinschreibt und wie das dann umgesetzt wird, mit welcher Technologie das umgesetzt wird, da sollte die öffentliche Hand dann offen sein für neue Technologien. Ein anderer Punkt wäre sicher diese Willkommenskultur. Das war so ein Punkt auch im Startup-Monitor. Ich glaube, die Hälfte der Unternehmen beschwert sich, dass sie halt schlecht an ausländische Fachkräfte kommen. Silicon Valley ist deshalb groß geworden, weil die Kompetenz da wichtiger war als der Pass. Und bei uns zählt halt doch manchmal der Pass noch mehr als die Kompetenz. Das ist sicher so ein Punkt, wo die Politik da den Unternehmen helfen kann. Auch bei so kleineren Sachen, es gibt genug Ideen: Wieso nicht auch im Urlaubssemester ein Unternehmen gründen, also d.h., dass man für eine Gründung ein Urlaubssemester nehmen kann. Man hat dann oft während des Studiums, wenn man technische Fächer studiert, aus dem Studium heraus irgendwelche Ideen. Ein Team findet sich dann auch schnell. Es wäre eine Idee, wenn man dafür halt ein Urlaubssemester nehmen kann. Oder dass man auch ohne Abschluss in diese Exist Teams reinkommt. Diese ganzen Zuckerbergs und Steve



## Nur zur dienstlichen Verwendung

Jobs, die waren alle Studienabbrecher. Vielleicht bekommen unsere Studienabbrecher auch eine Chance in diese Exist Teams reinzukommen. Vielen Dank.

Der **Vorsitzende**: Kollege Reichenbach hat das Wort, bitteschön.

Abg. **Gerold Reichenbach** (SPD): Vielen Dank. Ich habe zwei Fragen an die Bundesdatenschutzbeauftragte. Ich würde gerne noch einmal Ihre Einschätzung zu dem Hinweis von Herrn Noller haben, der fordert, dass im Zuge der Europäischen Datenschutzgrundverordnung das Safe-Harbor-Abkommen grundlegend überarbeitet bzw. die Überprüfungsmechanismen grundlegend überarbeitet werden müssen. Das ist das Eine. Die zweite Frage geht an Herrn Weiß und Herrn Noller und Herrn Schubert. Es ist, glaube ich, hier deutlich geworden, dass Big Data nicht unbedingt personenbezogene Daten sein müssen. Auch dieses Beispiel aus Großbritannien, wo nicht personenbezogene Daten öffentlich gestellt werden. Jeder, der sich in der Uniklinik behandeln lässt, unterschreibt im Regelfall, dass seine Daten anonymisiert oder pseudonymisiert für irgendwelche Forschungsprojekte oder Pharmafirmen zur Verfügung gestellt werden. Der Unterschied ist jetzt, dass die Briten gesagt haben, dies soll nicht nur bestimmten Unternehmen zur Verfügung stehen, sondern allen. Deswegen meine Frage. Wäre es denn auch für Startups eine Chance, die Rahmenbedingungen zu verbessern, wenn wir stärker dieses Prinzip, dieser COM Data, also dieser öffentlich zugänglichen Daten, fördern würden. In den USA gilt zum Beispiel das Prinzip, dass Erkenntnisse, die mit öffentlichen Fördergeldern gewonnen werden, auch öffentlich gestellt werden müssen. Meine Frage richtet sich an alle drei. Was hielten Sie von so einem Ansatzpunkt?

Der **Vorsitzende**: Frau Voßhoff bitteschön.

Sve **Andrea Voßhoff** (BfDI): Zu Safe Harbor, Herr Abgeordneter Reichenbach, teile ich die Einschätzung von Herrn Noller, dass die aktuelle Situation höchst unbefriedigend ist. Sie wissen vielleicht auch, dass nach den Enthüllungen Snowdens die Kommission, ich glaube, dreizehn Punkte den Amerikanern hat zukommen lassen, über die man im Zusammenhang mit dem Fortbestand von Safe

Harbor reden sollte. Also eine Nachjustierung sozusagen und Veränderung und Verbesserung. Aus meiner Sicht kann ich es nur mit Sorge betrachten, dass ein erster Hinweis der Kommission auch an uns – uns ist die 29er Gruppe, das sind die europäischen Datenschutzbeauftragten – ergangen ist, dass ein Ergebnis dieser Verhandlungen der Kommission mit den USA im Sommer des vergangenen Jahres schon hätte vorliegen sollen. Das ist nicht der Fall gewesen. Unsere aktuellen Anfragen dazu lauten, dass die Gespräche weiterlaufen und bis Mai möglicherweise ein Ergebnis vorliegen könnte. Ich halte das für mehr als unbefriedigend und habe das auch öffentlich kommentiert, indem ich gesagt habe, dass die Kommission hier auch mehr Druck machen muss, dass das Safe Harbor-Abkommen entscheidend überarbeitet wird. Wenn dem nicht so ist, und das nicht gelingt, dann kann die Kommission nach meiner Auffassung auch die Schlussfolgerungen daraus ziehen. Sie haben es gesagt, es ist kein Rechtsakt. Es ist eine Entscheidung der Kommission, die sie dann auch zurücknehmen kann.

Der **Vorsitzende**: Herr Weiß, bitteschön.

SV **Hermann Weiß**: Es ging um die Open Data, dass Big Data nicht unbedingt immer personenbezogen sein muss. Da würde ich dafür plädieren, dass man sich an Amerika durchaus ein Beispiel nehmen kann. Das war, glaube ich, einer der ersten Amtshandlungen von Präsident Obama, mit dem Open Government Act einfach mal alle Behörden Daten automatisch auf Open zu setzen. Behörden funktionieren ja so, dass sie weniger eigene kreative Ideen entwickeln, was sie mit ihren verschiedenen Datensätzen alles Verschiedenes anfangen können, wie sie die neu kombinieren können, oder so neue Services für die Bürger anbieten können, sondern Behörden ticken ja anders. Die führen das zuverlässig aus, was von der Politik, von oben, kommt. Wenn die Politik sagen würde, alle Daten sind erstmal offen und die Behörde muss das begründen, wenn sie Daten nicht auf „offen“ setzt, dann würde das eine ganz andere Dynamik entfalten. Wir glauben, dass sehr viele Geschäftsmodelle in diesen Open Data schlummern, die EU-Kommissarin geht von 40 Milliarden Euro in dem nächsten Jahrzehnt aus. Das sehen wir als große Chance für Unternehmen.



