

DAIMLERCHRYSLER

Moderner Datenschutz in einem modernen Weltunternehmen

Rüşchlikon, 28. Juni 2004
Swiss Re Centre for Global Dialogue

Prof. Dr. Alfred Büllesbach
Konzernbeauftragter für den Datenschutz

DAIMLERCHRYSLER

Gliederung

- **Technik in der Informationsgesellschaft**
- **Rechtliche Grundlagen**
- **Selbstregulierung**
- **Umsetzung in einem globalen Unternehmen**

Technik in der Informationsgesellschaft	DAIMLERCHRYSLER
Technik und Gesellschaft im Jahr 1977	
<ul style="list-style-type: none">■ Räumliche Gebundenheit von Mensch und Technik■ Angst vor „Big Brother“, stärkste Bedrohung wird in der staatlichen Datenverarbeitung gesehen■ Räumlich abgegrenzte Datenverarbeitung durch eine verantwortliche Stelle in einer zentralen Datei auf einer Großrechenanlage.■ Bewegungen des Einzelnen hinterlassen kaum Datenspuren, Datenverarbeitung findet im Privatleben nicht statt.	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	3

Technik in der Informationsgesellschaft	DAIMLERCHRYSLER
Technik und Gesellschaft im Jahr 2004	
<ul style="list-style-type: none">■ Globalisierung der Märkte■ Daten und Information gehörten zu den wichtigsten Produktionsfaktoren■ Verlust von Kontrollmöglichkeiten durch dezentrale Datenverarbeitung■ Datenverarbeitungsinstrumente sind ständiger Begleiter in Beruf und Alltag■ Konvergenz und Fortentwicklung der IT (z.B. Ubiquitous Computing) führen zu neuen Herausforderungen an die informationelle Selbstbestimmung	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	4

Technik in der Informationsgesellschaft	DAIMLERCHRYSLER
Veränderungen im Umgang mit Information	
<ul style="list-style-type: none">■ Weltweite Vernetzung■ Ubiquitous Computing■ Kredit- und Wertkartensysteme■ Erhebliche Zunahme grenzüberschreitender Datenübermittlung aufgrund des gemeinsamen europäischen Marktes und der Globalisierung der Wirtschaftsbeziehungen■ Entwicklung der Mobilkommunikation zum Massenmarkt■ Verfeinerung der Marketing-Strategien (Data Warehouse/Data Mining)■ Verlagerung bisher durch den Staat wahrgenommener Aufgaben auf private Dienstleister	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	5

Technik in der Informationsgesellschaft	DAIMLERCHRYSLER
Risiken für Kunden und Verbraucher	
<ul style="list-style-type: none">■ Nutzungsprofile■ Bewegungsprofile■ Missbrauch von Finanzdaten (z.B. Einkommen, Kreditkartennummer)■ Belästigung durch unerwünschte Marketing- und Werbemaßnahmen■ Kategorisierung von Kunden durch Unternehmen■ Weitergabe von Daten an unberechtigte Dritte	
Angst der Verbraucher, „gläserner Kunde“ zu werden, hemmt die Akzeptanz im E-Commerce	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	6

Technik in der Informationsgesellschaft

DAIMLERCHRYSLER

Datenschutz ist notwendiger Vertrauensfaktor im E-Commerce

- Vermehrte Datenbestände im Wirtschaftsverkehr und deren wachsender wirtschaftlicher Wert machen Datenschutz notwendig, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen und zu erhalten: **Kundenschutz durch Datenschutz**
- Internationalisierung des Wirtschaftsverkehrs durch Internet, E-Commerce und internationale wirtschaftliche Beziehungen erfordern einen **internationalen Datenschutz**
- Datenschutz durch rechtliche Regelungen allein ist nicht ausreichend, **technische Unterstützung** und Umsetzung sind erforderlich.

Prof. Dr. Alfred Büllesbach Moderner Datenschutz / Rüşchlikon/28.06.2004 7

DAIMLERCHRYSLER

Data Protection Laws Around the World

Blue - Comprehensive Data Protection Law Enacted
Red - Pending Effort to Enact Law
White - No Law


David Banisar
April 2004

Prof. Dr. Alfred Büllesbach Moderner Datenschutz / Rüşchlikon/28.06.2004 8

DAIMLERCHRYSLER

Tendenzen der weltweiten Datenschutzgesetzgebung

- ➔ Weltweit werden zunehmend Datenschutzgesetze verabschiedet. Die nationalen rechtlichen Anforderungen sind unterschiedlich, da es keinen weltweit zuständigen Gesetzgeber gibt.
- ➔ Insbesondere in Asien ist die Tendenz erkennbar, Datenschutz in Electronic Commerce-Gesetzgebung zu regeln.
- ➔ Die Entwicklung wird beeinflusst durch die EU-Richtlinie und nationale Gesetze, die den grenzüberschreitenden Datenverkehr bei nicht angemessenem Datenschutz beschränken.
- ➔ Anschläge des 11. September 2001

