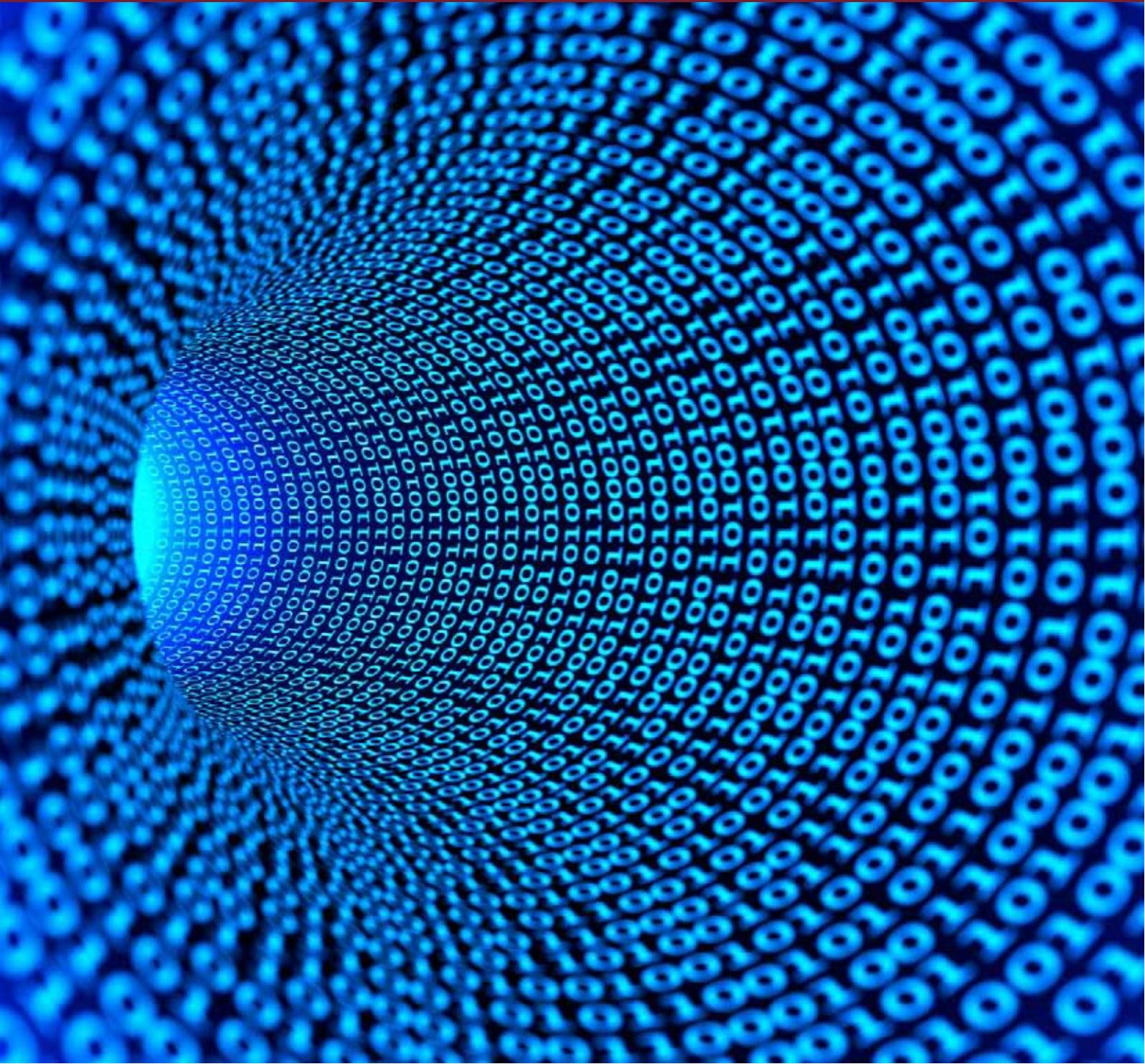


**Initiative zu einer Deutschen Daten-Treuhand  
(DEDATE) als Ultima Ratio der Persönlichen Digitalen  
Datenwirtschaft (PDD) - Hans-Günter Lind und Dr. Hanns Suckfüll**



# DIE INITIATIVE ZU EINER DEUTSCHEN DATEN TREUHAND (DEDATE) ALS ULTIMA RATIO DER PERSÖNLICHEN DIGITALEN DATENWIRTSCHAFT (PDD)

Ansätze und Strukturen für eine gezielte  
Verwertung persönlicher digitaler Daten unter  
Berücksichtigung aller Interessengruppen –  
Dateneigentümer, Wirtschaft und Staat

**Hans-Günter Lind (Fraunhofer MOEZ)**  
**Dr. Hanns Suckfüll (HSBD GmbH)**

Projektleitung: Fraunhofer MOEZ / Leipzig  
Projektpartner: HSBD GmbH  
Leipzig, Januar 2013

Kontaktadresse

Fraunhofer MOEZ  
Projekt DEDATE  
Neumarkt 9-19  
D-04109 Leipzig

Hans-Günter Lind

Fraunhofer MOEZ  
Phone +49341/231039-230  
Fax +49341/231039-190  
Hans-guenter.lind@moez.fraunhofer.de

Dr. Hanns Suckfüll

HSBD GmbH  
Phone: +49 173 39 64 89 5  
Fax: +49 81 57/92 58 44  
Hanns.suckfuell@t-online.de

# Inhalt

<b>1</b>	<b>Einleitung.....</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Schlüsseldefinitionen im Zusammenhang mit der persönlichen digitalen Datenwirtschaft.....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Wesentliche Treiber der steigenden Akzeptanz einer persönlichen digitalen Datenwirtschaft.....</b>	<b>7</b>
3.1	Dataveillance.....	7
3.2	Auswirkungen des Neoliberalismus auf Regierungshandeln.....	8
3.3	Fiskale Souveränität von Regierungen .....	8
3.4	Transparenz - Die Open-Source-Bewegung als Grundeinstellung .....	9
3.5	Quantitative und qualitative Fortschritte in der Internettechnologie.....	9
<b>4</b>	<b>PDD – Mikroökonomische Marktbeschreibung: aktuelle und künftige Marktteilnehmer und Transaktionsmuster – Tendenzen eines entstehenden Level Playing Field .....</b>	<b>11</b>
4.1	Marktteilnehmer .....	11
4.2	Transaktionsmuster – ausgewählte Szenarien.....	13
4.3	Entstehendes Level Playing Field.....	15
<b>5</b>	<b>Generische Strukturierung eines Produktportfolios und einer Implementierungsstrategie .....</b>	<b>16</b>
5.1	Aus der Sicht des Staates – Etablierung einer Deutschen Daten-Treuhand.....	16
5.2	Aus der Sicht des Individuums – persönliche Daten als Zahlungsmittel .....	17
5.3	Aus der Sicht der Industrie – Fallbeispiel Smartmeter .....	18
5.4	Aus der Sicht der heutigen Oligopolisten .....	19
5.5	Aus der Sicht der Telekommunikationsanbieter – Intermediärsplattform und Einführung von persönlichen Netzassistenten .....	20
5.6	Interdependenzen und Implementierungsstrategie .....	23
<b>6</b>	<b>Prozess der Projektentwicklung im Rahmen eines anwendungsorientierten Forschungsvorhabens .....</b>	<b>25</b>
6.1	Projektinitiative, Gründungspartner und Aufgabenteilung.....	25
6.2	Integration diverser Teilforschungsaspekte in einen integrierten anwendungsorientierten Forschungsansatz.....	27
<b>7</b>	<b>Ausblick und Einordnung des Themas in einen europäischen und globalen Kontext.....</b>	<b>29</b>
<b>8</b>	<b>Weiteres Vorgehen .....</b>	<b>31</b>
8.1	Formierung eines Steering Committees .....	31
8.2	Wissensgewinnung .....	31
8.3	Aufklärungsprozess.....	31
8.4	Forschung und Publikationen .....	32
<b>9</b>	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>33</b>

# 1 Einleitung

Der Begriff „Persönliche Digitale Datenwirtschaft“ (PDD) beschreibt ein Themenfeld, das Aspekte der Verwertung und Vermarktung persönlicher Daten in digitaler Form betrachtet. Die wirtschaftliche Nutzung persönlicher digitaler Daten steigt rasant. Ebenso rasant aber werden auch die daraus resultierenden Spannungen und Probleme wachsen, wenn versäumt wird, den ordnungspolitischen Rahmen in Bezug auf die Nutzung dieser Daten entsprechend zu vorzugeben.

Die großen Nutznießer digitaler persönlicher Daten sind heute nicht deren Eigentümer bzw. Urheber, sondern jene, die diese Daten mit entsprechenden Werkzeugen (User Analytic Tools) aufbereiten und gegen Entgelt für eine wirtschaftliche Verwertung anbieten. Aktuell ist die werbetreibende Industrie der größte Adressat derartiger Datenverwertungsmodelle. Das Individuum partizipiert an der Verwertung seiner Daten in der Regel nur mittelbar durch unentgeltlich zur Verfügung gestellte Informationen oder Anwendungen (Dienste). Aber kann/sollte nicht auch das Individuum durch die Bereitstellung seiner persönlichen digitalen Daten einen monetären Nutzen erfahren und für die Freigabe seiner persönlichen Daten entlohnt werden? Noch ist der Einzelne sich zumeist weder dem (individuellen) Wert seiner Daten bewusst, noch in der Lage, selbstbestimmt den anderen Marktteilnehmern im Rahmen der sich bereits in vollem Gange befindlichen persönlichen Datenwirtschaft gegenüberzutreten. Es zeichnet sich jedoch ein wachsendes Bewusstsein für den Wert persönlicher digitaler Daten in der Bevölkerung ab, so dass davon auszugehen ist, dass die Bürgerinnen und Bürger in Zukunft verstärkt nur dann eine wirtschaftliche Verwertung ihrer persönlichen Daten gestatten werden, wenn sie an den Erträgen einer wirtschaftlichen Verwertung ihrer Daten angemessen beteiligt werden. Eine der größten Herausforderungen liegt daher in der differenzierten monetären Bewertung persönlicher digitaler Daten.

Die Börsenwerte von Unternehmen wie Google, Facebook und anderen Internetdiensten verdeutlichen, welches Wertschöpfungspotenzial Unternehmen mit einem Geschäftsmodell zugesprochen wird, das auf der Verwertung persönlicher Daten basiert. Die gegenwärtige Markt- und Machtstruktur in Bezug auf die wirtschaftliche Nutzung der persönlichen Daten muss als oligopolistisch<sup>1</sup> beschrieben werden und entzieht sich weitestgehend den nationalen, aber auch supranationalen Regulierungsstrukturen. Sowohl Aspekte der Datensicherheit als auch des Verbraucherschutzes greifen in Bezug auf persönliche digitale Daten und deren Inhaber zu kurz. Aspekte und Potenziale der Steuer- und Wirtschaftspolitik im Zusammenhang mit dem Ausbau der PDD sind ebenfalls zu betrachten. So kann ein gezielter Aufbau von Verwertungsstrukturen zur Steigerung der nationalen Wertschöpfung beitragen, indem Individuen und Inhaber persönlicher digitaler Daten dabei unterstützt werden,

<sup>1</sup> Die Marktmacht in der persönlichen digitalen Datenwirtschaft (PDD) liegt derzeit bei wenigen Anbietern, wie bspw. den Internetunternehmen Google, Facebook und Amazon.

ihre Rechte an deren Verwertung auszuüben, die Verwertung selber zu optimieren sowie ihr wirtschaftliches Potenzial gezielt und individuell zu nutzen.

Daher stellt sich die Frage nach einer "gesellschaftsverträglichen" Ausgestaltung des Marktes für persönliche digitale Daten mit hoher Dringlichkeit. Ein Modell zur Verwertung persönlicher digitaler Daten, an dem sowohl Dateninhaber, Datenverwerter als auch Dienstleister der Datensicherung und Datenaufbereitung und des Datenschutzes beteiligt werden, ist zu entwickeln. Die jüngsten Debatten und Entwicklungen in Bezug auf die zukünftige Ausrichtung der persönlichen digitalen Datenwirtschaft zeigen, dass gesellschaftliche Faktoren für die Umsetzung zentral sind. Die Ziele der neuen Datenverwertung sind nicht allein mit neuen technischen Lösungen zu erreichen. Voraussetzung für die Gestaltung bzw. Steuerung einer solchen persönlichen digitalen Datenwirtschaft (PDD) ist es, zwischen den diversen Stakeholder-Gruppen<sup>2</sup> ein „Level Playing Field“ auszutarieren!