## Nur zur dienstlichen Verwendung

Der **Vorsitzende**: Herr Noller, und Herr Schubert ergänzt dann.

**SV Stephan Noller**: Zunächst einmal NHS, es stimmt natürlich, die haben keine personenbezogene Daten frei. Obwohl dies nicht ganz stimmt. Denn als Patient kann ich sozusagen meinen eigenen Health Record runterladen, die dann personenbezogen ist. Für die Unternehmen gibt es unterschiedliche Pseudonymisierungsstufen. Natürlich gibt es eine Riesendiskussion, auch zu Recht, inwiefern, Frau Voßhoff hat das auch erwähnt, heutzutage es noch realistisch ist, welche Pseudonymisierung-Level sozusagen als sicher gelten können. Das ist sicherlich heikel und es gibt auch schon spektakuläre Beispiele in den USA, wo mit sehr wenigen Daten einzelne Politiker mit ihren Health Records in Verbindung gebracht wurden und diese dann veröffentlicht wurden. Das ist wirklich ein Risiko. Das muss diskutiert und genau begleitet werden. Was ich eine sehr spannende Anmerkung finde, ist das Thema COM Data. Evgeny Morozov hat vor zwei Wochen hier in Berlin zu diesem Thema einen Vortrag gehalten. Er hat die Frage aufgeworfen, wem denn ein Datensatz gehört, wenn in einer Stadt ein Parkplatz frei ist oder ein bestimmter Luftverschmutzungswert an einem öffentlichen Gebäude gemessen wird, und diese Daten in Zukunft zum Beispiel im Rahmen von Smart Cities, diesem großen Geschäftsmodell, bei dem die ganzen Konzerne, wie Daimler und so weiter, das große Geschäft wittern, erhoben werden. Ich glaube tatsächlich, dass es eine spannende Diskussion sein könnte. Es sollten nicht nur Open Data, sondern das sollten tatsächlich COM Data sein. Die ermittelten Daten müssen der Stadt gehören. Es kann nicht sein, dass ein privatwirtschaftliches Unternehmen da irgendwie einen netten Deal macht. In Barcelona ist das jetzt kürzlich passiert, als flächendeckend in der Stadt an öffentlichen Gebäuden Sensoren eingerichtet wurden. Alles vordergründig recht günstig und dann plötzlich hat die Stadt ihre zukünftige Infrastruktur sozusagen nicht mehr in der Hand, sondern quasi vermietet an ein Unternehmen und das Unternehmen regelt den Zugang zu den Daten. Spannend wird es natürlich, wenn man das einen Schritt weiterdenkt. Das ist in der Diskussion bei der Veranstaltung mit Herrn Morozov dann auch aufgekommen. Da könnte man

überlegen, ob es in diesen Fällen sowas wie öffentlich-rechtliche Infrastruktur geben sollte. Eine Stadt wie Berlin sollte bestimmte Daten als herunterladbare Schnittstellen nicht nur vorhalten, sondern regelrecht eine Infrastruktur, eine Tracking-Infrastruktur haben. So wie sie eben auch Straßen und Wasserleitungen haben. Es ist eine spannende Frage mit den Berliner Wasserleitungen. Es sollte sozusagen Datenleitungen von öffentlichen Trägern geben, über die öffentliche Daten in einem allgemeinen zugänglichen Format zur Verfügung gehalten werden und die Unternehmen und Bürgerinnen und Bürgern zur Verfügung stehen. Ich fände es hervorragend, darüber eine Diskussion zu führen, weil es klar macht, dass es dabei irgendwie nicht nur um ein Wirtschaftsgut geht. Das war das, was ich eingangs versucht habe darzulegen. Sondern es geht vielmehr um die Gesellschaft. Ob bestimmte Daten in Unternehmenshänden oder in den Händen von Kommunen liegen, wird in fünf oder zehn Jahren eine Frage von Teilhabe am öffentlichen Leben sein. Das muss man sich einfach vergegenwärtigen. Es ist nicht nur eine Optimierungsfrage von Parkplätzen, die entweder Audi oder BMW für sich entscheidet, sondern unser zukünftiges Leben wird in ganz vielen Bereichen digitalisiert sein. Die Fragen nach der Ownership und der Infrastruktur sind sehr spannende. Es ist eben nicht selbstverständlich, dass alles von Unternehmen zur Verfügung gestellt wird und zurücklizensiert werden darf von der Stadt. Ich fände das eine sehr spannende Forderung, zu sagen, es müsste eigentlich Common Data geben und öffentlich-rechtliche Infrastrukturen, wo diese zur Verfügung stellen. Warum nicht?

**SV Sascha Schubert**: Ich glaube, da schlummern eine ganze Menge Geschäftsmodelle drin, aber einige dann vielleicht auch nicht mehr. Der Ansatz ist ja nachvollziehbar. Ich glaube aber, dass die private Eigentümerschaft natürlich dann auch für den einen oder anderen im Wettbewerb ein Vorteil sein kann. Am Ende setzen sich ja auch die Modelle durch, die auch ökonomisch tragfähig sind und auch im Wettbewerb ökonomisch tragfähig sind. Am Ende wird es möglicherweise dann doch wieder Google sein, ohne jetzt Google nennen zu wollen. Aber weil die natürlich ein Geschäftsmodell um diese ganzen Anwendungen herum entwickelt haben, womit man dann auch Geld verdienen kann. Also wenn, dann werden



## Nur zur dienstlichen Verwendung

die wahrscheinlich ihre Sensoren daneben setzen und sagen, jetzt gibt es die COM Datas und dann gibt es noch unsere Datas und das Ganze dann konterkarieren. Ich würde da selektiv vorgehen wollen. Ich glaube, dass auf Basis dieser Daten viele Geschäftsmodelle möglich sind, die nicht unbedingt immer alle das Thema Startup am Ende rechtfertigen, weil natürlich die Skalierbarkeit dann nachher ein bisschen rauskommt, weil natürlich auch die erwerbswirtschaftliche Bearbeitung und der Erkenntnisgewinn monetarisiert werden muss. Das klingt jetzt sehr böse. Aber man muss damit auch am Ende irgendwie Geld verdienen können. Es gibt halt kritische Massen und diese wird man dann möglicherweise nicht mehr erfüllen können. Was das dann am Ende heißt, ja, Zukunft ist immer ein Experiment. Es wird ein paar Sachen geben, die daraus entstehen und ein paar Sachen, die man damit, glaube ich, verhindern wird.

