

Datenschutz im Wahlkampf

*Was man darf und was nicht  
- richtige Umgang mit personenbezogenen Daten*

Frederick Richter, LL.M.

Vorstand Stiftung Datenschutz



- 
- **Teil I : Datenschutz im Wahlkampf**
  - **Teil II: Big Data – Nutzung im Wahlkampf ?**
  - **Teil III: Fragen und Antworten**

- gegründet 2013 von der Bundesregierung
- gemeinnützige Einrichtung
- Sitz in Leipzig
  
- Diskussionsplattform zum Datenschutz
- Forum für Debatten zur Datenpolitik

## weitere Tätigkeitsfelder:

- Aufklärungsbroschüren zum Datenschutz
- Schriftenreihe *DatenDebatten*
- Journalistenpreis zum Datenschutz
- Förderung der Datenschutzzertifizierung
  - Marktübersicht zu DS-Zertifikaten
  - Verwaltung des Standards TCDP

## Grundlagen:

- Was sind personenbezogene Daten ? (§ 3 BDSG)
- Datenvermeidung & Datensparsamkeit (§ 3a BDSG)
- Erhebung beim Betroffenen und Benachrichtigung (§§ 4 Abs. 2 + 33 BDSG)
- Verbotssprinzip und Erlaubnisse
  - Gesetz / Interessenabwägung / Einwilligung

## ■ Erschwerung bei sensiblen Daten (§ 3 Abs. 9 BDSG)

„Besondere Arten personenbezogener Daten sind Angaben über die rassische und ethnische Herkunft, **politische Meinungen**, religiöse oder philosophische Überzeugungen, Gewerkschaftszugehörigkeit, Gesundheit oder Sexualleben“

- 
- **Politische Meinung als besonderes Datum i.S.v. § 3:**
    - aktive Unterstützung allgemeiner politischer Ziele
    - Mitgliedschaft in politischer Partei / Bürgerbewegung
    - Tatsache der Ablehnung eines politischen Programms
    - Teilnahme an politischen Veranstaltungen
    - Unterschrift eines Wahlaufrufs

- **Erleichterung bei allgemein zugänglichen Daten (§ 28 Abs 1 Nr. 3. BDSG)**
  - Massenmedien (Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk)
  - Internet
  - Bücher, CD-ROM, Telefonbuch
  - Ausstellungskataloge, Flugblätter
  - Handelsregister, Vereinsregister u.ä.
  - Einwohnermelderegister nur für Daten, die in einer einfachen Melderegisterauskunft erhältlich sind



---

Datenschutzrecht gilt für staatliche Stellen und „nicht-öffentliche Stellen“ (§ 2 Abs. 4 BDSG):

- AG; GmbH...
- oHG, KG; GbR...
- e.V.; Genossenschaft

auch nicht-rechtsfähige Vereine:

- Gewerkschaften / Berufsverbände
- **politische Parteien**

## Rechte der Betroffenen:

- Auskunft ( § 34 BDSG)
- Berichtigung ( § 35 BDSG)
- Löschung / Sperrung ( § 35 BDSG)

nach § 4a BDSG muss die rechtmäßige Einwilligung:

- ...auf freier Entscheidung des Betroffenen beruhen
- ...bei Verbindung mit anderen Erklärungen besonders hervorgehoben sein
- ...regelmäßig schriftlich erfolgen  
(„soweit nicht wegen *besonderer* Umstände eine andere Form angemessen“)

- 
- **Daten nur Sammeln, wenn unbedingt notwendig**
  - **Daten beim Betroffenen erheben  
(keine Befragung von Nachbarn o.ä.)**
  - **Einholen der Einwilligung ist entscheidend zur weiteren  
Nutzung – vorzugsweise Schriftform, Ausnahmen nur bei  
unverhältnismäßigem Aufwand; Nachweis wichtig**
  - **Zweckbindung der Daten beachten**
  - **Betroffenenrechte beachten (Auskunft/Korrektur/Löschung)**

- **A – eigener Internetauftritt**
  - 1. Nutzerverfolgung (Speicherung von IP - Adressen)
  - 2. Drittdatenverarbeitung (Weiterleitung von Nutzerdaten an Dritte – etwa durch Einbindung von Paypal oder dem Facebook Likebutton)
  - 3. Verbindungsverschlüsselung („https“)
- **B – E-Mail-Werbung**

- **MdB bringt Stapel Visitenkarten mit von Infostand / Firmenbesuch / Abendveranstaltung**
  - Zweckbindung beachten  
(was war Grund für Kartenüberreichung ?)
- **Bürger/in ruft im Bundestagsbüro/Wahlkreisbüro an**
  - Wenn Anrufer zustimmt können Daten gespeichert und verwendet werden
  - über den Zweck der Datenerhebung und über ggfs. weitere Empfänger ist zu informieren (§ 4 Abs. 3)

