

AK 2: Strengerer Datenschutz für wissensgierige Geräte nötig

Wien (OTS) - Eine neue AK Studie über die kommerzielle digitale Überwachung im Alltag zeigt: "Intelligente" Zahnbürsten, Fernseher & Co liefern Firmen Kundendaten über Vorlieben und Abneigungen "frei Haus". AK Konsumentenschützerin Daniela Zimmer warnt: "Infos über das Privatleben können noch intensiver ausgeschlachtet werden. Falsche Schlüsse können negative Auswirkungen haben." Daher braucht es einen verbesserten und strengeren Datenschutz.

Die AK verlangt auch vorsorgliche Risikoanalysen. Denn die geltenden Datenschutzgesetze bieten keine Antworten auf digitale Risiken. Aktuell klafft eine Lücke zwischen Datenschutzrecht und Praxis.

Konkret will die AK:

1 Mehr Schutz: Gesetzgeber und Kontrollbehörden müssen frühzeitig schützend eingreifen, wenn eine Aushöhlung des Datenschutzes droht. Datenschutzkritische Trends müssen frühzeitig erkannt werden. Die Gestaltung von datenschutzrelevanten Geschäftsideen darf nicht allein den Unternehmen überlassen werden.

2 Regeln für den Datenhandel: Anbieter berufen sich oft auf Einwilligungsklauseln, die viel zu unbestimmt sind. Meist fehlt es auch an der Freiwilligkeit der Zustimmung - dann nämlich, wenn der Konsument keine andere Alternative vorfindet, als einen Dienst gar nicht zu nutzen. Dort, wo die freiwillige und informierte Zustimmung der KonsumentInnen eine bloße Fiktion ist, muss der Schutz der Nutzer gesetzlich geregelt werden.

3 Kontrolliert durch Datenschutz-Gütesiegel: Heikle neue Trends sollten eine Datenschutz-Zertifizierung durchlaufen müssen, etwa das europäische Datenschutz-Gütesiegel EuroPriSe.

4 Europäischen Entwurf zur Datenschutz-Verordnung verbessern: Es braucht strengere Anforderungen für eine "informierte Zustimmung" der Betroffenen, damit ihre persönlichen Daten verarbeitet und weitergenutzt werden können für andere (Marketing)-Zwecke. Ebenso wichtig sind die (internationale) Durchsetzbarkeit, die Sanktionierung und die Ausstattung der Kontrollbehörden mit

angemessenen Ressourcen.

5 Geschäftsmodelle überdenken: Anbieter müssen Geschäftsmodelle entwickeln, die verantwortungsbewusst, also auch sparsam mit den Kundendaten umgehen. Das Vertrauen vieler NutzerInnen in digitale Kommunikationstechnologien ist bereits angekratzt. Das World Economic Forum hat schon 2012 festgehalten, dass dieser Mangel an Vertrauen in Bezug auf persönliche Daten eine Bedrohung für die digitale Wirtschaft ist.

SERVICE: Die AK Studie "Kommerzielle digitale Überwachung im Alltag" finden Sie im Internet unter wien.arbeiterkammer.at

~

Rückfragehinweis:

AK Wien Kommunikation

Doris Strecker

Tel.: (+43-1) 501 65-2677, mobil: (+43) 664 845 41 52

<mailto:doris.strecker@akwien.at>

<http://wien.arbeiterkammer.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/26/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0042 2014-11-05/09:37

050937 Nov 14

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20141105_OTS0042