Der **Vorsitzende**: Ich habe jetzt noch zwei Wortmeldungen vom Kollegen Janecek und vom Kollegen Durz. Gibt es weitere Wortmeldungen? Das ist nicht der Fall. Dann schließe ich die Rednerliste. Dann können wir das beantworten und machen anschließend eine kleine Abschlussrunde.

Abg. **Dieter Janecek** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Den Common Data-Ansatz fand ich sehr spannend, den Sie genannt haben, Bereitstellung öffentlicher Daten und das Nutzen auch als Gegenmodell. Aber das sind nicht meine zwei Fragen. Meine zwei Fragen beziehen sich einmal auf Herrn Schubert zum sogenannten Spannungsverhältnis Datensicherheit versus Geschäftsmodelle. Ich weiß, dass der Startup-Verband da eine eigene Studie gemacht hat, in der sie in der Kernthese sagen, wir haben da ein Problem. Ich bringe das so ein bisschen auf den Punkt. Meine Frage ist allerdings, angesichts der Tatsache, dass wir hier in Deutschland und Mitteleuropa einen ganz anderen kulturellen Umgang haben mit den Themen Sicherheit und Daten, ist das wirklich eine gute Strategie zu sagen, wir brauchen hier ein möglich lockeres Verhältnis zum Umgang mit Daten? Oder ist es das gar nicht, was Sie wollen? Denn ich kann mir das nicht vorstellen, dass die Kunden das hier gut goutieren würden, wenn wir in Europa auch im jetzigen Zusammenhang mit der

auszuhandelnden Europäischen Datenschutzgrundverordnung nicht auf Standards setzen, die sicher sind. Das betrifft insbesondere Unternehmensinfrastrukturen. Wenn ich den Bankensektor anschau, so stelle ich fest, dass die überhaupt kein Interesse haben, den amerikanischen Weg zu gehen, weil deutsche Banken nur noch dann ein Geschäft machen, wenn sie auf Sicherheit, Qualität und Ingenieurskunst setzen können. Das Silicon Valley ist schön und gut, aber auch da gehen 95 Prozent der Startups erstmal pleite, bevor sie auf den Markt kommen. Also, alles kann man nicht übertragen. Das ist die Frage eins. Soll ich die zweite gleich hinterher stellen? Die geht dann an Herrn Ceulic. Wir hatten vor einer Woche in der Bundestagsfraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN ein umfangreiches Fachgespräch zum Thema „Marktmacht, Wettbewerb und Vielfalt“ und haben uns da eben auch mit dem Spannungsverhältnis Datenpolitik, Datenschutz und Wettbewerbsrecht auseinandergesetzt. Vielleicht können Sie da nochmal schildern, nicht nur aus diesem Gespräch heraus, bei dem über 200 Entscheider da waren, was Sie da eigentlich für Herausforderungen sehen. Denn das, glaube ich, sehen ja alle, dass wir große Plattformen Google, Facebook usw. haben, von denen übrigens Professor Haucap sagt, dass, wenn man deren Geschäftsmodell anschaut, was die schon an Möglichkeiten haben, auch datenbasiert, Facebook gefährlicher als Google ist. Die Frage ist letztendlich, wie kommen wir da voran? Die Frage hatte ich auch Minister Gabriel in der Runde gestellt. Das beschäftigt, glaube ich, viele. Das ist die Frage, die beantwortet werden muss, wenn wir einen vielfältigen Wettbewerb haben wollen. Vielleicht können Sie uns da einen Einblick geben. Ich weiß, dass das nicht abschließend zu beantworten ist, aber wir sind da noch zu sehr im theoretischen, glaube ich, und politischen Diskurs bislang.

Der **Vorsitzende**: Herr Schubert für die Beantwortung, bitte.

SV **Sascha Schubert**: Die Frage habe ich jetzt mal so verstanden, ob wir generell für niedrige Datensicherheit sind. Ich glaube, die Diskussion fing ja woanders an. Die Diskussion fing damit an, wie können wir vielleicht auch in Europa digitale Weltmarktführer entwickeln. Also, wenn wir das wollen, was hindert uns vielleicht daran? Neben



## Nur zur dienstlichen Verwendung

den Finanzierungsbedingungen und den Ausschreibungsbedingungen ist Datenschutz natürlich auch einer der Punkte, die da genannt wurden. Dieses Thema zu bewerten, bei dem in einem Wettbewerb mit unterschiedlichen Regeln gekämpft wird, ist halt echt schwierig. Es ist ein bisschen so, wie mit einem Zahnstocher irgendwie hinzugehen, wo man eigentlich einen Hammer braucht. Da kann man nicht gewinnen. So geht es vielen deutschen Unternehmen, deutschen Startups dann auch. Die gehen dann im Moment halt in die USA, weil da natürlich auch Geld wieder eine Rolle spielt, weil natürlich auch die amerikanischen Investoren, die den Markt ja durchaus dominieren, sagen, ok, hier ist ein Rechtsraum, den wir auch verstehen, der auch im Zweifel mehr Flexibilität zulässt. Und Flexibilität ist eigentlich das größte Asset von Startups, von Kleinunternehmen. Wir können gegen größere Unternehmen nur gewinnen, wenn wir ein bisschen schneller, innovativer sind und Sachen verändern. Da sind natürlich immer so ein paar Punkte, die fallen uns dann einfach schwer und deswegen sind wir nicht generell für einen niedrigen Datenschutz, aber es ist im Moment ein bisschen einfacher beim Wettbewerb. In dem Wettbewerb sind wir aus unterschiedlichen Gründen oft schlecht aufgestellt. Der Datenschutz ist einer der Gründe, warum wir schlecht aufgestellt sind. Es ist nicht nur so, dass nur in Europa Kunden sitzen. Es sitzen auch in Amerika Kunden und ich möchte vielleicht auch, wenn ich ein Weltmarktführer sein will, in Amerika Kunden gewinnen. Die haben überhaupt kein Verständnis für die Gedanken, die wir uns machen. Die Frage ist eigentlich, wie können wir Unternehmen hier in Europa entwickeln, die auch in allen Märkten erfolgreich sind. Und da sehe ich das ein bisschen anders. Ich glaube, dass diese Offenheit der Amerikaner auch Teil ihrer Rechtskultur und ihres Gefühls ist und vielleicht sind es ja auch Sonnenscheinmenschen und es ist ihnen egal. Ich glaube nur, dass die auch sagen, warum soll ich denn dieses Produkt nutzen und nicht dieses, wenn das eine besser ist als das andere und Datenschutz ist dann vielleicht in dem Punkt, wenn es in der Welt oder Märkten, wo es sowieso niedrige Anknüpfungspunkte dafür gibt, halt kein Vorteil. In Europa sehe ich, dass es sich durchaus zu einem Wettbewerbsvorteil entwickeln könnte, wenn da ganz hohe Mauern sind. Weltweit werden wir aber dann trotzdem keine