- **Fraktionskollege/in überreicht Bürgerbrief zur direkten Beantwortung**
  - Betroffener muss über Weitergabe informiert werden
  - Interessenabwägung (Weitergabe vs. Geheimhaltung)
- **Partei übermittelt Bürgerbrief zur weiteren Verwendung**
  - relevant was Interesse und Intention des Petenten
  - wenn an Partei als solche übermittelt und allgemein formuliert, so kann davon ausgegangen werden, dass Petent mit Datenübermittlung innerhalb Partei einverstanden ist

- **MdB will Daten an andere Parteigliederung weiterleiten (Bundespartei, Landespartei, Untergliederungen)**
  - Betroffener muss über Weitergabe informiert werden
  - Interessenabwägung (Weitergabe vs. Geheimhaltung)
  - relevant was Interesse und Intention des Petenten
  - falls Petent/Verfasser sich explizit an (u.U. direkt gewählten) MdB wendet, sollte vor Weitergabe an Partei Zustimmung des Petenten eingeholt werden.
  - bei Anhaltspunkten im Text anzunehmen, dass Bürger sich nur an MdB wenden wollte: im Zweifel absichern !



## Was meint der Begriff „Big Data“ ?

- schnelle Auswertung massenhafter unstrukturierter / heterogener Datenmengen
- VVV (extreme **volume** of data with wide **variety** of data types, processed at high **velocity**)
- Erkennen von Mustern und Zusammenhängen, nicht aber von Gründen
- BigData sagt was, jedoch nicht unbedingt warum (Korrelation statt Kausalität)

## Probleme mit Big Data in Deutschland

- Inkompatibel mit DS-Grundsätzen:
  - Direkterhebung / informierte Einwilligung
  - Zweckbindung
  - Datensparsamkeit

# Teil II: Big Data im Wahlkampf

## Große Verheißungen...



# Teil II: Big Data im Wahlkampf

Trump dank  
Big Data ?

Montag, 20. Februar 2017

manager lounge • ABO • SHOP • NEWSLETTER Login

**manager magazin**

Als Startseite festlegen

Schlagzeilen

ÜBER UNS

DAS MAGAZIN

KÖPFE

UNTERNEHMEN

POLITIK

FINANZEN

IMMOBILIEN

KARRIERE

LIFESTYLE



Home • Unternehmen • USA • Cambridge Analytica: Präsidentenmacher in den USA

06.12.2016 Angeblicher Präsidentenmacher Cambridge Analytica

## Kann man bei diesem Mann Wahlen kaufen?



Von Mirjam Hecking | 52.203

Teilen

Teilen

Twittern

E-Mail



# Teil II: Big Data im Wahlkampf

...wohl  
eher nicht

Montag, 20. Februar 2017

manager lounge • ABO • SHOP • NEWSLETTER  Login

manager magazin

Als Startseite festlegen

Schlagzeilen

ÜBER UNS

DAS MAGAZIN

KÖPFE

UNTERNEHMEN

POLITIK

Home • Unternehmen

## Hat wirklich der große Big-Data-Zauber Trump zum Präsidenten gemacht?

 103

Von [Dennis Horn](#) am 05.12.2016

Es kann doch nicht sein, dass wir [wochenlang über Fakenews diskutieren](#) – um im Anschluss wie ein Schwarm den erstbesten Artikel zu teilen, unreflektiert, ohne einen Hauch von Kritik,



„Auswüchse [...] beim Profiling und Targeting  
[...] lehnen wir ab“

Berlin, 13. Februar 2017



## Beschluss des Bundesvorstands

### Grüne Selbstverpflichtung für einen fairen Bundestagswahlkampf 2017

Wir streiten leidenschaftlich für unsere Werte und Ziele. Wir sind uns sicher: politischer Streit und die Auseinandersetzung über den besten Weg und die beste Idee sind Lebenselixiere unserer Demokratie. Dieser Streit kann kontrovers und auch mal zugespitzt in den Botschaften ausgetragen werden – aber er sollte immer fair bleiben. Dafür setzen wir uns ein. Schon in einem Länderratsbeschluss vom 9. April 2016 haben wir auf Diskursverschiebungen im Netz aufmerksam gemacht. Die anderen Parteien haben wir aufgefordert, Wählerinnen und Wähler während des Wahlkampfes nicht unlauter zu beeinflussen. In Richtung Bundesregierung haben wir gefordert, sich endlich mit der Thematik und einer möglichen Regulierung zu beschäftigen (<http://gruenlink.de/1bmo>).

---

# Fragen zum Datenschutz & Diskussion



**Vielen Dank**

**- und viel Erfolg  
bei der #BTW17 !**

RA Frederick Richter, LL.M.  
Vorstand

Stiftung Datenschutz  
Karl-Rothe-Straße 10-14  
04105 Leipzig  
0341 / 5861-5555

Richter@StiftungDatenschutz.org  
www.StiftungDatenschutz.org  
Twitter: @DS\_Stiftung