Aus dem Paradigmenwechsel von einer einseitigen Nutzung persönlicher digitaler Daten durch einzelne Unternehmen zu einer Beteiligung der Dateninhaber an den Erlösen der Verwertung der persönlichen Daten (Schaffung einer ausgeglicheneren Win-Win-Situation) ergeben sich weitreichende Konsequenzen für die Nutzung persönlicher digitaler Daten durch Wirtschaft, Politik und Gesellschaft insgesamt. Daher werden in diesem Beitrag Ansätze dargestellt, wie die gezielte Verwertung persönlicher digitaler Daten unter Berücksichtigung der Interessen der diversen Stakeholder gestaltet werden kann.

<sup>2</sup> Als Stakeholder-Gruppen betrachten wir: Inhaber persönlicher Daten (Individuen), Nutzercommunities, Staat, Telekommunikationsunternehmen, Internetunternehmen (z.B. Google, Facebook, etc.) und Unternehmen mit Online-Aktivitäten (Banken, Handelsunternehmen, etc.).

## 2

# Schlüsseldefinitionen im Zusammenhang mit der persönlichen digitalen Datenwirtschaft

**Persönliche Daten:** Der Begriff „persönliche Daten“ wird im Folgenden in seinem weitesten Sinne verwendet und umfasst freiwillig bereitgestellte, beobachtete und abgeleitete Daten von Endnutzern (World Economic Forum, 2010). Der Begriff umfasst des Weiteren sowohl Primärdaten als auch Metadaten (= Daten über Daten, besonders relevant für User Analytic Tools). Daten in diesem Sinne können vom Endnutzer online oder offline gespeichert werden und von verschiedenen Geräten wieder aufgerufen werden. Diese umfassende Definition von persönlichen Daten unterstreicht die Bedeutung der Entwicklung von Produkten, die die Vertraulichkeit persönlicher Daten zu schützen vermag.

**Individuum Continuum:** Als „Individuum Continuum“ wird die Gleichstellung der Rechte für das Individuum innerhalb und außerhalb des Netzes bezeichnet. Das Individuum Continuum von der realen Welt bis zur digitalen Welt ist eine wichtige Voraussetzung für die erfolgreiche Einführung von als „persönliche Netzassistenten“ (PNA) bezeichneten Produkten. Durch die Anerkennung des Individuum Continuum ist auch die Anerkennung von persönlichen Netzassistenten durch potentielle Transaktionspartner (z.B. Regierungen, Kreditkarteninstitute, Banken, Versicherungen etc.) im Internet gesichert. Moderne Zahlungstransaktionen, aufkommende E-Post-Produkte und personalisierte E-Government Dienstleistungen werden die technischen und rechtlichen Voraussetzungen für ein sogenanntes E-Citizenship schaffen (Maryantonett Flumian, 2009).

**Privacy und User Centricity:** Die Begriffe bezeichnen den bestehenden Bedarf für Geschäftsmodelle, die es den Endnutzern ermöglichen, ihre persönlichen Daten zu kontrollieren durch die Teilnahme an a) der Generierung, b) der Sammlung, c) der Speicherung, d) der Verwertung und/oder e) dem Handel mit solchen persönlichen Daten in ihrem Auftrag und Interesse. Künftige PNA-Produkte werden sich durch Konvergenz (die Bündelung verschiedener Features unter einer direkten Vertragsbeziehung mit dem Endnutzer) auszeichnen. Das Anbieten von Produkten (für alle Dienste von a) bis e)) wird offensichtlich nur durch eine koordinierte schrittweise Umsetzungsstrategie funktionieren. Es ist erforderlich, die aktuellen persönlichen Daten (Zugang) mit den technologischen (und logistischen) Produkteigenschaften abzugleichen, um einerseits die persönlichen Daten zu aggregieren und damit zu arbeiten und andererseits die Kundennachfrage zu erfüllen. Operativ würde dies bedeuten, dass die Unternehmen ihr bestehendes Produktportfolio überprüfen und passende Features kombinieren, um dem Kundenwunsch nach Vertraulichkeit und Kontrolle in Bezug auf die Nutzung der persönlichen Daten nachzukommen.

**User Analytics:** User Analytics sind ein hervorragendes Werkzeug, um aus Daten Informationen und letztlich finanziellen Nutzen zu generieren - und dies sowohl in der digitalen als auch der realen Welt. Persönliche Daten werden daher häufig als die künftige „universal currency in the web“ angesehen. Die Sammlung und Auswertung digitaler Daten und „Fingerabdrücke“ von Endnutzern führt in Kombination mit immer ausgefeilteren statistischen Methoden zu einer extrem sicheren Vorhersage von

Kaufabsichten. Dies zeigt sich an Beispielen wie dem Unternehmen Google, das 95% seiner Umsätze durch den Verkauf von Werbefläche erzielt. In der Regel ist der Endnutzer weder über die Anwendung von User Analytics informiert, noch wird er für die Nutzung seiner persönlichen Daten direkt entlohnt. Der indirekte Nutzen, z.B. durch die kostenlose Nutzung von Internetsuchmaschinen, wird als selbstverständlich angesehen und die Frage, ob dies einer fairen Gegenleistung entspricht, wird nicht gestellt.

---

Schlüsseldefinitionen im Zusammenhang mit der persönlichen digitalen Datenwirtschaft

---

**Oligopolistische Marktstruktur:** Die aktuelle Marktsituation in der persönlichen digitalen Datenwirtschaft ist als oligopolistisch zu bezeichnen, denn die wichtigsten Nutznießer der PDD sind die derzeit marktbeherrschenden Unternehmen wie Google, Facebook, Amazon usw. Werbeerlöse durch das Aufbereiten von (aggregierten) einzelnen Aktionen (= persönliche Daten) folgen offenbar dem Konzept von „economies of scale“. Obwohl die Endnutzer grundsätzlich berechtigt sind, individuell einen direkten Nutzen aus ihren persönlichen digitalen Daten zu ziehen, gibt es bis heute keine attraktiven Dienstleistungen, die dem Endnutzer tatsächlich eine Möglichkeit anbieten, sich am Markt für persönliche digitale Daten direkt zu beteiligen.

**Level Playing Field:** Der Begriff bezieht sich auf den sich gegenwärtig intensivierenden Kampf um die Gewinne aus persönlichen Daten („battle for share“), der durch Marktteilnehmer ohne marktbeherrschende Position hervorgerufen wird. Diese Tendenzen gehen von Individuen, Nutzer-Communities und Konzernen aus allen möglichen Branchen sowie auch der Regierung aus. Damit erlangt die persönliche digitale Datenwirtschaft eine erhebliche gesamtwirtschaftliche Bedeutung, die bei der Erstellung der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung in Betracht gezogen werden muss. Als logische Folge dieses Prozesses müssen Änderungen in der Besteuerung, bei den rechtlichen und ordnungspolitischen Rahmenbedingungen usw. vorgenommen werden.

**Persönliche Netzassistenten (PNA):** Während die Entstehung einer persönlichen digitalen Marktwirtschaft bislang einen Wandel in Bezug auf die makroökonomischen Bedingungen darstellt, ist es offensichtlich, dass aus dieser Entwicklung auf mikroökonomischer Ebene neue Partnerschaften, Geschäfts- und Erlösmodelle entstehen werden. Solche neuen Ansätze dürfen nicht im Widerspruch mit den Interessen der Endnutzer stehen, sondern müssen vielmehr deren Interessen dienen, um im Gegenzug eine Entlohnung zu bekommen (z.B. Erlösteilung). Ein mögliches neues Geschäftsmodell ist die Entwicklung von persönlichen Netzassistenten. Persönliche Netzassistenten treten im Auftrag und im Interesse des Inhabers persönlicher digitaler Daten am Markt auf und setzen die Rechte der Dateninhaber durch. Zudem erkennen persönliche Netzassistenten die Potenziale der Verwertung der freigegebenen persönlichen digitalen Daten und helfen, diese auszuschöpfen. Es ist zu erwarten, dass die innovativsten Ideen für die Ausgestaltung solcher PNA-Produkte von Start-ups generiert werden.

### 3

## Wesentliche Treiber der steigenden Akzeptanz einer persönlichen digitalen Datenwirtschaft

---

Wesentliche Treiber der steigenden Akzeptanz einer persönlichen digitalen Datenwirtschaft

---

### 3.1

#### Dataveillance

Personenbezogene Daten sind in der modernen Wirtschaft ein bedeutender „Rohstoff“. In Verbindung mit ausgefeilten Kategorisierungsmechanismen stellt die Generierung und Verbreitung von persönlichen Daten gar einen entscheidenden Machtfaktor dar. Eine Methode zur Generierung von machtbegründenden Informationen ist das sogenannte Dataveillance. Der Begriff Dataveillance bezeichnet die systematische Nutzung von Quellen mit persönlichen Daten (wie beispielsweise Kreditkartenabrechnungen, Mobilfunkverbindungsnachweise und Internetzugangsprotokolle) zur Ermittlung und Überwachung der Handlungen und der Kommunikation einer oder mehrerer Personen (Roger Clarke, 1986). In diesem Zusammenhang wird häufig argumentiert, dass die Überwachung ein Grundpfeiler der Moderne ist. Im modernen Kapitalismus bildet die Verbreitung von Informationen eine eigene Erlösquelle und die Datenbanken, in denen die Informationen gespeichert werden, dienen als Hilfsmittel für die neue Überwachung in einer Kontrollgesellschaft. Es ist zu beobachten, dass sowohl politische Parteien als auch Sicherheitsdienste ein großes Interesse am sog. Profiling, also der Erstellung personenbezogener Profile, haben und daraus einen Nutzen ziehen. Die gefühlte Notwendigkeit, auch außerhalb der Kriminalismus- und Terrorismusbekämpfung möglichst exakte Profile zu generieren, ist der Grund für die starke Zunahme von Sicherheitsplänen. Als Beispiele dieses Trends können das US-amerikanische Programm „server in the sky“ oder die von der EU vorgeschlagenen Anforderungen an internationale Reisende, 17 (!) zusätzliche Angaben aus ihren persönlichen Daten bereitzustellen, genannt werden. Diese Änderungsbestrebungen offensichtlich eine Konsequenz der Regierung von US-Präsident George W. Bush auf die Terroranschläge vom 11. September 2001. Dataveillance ruft „Digital-Rights-Aktivisten“ auf den Plan (wie z.B. Mitch Kapor), die Initiativen zur Verteidigung der Rechte von Endnutzern und zum Schutz der Endnutzer aufbauen. Zu nennen ist in diesem Zusammenhang die Electronic Frontier Foundation (EFF), die u.a. ein Aufklärungsprogramm namens „Surveillance Self Defense“ und eine Veranstaltungsreihe mit dem Titel „Privacy Enhancing Technologies Symposium, PETS“ organisieren. Die Entwicklung im Bereich Dataveillance lässt sich auf Basis des geographischen/kulturellen Umfelds differenzieren – Treiber einer zunehmenden Dataveillance sind hauptsächlich die Triade-Regionen USA, Europa und Asien mit dem negativen „Trendsetter“ China.

