



Datenschutz im Wahlkampf

Praxisleitfaden für einen
datenschutzkonformen Wahlkampf



Bundestag

Wählen Sie Datenschutz!



Frederick Richter
Vorstand Stiftung Datenschutz

Wahlkämpfer lieben die Möglichkeiten von Big Data, nutzen moderne Analysetechniken und profitieren von effektiven Mitteln der Kommunikation im Social Web. Datenschützern treibt diese Nutzung der modernen Techniken die Sorgenfalten auf die Stirn – ein klassisches Dilemma.

Auch wir können diesen Zielkonflikt nicht vollständig auflösen, aber wir wollen beide Seiten miteinander verbinden und eine Möglichkeit zum Austausch der Interessen geben. In der vorliegenden Broschüre zeigen wir, dass es kein Hexenwerk sein muss, komplexes Datenschutzrecht in die Praxis zu überführen. In übersichtlichen Darstellungen sind Online- wie Offline-Lösungsbeispiele für Wahlkämpfer angegeben - die wir sehr zur Nachahmung empfehlen.

Wir wünschen Ihnen einen erfolgreichen Wahlkampf!



Mailings: Große Wirkung auch ohne Spam

Politische Botschaften versenden oder informieren: Newsletter und Mailings sind ein effektives und kostengünstiges Mittel im Wahlkampf. Doch bei der Datenverarbeitung gilt es, ein paar Dinge zu beachten.

Es muss ein ausdrückliches Einverständnis vorliegen, solche E-Mails zu erhalten. Um immer auf der sicheren Seite zu sein, sollten Sie jederzeit über die Art der Datengewinnung klar Auskunft geben können. Eine Weitergabe an Dritte ist zudem ebenso wenig erlaubt wie die Übernahme von Daten Dritter.

Entscheidend ist auch die Zweckbindung gewonnener Adressen, denn der Adressat muss wissen, was er bekommt, wenn er seine Daten preisgibt. Dieses Einverständnis können Sie mit einer weitgefassten Klausel zur Verwendung – beispielsweise „allgemeine Nachrichten zur Partei“ – einholen.

Zur Verwaltung der Daten sollten Sie zusätzlich das „Single-Opt-out-Verfahren“ einsetzen, um Bürgern zu ermöglichen, durch einen Klick in der Mail oder auf Ihrem Wahlportal den Erhalt weiterer Nachrichten zu verhindern.

Unzumutbare Belästigungen werden im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (§ 7 UWG) geregelt. Unterlassung kann nach § 1004 BGB veranlasst werden.



Dem Nutzer auf der Spur

Im politischen Wettkampf werden die Diskussionen zunehmend in der Online-Arena ausgetragen. Damit werden auch die Möglichkeiten zur unbemerkten Datensammlung und Auswertung des Nutzerverhaltens um ein Vielfaches potenziert.

In ausführlichen Profilen werden Nutzerverhalten analysiert. Dadurch können gezielt politische Botschaften ausgespielt werden. Doch weiß ein Nutzer nicht, dass seine Daten gespeichert werden, kann es zu einem bösen Erwachen kommen.

Besucher von Internetangeboten dürfen auch im Wahlkampf nicht über die für die Nutzung einer Webseite erforderliche Datenerhebung hinaus verfolgt werden. Dies bedeutet, dass etwa IP-Adressen und andere Personendaten nicht ohne Zustimmung der Nutzerinnen und Nutzer aufgezeichnet werden dürfen. Im Kern gilt: Betroffenen ist eine Möglichkeit zum Widerspruch gegen die Erstellung von Nutzungsprofilen einzuräumen. Widersprüche sind wirksam umzusetzen. Da das in der Praxis nicht ganz einfach ist, empfehlen wir, auf ausführliches Tracking zu verzichten.

Daten sollten im Sinne des Grundsatzes der Datenvermeidung und Datensparsamkeit (§ 3a BDSG) nur gesammelt und gespeichert werden, wenn notwendig.



Kein „kurzer Dienstweg“ für Bürgerdaten

Genauere Daten aus der jeweiligen Zielgruppe reduzieren Streuverluste. Dabei wäre es einfach, zunächst bei allen Mitgliedern der eigenen Partei ein Interesse an den Themen des Bundestagswahlkampfes vorauszusetzen. Doch bereits hier lauert eine Fußangel.