Chance haben. Aber man weiß ja nie, was in China passiert. Darüber haben wir ja noch gar nicht gesprochen. Es gucken ja immer alle nach Amerika, aber eigentlich gibt es auch in China sehr viele erfolgreiche Unternehmen, die gerade entstehen.

Der **Vorsitzende:** Herr Ceulic, bitte.

**SV Dean Ceulic:** Ich glaube, wir sollten nicht den Fehler begehen, einfach nur simpel zu versuchen, Dinge nach dem Motto zu kopieren, „die haben da drüben laxere Datenschutzregelungen, jetzt machen wir das bei uns und dann geht hier wirtschaftlich die Konjunktur nach oben“. Ich beobachte eher, dass vor dem Hintergrund dieser Snowden-Enthüllungen die Bürger an sich erstmal sensibilisiert sind, mal darüber nachzudenken, was mit ihren persönlichen Daten passiert. Das hat auch zu einer Sensibilisierung in dem Bereich geführt, wo Unternehmen die Daten verwerten, also personenbezogene Daten. Ich glaube, es sind zarte Pflänzchen, aber man kann sie schon sehen. Diese ganzen Modelle, die jetzt von den Unternehmen, die Sie vorhin genannt hatten, beschrieben wurden, basieren ja darauf, dass irgendwelche Daten von irgendwelchen Leuten zu Werbezwecken verwendet werden. Das ist grundsätzlich moralisch erstmal nicht verwerflich, aber das ist nicht das einzige Geschäftsmodell, das das Internet bieten kann. Das Internet kann auch, und das tut es gerade, das Geschäftsmodell bieten, dass ein Kunde, der einen Dienst nutzt, auch dafür bezahlt und genau das bekommt, wofür er bezahlt hat und in der Größenordnung, für die er bezahlt hat. Posteo ist nur ein Beispiel davon und es ist für mich auch ein sehr guter Beweis dafür. Wir haben knapp 100.000 Kunden, die alle bezahlen oder 100.000 Postfächer, ich weiß ja nicht genau, ob es 100.000 Kunden sind. Aber man kann die Vermutung ungefähr anstellen. Das ist ein Beweis dafür, dass Kunden bereit sind, für ein Produkt, was vormals rein werbefinanziert war, Geld zu bezahlen. Sie tun das, weil sie einen Mehrwert bekommen. Sie bekommen Datenschutz, Datensicherheit, sie bekommen Anonymität und das Ganze ist legal, juristisch wunderbar eingefasst, es funktioniert. Wir sehen im Support, an der Rückmeldung der Kunden, dass sie hoch zufrieden sind und es gibt solche Geschäftsmodelle auch an anderer Stelle. Ich



## Nur zur dienstlichen Verwendung

glaube, wir sollten eher versuchen, auf diese Geschäftsmodellwandlung, die sich auch im Internet vollziehen wird, auf diesen Zug aufzuspringen, als jetzt krampfhaft zu versuchen, das irgendwie hier zu replizieren, was schon auf dem absteigenden Ast ist. Sie können Artikel im Guardian darüber lesen. Das ist nicht eine Einzelmeinung, die ich hier vertrete. Nichtsdestotrotz, worauf ich noch hinaus wollte, ist, ich denke, es ist nochmal wichtig, dass wir genau unterscheiden, und wir hatten es am Anfang ja gehabt, zwischen personenbezogenen Daten und eigentlich öffentlich verfügbaren Daten, die auch öffentlich verfügbar sein sollen, weil sie auch zum Beispiel von der Öffentlichkeit finanziert wurden. Andererseits ist auch das Verhältnis des Bürgers oder diese personenbezogenen Daten im Verhältnis zum Staat oder auch zu größeren Unternehmen, die mit einer gewissen Marktmacht agieren, ein Punkt, der heute in diesem Gespräch ein bisschen untergegangen ist. Auch ist es wert, hierüber einmal nachzudenken. Aber um es abzuschließen, wie gesagt, ich glaube, Technologien entwickeln sich immer weiter und sie sind im Großen und Ganzen relativ bekannt. Auch hinsichtlich rein technologischer Maßnahmen, wie man mit großen Datenmengen umgeht, passiert natürlich immer wieder eine Innovation. Wir sind hier an Punkten, bei denen es kontinuierlich passiert. Wir sollten aber viel eher darüber nachdenken, wie wir neue intelligentere Geschäftsmodelle entwickeln können und da versuchen, unseren Mehrwert zu erzeugen. Das geht natürlich mit einem guten Datenschutz und bestimmten Voraussetzungen, wie Marktortprinzip. Safe Harbor ist tatsächlich ein Thema. Das reißt ein großes Loch in diese ganzen Bemühungen. Aber es hörte sich ja so an, als würde man, als würden Sie zumindest daran arbeiten, dass sich da die Dinge verbessern.