## 3.2

### Auswirkungen des Neoliberalismus auf Regierungshandeln

---

Wesentliche Treiber der steigenden Akzeptanz einer persönlichen digitalen Datenwirtschaft

---

In diesem Zusammenhang kann auch die persönliche Informationswirtschaft, im Englischen als "Personal Information Economy" bezeichnet, gesehen werden (Greg Elmer, 2004). Zwar ermöglicht der Staat die Entstehung der „Personal Information Economy“, allerdings ist er nur einer von vielen Akteuren in diesem Bereich und agiert eher in der Rolle eines Moderators als eines aktiven Gestalters verbindlicher Rahmenbedingungen. Bürger werden nicht länger nur von staatlichen Organen „überwacht“, sondern auch von Akteuren, wie etwa privatwirtschaftlichen Unternehmen, Medien und anderen Mitbürgern, deren Interessen nicht demokratisch legitimiert sind, was für staatliche Maßnahmen in demokratischen Systemen grundsätzlich anzunehmen ist. Damit sind die Bürger in der modernen Welt nicht länger nur Objekt der Beobachtung und Überwachung, sondern werden selber zu gegenseitigen Beobachtern (Mark Andrejevic, 2005). Diese Entwicklung ist u.a. in sozialen Netzwerken im Internet erkennbar, in denen sich Endnutzer umfänglich über andere Endnutzer informieren können. Dadurch wird nicht nur die Privatsphäre angegriffen, sondern es entstehen auch neue Beziehungen, die Vertraulichkeit nicht als Norm akzeptieren. Die Umverteilung von Wissen und Macht in einer globalisierten Gesellschaft ist eine Folge des massiven Anstiegs der Verfügbarkeit personenbezogener Daten und der damit verbundenen Möglichkeiten einer kommerziellen Nutzung bzw. Verwertung dieser Daten.

## 3.3

### Fiskale Souveränität von Regierungen

Bisher sind Transaktionen auf der Basis persönlicher Daten normalerweise nicht mit direkt steuerbaren Transaktionen verbunden. Treueprogramme oder andere Geschäftsmodelle, die Endnutzern einen „Nutzen“ bieten, basieren in der Regel auf Preisnachlässen und/oder Tauschgeschäften. Aus einer Besteuerungsperspektive betrachtet, profitiert der Staat bislang von Geschäften mit persönlichen Daten allenfalls durch Steuern „verwertender Unternehmen“, wenn sie ihre Gewinne durch die profitable Nutzung persönlicher Daten steigern können. Das Potenzial einer direkten Besteuerung von Transaktionen mit persönlichen Daten ist jedoch bislang (überraschenderweise) kein Thema in der steuerpolitischen Diskussion. Die Besteuerung des Individuums für mögliche Gewinne aus der wirtschaftlichen Verwertung persönlicher Daten scheint steuersystematisch eine lösbare Herausforderung zu sein. Der Staat sollte auf einen entsprechenden (steuer-)rechtlichen Rahmen für die persönliche digitale Datenwirtschaft hinarbeiten.

### 3.4

## Transparenz - Die Open-Source-Bewegung als Grundeinstellung

Private Unternehmen sind mittlerweile besser ausgestattet und arbeiten im Hinblick auf die Beschaffung von Informationen effizienter als die große Mehrheit staatlicher Stellen. In diesem Zusammenhang werden häufig US-basierte Verlage wie ChoicePoint und Reed Elsevier genannt. Letzterer verfügt wahrscheinlich über die aktuell größten und ausgefeiltesten Data-Mining-Anwendungen der Welt und arbeitet im Auftrag von Staaten wie auch von Unternehmen.

Die zunehmende Sammlung und Nutzung persönlicher Daten durch Regierungen, privatwirtschaftliche Unternehmen und Individuen führt zu vielfältigem Widerstand. Eine Forderung ist die nach mehr oder sogar totaler Transparenz in Bezug auf alle Informationen und die Mittel zur Nutzung der Informationen, die jedermann zur Verfügung stehen sollten. Damit ist die Forderung nach Transparenz ein weiterer Treiber der Personal Information Economy. Das Transparenzargument leitet sich ab aus der Überlegung, dass Informationen frei zugänglich sein sollen, um so z. B. Innovationen schneller zum Durchbruch zu verhelfen. Diese Denkrichtung wird von Vordenkern der Transparent Society und von Social Entrepreneurs aus der Open Source Bewegung vertreten (David Brin, 1999; Felix Stalder, 2002). Eine Konsequenz ist die Kommodifizierung von immer vertraulicheren Aspekten des persönlichen Lebens. Wer nicht über entsprechende Ressourcen verfügt, wäre gezwungen, selbst zu versuchen, aus den eigenen persönlichen Informationen den größtmöglichen Nutzen zu generieren. Dabei sind diejenigen, die ihre Daten am dringendsten für einen geldwerten Vorteil verkaufen möchten, gleichzeitig diejenigen, die für die Profiler am wenigsten interessant sind. Märkte für persönliche Daten und Informationen werden die Informationsungleichheiten deutlicher werden lassen (Joseph Turow, 2006).

### 3.5

## Quantitative und qualitative Fortschritte in der Internettechnologie

Um die Liste der Treiber für das Entstehen einer persönlichen Datenwirtschaft in der nahen Zukunft zu vervollständigen, müssen weiterhin quantitative und qualitative Fortschritte der drei bestimmenden Faktoren für das Internet genannt werden: technische, rechtliche und wirtschaftliche Aspekte. Da diese Treiber offensichtlich wichtig sind und in der Literatur zur persönlichen Datenwirtschaft schon stark diskutiert wurden, beschränken sich die Ausführungen dazu im Folgenden auf ein Minimum.

- Technische Fortschritte  
Zu nennen sind in diesem Zusammenhang unter anderem Fortschritte in der Browsertechnologie, die es dem Nutzer ermöglichen, seinen Fingerabdruck im Internet zu kontrollieren und NFC-Chips (Near-Field-Communication), die mobile Anwendungen unterstützen und erleichtern. Beispielsweise können mobile Geräte mit integriertem NFC-Chip als Kreditkarten genutzt werden (Google arbeitet in

einem Konsortium mit Nokia und der City Bank zusammen und bietet einen solchen Kreditkartendienst über mobile Endgeräte an). Als Gegenleistung für die Partizipation an dem Konsortium bekommt Google die persönlichen Daten aus Zahlungstransaktionen inklusive geographischer Daten. Neue Browsertechnologien und NFC-Chips sind nur zwei technische Entwicklungen, die qualitative technische Fortschritte darstellen. Neben den beschriebenen qualitativen Fortschritten in der Internettechnologie tragen auch quantitative Fortschritte wie der Ausbau der Internetinfrastruktur und ein Zuwachs an Endgeräten zur Nutzung des Internets zum rasanten Anstieg des Volumens an persönlichen Daten und damit zum Entstehen einer persönlichen digitalen Datenwirtschaft bei.

---

Wesentliche Treiber der  
steigenden Akzeptanz einer  
persönlichen digitalen  
Datenwirtschaft

---

- Gesetzgeberische Fortschritte  
Neben technischen Fortschritten in der Internettechnologie gibt es zunehmend auch Bemühungen seitens der gesetzgebenden Institutionen, die Rechte der Endnutzer im Internet zu schützen. Als Beispiel kann die breite politische und gesellschaftliche Diskussion über die Einschränkung der Rechte von Microsoft bei der Einführung des Google-Street-View-Dienstes genannt werden.
- Zunehmende Zahlungsbereitschaft der Endnutzer für Dienstleistungen  
Während fast alle Geschäftsmodelle, die auf der Erwirtschaftung von Umsätzen mit Endverbrauchern basierten, in den Anfangsjahren der Internetökonomie in den späten 1990-er Jahren scheiterten, sind Endnutzer im Internet heute in zunehmendem Maße bereit, für Dienstleistungen zu zahlen. Zudem gibt es mittlerweile die technischen Möglichkeiten, um Mikro-Zahlungen und die dazugehörige Rechnungsstellung im Internet abzuwickeln. Die Anzahl der Internet-Dienstleistungen, für die der Kunde direkt zahlen muss und dies auch akzeptiert, nimmt daher zu. Diese Entwicklung reflektiert einen Aufklärungsprozess, der wiederum zur Entstehung von Geschäftsmodellen auf der Basis eines selbstbestimmteren Umgangs mit persönlichen Daten beiträgt.

## 4

# PDD – Mikroökonomische Marktbeschreibung: aktuelle und künftige Marktteilnehmer und Transaktionsmuster – Tendenzen eines entstehenden Level Playing Field

### 4.1

#### Marktteilnehmer

Ein Markt lässt sich am besten anhand seiner Teilnehmer beschreiben. Um ein mikroökonomisches Modell der persönlichen digitalen Datenwirtschaft (PDD) zu erstellen, müssen die Teilnehmer auf der Basis ihrer vorrangigen Interessen und ihres bisherigen Machteinflusses auf die aktuelle Marktsituation geclustert werden. Die unten beschriebenen fünf Cluster von Marktteilnehmern stellen selbstverständlich eine Vereinfachung der Realität dar. Die Auswahl potenzieller Transaktionsmuster (Beziehungen zwischen Marktteilnehmern) in Kapitel 4.2. enthält offensichtlich nicht alle möglichen Optionen, sondern konzentriert sich auf die wahrscheinlichsten Optionen, die beobachtet werden sollten. Wie auch immer sich die Transaktionsmuster entwickeln, das aktuelle Ungleichgewicht in der persönlichen digitalen Datenwirtschaft wird nicht dauerhaft bestehen bleiben. Die Notwendigkeit eines Wandels und entsprechender Maßnahmen aller Marktteilnehmer werden im Laufe der Zeit zu einer ausgeglicheneren (und komplexen) persönlichen digitalen Datenwirtschaft führen. Zu diesem frühen Zeitpunkt versprechen Maßnahmen zur Einflussnahme auf die künftige Marktentwicklung die größtmögliche Wirksamkeit. Daher sind die Analyse des Marktes und ein entsprechendes Tätigwerden zum jetzigen Zeitpunkt erforderlich.

Insgesamt lassen sich die folgenden fünf Akteursgruppen auf dem Markt für persönliche digitale Daten identifizieren:

- Individuen: Per Definition der persönlichen digitalen Datenwirtschaft ist der individuelle Endnutzer der Marktteilnehmer im Zentrum aller Bemühungen. In der momentanen Marktsituation werden die Individuen bei der Durchsetzung ihrer Interessen noch von anderen Interessensgruppen blockiert, die den entstehenden Markt für persönliche digitale Daten dominieren. Die Argumentationslinie dieses Diskussions-Papiers besagt, dass die zukünftigen Marktentwicklungen es dem einzelnen Endnutzer erlauben werden, seine Rechte so auszuüben, dass er einen direkten (wirtschaftlichen) Nutzen aus seinen persönlichen Daten ziehen kann.
- Communities: Die Aggregation von Einzelinteressen durch Nutzer-Communities ist (und war) der wesentliche Treiber der Entstehung und des Erfolgs derselben. Den Nutzen aus solchen Communities ziehen in der Regel die Organisatoren (Betreiber), die rein rationale wirtschaftliche Interessen verfolgen. Community-Unternehmen nutzen die aggregierten Individualinteressen normalerweise durch ein auf Werbeeinnahmen beruhendes Geschäftsmodell zu ihrem Vorteil und wirtschaftlichen Nutzen. Wie in frühen Phasen der Marktentwicklung üblich, beherrschen wenige große Communities den gesamten Markt (oligopolistische Marktphase). Der Vollständigkeit halber sollte auch erwähnt werden, dass es ebenfalls

Nutzercommunities gibt, die aufgrund der intrinsischen Motivation agieren, das Beste für das Individuum zu erreichen und die keinen Profit erzielen (diese sind weitestgehend als Stiftungen organisiert).

