

## Der gläserne Konsument? Datenschutz auf dem Prüfstand

Noch nie war der Zugriff auf die ganz persönlichen Daten so einfach wie heute. Im Multimedia-Zeitalter können immer mehr Daten angefordert oder abgerufen werden. Banken, Versicherungen und Versandhäuser sammeln und verarbeiten in großem Umfang personenbezogene Daten. Das Mißtrauen der Bevölkerung gegenüber Institutionen und Unternehmen wächst. Lediglich 42 Prozent der Bevölkerung trauen den Meldeämtern einen sorgsamem Umgang mit den Daten zu. Nur knapp ein Drittel (30%) vertraut den Versicherungen. Und der Adreßhandel hat fast jeden Vertrauensvorschuß (8%) verloren. Dies geht aus einer umfangreichen Repräsentativerhebung des Freizeit-Forschungsinstituts der British American Tobacco hervor, in der 3.000 Bundesbürger ab 14 Jahren nach ihren Einstellungen zur Datensicherheit befragt wurden. Die Ergebnisse wurden heute in der Studie „Der gläserne Konsument? Multimedia und Datenschutz“ veröffentlicht.

„Kundenkarten, Kreditkarten, Krankenkarten - die inflationäre Verbreitung solcher Plastikkarten, die als Datenträger oder Bargeldersatz dienen, ist für den einzelnen Bürger kaum mehr überschaubar und durchschaubar“, so Institutsleiter Prof. Dr. Horst W. Opaschowski. „Der Bürger findet sich im institutionellen Daten-Dschungel kaum mehr zurecht.“ Zwei Drittel der Bürger, die eine EC-Karte besitzen, haben sich bisher noch keine Gedanken darüber gemacht, ob sie persönliche Daten preisgeben.

Den umfangreichsten Datenspeicher vermutet die Bevölkerung bei den Krankenkassen (90%) und den Meldeämtern (89%). Auch Versicherungen (87%), Banken (87%), Ärzte (87%) und Finanzämter (80%) werden mehrheitlich genannt. Und fast jeder zweite Bundesbürger (47%) hat den Eindruck, daß der Verfassungsschutz persönliche Daten über ihn gespeichert hat.

Der subjektive Eindruck der Bevölkerung muß nicht mit der Realität übereinstimmen, läßt aber durchaus Rückschlüsse auf die persönliche Befindlichkeit der Menschen zu. Wer mehr Ängste vor dem institutionellen Daten-Dschungel äußert oder sich übermäßig „erfaßt“ und „gespeichert“ fühlt, läßt persönliche Unsicherheit, vielleicht auch Unwissenheit erkennen. Prof. Opaschowski: „Hier deutet sich ein Informationsbedarf und damit auch ein politischer Handlungsbedarf an, damit nicht Unwissenheit in Unzufriedenheit umschlägt.“

### Herausgeber

BAT Freizeit-Forschungsinstitut GmbH  
Alsterufer 4  
20354 Hamburg

### Wissenschaftlicher Leiter

Prof. Dr. Horst W. Opaschowski

### Kontakt

Dr. Ulrich Reinhardt  
Telefon (040) 4151-2448  
www.bat.de  
freizeitforschung@bat.de

## VERTRAUEN BEI ÄRZTEN - ANGST VOR DEM ADREßHANDEL

Auf einer Skala, die von 1 (= überhaupt nicht zuverlässig) bis 7 (= absolut zuverlässig) reichte, konnten die Befragten bewerten, in welchem Maße sie den einzelnen Institutionen vertrauen, die personenbezogene Daten sammeln. Hier genießen die Ärzte das größte Vertrauen. 56 Prozent der Bevölkerung sind bei den Ärzten von der absoluten Zuverlässigkeit im Umgang mit den privaten Daten überzeugt. Lediglich sieben von hundert Befragten melden erhebliche Zweifel an. Der hohe Vertrauensvorschuß gegenüber der Ärzteschaft ist wesentlich in den persönlich positiven Erfahrungen begründet. Hoch ist auch das Vertrauen in die Polizei: Knapp die Hälfte der Bevölkerung (49%) ist davon überzeugt, daß die Polizei die gespeicherten Daten absolut richtig und zuverlässig verwendet (Frauen: 53% - Männer: 45%).