 **Die Datenschutzgesetzgebung ist international auf einem Weg der Konvergenz.**

Prof. Dr. Alfred Büllesbach Moderner Datenschutz / Rüşchlikon/28.06.2004 9

DAIMLERCHRYSLER

Rechtlicher Rahmen für den Datenschutz

Europa	Deutschland
<ul style="list-style-type: none">■ Datenschutz-Richtlinie■ E-Commerce-Richtlinie■ Fernabsatzrichtlinie■ Signatur-Richtlinie■ Richtlinie über den Fernabsatz von Finanzdienstleistungen■ Telekommunikations-RL■ RL zum Datenschutz bei elektron. Geschäften	<ul style="list-style-type: none">■ Bundesdatenschutzgesetz■ Teledienstschutzgesetz■ Gesetz über Rahmenbedingungen für den elektronischen Geschäftsverkehr (EGG)■ Mediendienstestaatsvertrag■ Fernabsatzrecht (§§ 312b-e BGB)

Prof. Dr. Alfred Büllesbach Moderner Datenschutz / Rüşchlikon/28.06.2004 10

Rechtliche Grundlagen	DAIMLERCHRYSLER
Grundprinzipien eines modernen Datenschutzkonzepts	
<ul style="list-style-type: none">■ Zweckbindung und Transparenz■ Datenvermeidung und Datensparsamkeit■ Anonymisierung und Pseudonymisierung schon in den Projektphasen■ Berücksichtigung individueller Bedürfnisse und Wünsche des Einzelnen■ Eigenverantwortung des Einzelnen für seine Daten (Prinzip des Selbstdatenschutzes)■ Systemdatenschutz in integrierten Gesamtkonzepten■ Förderung der Selbstregulierung <p>➔ Informationelle Selbstbestimmung der Bürger fördern und konsequent verwirklichen</p>	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	11

Rechtliche Grundlagen	DAIMLERCHRYSLER
Anforderungen an einen globalen Datenschutz	
<ul style="list-style-type: none">■ Vergleich der internationalen Datenschutzdiskussion zeigt, dass weltweit Kunden und Mitarbeiter das Thema Datenschutz immer intensiver aufgreifen und ihre Rechte einfordern<ul style="list-style-type: none">➔ Wir brauchen ein international tragfähiges, dem Kunden ausreichenden Schutz bietendes Datenschutzkonzept■ Globale Entwicklung einer Informationsgesellschaft braucht Vertrauen, Akzeptanz und Perspektiven für Menschen und Märkte<ul style="list-style-type: none">➔ Wir brauchen internationale Kooperation (vgl. D21-Initiative, GBDe etc.)■ Information und Vertraulichkeit sind zwingende Voraussetzungen für das Funktionieren der Informationsgesellschaft<ul style="list-style-type: none">➔ Datenschutzrecht muss einfach und verständlich gestaltet werden	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	12

Selbstregulierung	DAIMLERCHRYSLER
Probleme bei der Regulierung	
<ul style="list-style-type: none">■ Das Territorialprinzip funktioniert durch die Globalisierung in vielen Bereichen nicht■ Der nationalstaatliche Gesetzgeber ist auf sein Staatsgebiet beschränkt■ Die Durchsetzung nationalstaatlicher Normen ist auf das Staatsgebiet begrenzt■ Internationale Regulierung ist sehr langwierig	
➔ Selbstregulierung	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüşchlikon/28.06.2004
	13

Selbstregulierung	DAIMLERCHRYSLER
Selbstregulierung	
Vorteile	
<ul style="list-style-type: none">■ Rasche und flexiblere Reaktion auf Veränderungen des Marktes■ Verbesserung von Verbraucherschutz und Wettbewerbsfähigkeit durch spezielle Regelungen■ Grenzüberschreitende Lösungen für globalisierte Märkte■ Globale Transparenz und Orientierung für den Verbraucher■ Schnellere und leichtere Konfliktlösung durch außergerichtliche Streitschlichtung■ Effektivere Durchsetzbarkeit	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüşchlikon/28.06.2004
	14

Selbstregulierung	DAIMLERCHRYSLER
Selbstregulierungsinstrumente	
<ul style="list-style-type: none">■ Privacy and Consumer Confidence Statements■ Codes of Conduct■ Verhaltensregeln gem. Art. 16 e-Commerce- u. Art. 27 der EU-Datenschutzrichtlinie■ Zwischenstaatlich garantierte Verhaltensregeln (Safe Harbour Principles)■ Gütesiegel■ Alternative Streitschlichtungsverfahren (Alternative Dispute Resolutions)■ Qualitätsmanagement■ Standardvertragsklauseln■ Selbstkontrolle, z.B. durch Beauftragte für den Datenschutz	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	15