---

PDD – Mikroökonomische  
Marktbeschreibung: aktuelle und  
künftige Marktteilnehmer und  
Transaktionsmuster – Tendenzen  
eines entstehenden Level Playing  
Field

---

- Regierungen: Regierungen sind normalerweise Verbündete der Endnutzer (ihrer Wähler) und unterstützen deren Unabhängigkeit, indem sie die juristischen und kommerziellen Rechte der Endnutzer im Netz sicherstellen so wie sie dies auch in der realen Welt tun. Regierungen sind institutionell ermächtigt "Level playing fields" zu gestalten, indem sie das Zivilrecht, Steuerrecht, Kartellrecht und andere Gesetze festlegen. Mit der Zeit werden die Regierungen die politische Bedeutung einer solch gestalterischen Mitwirkung in der entstehenden persönlichen digitalen Datenwirtschaft mehr und mehr verstehen und diese auch nutzen.
- Telekommunikationsinfrastruktur-Betreiber: Telekommunikationsinfrastruktur-Betreiber sind Anbieter von Telekommunikations-Dienstleistungen sowie von Endnutzengeräten. Diese Unternehmen haben die infrastrukturelle Basis für die entstehende persönliche digitale Datenwirtschaft entwickelt und sollten somit zu den großen Gewinnern eines stetig zunehmenden Volumens an persönlichen Daten zählen. Ironischerweise erlauben es ihre aktuellen Geschäftsmodelle den Infrastrukturanbietern derzeit jedoch nicht, in angemessener Art und Weise von dem Marktwachstum zu profitieren. Die strategischen Antworten der Telekommunikationsinfrastruktur-Betreiber auf die Frage, ob und wie sie das Potenzial im Markt für persönliche Daten nutzen wollen, werden sehr wahrscheinlich den nächsten Schritt in der Entwicklung eines Marktes für persönliche digitale Daten darstellen. Die logische Rolle der Telekommunikationsinfrastruktur-Betreiber im Bereich des Endnutzergeschäfts ist die des Treuhänders für persönliche Daten des Endnutzers im Netz.
- Anbieter von Inhalten und anderen Endnutzerdiensten: Um das mikroökonomische Modell eines Marktes für persönliche digitale Daten zu vervollständigen, werden unter diesem Punkt alle anderen Marktteilnehmer zusammengefasst, von denen Handlungen ausgehen können, die dazu dienen, auf dem Markt für persönliche Daten in den Wettbewerb einzutreten. Diese Gruppe der Marktteilnehmer muss ihr werbebasiertes Geschäftsmodell überdenken und Anstrengungen unternehmen, um so attraktiv zu werden, dass Endnutzer bereit sind, direkt für die angebotenen Dienste oder den Inhalt zu zahlen.

Alle Marktteilnehmer haben unterschiedliche Interessen bei der Ausgestaltung des Zugriffs auf persönliche digitale Daten und deren Verwertung. Das aktuelle Ungleichgewicht bei Nutzung und Verwertung persönlicher digitaler Daten fordert Maßnahmen und Handlungen, die zu einem Ausgleich der Interessen aller Marktteilnehmer beitragen.

<b>Marktteilnehmer</b>	<b>Mögliche Themenfelder</b>
<b>Wirtschaft</b>	
Internetunternehmen wie Google, Facebook, Twitter, aber auch Apple und Amazon, die den Markt für persönliche digitale Daten dominieren	Entwicklung von Erlös-Sharing-Modellen zur Steigerung der Teilhabe der Individuen an der Nutzung ihrer persönlichen digitalen Daten
Anbieter von Telekommunikationsinfrastrukturen, Dienstleistungen und Endgeräten, die die Nutzung der Onlinedienste ermöglichen	Art und Weise der technischen Ausgestaltung einer Datenbank für persönliche digitale Daten, Überprüfung, ob die Telekommunikationsindustrie im Auftrag des Staates und der anderen Marktteilnehmer eine zentrale Sammlung und Speicherung individueller persönlicher digitaler Daten übernehmen kann
Marktteilnehmer, die persönliche digitale Daten sammeln, nutzen oder von Entwicklungen in diesem Markt betroffen sind wie Banken, Handel, etc.	Vertrieboptimierung mittels personalisierter digitaler Daten, wirtschaftliche Nutzung bestehender Kundendaten
<b>Politik</b>	
Politik sowie Steuer-, Wettbewerbs-, Regulierungsbehörden etc., die den Rahmen für wirtschaftliches Handeln definieren	Ausarbeitung des ordnungspolitischen Rahmens für die Aufbereitung, Speicherung und Nutzung persönlicher digitaler Daten, Ausarbeitung der Besteuerung von Onlineaktivitäten, Ausarbeitung der Aspekte des Daten- und Verbraucherschutzes
<b>Gesellschaft</b>	
Individuen als Inhaber persönlicher Daten	Bestimmung des Wertes persönlicher digitaler Daten, Wahrnehmung der Rechte an den persönlichen digitalen Daten über einen persönlichen Netzassistenten (PNA)

PDD – Mikroökonomische Marktbeschreibung: aktuelle und künftige Marktteilnehmer und Transaktionsmuster – Tendenzen eines entstehenden Level Playing Field

Tabelle 1: Marktteilnehmer und mögliche Themenfelder, die bei der Ausgestaltung eines Marktes für persönliche digitale Daten zu untersuchen sind

## 4.2 Transaktionsmuster – ausgewählte Szenarien

Die oben beschriebenen Marktteilnehmer haben alle ein Interesse daran, die weitere Entwicklung der persönlichen digitalen Datenwirtschaft mitzubestimmen. Kräfte, die die derzeitige Marktdominanz der Oligarchen (Google, Facebook, etc.) festigen wollen, werden sich mit anderen Teilnehmern auseinandersetzen müssen, die eine ausgewogenere Verteilung der Interessen und des Nutzens aus persönlichen Daten anstreben. Im Folgenden werden ausgewählte Transaktionsmuster in Form von Szenarien beschrieben, die die Marktteilnehmer bedenken müssen, um eine eigene Strategie für den Umgang mit der entstehenden persönlichen digitalen Datenwirtschaft zu formulieren. Die unterschiedlichen Szenarien lassen sich vor dem Hintergrund zweier verschiedener Entwicklungspfade (Hypothesen) unterscheiden. Entwicklungspfad A: Es findet eine Verschiebung auf dem Markt für persönliche Daten statt, die es dem

Individuum ermöglicht, einen stärkeren Nutzen aus seinen eigenen Daten zu ziehen ("Power to the Individual"). Entwicklungspfad B: Die Marktentwicklungen dienen dazu, die größtmögliche Kontrolle über das Individuum zu erlangen ("Big Brother"). Die ausgewählten Szenarien im folgenden Teil können daher auf der Basis dieser Hypothesen weiter durchdacht werden.

---

PDD – Mikroökonomische  
Marktbeschreibung: aktuelle und  
künftige Marktteilnehmer und  
Transaktionsmuster – Tendenzen  
eines entstehenden Level Playing  
Field

---

### **Szenario 1: Die Regierungen machen sich für die Rechte des Individuums im Internet stark**

Setzt sich das „Individuum Continuum“ als Ultima Ratio durch, so wird künftig kein Unterschied mehr zwischen den Rechten des Individuums im Netz und in der realen Welt bestehen. Attraktive persönliche Netzassistenten (PNA) werden die Interessen der Endnutzer vertreten. E-Government Dienstleistungen werden reduziert, um einen effizienten Administrationsprozess zu unterstützen.

### **Szenario 2: Die Regierungen setzen auf Interessengemeinschaften der Endnutzer, um ihre Interessen einzubringen**

Nicht das Individuum und die Stärkung seiner Rechte im Netz wird die Grundlage der Handlungen der Marktteilnehmer sein. Vielmehr werden die Betreiber von Nutzer-Communities gestärkt. Die Regierungen werden Partnerschaften mit Communities eingehen und diese als Mittel zur Kontrolle und Einflussnahme auf die Bürger nutzen.

### **Szenario 3: Interessengemeinschaften der Endnutzer schließen sich mit Telekommunikationsanbietern zusammen**

In diesem Szenario bilden Telekommunikationsanbieter Allianzen mit Endnutzergemeinschaften und versuchen, ihre Endnutzer als Kunden zu behalten, indem sie ihnen die gesamte Wertschöpfungskette aus einer Hand anbieten. Die angebotenen Dienste reichen dann von der Infrastruktur zur Datenübertragung bis zu inhaltlichen Angeboten. Dieses Szenario führt zu exklusiven Geschäftsbeziehungen, die es Wettbewerbern erschweren, Zugang zu den Kundengruppen zu erlangen.

### **Szenario 4: Telekommunikationsanbieter unterstützen die Regierungen bei der Verwaltung und Kontrolle der Einzel-Nutzer und Nutzergemeinschaften**

Die Unternehmen sollten als Konsequenz aus einem solchen Szenario "Trusted Third Party"-Lösungen und Auftragslösungen für Endnutzer und Nutzer-Communities entwickeln.

## 4.3

### Entstehendes Level Playing Field

Obwohl es verschiedene mögliche Szenarien für eine zukünftige Entwicklung des Marktes für persönliche digitale Daten gibt, ist es offensichtlich, dass die Bedeutung der persönlichen digitalen Datenwirtschaft größer wird. Tatsächlich werden Tendenzen für alle beschriebenen Szenarien (und damit die einhergehenden Geschäftsentwicklungsansätze) sich gleichzeitig entwickeln. Das Ausbalancieren eines "Level Playing Fields" zwischen allen Gruppen von Marktteilnehmern ist eine logische Konsequenz. Die derzeitige Situation eines oligopolistischen Marktes wird keinen dauerhaften Bestand haben, sei es aufgrund des Wirkens entsprechender Marktkräfte oder durch ein verstärktes Einfordern von Regulierung und Regierungseinwirkung. Daher müssen betroffene Unternehmen, besonders Telekommunikationsinfrastruktur-Anbieter, bereits jetzt handeln. Technische, rechtliche und regulatorische Standards werden nur dann akzeptiert, wenn sie in einem offenen und fairen Dialog zwischen allen Marktteilnehmern unter kompetenter Moderation erarbeitet werden. Pro-aktive Aufklärungsanstrengungen für Endnutzer bezüglich ihrer Rechte an den persönlichen digitalen Daten im Netz werden dazu beitragen, das Vertrauen der Öffentlichkeit zu gewinnen und schließlich durch die Entwicklung von PNA-Produkten eine stärkere Bindung der Kunden an die Anbieter solcher Dienstleistungen zu erreichen.

---

PDD – Mikroökonomische  
Marktbeschreibung: aktuelle und  
künftige Marktteilnehmer und  
Transaktionsmuster – Tendenzen  
eines entstehenden Level Playing  
Field

---

## 5 Generische Strukturierung eines Produktportfolios und einer Implementierungsstrategie

### 5.1 Aus der Sicht des Staates – Etablierung einer Deutschen Daten-Treuhand

Als Antwort auf die Herausforderungen im Umgang mit und der Verwertung von persönlichen digitalen Daten schlagen die Verfasser dieses Diskussions-Papiers die Etablierung einer Deutschen Daten-Treuhand (DEDATE) vor - einer öffentlich-rechtlichen Körperschaft oder eines wirtschaftlichen Vereins, beispielsweise nach dem Vorbild der GEMA oder VG Wort, die:

- erstens als Steuerungseinheit die Spielregeln für die Nutzung und Verwertung der persönlichen digitalen Daten, unter Berücksichtigung der Wünsche und Bedürfnisse der Marktteilnehmer, festlegt, um ein Gleichgewicht auf dem Markt für persönliche digitale Daten zu fördern und
- zweitens die Einhaltung der vom Individuum gewährten Nutzungsrechte gewährleistet und ggf. die Nutzungsentgelte entgegennimmt und an die Individuen ausschüttet.

Der Vorteil eines solchen Treuhand-Modells ist, dass die persönlichen digitalen Daten codiert gespeichert werden können und der Zugriff auf diese Daten und dadurch auch deren Nutzung kontrolliert werden kann. Der Schutz der persönlichen digitalen Daten ist aus Sicht der Verfasser dadurch am besten zu gewährleisten, da der Datentreuhänder (Custodian) keine wirtschaftlichen Interessen durch die Verwertung dieser Daten verfolgt, sondern allein seiner Aufgabe der Datenspeicherung und -sicherung gerecht werden muss. Dadurch kann auch folgenden Herausforderungen bzw. Gefahren im Zuge der Verwertung persönlicher digitaler Daten begegnet werden:

- Aushöhlung und Missbrauch ziviler und kommerzieller Rechte der Dateneigentümer,
- Etablierung von unseriösen oder kriminellen Akteuren auf dem Markt der Datenerfassung und -verwaltung,
- Verhinderung eines Marktgleichgewichts auf dem Markt für persönliche digitale Daten und der Ausschöpfung der Innovations- und Wertschöpfungspotentiale dieser Daten bei Behinderung oder Blockade des Zugriffs auf freigegebene persönliche digitale Daten aus wirtschaftlichen Interessen, wenn der Datenverwalter gleichzeitig Verwertungsinteressen verfolgt und
- Einführung einheitlicher Verwertungsregeln für alle persönlichen digitalen Daten ohne Berücksichtigung von deren Sensitivität, des Verwertungskontextes und des Verwerters (öffentlich oder privat).