**Der Vorsitzende:** Der letzte Fragesteller in der heutigen Runde im Fachgespräch, ist der Kollege Durz, bitte.

Abg. **Hansjörg Durz** (CDU/CSU): Ich habe noch an Herrn Noller und Frau Voßhoff eine Frage. Während zu Beginn dieses Fachgesprächs eigentlich schon die Frage im Raum stand, ob denn der deutsche, der europäische Datenschutz, wenn er denn ein entsprechend hohes Niveau hat, überhaupt erfolgreiche Geschäftsmodelle ermöglichen kann,

wurde eigentlich im Verlaufe des Gesprächs schon deutlich, wenn man gewisse Bedingungen wie Anonymisierung, Pseudonymisierung erfüllt, wenn man auch sicherstellt, dass diese Grundprinzipien dann in ganz Europa gelten, wenn man darstellt, dass das Marktortprinzip entsprechende Gültigkeit hat, dann kann es sehr wohl dazu führen, dass daraus auch positive Geschäftsmodelle erwachsen. Es wurde dann aber von Herrn Schubert in den Raum gestellt, dass das nur für bestimmte Geschäftsmodelle gilt. Es wird immer noch darüber hinaus welche geben, die in die USA gehen werden, weil sie dort ein anderes Spielfeld finden. Jetzt hätte ich gerne die Einschätzung von Ihnen, Herr Noller, und von Ihnen, Frau Voßhoff. Kommen wir dennoch so weit, dass dieses Datenschutzniveau, das bei uns gilt, ein Vorteil werden kann. Es wird immer irgendwelche Geschäftsmodelle, irgendwelche Unternehmen geben, die deswegen ihren Weg in die USA suchen. Aber werden wir ein Niveau darstellen können, dass dennoch sicherstellt, dass wir entsprechend die meisten Geschäftsmodelle in Europa ermöglichen können und wie sehen Sie die Aussagen von Herrn Ceulic gerade eben, dass wir eigentlich schon über den Punkt hinausdenken müssen, eben nicht nur alles frei zu denken, sondern schon eher in die Zukunft denken zu müssen, dass gewisse Rahmen eingezogen werden müssen?

**Der Vorsitzende:** Herr Noller, bitte.

**SV Stephan Noller:** Ich denke, es ist aus meinen Ausführungen klar geworden, dass ich natürlich zutiefst davon überzeugt bin, dass das gelingen kann und dass das tatsächlich sein kann, dass wir mit einem vernünftigen europäischen Datenschutz zum einen für den europäischen Binnenmarkt Möglichkeiten schaffen, diesen zugänglich zu machen, aber zum anderen dies auch für europäische Unternehmen herzustellen. Interessanterweise, wenn Sie es sich in meinem Segment angucken, also Online-Marketing, Advertising, ist es tatsächlich so, dass der europäische Markt ziemlich genau die gleiche Größe hat wie der US-Markt, nur das er halt hoch fragmentiert ist. Das heißt, es ist nicht nur irgendeine Theorie, sondern es ist tatsächlich so, dass in dem Moment, in dem wir regulatorisch das zu einem Markt machen, haben



## Nur zur dienstlichen Verwendung

wir auf einen Schlag einen Markt der auf Augenhöhe groß ist, wie der US-Markt. Leider geht es übrigens da by the way nicht nur um Datenschutzrecht, wobei das aber noch eine andere Diskussion ist. Was auch übrigens bei den ganzen BD-Berechnungen, bei den ganzen Unternehmensbewertungen passiert, ist, dass sie ein Geschäftsmodell nehmen und dann wenden Sie es auf einen bestimmten Markt an. Bei deutschen Gründungen ist es halt so, dass es dann meistens auf den deutschen Markt angewendet wird. In Zukunft würde es dann auf den europäischen Markt angewendet werden, weil es als ein Binnenmarkt für ein datengetriebenes Geschäftsmodell wahrgenommen wird. Insofern bin ich zutiefst davon überzeugt, dass das tatsächlich einen wirtschaftlichen positiven Effekt haben kann. Es muss natürlich vernünftig gemacht werden. Ich denke, das ist klar. Übrigens, generell muss ich ein bisschen gegen Herrn Schubert sagen, dass ich auch einfach kein Fan davon bin, zu sagen, bei den Amerikanern geht das halt, das müssen wir auch machen. Das ist hier verschiedentlich angeklungen. Beim Datenschutz ist das immer so ein bisschen greifbarer, habe ich den Eindruck. Überlegen Sie sich das mal beim Kündigungsschutz. Da ist es auch so, dass amerikanische Unternehmen anders handeln als hier in der Bundesrepublik Deutschland. Da werden Sie in einer Woche eingestellt und in der nächsten Woche werden Sie ohne Begründung wieder gehen gelassen. Das ist ganz normale Kultur dort. Das merkt man immer dann, wenn amerikanische Unternehmen europäische aufkaufen und dann die Mannschaft in der nächsten Woche entlassen wollen und sich dann wundern, dass sie lauter Schreiben von Anwälten bekommen und riesige Abfindungen zahlen müssen. Das wollen wir nicht. Natürlich ist das viel flexibler für ein Startup, wenn ich einfach „hire and fire“ machen kann. Auf den ersten Blick würde man sagen, das ist doch einfacher. Aber wir wollen so eine Kultur nicht, weil wir diese gesellschaftliche Überzeugung als deutscher Wirtschaftsraum nicht haben. Ich würde auch sagen, als europäischer. Ich würde mir wünschen, dass das für den Datenschutz, übrigens gerade „Post Snowden“, gelingt zu sagen, auf gar keinen Fall machen wir global irgendeine Angleichung auf kleinstem gemeinsamen Nenner, sondern umso mehr sagen wir, der europäische Wirtschaftsraum hat es verdient, ein eigenes Regularium zu haben. Es ist ja auch fast