Selbstregulierung	DAIMLERCHRYSLER
Beispiel Code of Conduct - Regelungsinhalte	
<ul style="list-style-type: none">■ Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten■ Besondere Arten personenbezogener Daten■ Verarbeitung aufgrund Vertrag, Einwilligung■ Rechte der Betroffenen■ Datengeheimnis/ Vertraulichkeit■ Datensicherheitsgrundsätze■ Datenverarbeitung im Auftrag/ Einbeziehung Dritter■ Telekommunikation und Internet■ Geltung einzelstaatlichen Rechts■ Abhilfe/ Sanktionen/ Verantwortlichkeiten■ Aufgaben und Befugnisse eines Konzernbeauftragten für den Datenschutz (CPO)	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	16

Umsetzung in einem globalen Unternehmen	DAIMLERCHRYSLER
Umsetzung des Datenschutzes als integralen Bestandteil	
<ul style="list-style-type: none">■ Evaluierung des gegenwärtigen Standes von Datenschutz und Sicherheit, Auswahl der zu verbessernden Einheit und Festsetzung eines Zeitplanes■ Risiko- und Schutzbedarfsanalyse sowie anschließende Risikobewertung■ Daran anschließende Erstellung eines Datenschutz- und Sicherheitskonzepts mit Maßnahmenvorschlägen■ Realisierung durch Projektteams■ Fortwährende Überprüfung und Weiterentwicklung <p>➔ Wirtschaftliche Effizienz und Überzeugungskraft für Unternehmen, Mitarbeiter und Kunden durch ein integriertes Datenschutz- und Datensicherheitsmanagement</p>	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	17

Umsetzung in einem globalen Unternehmen	DAIMLERCHRYSLER
Modernes Datenschutzmanagement I	
<ul style="list-style-type: none">■ Prüfung und Verbesserung der Organisation durch Revision und Audits■ Zertifizierung eröffnet bei sinnvoller Umsetzung gleichzeitig einen neuen Markt■ Datenschutzgerechte Technik als Basis eines modernen Datenschutzmanagements stellt Anforderungen an Entwickler und Hersteller■ Bewusstsein, dass der Weg in die Informationsgesellschaft ein Weg mit Menschen ist, die sich nicht als Objekte sondern als selbstbestimmte Subjekte begreifen und auch so behandelt werden wollen („Kunde ist König“)■ Prinzipien der Selbstgestaltung, Selbstregulierung und Selbstkontrolle stehen im Zentrum eines solchen Konzeptes■ Gesellschaftliche Akzeptanz und damit Akzeptanz am Markt erlangt ein solches Konzept nur wenn es den herrschenden Werten und gesetzlichen Normen national und international entspricht	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
	18

Umsetzung in einem globalen Unternehmen	DAIMLERCHRYSLER
Modernes Datenschutzmanagement II	
<ul style="list-style-type: none">■ Zur Entwicklung eines modernen Datenschutzkonzepts bedarf es Akteure, die diese fördern, tragen und zukunftsorientiert gestalten.■ Vorstände und Geschäftsführung müssen diese Erkenntnis neben organisatorischen, managementorientierten Entscheidungen auch durch personelle Entscheidungen fördern■ Wie ernst ein Unternehmen die Umsetzung nimmt, kann es dokumentieren in der Auswahl und Qualität des betrieblichen Datenschutzbeauftragten: Je höher dieser qualifiziert ist, desto klarer die Unternehmensphilosophie	
➔ Modernes Datenschutzmanagement als Marktvorteil und Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
19	

Umsetzung in einem globalen Unternehmen	DAIMLERCHRYSLER
Strategien der Wirtschaft	
<ul style="list-style-type: none">■ Datenschutzrecht und Verbraucherschutzrecht umsetzen (Datensparsamkeit, Anonymisierung, Permission/Consent Marketing)■ Netzwerk des Vertrauens schaffen■ Selbstbestimmung fördern■ Privacy Policy und Privacy Statement■ Integriertes Datenschutz- und -sicherheitskonzept■ Sicherheitsrisiken für Kundendaten als eigene Unternehmensrisiken erkennen■ Data Warehouses datenschutzfreundlich gestalten■ Auditierung und Gütesiegel nutzen	
Prof. Dr. Alfred Büllsbach	Moderner Datenschutz / Rüslikon/28.06.2004
20	

DAIMLERCHRYSLER

Datenschutz ist Qualitätsbestandteil und Wettbewerbsvorteil



Premium cars.
Premium services.
Premium privacy.

DAIMLERCHRYSLER
Powering the world's economy.

Prof. Dr. Alfred Büllesbach Moderner Datenschutz / Rüşchlikon/28.06.2004 21