Zudem kann ein Treuhandmodell der codierten Datenspeicherung und sicheren Datenverwaltung

- die Anonymität der Nutzer gewährleisten,

- der unterschiedlichen Sensitivität der einzelnen Datenarten gerecht werden,
- den Kontext der Datennutzung kontrollieren und
- zwischen der Datenverwertung durch öffentliche Instanzen und kommerzielle Nachfrager unterscheiden.



Abbildung 1: DEDATE als Koordinations- und Steuerungseinheit des Marktes für persönliche digitale Daten

## 5.2 Aus der Sicht des Individuums – persönliche Daten als Zahlungsmittel

Auf einem noch zu schaffenden Marktplatz für persönliche Daten könnte das Individuum seine eigenen persönlichen Daten anbieten und gegen einen frei konvertierbaren Gegenwert handeln. Voraussetzung dafür ist einerseits die Aufklärung der Individuen über den Wert ihrer persönlichen Daten und andererseits die Schaffung eines Marktplatzes und entsprechender technischer Dienste, die es den Einzelnen erlauben, selbstbestimmt mit anderen Marktteilnehmern in einen Tauschprozess einzutreten. In einer künftigen persönlichen digitalen Datenwirtschaft sollten Individuen eine aktive Rolle einnehmen und bewusst über die Verwertung oder auch die Nicht-Verwertung ihrer persönlichen Daten bestimmen können, statt wie bislang die Nutzung der persönlichen Daten durch Internetunternehmen wissentlich oder unwissend nur mehr in Kauf zu nehmen. Die Entstehung eines transparenten und funktionierenden Marktes für persönliche Daten verbunden mit der gesellschaftlichen Aufklärung zu diesem Thema birgt damit die Chance, die derzeitige Ohnmacht des Individuums

gegenüber der Nutzung seiner persönlichen Daten durch die im Internet dominierenden werbe- und letztendlich datenbasierten Geschäftsmodelle aufzulösen.

## 5.3

### Aus der Sicht der Industrie – Fallbeispiel Smartmeter

Die Entstehung eines Marktes für persönliche digitale Daten hat weitreichende Auswirkungen, nicht nur für die Internetwirtschaft, sondern auch für traditionelle Industrie- und Dienstleistungsunternehmen. Dies soll anhand des Beispiels des noch jungen Geschäftsfeldes „Smart Metering“ bei Energieversorgungsunternehmen dargestellt werden. Smart Metering steht für eine Technologie, die es ermöglicht die Zählerstände von Kunden aus der Ferne abzurufen. Neben der Zählerstandserfassung bietet Smart Metering in der Regel umfangreiche weitere Funktionalitäten wie beispielsweise die Erfassung von dezentral eingespeister Energie (z.B. durch die häusliche Photovoltaikanlage), die automatisierte Weiterverarbeitung der Daten, die Möglichkeit der Fernsperrung oder Leistungsbegrenzungen. Seit 2010 sind die Netzbetreiber in Deutschland per Gesetz verpflichtet, in allen Neubauten und nach größeren Renovierungsmaßnahmen Smart Meter in das Netz einzubauen. Zudem müssen die Energieversorgungsunternehmen seit Ende 2010 ihren Kunden last- oder tageszeitenvariable Tarife anbieten.

Durch die Erfassung von umfangreichen Verbrauchsdaten der Energiekunden bei der Anwendung von Smart Metering verfügen die Energieversorger über potenziell auch für andere Unternehmen interessante Daten. Die meisten Aktivitäten im Haushalt sind mit dem Verbrauch von Energie verbunden, weshalb durch die Auswertung von Energieverbrauchsdaten Kundenprofile generiert werden können, die es beispielsweise ermöglichen, Rückschlüsse auf im Haushalt durchgeführte Hausarbeiten zu ziehen und den Tagesablauf der Bewohner nachzuvollziehen. Neben der primär angestrebten Nutzung der Energieverbrauchsdaten für die Optimierung der Netzauslastung und der Energieversorgung ergibt sich durch Smart Metering für Energieversorgungsunternehmen ein mögliches neues Geschäftsmodell im Bereich des Handels mit den anfallenden Kundendaten.

Ähnlich wie bei dem Einsatz von Smart Metern fallen bei vielen traditionellen Industrie- und Dienstleistungsunternehmen Kundendaten an, die sich gewinnbringend an die Werbebranche verkaufen lassen. Handelsunternehmen beispielsweise erfassen durch Kundenbindungsprogramme wertvolle Kundendaten wie Produktpräferenzen und Abnahmemengen, die sie für eigene Werbemaßnahmen nutzen, die aber auch für andere werbetreibende Unternehmen von Interesse sind. Fluggesellschaften und Reiseanbieter kennen die Häufigkeit der Kundenreisen und deren präferierte Reiseziele. Banken und Versicherungsgesellschaften verfügen über Informationen über die finanzielle Situation ihrer Kunden, deren materiellen Besitz, berufliche Situation und viele weitere persönliche Daten. Die Beispiele machen deutlich, dass die Menge an Unternehmen, die über wertvolle persönliche Daten von ihren Kunden verfügt, stetig und rasant ansteigt. Dadurch ergeben sich für immer mehr Unternehmen neue Geschäftsmöglichkeiten im Bereich des Datenhandels. Klare und transparente Marktstrukturen sind daher unerlässlich, wenn künftig das Individuum eine Chance

haben soll, über die Verwendung der eigenen Daten zu bestimmen und einen Anteil an dem damit zu erwirtschaftenden Profit zu haben.

## 5.4

### Aus der Sicht der heutigen Oligopolisten

Die heutigen Oligopolisten wie Facebook, Google und Amazon profitieren von der jetzigen intransparenten Marktsituation und vielfach unaufgeklärten Nutzern, da ihre Geschäftsmodelle auf dem Verkauf von persönlichen Daten ihrer Kunden an Dritte basieren. Um die Angebote der großen Internetfirmen nutzen zu können, müssen die Kunden in die Geschäftsbedingungen einwilligen, die auch den Umgang mit den persönlichen Daten festlegen. Damit erzwingen die Oligopolisten ein weitreichendes Verfügungsrecht über die persönlichen Daten und setzen ansonsten weitgehend auf Opt-Out-Lösungen, bei denen die Kunden sich aktiv gegen die Nutzung bestimmter Daten entscheiden müssen. Mit diesem Geschäftsmodell sind die Internetriesen sehr erfolgreich: Apple machte im Jahr 2011 knapp 26 Milliarden Dollar Gewinn, Google brachte es im Jahr 2011 auf einen Jahresgewinn von 9,7 Milliarden Dollar, Facebook erreichte im selben Jahr die Gewinnmarke von einer Milliarde Dollar und Amazon machte 2011 immerhin 631 Millionen Dollar Gewinn. Eine Veränderung der Marktstruktur hin zu einer selbstbestimmten Vermarktung der persönlichen Daten und einer Beteiligung der Dateninhaber an den Verwertungserlösen werden die heutigen Oligopolisten zu verhindern versuchen. Möglichen Bestrebungen der Regierungen, einen besseren Datenschutz für ihre Bürger rechtlich durchzusetzen, begegnen die großen Internetfirmen bereits heute mit umfangreichen Lobbying-Maßnahmen. Facebook beispielsweise beschäftigt mittlerweile zahlreiche gut vernetzte Mitglieder, sowohl der Republikaner wie auch der Demokraten, als Berater und verschafft sich dadurch Einfluss in der US-amerikanischen Politik (Somini Sengupta, 2012). Google gab nach Berichten der New York Times allein in den ersten drei Monaten des Jahres 2012 über 5 Millionen Dollar für Lobbying aus und damit mehr als Apple, Facebook, Microsoft und Amazon zusammen im selben Zeitraum. Als Grund für die enormen Ausgaben wird der steigende Druck auf das Unternehmen durch die Regierung, Konkurrenten und Datenschützer genannt sowie laufende Prozesse in den USA und Europa aufgrund des umstrittenen Umgangs mit Daten (Nicole Perloth, 2012).

Durch einen Paradigmenwechsel hin zu einer Beteiligung der Dateninhaber an der Verwertung ihrer Daten wären die heutigen Oligopolisten gezwungen, ihr bisheriges Geschäftsmodell umzustellen. Statt des bislang erfolgreich praktizierten Opt-Out-Verfahrens müssten sie die Erlaubnis zum Handel mit Kundendaten aktiv über ein Opt-In-Verfahren einholen. Um weiterhin ähnlich erfolgreich am Markt agieren zu können, müssten die Internetunternehmen dann aller Voraussicht nach neben den Einkünften durch den Datenhandel (die nach dem Paradigmenwechsel erheblich geringer ausfallen würden, da nicht mehr so umfangreiche Kundendaten zur Verfügung stünden) weitere Ertragsquellen erschließen. Denkbar wäre ein Preismodell, das es dem Kunden erlaubt, entweder mit seinen persönlichen Daten für die in Anspruch genommenen Dienste zu zahlen oder mit Geld. Datensensible Kunden würden dadurch die Kontrolle über ihre Daten zurückgewinnen, allerdings im Gegenzug für die Inanspruchnahme von Diensten der Internetunternehmen zahlen müssen. Als Konsequenz aus einem Paradigmenwechsel wäre mit einem stärker differenzierten Angebot der

Internetunternehmen zu rechnen, das den Ansprüchen und Anforderungen diverser Kundengruppen Rechnung tragen müsste.

## 5.5

### Aus der Sicht der Telekommunikationsanbieter – Intermediärsplattform und Einführung von persönlichen Netzassistenten

Zur technischen Realisierung der Datensammlung, -verwaltung und -verwertung bedarf es einer sicheren, stabilen und mit bisherigen Systemen kompatiblen Infrastruktur. Vorstellbar ist eine von den Infrastrukturanbietern bereitgestellte Plattform, die eine Verwertung der persönlichen digitalen Daten ermöglicht und damit den Datenstrom vom Dateninhaber über die Netzassistenten hin zu den Datenverwertern unterstützt sowie die generierten Erlöse aus der Datenverwertung transparent.

Einerseits können über das Design und die technische Umsetzung der Datenverwaltung und -verwertung, also den Betrieb einer Verwertungsplattform, Erlöse generiert werden. Dabei bieten sich verschiedene Erlösmodelle an: Beispielsweise kann eine Software zur Datensammlung und -verwertung entwickelt und direkt oder in Lizenz an die PNA veräußert werden. Andererseits ist ein cloud-basiertes Modell der Datensammlung und -verwaltung denkbar, in dem die Plattformbetreiber Anwendungen und Kapazitäten auf ihren Servern zur Datensammlung und -verwaltung bereitstellen und warten. Die Plattformbetreiber können aber auch selbst als Datenhändler und -verwerter auf der Verwertungsplattform in Erscheinung treten und durch Vermittlungsgebühren und -provisionen für den Verkauf von persönlichen digitalen Daten an die werbetreibende Industrie Erlöse generieren.

In Kombination mit der Einführung einer Deutschen Daten-Treuhand (DEDATE) schlagen die Verfasser auch eine kontrollierte bzw. zertifizierte Einführung von persönlichen Netzassistenten (PNA) zur Beteiligung der Individuen an der Verwertung ihrer persönlichen digitalen Daten und zur Steigerung der volkswirtschaftlichen Wertschöpfung insgesamt vor. Dies eröffnet den Telekommunikationsinfrastruktur-Anbietern eine weitere Möglichkeit der Erlösgenerierung, da sie für die Erfüllung der Aufgaben eines persönlichen Netzassistenten eine Vergütung von den Endnutzern verlangen können.