fertig auf dem Tisch. Es ist ja nicht nur irgendeine Idee „man müsste“, sondern es liegt in Brüssel auf dem Tisch. Wir machen das zum Exportgut und wir machen das zum Verhandlungsstand gegenüber den USA, wenn es um Safe Harbor zum Beispiel geht. Wir sagen, dass es eben unser Regularium bei einem genau gleichgroßen Markt ist. Dann kann man ja ein bilaterales Abkommen machen, aber das ist auf einer anderen Augenhöhe. Sie merken, ich bin zutiefst davon überzeugt und übrigens nicht etwa nur für ein paar Sonderunternehmensformen, die mit pseudonymen Daten zu recht kommen. Ich glaube, dass wir für sehr viele Dinge sehr vernünftige Regeln haben, die seit vielen Jahren gültig sind. Wenn ich in Amerika auf Konferenzen bin, dann höre ich immer „Was? Ihr habt das geschafft in Europa ein Targeting-Unternehmen hochzuziehen und Ihr seid auch noch erfolgreich? Das ist doch unmöglich bei dem Datenschutzniveau, das man dort hat, insbesondere in Deutschland.“ Dann erzähle ich denen, was für ein elaboriertes System, was eigentlich regelrecht Möglichkeiten bietet, es hier gibt und man das sehr wohl kann. Und wir haben damit auch unseren US-amerikanischen Wettbewerbern eher das Fürchten gelehrt. Ich glaube, dass das geht und dass es sogar möglich sein wird, in Amerika, China und wo auch immer, Dienstleistungen zu verkaufen, die nach europäischem Datenschutzstandard gestrickt sind. Schauen Sie sich an, wie wir das in anderen Bereichen hinbekommen mit Produkten aus Deutschland und aus Europa. Das muss eben auch im digitalen Bereich gelingen, dass wir da auch mittelständische, mittelgroße Weltmarktführer nach unseren Standards, nach unseren Qualitätsstandards machen, auch was den Datenschutz angeht.

Der **Vorsitzende:** Frau Voßhoff, bitte.

SVe **Andrea Voßhoff** (BfDI): Letztendlich, Herr Abgeordneter Durz, kann ich nicht entscheiden, kann ich nicht prognostizieren, ob europäische Unternehmen von einer Harmonisierung des Datenschutzes im Sinne ihres Produktes profitieren. Es sind noch viele andere Faktoren, die zum Erfolg eines Unternehmens führen, andere Marktkräfte, wie das Produkt an sich. Da hat man die klassischen unternehmerischen Risiken. Aber ich bin in jedem Fall, und das habe ich in meinem Eingangsstatement auch gesagt, mehr denn je



## Nur zur dienstlichen Verwendung

überzeugt davon, dass es schon ein Exportschlager sein kann, datenschutzrechtlich ein europäisch harmonisiertes Recht zu haben. Bei allen Problemstellungen, die damit verbunden sind, das merke ich auch aus manchen Gesprächen, die man auf internationaler Ebene führt, hat das dann auch schon eine Auswirkung auf den amerikanischen Markt insofern, als dass amerikanische Unternehmen unter Druck geraten. Das muss man auch an der Stelle sagen. Wir erleben auch tagtäglich, gerade in der Post-Snowden-Ära, dass das Bewusstsein bei den Menschen in der tagtäglichen Anwendung stetig wächst. Herr Schubert hat natürlich Recht, wenn er sagt, das kommt bei uns in der Kasse noch nicht an, wenn ich das mal so sagen darf. Ich glaube, das ist aber eine ganz normale und natürliche Entwicklung, die einfach auch zeitversetzt kommt. Wenn Sie sich heute Zahlen anschauen, da ist im Grunde im Durchschnitt jeder Mensch ab zehn Jahren täglich online im Netz, wodurch auch immer, ob in den Social Medien oder in sonstiger Art und Weise. Dann merken Sie auch zunehmend, wie das Bewusstsein nicht nur von Eltern, von den Kindern, sowieso in Schulen wächst. Da könnte man auch mehr tun. Daraus resultiert nach meiner Auffassung und die Unternehmen, die hier heute waren, belegen es ja auch, dass der Nutzer, der Kunde schon zunehmend mehr darauf achtet, wie und in welcher Weise diese Unternehmen den Datenschutz auch für sich als Vorteil erkennen, um Vertrauen der Kunden zu gewinnen. Sie tun dies auf eine Art und Weise, von der ich meine, dass sie im Ergebnis erfolgsorientiert ist. Die Hinweise, die heute schon mehrfach gekommen sind, dass es für die Unternehmen in erheblicher Weise problematisch ist, wie in vielen anderen Bereichen auch, wenn sie mit 28 unterschiedlichen Datenschutzregimen zu tun haben, wenn sie also sowohl für Kunden außerhalb Deutschlands als auch im europäischen Markt tätig sein wollen, für die kann eigentlich nur ein harmonisiertes europäisches Datenschutzrecht ein, wie ich finde, Wettbewerbsvorteil für ihr Produkt sein. Ob es eine Garantie ist, das hängt noch von anderen Faktoren ab, nämlich von den klassischen Risiken für einen Unternehmer. In nationalen Parlamenten wird häufig darüber gestritten, ob eine Harmonisierung auf europäischer Ebene nun sinnvoll ist oder nicht oder nicht doch noch nationale Regelungen gelten sollen oder nicht. Wenn es in einem Punkt mehr als notwendig und geboten