Ein vernichtendes Zeugnis stellen die Bundesbürger dem Adreßhandel aus: Nur acht von hundert Befragten trauen dem Adreßhandel eine richtige Verwendung der persönlichen Daten zu. Die meisten befürchten eher persönliche Nachteile bzw. eine Beeinträchtigung der Privatsphäre. Adressenhändler sind mittlerweile in der Lage, ganz spezifische Persönlichkeitsprofile zu liefern. Dabei werden hochsensible Daten aus der privaten Lebenssphäre für Marketingzwecke erfaßt, gespeichert - und weiterverkauft! Opaschowski: „Der George Orwell'sche Big Brother-Staat ängstigt die Bürger mittlerweile offenbar weniger als der unüberschaubare Datenaustausch insbesondere beim Adreßhandel.“

## URSACHEN: MEHR INFORMATIONSDIFIZITE ALS GESETZESLÜCKEN

Das Freizeit-Forschungsinstitut der British American Tobacco ging den Ursachen auf den Grund. 3.000 Personen ab 14 Jahren wurden repräsentativ in Deutschland danach gefragt, warum es immer wieder Verstöße gegen den Datenschutz gibt und woran dies in erster Linie liegt. Naivität, Sorglosigkeit und Unwissenheit im Umgang mit den eigenen Daten sind wesentlich für den Datenmißbrauch verantwortlich zu machen. 42 Prozent der Bevölkerung werfen sich selbst und anderen vor, daß sie „zu wenig darauf achten“, welche Informationen und Auskünfte sie wem geben, daß sie also einen viel zu sorglosen Umgang mit ihren eigenen Daten pflegen.

Als ebenso problematisch wird das geringe Wissen der Bürger darüber eingeschätzt, „was mit ihren Daten überhaupt geschieht“. Zwei von fünf Bundesbürgern (40%) nennen die Unwissenheit der Bevölkerung als Hauptursache für den Datenmißbrauch. Jeder zweite Befragte mit Universitätsabschluß (50%)



kritisiert das Wissensdefizit der Bürger, dagegen nur 35 Prozent der Haupt- und Volksschulabsolventen. Mit dem Wissen wächst auch das Problembewußtsein.

Datenmißbrauch ist aber nicht nur eine Frage von Inkompetenz und Unwissenheit. Die Bevölkerung vermutet dahinter vielmehr auch eine bewußte Mißachtung von Datenschutzgesetzen und -vorschriften (39%) einerseits, sowie viel zu geringe Strafen für den Datenmißbrauch (37%) andererseits. Es geht dabei um einen gravierenden Straftatbestand und nicht nur um einen harmlosen Freizeitspaß. Nach Meinung der Bevölkerung werden bewußt mangelhafte Kontrollen durch Aufsichtsgremien (32%) oder fehlende Vorschriften und Gesetzeslücken (31%) ausgenutzt. Insbesondere die rasante Entwicklung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien sowie die wachsende Vernetzung datenverarbeitender Stellen erschweren die Kontrollen. Multimediale Wunderwelten können sich schnell zum Datendickicht entwickeln, in dem Orientierung und Sicherheit verlorenzugehen drohen.

Jeder vierte Bundesbürger macht aber auch das mangelnde öffentliche Interesse am Datenschutz (26%) für die sich abzeichnenden Probleme verantwortlich. Es gibt kaum breitangelegte Informationskampagnen, die darüber aufklären. Jeder siebte Bundesbürger (14%) nennt fehlende finanzielle Mittel für den Datenschutz als Hauptursache für den Datenmißbrauch. Professor Opaschowski: „Um den gläsernen Bürger und Konsumenten vor sich selbst und anderen zu schützen, bedarf es sicher verschiedener miteinander kombinierbarer Lösungsansätze wie zum Beispiel mehr Wissensvermittlung, mehr Problemsensibilisierung und mehr Datenschutzkontrolle durch kompetente Aufsichtsgremien.“

## QUO VADIS, DATENSCHUTZ? WIRKSAME MAßNAHMEN GEGEN DATENMIßBRAUCH

Jeder dritte Bundesbürger (36%) ist der Auffassung, daß seine persönlichen Daten schon „einmal oder gar mehrmals mißbraucht“, also widerrechtlich gegen seinen Willen weitergegeben und benutzt wurden. Davon sind vor allem die Berufstätigen (42%) überzeugt.