Die persönlichen Netzassistenten treten im Auftrag und im Interesse des Inhabers persönlicher digitaler Daten am Markt auf und setzen die Rechte der Kunden durch. Zudem können sie die Potenziale der Verwertung der freigegebenen persönlichen digitalen Daten einschätzen und schöpfen diese aus. Aufgrund der Principal-Agent-Beziehung zwischen Datenverwerter (PNA) und Dateneigentümer (Individuum) kann nur eine Zertifizierung der PNA oder die Festsetzung verbindlicher Spielregeln zur Vermarktung persönlicher digitaler Daten die einseitige, zum alleinigen Nutzen der Verwertungsunternehmen erfolgende Datennutzung aufbrechen, wodurch die Interessen und Rechte der Individuen gewahrt werden.

Die Aufgaben der zertifizierten PNA lassen sich wie folgt beschreiben:

- die PNA tragen Sorge für die Aufklärung der Individuen in Bezug auf die Möglichkeiten der Erfassung, Speicherung und Nutzung bzw. Freigabe der persönlichen digitalen Daten unter Berücksichtigung der Sensitivität der verschiedenen Datenarten,
- sie werden im Auftrag des Kunden bzw. des Individuums, das seine persönlichen digitalen Daten zur Verwertung auf dem Markt zur Verfügung stellen möchte, tätig,
- sie helfen bei der Überführung der wirtschaftlichen Potenziale persönlicher digitaler Daten in individuelle und damit auch volkswirtschaftliche Wertschöpfung und
- sie unterstützen die Datenpflege bzw. -verwaltung (Stichworte: Identity-Continuum, Opt-In/ eindeutige Willenserklärung, Verwertungslaufzeiten, Right to be Forgotten/ das Recht auf Vergessen, Verwertungs- bzw. Nutzungsprotokolle).

Durch eine Zertifizierung der PNA kann folgenden Herausforderungen bzw. Gefahren der Verwertung persönlicher digitaler Daten begegnet werden:

- Etablierung von unseriösen oder kriminellen Akteuren auf dem Markt der Datenerfassung und -verwaltung,
- Aushöhlung und Missbrauch ziviler und kommerzieller Rechte der Dateneigentümer,
- Verhinderung der Ausschöpfung der wirtschaftlichen Potenziale persönlicher digitaler Daten, indem die PNA ihren Wissensvorsprung in Bezug auf die Datenverwertung auf Kosten der Dateneigentümer ausnutzen und
- Einführung einheitlicher Verwertungsregeln für alle persönlichen digitalen Daten ohne Berücksichtigung von deren Sensitivität, des Verwertungskontextes und des Verwerters.

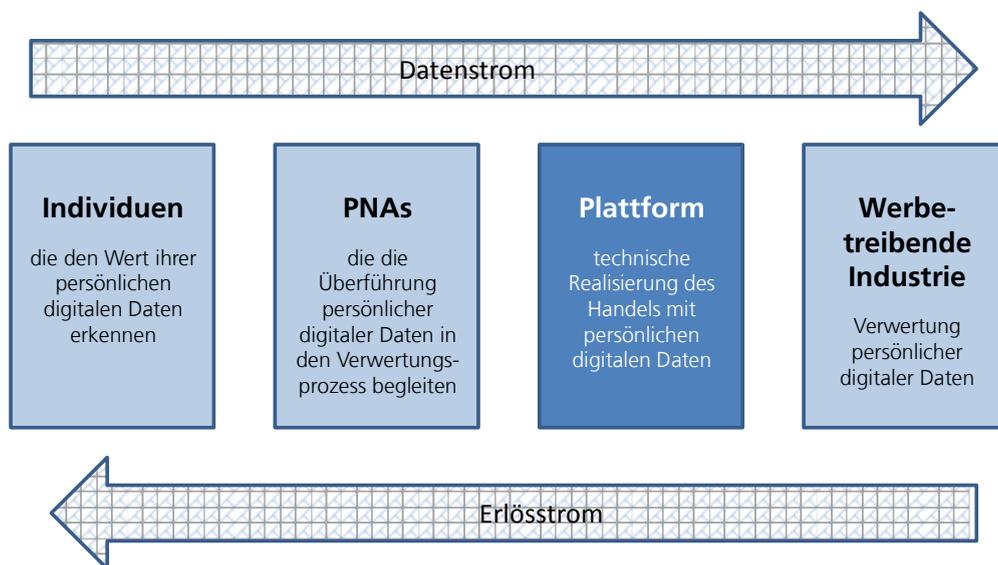


Abbildung 2: Daten- und Erlösströme bei der Verwertung persönlicher digitaler Daten

Die beschriebenen Entwicklungen zu einer persönlichen digitalen Datenwirtschaft stellen die Infrastrukturanbieter, wie z.B. die Deutsche Telekom AG, vor Herausforderungen in der Entwicklung geeigneter Geschäftsmodelle. Im Folgenden wird beispielhaft aufgezeigt, welche Aufgaben bewältigt werden müssen, um kundenorientierte Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Voraussetzungen für die Entwicklung kundenorientierter PNA-Produkte bei Infrastrukturanbietern:

- Analyse der Bedürfnisse von Endnutzern im Internet und Entwicklung entsprechender Dienstleistungen
  - Identifikation und Aufbau von wichtigen Funktionen, die den Endnutzer in die Lage versetzen, seine persönlichen Daten im Internet selbständig zu verwalten und zu nutzen. Dazu gehören sämtliche Funktionen entlang der Wertschöpfungskette wie das Sammeln, Speichern, die Nutzung (z.B. zum Bezahlen) und der Verkauf der Daten an Dritte bzw. der Tausch von Daten für Dienstleistungen oder Güter. Eine Bündelung dieser Funktionen zum Nutzen des Kunden kann zunächst nur mit den bestehenden Produkten der Infrastrukturanbieter durchgeführt werden.
  - Die Entwicklung von Funktionen für das Management persönlicher Daten, die über die bekannten und schon existierenden Funktionen (sammeln, speichern, nutzen, verkaufen) hinausgehen, erfordert die Durchführung von Markt- und Wettbewerbsanalysen.
  - Ergänzung bestehender Funktionen für das Management persönlicher Daten durch eine Anbindung der bei den Infrastrukturanbietern vorhandenen Funktionen an externe Datenspeicher. Zu nennen sind in diesem Zusammenhang u.a. Daten und Rechnungen von Energieanbietern, Kontoauszüge, Versicherungsdokumente etc. Der Endnutzer sollte in die Lage versetzt werden, selber zu entscheiden, ob er die persönlichen Daten an einem zentralen Speicherort verwalten möchte. Ein Beispiel für ein Geschäftsmodell, das dieses bereits in den späten 1990-er Jahren umzusetzen versuchte, ist die memIQ AG.
  - Einführung der Telefonabrechnung als Bilanz, auf deren Aktivseite das Guthaben an persönlichen Daten aufgeführt wird. Die Integration der Bonuspunkteübersicht in die Telefonabrechnung könnte ein erster Schritt dahin sein, persönliche Daten in eine Internet-Währung zu verwandeln. Voraussetzung für eine Aggregation persönlicher Daten als Guthaben ist die Einführung von Zahlungsfunktionen für diese Daten.
  - Entwicklung von User-Analytics-Produkten, die vom Endnutzer selbst genutzt und auf seine eigenen persönlichen Daten angewendet werden können (z.B. um nachzuvollziehen, wofür Geld ausgegeben wurde und somit als Werkzeug für eine persönliche Budgetplanung). Durch die Einführung solcher Produkte würden persönliche Daten in wertvolle Informationen umgewandelt, die aber weiterhin unter der Kontrolle des Endnutzers blieben. In einem nächsten Schritt könnten diese Informationen dann bei Interesse des Endnutzers mit interessierten Dritten gehandelt werden.
- Aufbau einer geeigneten Infrastruktur
  - Schaffung eines Quasi-Standards durch Vorantreiben technischer und rechtlicher Voraussetzungen, die es Endnutzern ermöglichen, ihre Rechte gegenüber allen Dienstleistungs- und Produkthanbietern sowie sonstigen Akteuren im Internet durchzusetzen
  - Unterstützung der Entwicklung und des Betriebs von möglichst unabhängiger Browsertechnologie aus Sicht des Endnutzers (beispielsweise durch Stiftungen wie Mozilla)

- Ausbreitung mobiler Geräte mit NFC-Chips fördern, so dass mehr und komfortablere Anwendungen rund um Zahlfunktionen entstehen können

- Koordinierte Markteinführung/Entwicklung von Geschäftsmodellen
  - Aufbau einer modularen Dienstleistungsstruktur, die das schnelle Hinzufügen oder Entfernen beliebter bzw. unbeliebter Anwendungen ermöglicht
  - Entwicklung einer Marketingstrategie, mit der die Nutzergemeinschaft erreicht werden kann und Entwicklung einer Meta-Plattform für das Management persönlicher Daten

## 5.6

### Interdependenzen und Implementierungsstrategie

Die konkrete Ausgestaltung der Strukturen der Datentreuhänder und der persönlichen Netzassistenten zur Überführung der persönlichen digitalen Daten in den Verwertungsprozess beeinflusst auch die Möglichkeiten der Generierung von Geschäftsmodellen der Infrastrukturanbieter und Datenverwerter.

Die konkrete Umsetzung der Datenverwertung findet im Zusammenspiel zwischen der DEDATE als Steuerungs- und Regulierungseinheit der PDD, den persönlichen Netzassistenten zur Überführung der Daten in den Verwertungsprozess, den Verwertungsagenturen und Infrastrukturanbietern, die die ökonomische und technische Datenverwertung ermöglichen, und den Dateninhabern selbst statt.

Dabei sind folgende Beziehungsarten zu beachten:

- Zwischen den Dateninhabern und den PNA liegt eine Principal-Agent-Beziehung vor, in der der Dateninhaber (Principal) dem von ihm ausgewählten PNA (Agent) die entsprechenden Daten zur Verwertung anvertraut.
- Zwischen der DEDATE und den PNA liegt eine Server-Client-Beziehung vor, wenn die DEDATE (Server) die von den PNA eingesammelten persönlichen Daten codiert speichert, verwaltet und die Verwertung begleitet.

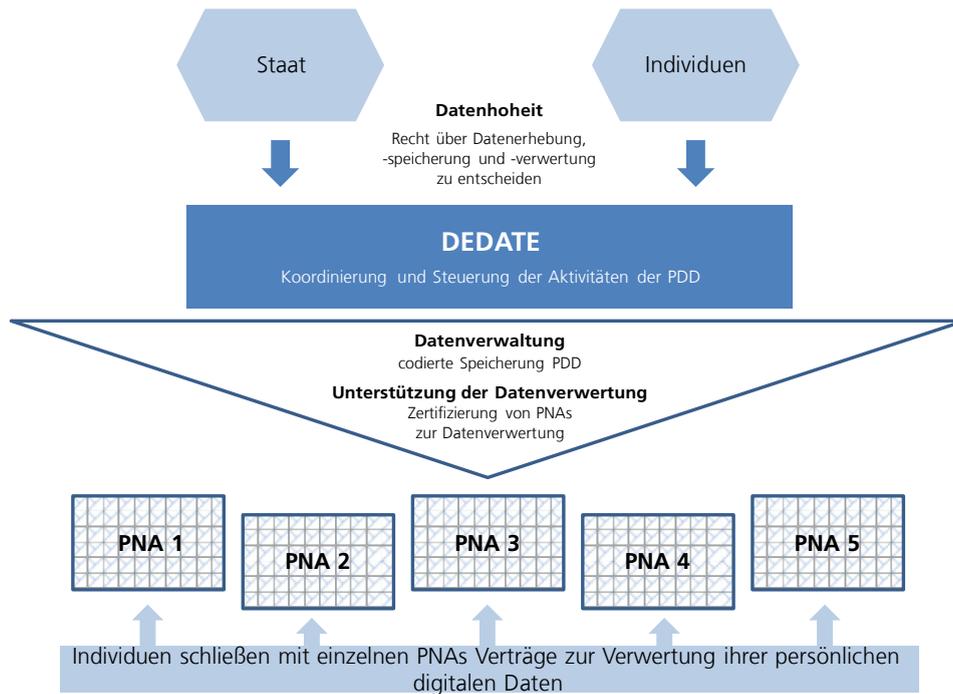


Abbildung 3: Persönliche Netzassistenten (PNA) zur Überführung der wirtschaftlichen Potentiale persönlicher digitaler Daten (PDD) in nationale Wertschöpfung