ist, dann ist es in der Frage des Datenschutzes in einer globalisierten Welt. Ich habe mir einmal von denjenigen sagen lassen, die viel länger als ich in den Fragen des Datenschutzes unterwegs sind, dass allein aus der Historie die Umsetzung der europäischen Richtlinie 95 in nationales Recht auch in vielen anderen außereuropäischen Ländern im Grunde ein Vorbild war. Dass das eine Vorgabe war, die teilweise, nicht in allen Bereichen, umgesetzt wurde. Dass wir uns da mehr sozusagen, gleiches Verständnis, auch bei den Amerikanern wünschen, ist sicherlich ein hehres Ziel. Aber ich glaube, da darf man auch, da muss man auch die unterschiedlichen Mentalitäten dem Grunde nach einfach zur Kenntnis nehmen. Ob wir das nun sinnvoll finden oder nicht, das steht uns gar nicht zur Bewertung an. Wir sollten es nur nicht als Maßstab für unser Handeln nehmen. Wenn Sie mir abschließend eine Bemerkung erlauben. Gerade auch, wenn ich diesen Ausschuss sehe und dessen Arbeit auch mehr als schätze, die Folgen der Digitalisierung, die werden selektiv immer wieder beleuchtet gesehen. Aber in der Summe werfen die Fragen für die Politik, aber auch für den Datenschutz Zukunftsfragen auf. Herr Ceulic hat ein paar interessante Aspekte genannt, die Frage von Herrn Janecek ist ebenfalls interessant. Da sind Fragestellungen drin, für die wir heute eigentlich noch keine konkrete Antwort haben. Ich würde mir auch von der parlamentarischen Begleitung her wünschen, dass diese Fragen dem Grunde nach auch aufgenommen werden. Wir haben als Datenschützer bereits mit den Kartellbehörden Kontakt aufgenommen und das eine Thema, das Sie vorhin angesprochen haben, nämlich die Frage, wie und in welcher Weise kann man in kartellrechtlichen Fragen den Wert des Datenschutzes bewerten, thematisiert. Wir haben da auch noch keine fertige Antwort. Aber das sind Fragestellungen, wie auch die Frage Common Data und die Frage, die sich überhaupt stellt, wem gehören die Daten. Da gibt es unter Juristen nicht nur Diskussionen. Also, als Datenschützer sagen wir, die Daten – das hat auch schon das Bundesverfassungsgericht entschieden – stehen nicht dem Einzelnen zur Verfügung. Aber Common Data ist wirklich eine Frage, die urheberrechtlich und wettbewerbsrechtlich thematisiert und bei Weitem nicht ausdiskutiert wird. Da sind, ich sage liebevoll, Big Points zu machen, die auch einer sehr intensiven politischen und gesellschaftlichen



## Nur zur dienstlichen Verwendung

Diskussion an dieser Fragestellung bedürfen. Jetzt habe ich ein bisschen ausgeholt, aber ich muss ja manchmal auch die Gelegenheit nutzen, auf manche Fragen oder Antworten hier noch ergänzend einzugehen. Also ich sehe durchaus einen theoretischen Wettbewerbsvorteil, was den Rechtsrahmen anbetrifft. Ich werde auch durch die Ausführungen heute bestätigt, was das Thema harmonisiertes Datenschutzrecht - ist es Bremse oder ich sag mal Exportschlager - betrifft. Ich würde nicht sagen Bremse. Bei Exportschlager kann ich es nicht in allen Facetten beurteilen. Aber es ist ein guter Richtungszeig und sozusagen Signal für die Unternehmen in Deutschland.

Der **Vorsitzende**: Ich möchte die letzten knapp fünf Minuten nutzen, dass Sie als Sachverständige einfach ein kurzes Fazit ziehen. Sie haben allerdings nicht mehr Zeit als eine knappe Minute. Herr Ceulic, Sie fangen diesmal an und Frau Voßhoff hört auf.

**SV Dean Ceulic**: Dann versuche ich es kurz zu machen. Ich glaube, wir sollten über neue Geschäftsmodelle nachdenken, die auch ein bisschen die Diskussion drehen und berücksichtigen, dass Datenschutz eine gute Sache ist, gerade auch aus wirtschaftlicher Sicht und gerade auch für Unternehmen einen Wettbewerbsvorteil im Ausland darstellen kann, gerade für deutsche Unternehmen. Der deutsche Datenschutz ist nicht berüchtigt, aber berühmt dafür, dass er gut funktioniert und die persönlichen Daten der Bürger schützt.

**SV Hermann Weiß**: Also, ich bin auch überzeugt davon, dass ein hoher Datenschutzstandard große Möglichkeiten gibt für neue Geschäfte, eben wegen dieses Vertrauens, wie es Frau Voßhoff gesagt hat. Ich glaube, dass der Datenschutz als Verkaufsargument immer wichtiger wird, möglicherweise auch weltweit. Es ist doch so, es gibt nichts umsonst im Internet, man bezahlt immer. Man bezahlt entweder direkt durch Geld oder durch Aufmerksamkeit, indem man Werbung anschaut oder aber mit seinen Daten. Aber letztlich bezahle ich immer Geld. Das zu kommunizieren, was die Leistung wert ist, also diese Transparenz reinzubringen, das finde ich unglaublich wichtig.

**SV Stephan Noller**: Ich hätte vier abschließende

Punkte oder auch Bitten, wenn Sie so wollen. Zum einen, sorgen Sie bitte dafür, dass die Datenschutzverordnung kommt. Sie wissen wahrscheinlich, dass Deutschland derzeit einer der Hauptblockierer ist. Damit könnten Sie auch die Hauptgestalter sein in der abschließenden Phase. Des Weiteren überrascht es Sie nicht, wenn ich nochmal betone, dass, damit es nicht zum Klotz am Bein des europäischen Unternehmers wird, über Safe Harbor nachgedacht werden muss. Ich würde Sie dringend bitten, den § 15 Abs. 3 sauber in die Datenschutzgrundverordnung rein zu bekommen. Ich glaube, es sind zwei Sätze. Ich denke als Nichtjurist, dass es nicht so schwer sein kann. Offenbar ist es das aber doch. Es wäre tatsächlich das erste Datenschutzregelungswerk, das Big Data-konforme Passagen beinhalten würde. Das wäre wirklich modern. Da würden die Amis drauf gucken und vielleicht auch noch andere Nationen. Das wäre wirklich großartig, wenn das gelänge. Ich fände es auch toll, wenn dieser Ausschuss ein Gremium wäre, wo eben offen Big-Data-Geschichten diskutiert werden, auch vielleicht nicht immer genau wissend, was regulatorisch genau jetzt gemacht werden muss. Aber einfach offen dafür wäre, dass wir digitale Chancen in unbekannter Größe haben, natürlich auch verbunden mit Risiken. Und offen dafür, dass wir darauf eingehen müssen, regulatorische Ideen oder Selbstregulierung zu fördern, um das zu begleiten. Wenn der Ausschuss diese Big Point diskutieren würde und zum Ziel setzen könnte, fände ich dies toll.