Zugleich wurde die offene Frage vorgelegt: „Haben Sie schon einmal davon gehört, wie Sie sich selbst gegen die Risiken der unkontrollierten Nutzung Ihrer bei Behörden und anderen öffentlichen Stellen, bei privaten Organisationen oder Unternehmen gespeicherten privaten Daten schützen können?“ Die Antworten der Bevölkerung weisen eindeutig darauf hin, daß Datenschutz in der gesellschaftspolitischen Landschaft bisher einen weitgehend „Weißen Flecken“



darstellt. 81 Prozent der Bevölkerung können die Frage nach wirksamen Schutzmaßnahmen gegen Datenmißbrauch nur verneinen. Weitere vier Prozent helfen sich mit der „Weiß-nicht“-Antwort.

Die Vorschläge darüber, was man bei Verstößen gegen den Datenschutz wirksam tun kann, bewegen sich mehr in konventionellen Bahnen. Jeder sechste Bundesbürger (17%) will erst einmal eine Anzeige bei der Polizei erstatten. Weitere acht Prozent wollen rechtliche Schritte einleiten und Klage erheben. Lediglich sieben von hundert Befragten (7%) wollen den Datenschutzbeauftragten einschalten. Eine geringe Kompetenz traut man offensichtlich den Verbraucherzentralen zu: Nur ein Prozent der Befragten will den Verbraucherschutz anrufen. Professor Opaschowski: „Verbraucherschutz muß in Zukunft sehr viel mehr als bisher auch Datenschutz sein, um als Anwalt für Verbraucherinteressen kompetent und zuständig zu bleiben.“

Insgesamt gesehen fühlen sich die Verbraucher ziemlich hilflos und alleingelassen. Das Problem des Datenmißbrauchs ist offensichtlich noch so neu und unbekannt, daß Betroffene zwischen Ohnmacht und Verärgerung hin- und hergerissen sind.

Die vom Freizeit-Forschungsinstitut der British American Tobacco vorgelegte Studie liefert hierzu repräsentative Basisdaten, die für die zunehmende Bedeutung grenzüberschreitender multimedialer Dienste dringend erforderlich sind. Sie informiert über die Vorstellungen, Sorgen, Ängste und Hoffnungen der Menschen in bezug auf die Sammlung und Nutzung personenbezogener Daten. Und sie will den Datenschutz vor den Datenmißbrauch stellen und zugleich die erforderliche Freiheit für Anbieter und Nutzer wahren helfen. Die wünschenswerte Leitlinie für die Zukunft kann nur lauten: Sichere Kommunikation in offenen Netzen.

Die Studie „Der gläserne Konsument? Multimedia und Datenschutz“ ist in der Reihe „Skripten zur Freizeitforschung“ erschienen und gegen eine Schutzgebühr von DM 28,-- beim Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco (Germany) GmbH, Alsterufer 4, 20354 Hamburg zu beziehen. Der Band enthält Grafiken und Übersichtstabellen sowie eine ausführliche Interpretation der Daten. Journalisten und Redaktionen stellen wir auf Wunsch ein Besprechungsexemplar kostenlos zur Verfügung.



## Wie sicher ist der Datenschutz ?

### Vertrauen bei Ärzten - Angst vor dem Adresshandel

Von je 100 Befragten halten folgende Institutionen für absolut zuverlässig im Umgang mit den privaten Daten...



Repräsentativbefragung von 3.000 Personen ab 14 Jahren im April 1998 in Deutschland  
British American Tobacco / Freizeit-Forschungsinstitut 1998