## 6 Prozess der Projektentwicklung im Rahmen eines anwendungsorientierten Forschungsvorhabens

### 6.1 Projektinitiative, Gründungspartner und Aufgabenteilung

Die Initiative zur Etablierung einer Deutschen Daten-Treuhand als Ultima Ratio der persönlichen digitalen Datenwirtschaft basiert auf der Überzeugung, dass aufgrund zunehmender Spannungen und Probleme durch die einseitige und vielfach für das Individuum undurchschaubare Verwertung seiner persönlichen Daten die Schaffung eines funktionierenden und transparenten Marktes für solche Daten das dringliche Gebot der Stunde ist. Um diesen Paradigmenwechsel von einer einseitigen Nutzung persönlicher digitaler Daten durch die Wirtschaft zu einer Beteiligung der Dateneinhaber an der Verwertung bzw. den Verwertungserlösen ihrer persönlichen Daten zu gestalten, ist die Politik aufgefordert, den ordnungspolitischen Rahmen in Bezug auf die Nutzung dieser Daten entsprechend zu überarbeiten, sodass ein stärkeres Gleichgewicht zwischen den Marktteilnehmern hergestellt wird. Zudem ergeben sich weitreichende Konsequenzen aus dem beschriebenen Paradigmenwechsel für alle Teilnehmer auf dem Markt für persönliche Daten. Die Komplexität des Themas und die zu erwartenden weitreichenden Konsequenzen für Politik, Wirtschaft und Gesellschaft erfordern eine fundierte wissenschaftliche Analyse unter Berücksichtigung des aktuellen Stands der Forschung, ebenso wie die Ableitung konkreter Handlungsempfehlungen für die Politik und innovativer Geschäftsmodelle für Wirtschaftsunternehmen. Um diesem breit gefächerten Anforderungsprofil für die Initiative gerecht zu werden, haben sich das Fraunhofer MOEZ und die HSBD GmbH zusammengeschlossen. Sie verstehen sich als Initiatoren der Erforschung und des Aufbaus geeigneter und zeitgemäßer Strukturen der Verwertung persönlicher digitaler Daten.

Das Fraunhofer MOEZ übernimmt im Rahmen der Initiative vorrangig die anwendungsforschungsorientierte Analyse der aktuellen Marktsituation und der potenziellen künftigen Entwicklungspfade unter Berücksichtigung der Implikationen auf die Gestaltung der Marktstrukturen und die Rollenverteilung der Marktteilnehmer. Darüber hinaus ist es das Ziel des Fraunhofer MOEZ, aus den Ergebnissen der Analysen Handlungsempfehlungen für die Politik abzuleiten. Die HSBD GmbH ist im Rahmen der Initiative federführend für die Ableitung innovativer Geschäftsmodelle für Wirtschaftsunternehmen und die Unterstützung bei deren Umsetzung zuständig. Als internationaler Projektentwickler versteht sich die HSBD GmbH zudem als kompetenter Begleiter bei der Etablierung eines Datentreuhänders (DEDATE) in Deutschland und der Übertragung eines solchen Modells im internationalen Kontext. Es ist die Absicht der Gründungspartner, weitere Partner aus Wissenschaft und Industrie für die Initiative zu gewinnen. Im Folgenden werden die Gründungspartner der Initiative kurz vorgestellt.

### *Fraunhofer MOEZ*

Die Fraunhofer-Gesellschaft (FhG) fördert und betreibt international vernetzt anwendungsorientierte Forschung zum unmittelbaren Nutzen für die Wirtschaft und zum Vorteil für die Gesellschaft. Ziel des Fraunhofer MOEZ ist es dabei, Politik und Unternehmen im Bereich von betriebs- und volkswirtschaftlichen Fragestellungen der Internationalisierung, der Innovationsförderung und -verwertung sowie dem Wissensmanagement zur Seite zu stehen und dadurch ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Wirtschaftliche und gesellschaftliche Veränderungsprozesse bzw. Transformationen unter dem Augenmerk einer zukunftssträchtigen und nachhaltigen Entwicklung sind zentraler Gegenstand der sozialwirtschaftlichen und volkswirtschaftlichen Forschung. Neben der anwendungsorientierten Weiterentwicklung der Forschung im Themenfeld persönliche digitale Datenwirtschaft ist es unser Ziel, wesentlich zur Umsetzung eines funktionierenden und transparenten Marktes für persönliche digitale Daten beizutragen. Um ein Gleichgewicht zwischen den Marktteilnehmern auf dem Markt herzustellen, identifizieren und analysieren wir Anreize, Rahmenbedingungen und mögliche Entwicklungsprozesse auf dem Weg zu einer Deutschen Daten-Treuhand und übersetzen die Ergebnisse in Implikationen für Politik und Wirtschaft. Dabei agieren wir interdisziplinär, indem wir das Verständnis der Handlungsmotive und -bedingungen der verschiedenen Akteure auf der Mikroebene mit einer systemischen Transformation auf einer Meso- und Makroebene zusammenbringen und deren Wechselwirkungen untersuchen.

### *HSBD*

Die HSBD GmbH betreibt internationale Projektentwicklung und Realisation in den Bereichen Telekommunikation, Internet, Medien und Energie. In diesem Zusammenhang beschäftigt sie sich mit den diversen geokulturell und kontextgeprägten Ansätzen im Umgang mit persönlichen Daten. Im Rahmen einer „Triadenbetrachtung“ (USA-Europa-Asien) wird evident, dass gerade die demokratisch-individuelle Grundausrichtung in Europa – und hier insbesondere in Deutschland – zum entscheidenden Erfolgsfaktor für den fairen Interessensausgleich im Kampf der „Stakeholder“ um das Gut „persönliche digitale Daten“ eingesetzt werden kann. Diesen Wettbewerbsvorteil will HSBD im Rahmen der gemeinsamen Initiative mit dem Fraunhofer MOEZ – Modell der Deutsche Daten-Treuhand DEDATE – zunächst in Deutschland realisieren und anschließend die gewonnenen Erkenntnisse in einen internationalen Kontext übertragen.

## 6.2

### Integration diverser Teilforschungsaspekte in einen integrierten anwendungsorientierten Forschungsansatz

Die Ausgestaltung des Marktes für persönliche digitale Daten erfordert die Definition von Rahmenbedingungen und Strukturen sowie den Aufbau einer technischen Infrastruktur und entsprechender Dienste für den Handel von Daten samt zugehörigen Geschäftsmodellen für die Marktteilnehmer. Die Bandbreite der bei der Initiative zu berücksichtigenden Forschungsfelder und Stakeholder sowie die Auswirkungen der Entscheidungen auf andere Forschungsfelder legt einen multidisziplinären und integrativen Forschungsansatz nahe, bei dem in einem iterativen Prozess unter Berücksichtigung aller Stakeholder (Politik, Wirtschaft, Individuen und Verbänden, Foren und Communities etc.) die relevanten Forschungsbereiche für die Initiative definiert werden. Die folgenden Abschnitte beschreiben die verschiedenen Forschungsbereiche.

Nach derzeitigem Stand lassen sich fünf Forschungsbereiche innerhalb der Initiative "Deutsche Daten-Treuhand (DEDATE) als Ultima Ratio der Persönlichen Digitalen Datenwirtschaft (PDD)" abgrenzen. Der erste Forschungsbereich umfasst das Themengebiet Technik & Sicherheit. In diesem Bereich ist u.a. zu klären, mittels welcher Technologien sich eine sichere, stabile und zu bisherigen Systemen kompatible Plattform für die Speicherung und den Handel von Daten realisieren lässt.

Ein weiterer Forschungsbereich betrifft den Rechtsrahmen. Hierunter werden rechtliche Fragestellungen für den entstehenden Markt für persönliche digitale Daten zusammengefasst. Zu klären ist in diesem Zusammenhang u.a. die steuerrechtliche Behandlung von Transaktionen mit persönlichen Daten im Netz, die rechtliche Fixierung des „Individuum Continuum“, die handelsrechtlichen Rahmenbedingungen für den Marktplatz für persönliche Daten, die Rechtsform und rechtliche Grundlagen für die Treuhandgesellschaft sowie Aspekte des Verbraucherschutzes.

Im Forschungsbereich Finanzen bzw. volkswirtschaftliche Auswirkungen werden die volkswirtschaftlichen Effekte einer entstehenden persönlichen digitalen Datenwirtschaft betrachtet. Hierunter fällt insbesondere der Einfluss auf Bestandsindustrien sowie sich ergebende Potenziale für neue Industrien, die Wirkung der neuen persönlichen digitalen Datenwirtschaft auf die volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Auswirkungen auf die Geldmenge und das Steueraufkommen und Fragen zur Konvertierung der neuen Währung (persönliche Daten) auf dem Handelsplatz.

Neben der volkswirtschaftlichen Betrachtung ist auch die Erarbeitung betriebswirtschaftlicher Potenziale in Form von möglichen Geschäftsmodellen für die Marktteilnehmer vorgesehen. In dem Forschungsbereich Betriebswirtschaftliche Auswirkungen/Geschäftsmodelle werden potenzielle Geschäftsmodelle für Telekommunikationsanbieter, Anbieter von Inhalten und andere Endnutzerdienste, heutige Oligarchen wie Google, Facebook etc. und Chancen für Start-Ups ausgearbeitet. Hierzu sollen Forschungsk Kooperationen mit Unternehmen aus den jeweiligen Bereichen gebildet werden.

Letztendlich ist der Kommunikation und Aufklärung zum Themenfeld persönliche digitale Daten eine besondere Bedeutung beizumessen. Daher ist beabsichtigt, einen Forschungsbereich der Analyse der Sozialverträglichkeit und der Aufklärung der Bevölkerung bzw. dem Kommunikationsprozess mit der Bevölkerung zu widmen.

Prozess der Projektentwicklung im Rahmen eines anwendungsorientierten Forschungsvorhabens

---

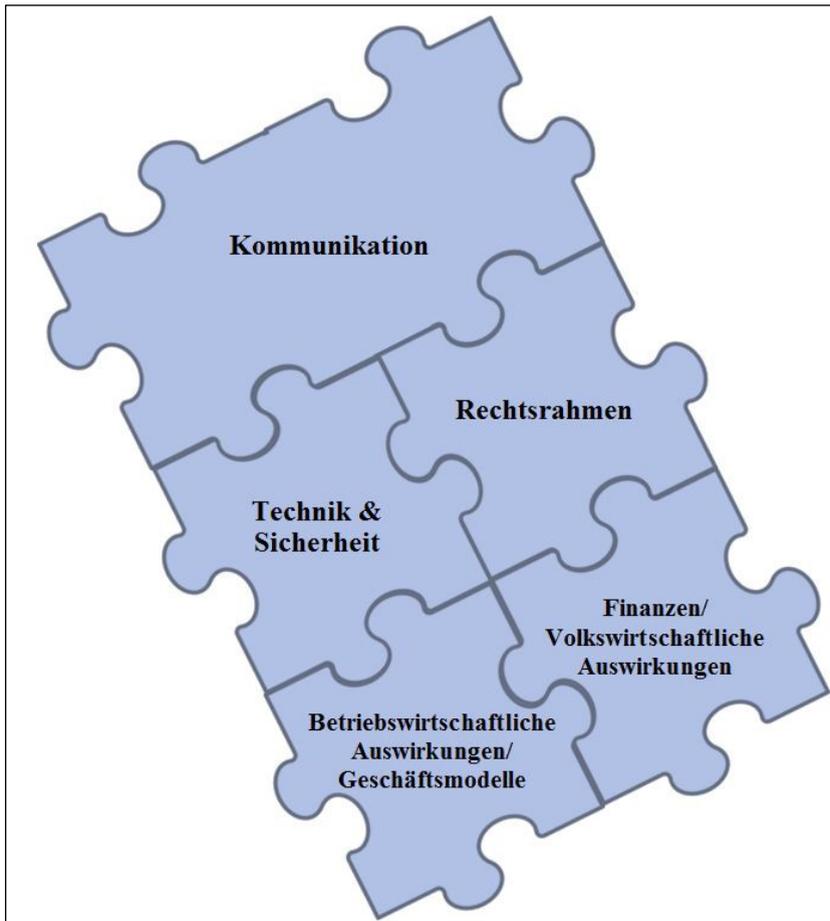


Abbildung 4: Forschungsbereiche des integrierten Forschungsansatzes

## 7

# Ausblick und Einordnung des Themas in einen europäischen und globalen Kontext

---

Ausblick und Einordnung des  
Themas in einen europäischen  
und globalen Kontext

---

In Europa gelten gesetzliche Mindestvorschriften in Bezug auf den Datenschutz in der Internetwirtschaft, an die sich alle Unternehmen halten müssen. Aktuell basieren diese auf den jeweils in nationales Recht umgesetzten Datenschutzrichtlinien 95/46/EG sowie 2002/58/EG. In einzelnen Ländern geben zusätzliche nationale Gesetze einen noch strengeren Datenschutz vor. Zudem befindet sich zurzeit ein Vorschlag für eine Verordnung der EU-Kommission zur neuen und einheitlichen Regelung des Datenschutzes in Europa im Abstimmungsprozess, nach dem sich unter anderem auch Unternehmen mit Firmensitz in außereuropäischen Ländern an die europäischen Datenschutzgesetze halten müssen und bei Verstößen in Europa verklagt werden können, sofern sie ihre Angebote an europäische Kunden richten. Bisher gilt das Standortprinzip, nach dem sich Unternehmen an die Datenschutzregelungen halten müssen, die an ihrem Standort gelten. Dadurch ist es ausländischen Unternehmen möglich, Angebote an europäische Kunden zu richten, die gegen die hiesigen Datenschutzbestimmungen verstoßen. Die Bestrebungen der EU zeigen, dass Europa eine stärkere Regulierung der Internetwirtschaft hinsichtlich des Datenschutzes anstrebt.