**SV Sascha Schubert**: Ich schließe mich sozusagen zum Teil den Vorrednern an. Eine europäische Harmonisierung des Rechts, aber auch eine wirkliche Harmonisierung im Sinne einer einheitlichen Rechtsordnung und nicht eine additive Harmonisierung, sehe ich auch als Vorteil. Ich bin nicht so davon überzeugt, dass die amerikanischen Unternehmen, die gerade den Markt dominieren, auf dem absteigenden Ast sind. Ich glaube, dass wir, wenn wir es nicht schaffen, zumindest uns auf ein kompetitives gleiches Niveau zu bringen, sicherlich noch den einen oder anderen Nischenweltmarktführer finden werden. Aber gerade war ja von 100.000 Postfächern die Rede. Ich glaube so viele Anmeldungen hat Google jeden Tag für seinen Mail-Account. Man muss auch akzeptieren, dass der eine oder andere Kunde sich vielleicht



## Nur zur dienstlichen Verwendung

auch aktiv dafür entscheidet, das kostenlose Angebot anzunehmen und dann vielleicht mit Daten zu bezahlen. Mich stört die Werbung auch nicht. Aber das ist halt eine Entscheidung des Kunden und ich glaube, dass da die Freiheit desjenigen, der da den Klick macht, auch wichtig ist. Ich fand es eigentlich ganz spannend, dass alle sagen, ja, theoretisch ist alles irgendwie lösbar. Aber wenn man dann mit den vielen Startups spricht, die sich, gerade im Bereich Big Data, sehr aktiv darüber Gedanken machen, das Land oder Europa zu verlassen, dann spricht so ein bisschen die Praxis dagegen. Da würde ich doch mal vorschlagen, dass man da nochmal quantitative Daten erfragt, weil das Gefühl, dass es irgendwie geht, wenn man sich nur richtig damit auseinandersetzt, schon irgendwie da ist. Aber wenn man sich die größten Finanzierungsrunden in den letzten Monaten in den Bereichen anguckt, dann wird man feststellen, dass da der größte Teil in den USA stattfindet und dass auch die deutschen Unternehmen sich darüber Gedanken machen, dahin zu gehen, oder schon dahin gegangen sind. Und das ist immer ein Indikator dafür, welche Dinge in den nächsten drei Jahren relevant sind.

**Sve Andrea Voßhoff** (BfDI): Ich freue mich eigentlich. Ich wusste zu Beginn der Runde nicht, wie isoliert ich mich möglicherweise mit Positionen am Tisch wiederfinde. Aber ich stelle doch fest, und zudem durch erfolgreiche Unternehmer noch bestätigt, dass ein hohes Maß an Datenschutz durchaus für das Unternehmen sowohl der deutschen als auch europäischen Wirtschaft vorteilhaft sein kann. Die Forderung nach dem harmonisierten europäischen Datenschutzrecht kann ich hier nur unterstreichen. Wer aber glaubt, dass wir damit sozusagen einen Rechtsrahmen haben, der für die nächsten zehn Jahre so bestehen kann und der uns auch hilft, alle Problemstellungen zu lösen, der irrt, glaube ich. Ich glaube, gerade beim Datenschutz in der komplexen und der hier auch angesprochenen Vielfalt der Ausgestaltung braucht immer eine parlamentarische und politische Begleitung, was die Entwicklung anbetrifft. Das wird sich bei der Datenschutzgrundverordnung zeigen. Ich bin in vielen Punkten mir Herrn Noller einer Meinung, das ist heute auch deutlich geworden. Bei der Zweckbindung, Herr Noller, da sehe ich schon eher – wir können das auch gerne nochmal bilateral thematisieren – das Problem,

dass möglicherweise jetzt noch Versuche unternommen werden, das Schutzniveau sehr stark aus datenschutzrechtlicher Sicht in bedenklicher Art und Weise herunterzufahren. Die Zweckbindung ist gerade eines der Kernprinzipien des Datenschutzrechtes, damit eben jeder Bürger weiß, und das hat das Verfassungsgericht auch gesagt, wer, was, wann mit seinen Daten treibt, bei allen Problemen und Schwierigkeiten, die manche Unternehmen damit haben. Aber da werbe ich eben dafür, das nicht aufzuweichen. Hohes Datenschutzniveau muss nicht negativ sein und ist im Grundprinzip zu erhalten. Ich würde es mir auch wünschen, dass die Datenschutzgrundverordnung nicht das Ende des Regelwerks sein kann. Aber eben auch die Fragestellungen nach der Zukunft der digitalen Welt werden, nach meiner Auffassung, nicht so systematisch von der Politik und in der Gesellschaft thematisiert und diskutiert sowie wissenschaftlich begleitet, wie ich es eigentlich nach meiner Einschätzung oder auch mit Blick auf die Zukunft durchaus als notwendig ansehe. Insofern kann das immer noch eine hervorragende Aufgabe für diesen Ausschuss sein. Das hat mal die Enquete begonnen. Vielleicht kann der Ausschuss das in dieser Weise fortsetzen. Diese Fragestellungen sind mir ein bisschen zu wenig in der Politik auf der Tagesordnung. Sie sind komplex, sie sind schwierig, aber es bedarf bei der Gesellschaft in der Entwicklung in der digitalen Welt, erst recht einer solchen politischen und parlamentarischen Begleitung.

**Der Vorsitzende:** Ich bedanke mich ganz herzlich, Frau Voßhoff, meine Herren, für Ihre Ausführungen, die für uns im Ausschuss sehr interessant waren, sehr umfangreich und die wir natürlich beherzigen werden und natürlich auch umsetzen werden. Zumindest versuchen wir das. Wir sind ja ein Ausschuss, der als Querschnittsaufgabe hat, mit allen anderen Ausschüssen zusammenzuarbeiten. Ich glaube, es war eine sehr gute Diskussion. Ich bedanke mich ganz herzlich, dass Sie bei uns zu Gast waren. Ich bedanke mich ganz herzlich bei den Zuhörern hier im Saal und natürlich auch beim Livestream. Ich bedanke mich bei der Technik, die das alles überhaupt erst ermöglicht hat. Ich bedanke mich bei den Ausschussmitgliedern und beende dieses heutige Fachgespräch und berufe die nächste Sitzung des Ausschusses Digitale Agenda für den 18. März, um 13.30 Uhr in



## Nur zur dienstlichen Verwendung

diesem Raum ein. Die Sitzung ist geschlossen.



Schluss der Sitzung: 18.05 Uhr

Jens Koeppen, MdB  
**Vorsitzender**