Datenschutzrechtlich ist die Versendung von Wahlkampfmaterialien an ein Mitglied nicht ohne Weiteres erlaubt. Eine Weitergabe der Daten vom Ortsverband an die Bundespartei zum Zwecke der Wahlwerbung ist nur dann erlaubt, wenn durch verständliche AGB und/oder Datenschutzbestimmungen eine entsprechende Einwilligung des Mitglieds eingeholt wurde.

Zwar könnte man mit einem berechtigten Interesse der Gesamtpartei zur Erreichung aller Mitglieder argumentieren. Doch sollte das Problem besser durch eine klar geregelte Handhabung der Daten gelöst werden. Kurz: eine transparente Einwilligung in die Datennutzung.



Der Zweck ist entscheidend

Der Abgeordnete kommt von einer Abendveranstaltung mit einem Stapel von Visitenkarten. Darunter befinden sich die von Wirtschaftsvertretern, Parteifreunden und interessierten Bürgern.

In treuem Glauben, die Visitenkarten dafür nutzen zu dürfen, den jeweiligen Kontaktpartner mit allerhand Informationen zu versorgen, könnte man hier auf die Idee kommen, die Adressen vollumfänglich zu nutzen – schließlich wurde die Karte explizit überreicht, um im Kontakt zu bleiben. Was tun?

Eine wesentliche Grundregel ist: Daten dürfen nur zweckgebunden verwendet werden. In der Praxis bedeutet dies, obwohl beispielsweise ein grundsätzliches Interesse an der Arbeit des Abgeordneten und an einer Kontaktaufnahme durch die Übergabe der Visitenkarte signalisiert wurde, ist eine unbeschränkte Nutzung der Daten nicht erlaubt.

Auch muss vermerkt sein, woher die Daten kommen – denn die Bürgerinnen und Bürger besitzen ein Auskunftsrecht darüber, auf welchem Wege ihre Daten in den Bestand gelangt sind.

Der Grundsatz der Zweckbindung findet sich im Bundesdatenschutzgesetz beispielsweise in § 14 Abs. 1 BDSG und § 28 Abs. 1 S. 2 BDSG.



Nicht alles, was erlaubt ist...

Big Data, die Möglichkeit, eine Vielzahl von Informationen in kurzer Zeit zusammenzuführen, verändert Wahlkämpfe. Gerade in den sozialen Netzwerken können mit einfachen Mitteln viele Daten zusammengefasst werden. Daraus ergeben sich Chancen und datenschutzrechtliche Fragen.

Um auf der sicheren Seite zu sein, beherzigen Sie folgende Grundregel: Wenn Personendaten zum Zweck des Wahlkampfes verarbeitet werden sollen, muss der Betreffende darüber informiert sein und der Verarbeitung und Speicherung zustimmen.

Eine weitere Faustregel kann heißen: Machen Sie nicht alles, was rechtlich erlaubt ist – übrigens auch im eigenen Interesse. Denn wer viele Daten speichert, macht sich als Ziel für Hacker attraktiver. Weil auch Wähler immer sensibler werden, wenn es um den Schutz ihrer Daten geht, sollten die Daten gut geschützt sein. Eine Datenpanne in den letzten Tagen des Wahlkampfes kann mitunter Auswirkungen auf das Wahlergebnis haben.

Personenbezogene Daten sollten in der Regel beim Bürger direkt erhoben werden, aber die Paragraphen 28 und 29 des BDSG geben die Möglichkeit, allgemein zugängliche Daten zu verarbeiten.





Stiftung Datenschutz
rechtsfähige Stiftung bürgerlichen Rechts
Karl-Rothe-Straße 10–14
04105 Leipzig

Telefon 0341 / 5861 555-0
mail@stiftungdatenschutz.org
www.stiftungdatenschutz.org

Gestiftet von der Bundesrepublik Deutschland
vertreten durch den Vorstand Frederick Richter

Sieben Tipps für einen datenschutzgerechten Wahlkampf

- 1.** Erklären Sie transparent, welche personenbezogenen Daten Sie erfassen.
 - 2.** Erfassen Sie Daten nur, wenn unbedingt notwendig.
 - 3.** Geben Sie einfache Hinweise zum Widerspruch.
 - 4.** Verzichten Sie auf unangeforderte Mails (Spam).
 - 5.** Geben Sie Daten nicht ohne Zustimmung weiter – auch nicht an Dienstleister.
 - 6.** Wann immer möglich, verschlüsseln Sie personenbezogene Daten.
 - 7.** Nutzen Sie nicht alle Tracking-Technologien, nur weil Sie es können.
-