In den USA hingegen basiert der Datenschutz weitgehend auf Selbstverpflichtungen der Internetunternehmen. In der Praxis bestehen solche Selbstverpflichtungen aus Pflichtenheften, in denen die Unternehmen individuell ihre Regeln für den Umgang mit Daten festlegen. Die Einhaltung der selbstgewählten Pflichten wird dann durch die Federal Trade Commission (FTC) überwacht. Die FTC schreitet jedoch nur dann ein, wenn ein Unternehmen seine Datenschutzrichtlinien nicht einhält. Hat ein Unternehmen sich keine Selbstverpflichtungen auferlegt, so greift die FTC nicht ein. Gesetzlich festgelegte Mindestvorgaben über die Existenz oder Ausgestaltung einer solchen Selbstverpflichtung bestehen in den USA nicht. Nach aktuellen Berichten im SPIEGEL Online ist in den USA in absehbarer Zeit nicht damit zu rechnen, dass neue Datenschutzgesetze auf den Weg gebracht werden (Christian Stöcker, 2012). Als Grund dafür wird die Bedeutung der Internetbranche für die USA genannt, die eine der wenigen noch bestehenden Wachstumsbranchen in dem Land darstellt. Die weltweit dominierenden Internetunternehmen wie Apple, Google, Amazon und Facebook stammen allesamt aus den USA und profitieren von den dortigen niedrigen Datenschutzstandards. Wie bereits in Kapitel 5.4 beschrieben, versuchen sie, durch umfangreiche Lobbying-Maßnahmen die amerikanische Politik dahingehend zu beeinflussen, dass keine schärferen Gesetze in Bezug auf den Datenschutz im Internet durchgesetzt werden. Aber nicht nur in ihrem Heimatland sind die großen Internetfirmen in Sachen Lobbying aktiv. Google beispielsweise betreibt seit 2008 in Berlin ein Lobbying-Büro und hat zudem eine Interessensvertretung in Brüssel, die sich der Konzern jährlich etwa eine halbe Million Euro kosten lässt (Heise online, 2011). Auch die amerikanischen Regierungsbehörden versuchen, mit massiver Lobbyarbeit den Entwurf für die neue Datenschutzverordnung in der EU abzuschwächen und damit die Bedingungen für die Geschäftsaktivitäten der US-amerikanischen Internetfirmen in Europa möglichst günstig zu gestalten (Claus Hecking, 2012).

Im asiatischen Raum gibt es aufgrund der Heterogenität der Länder in Bezug auf ihre wirtschaftliche, kulturelle und politische Ausrichtung keine einheitliche Gesetzeslage oder Praxis in Bezug auf den Datenschutz im Internet. Während einige Staaten, wie beispielsweise Südkorea, die Grundsätze der OECD zum Datenschutz übernehmen oder sich im Rahmen ihrer nationalen Gesetzgebung an der Datenschutzrichtlinie der EU orientieren (z.B. Hong Kong), gibt es in anderen asiatischen Ländern aufgrund politischer oder kultureller Auffassungen kaum oder keine eindeutigen Gesetze zum Datenschutz. Dies liegt zum Teil daran, dass Datenschutz als Bedrohung für das wirtschaftliche Wachstum oder gar als Bedrohung der durch Kontrolle der einzelnen Bürger geschaffenen öffentlichen Ordnung erachtet wird.

---

Ausblick und Einordnung des  
Themas in einen europäischen  
und globalen Kontext

---

Die Ausführungen zeigen, dass die Einstellung zum Datenschutz in Europa eine gute Basis für die Durchsetzung eines ausgeglicheneren Marktes für persönliche Daten darstellt und zum Erfolgsfaktor für die DEDATE-Initiative werden kann.

## 8 Weiteres Vorgehen

### 8.1 Formierung eines Steering Committees

Als zentrales beschlussfassendes Organ der DEDATE-Initiative soll ein Steering Committee aufgestellt werden, das aus Vertretern der HSBG GmbH und des Fraunhofer MOEZ sowie aus Vertretern der Politik als zentralem Stakeholder der Initiative besteht. Dieses Gremium ist verantwortlich für die Festlegung der detaillierten Projektziele und dafür notwendiger Meilensteine, die Aufteilung der zu bearbeitenden Arbeitspakete unter den beteiligten Projektpartnern sowie die Ressourcenzuteilung an die Projektpartner und die Überwachung des Projektfortgangs und der Projektergebnisse.

### 8.2 Wissensgewinnung

Die DEDATE-Initiative soll auf dem aktuellen Wissens- und Diskussionsstand zum Thema persönliche digitale Datenwirtschaft aufbauen. Daher wird zunächst ein Prozess der Wissensgewinnung initiiert, der bei den wichtigen Stakeholder-Gruppen - Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft – den aktuellen Wissensstand zum Thema erfassen soll. In einem ersten Schritt werden dafür Mitglieder der benannten Gruppen identifiziert, die sich intensiv mit dem Thema persönliche digitale Datenwirtschaft befassen. Diese jeweiligen Experten aus den diversen Stakeholder-Gruppen werden daraufhin mithilfe von Interviews zum aktuellen Wissens- und Diskussionsstand befragt. Zudem beabsichtigen die Gründungspartner, weitere Mitglieder aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Gesellschaft für die Initiative zu gewinnen, die diese langfristig begleiten und den Wissensaustausch mit den jeweiligen Stakeholder-Gruppen auf kontinuierlicher Basis befördern.

### 8.3 Aufklärungsprozess

Da viele Internetnutzer sich bislang nicht des Wertes ihrer persönlichen Daten bewusst sind, ist es als Voraussetzung für die sich entwickelnde persönliche digitale Datenwirtschaft wichtig, den Aufklärungsprozess in der Gesellschaft voranzutreiben. Das Bewusstsein für den Wert der eigenen Daten und für die Zusammenhänge in und Konsequenzen aus der derzeitigen Marktstruktur sind die Voraussetzung für eine breite gesellschaftliche Unterstützung für die DEDATE-Initiative. Das Wissen des Individuums um den Wert seiner persönlichen Daten ermöglicht letztendlich auch erst ein selbstbestimmtes Handeln mit diesem Gut auf einem zukünftigen Marktplatz für persönliche Daten. Die Gründungspartner der DEDATE-Initiative setzen es sich deshalb zum Ziel, den gesellschaftlichen Aufklärungsprozess mitzugestalten. Frühzeitig soll im Rahmen der Initiative über geeignete Kanäle wie beispielsweise Internetforen, Veranstaltungen und klassische Massenmedien wie Fernsehen und Zeitung fundiert

über die Bedeutung und Verwertung persönlicher Daten in der digitalen Welt informiert werden.

---

Weiteres Vorgehen

---

## 8.4 Forschung und Publikationen

Teil der DEDATE-Initiative sind wissenschaftliche Analysen, beispielsweise zum Thema Handelsrecht und Steuerrecht, zu volkswirtschaftlichen Auswirkungen einer Neugestaltung der Marktstrukturen sowie zur Identifikation, wie die Marktteilnehmer in ein Gleichgewicht gebracht, wie Strukturen gestaltet und welches die Kernaufgaben der einzelnen Marktteilnehmer unter Berücksichtigung ihrer Bedürfnisse und Interessen sein können. Die Forschungsergebnisse sollen potenziellen Interessenten in entsprechenden Medien, insbesondere in der Fachpresse, zugänglich gemacht werden.

Andrejevic, Mark (2005): *The work of watching one another: Lateral surveillance, risk and governance*, *Surveillance & Society*, 2(4), 479 -497.

Brin, David (1999): *The Transparent Society*, New York: Perseus.

Clarke, Roger A. (1988): *Information Technology and Dataveillance*, *Communications of the ACM*, 31 (5), 498-512.

Clarke, Roger A. (1986): *Information Technology and Dataveillance*, unter: <http://www.rogerclarke.com/DV/CACM88.html#Surv> (abgerufen am 2.10.2012).

Elmer, Greg (2004): *Profiling Machines: Mapping the Personal Information Economy*, Cambridge: MIT Press.

Flumian, Maryantonett (2009): *Managing Identity: An essential ingredient in service transformation in a Web 2.0 world*, unter: <http://iog.ca/en/publications/managing-identity-essential-ingredient-service-transformation-web-20-world> (abgerufen am 23.8.2012).

Hecking, Claus (2012): *Lobbyarbeit in Brüssel: USA torpedieren EU-Datenschutz-Verordnung*, *Financial Times Deutschland* vom 20.1.2012, unter: <http://www.ftd.de/politik/international/lobbyarbeit-in-bruessel-usa-torpedieren-eu-datenschutz-verordnung/60157602.html> (abgerufen am 17.8.2012).

Heise Online (2011): *Google baut Lobbying in Deutschland und USA aus*, unter: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Google-baut-Lobbying-in-Deutschland-und-USA-aus-1318507.html/from/rss09> (abgerufen am 17.8.2012).

Mathiesen, Thomas (1997b): *The Viewer Society: Michel Foucault's "Panopticon" revisited*, *Theoretical Criminology*, 1 (2), 215-234.

Perloth, Nicole (2012): *Under Scrutiny, Google Spends Record Amount on Lobbying*, *New York Times* vom 23.4.2012, unter: <http://bits.blogs.nytimes.com/2012/04/23/under-scrutiny-google-spends-record-amount-on-lobbying/> (abgerufen am 20.8.2012).

Sengupta, Somini (2012): *Facebook Builds Network of Friends in Washington*, *New York Times* vom 18.5.2012, unter: <http://www.nytimes.com/2012/05/19/technology/facebook-builds-network-of-friends-in-washington.html?pagewanted=all> (abgerufen am 20.8.2012).

Stalder, Felix (2002): *Privacy is not the antidote to surveillance*, *Surveillance and Society*, 1 (1), 120-124.

Stöcker, Christian (2012): *Googles gnädige Kontrolleure*, *Spiegel Online* vom 9.8.2012, unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/datenschutz-in-den-usa-und-europa-a-849114.html> (abgerufen am 16.8.2012).

Turow, Joseph (2006): *Niche Envy: Marketing Discrimination in the Digital Age*, Cambridge MA: MIT Press.

World Economic Forum (2011): *Personal Data: The Emergence of a new Asset Class*, unter: <http://www.weforum.org/reports/personal-data-emergence-new-asset-class> (abgerufen am 23.8.2012).

---

Literaturverzeichnis

---