

## 1 2.1.10 Datenschutz für Kinder und Jugendliche

2 Der Datenschutz bei besonders schutzwürdigen Gruppen bedarf  
3 besonderer Aufmerksamkeit. Die neuen informationstechnischen  
4 Möglichkeiten dürfen nicht zulasten der schwächsten Glieder (etwa  
5 Kinder) unserer Gesellschaft gehen. Gleichzeitig sollen sie aber auch  
6 nicht von einer angemessenen Teilhabe an der Informationsgesellschaft  
7 ausgeschlossen sein.

8  
9 Daten von Kindern werden in einem kaum geringeren Umfang als Daten  
10 von Erwachsenen erhoben und verarbeitet. Die Mehrzahl der  
11 Unternehmen unterscheidet hinsichtlich ihrer Internetangebote und der  
12 damit verknüpften Datenverarbeitungen nicht zwischen Erwachsenen  
13 und Kindern bzw. Jugendlichen. Auch Kinder und Jugendliche sind  
14 aktive Nutzer von Informationsdiensten und setzen diese zum  
15 Informationsaustausch ein. Selbstverständlich sind dabei auch Kinder  
16 von Geburt an ebenso wie Erwachsene Träger von Grundrechten. Dazu  
17 gehört auch das Recht auf informationelle Selbstbestimmung, so dass  
18 auch Kinder und Jugendliche Datenschutzrechte und damit grundsätzlich  
19 das Recht haben, über die Herausgabe und Verwendung ihrer  
20 personenbezogenen Daten selbst zu bestimmen. Sie wachsen bereits mit  
21 der Nutzung von digitaler Technik und der Angebotsvielfalt des Internets  
22 auf und sind damit die am besten vernetzte Altersgruppe: 98 Prozent der  
23 10- bis 18-Jährigen nutzen mittlerweile das Internet. Dies hat eine Studie  
24 im Auftrag des Verbandes BITKOM „Jugend 2.0“<sup>1</sup> ergeben. Selbst  
25 Kinder von 10 bis 12 Jahren sind zu 96 Prozent online. Hierbei  
26 überwiegen nach den Angaben der Studie zwar die positiven Online-  
27 Erfahrungen, doch jeder dritte Jugendliche (34 Prozent) hat auch  
28 Negatives erlebt.

29  
30 Diese Studie zeigt auch, dass das Internet für Jugendliche zwar eine her-  
31 ausragende Bedeutung hat, jedoch Freundschaften und Schule nicht ver-  
32 drängt. Freunde, Familie und gute Noten sind wichtiger als das Netz. 98  
33 Prozent der Jugendlichen sind ihre Freunde wichtig, 86 Prozent sagen  
34 dies vom Internetzugang. Die große Mehrheit der 10- bis 18-Jährigen  
35 verbringt mehr Zeit mit Freunden oder Hausaufgaben als im Internet. Die  
36 meisten Jugendlichen (76 Prozent) wissen bereits jetzt, das Internet sinn-  
37 voll zur Suche nach Informationen für Schule und Ausbildung einzuset-  
38 zen. 64 Prozent haben nach eigenen Angaben so ihr Wissen verbessert,  
39 38 Prozent ihre Leistungen in Schule oder Ausbildung.

40  
41 Fast schon selbstverständlich ist für Teenager die Mitgliedschaft in Inter-  
42 net-Gemeinschaften. Nach der Studie sind 77 Prozent in „Communitys“  
43 angemeldet, 74 Prozent nutzen sie aktiv. Es gibt aber auch Unterschiede  
44 nach Altersgruppen: So sind 93 Prozent der 16- bis 18-Jährigen in den  
45 Netzwerken aktiv, aber nur 42 Prozent der 10- bis 12-Jährigen.<sup>2</sup> Schü-

Der Text wird von allen Fraktionen getragen, allerdings hat die Fraktion DIE LINKE. den Text streitig gestellt und einen neuen alternativen Text vorgelegt, s. unten ab Zeile 119.

<sup>1</sup> BITKOM: Jugend 2.0, Eine repräsentative Untersuchung zum Internetverhalten von 10- bis 18-Jährigen. 2011, online abrufbar unter: [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Studie\\_Jugend\\_2.0.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Studie_Jugend_2.0.pdf) (zuletzt aufgerufen am 21. März 2011).

<sup>2</sup> Mädchen kommunizieren intensiver als Jungen. Das gilt nicht nur für Internet-Communitys, die von 82 Prozent der Mädchen aktiv genutzt werden, gegenüber 64 Prozent bei Jungen (BITKOM: Jugend 2.0, Eine repräsentative Untersuchung zum Internetverhalten von 10- bis 18-Jährigen. 2011, S. 26, online abrufbar

46 lerVZ liegt insgesamt vor Facebook. Teenager haben in ihrer jeweils  
47 meistgenutzten Community im Durchschnitt 133 Kontakte, davon 34  
48 „gute Freunde“. Die BITKOM-Untersuchung zeigt, dass sich 58 Prozent  
49 der 10- bis 18-Jährigen mehr Datenschutz wünschen.

50

51 Da bereits mehr als drei Viertel aller deutschen Kinder und Jugendlichen  
52 in sozialen Netzwerken organisiert sind und regelmäßig über diese Platt-  
53 formen kommunizieren, entsteht teilweise bereits von jungen Teenagern  
54 ein genaues Persönlichkeitsprofil und ein digitales Abbild ihrer Wünsche,  
55 Vorlieben, Beziehungsgflechte. Ihre Bedürfnisse werden ausgewertet.

56

57 Mit der gesellschaftlichen Debatte um die digitale Privatsphäre und Da-  
58 tenschutz in den letzten Jahren hat auch ein Erkenntnisprozess bei Kin-  
59 dern und Jugendlichen eingesetzt. Bereits Schulkindern werden zuneh-  
60 mend die Probleme bewusst, die mit der Veröffentlichung von persönli-  
61 chen Daten im Internet verbunden sein können. Sie überlegen sich be-  
62 reits, was sie ins Netz stellen, ob sie ihren richtigen Namen verwenden  
63 etc. Auch Eltern werden die Gefahren des Internets für ihre Kinder in  
64 zunehmendem Maße bewusst.

65

66 Die Studie „Jugend 2.0“ untersucht spezielle Bedürfnisse von Kindern  
67 und Jugendlichen. Sie zeigt zudem, dass die Erfahrungen und das Wissen  
68 im Umgang mit Datenschutz und Persönlichkeitsrechten bereits mehr-  
69 heitlich vorhanden sind, jedoch teilweise noch nicht in ausreichendem  
70 Maße. Bei Angeboten für Kinder und Jugendliche ist daher besonders auf  
71 eine altersgerechte Information und Aufklärung über die Datenerhebung,  
72 –verarbeitung sowie deren mögliche Konsequenzen zu achten. Nur so  
73 können Kinder und Jugendliche, ihre Einwilligung in die Erhebung und  
74 Verarbeitung von personenbezogenen Daten überhaupt vornehmen. Dies  
75 ist auch deshalb von besonderer Bedeutung, weil auch die Daten von  
76 Kindern und Jugendlichen bereits zu Profilen für gezielte Werbemaß-  
77 nahmen zusammengefasst werden können. Kindern fällt es aber oftmals  
78 noch schwerer als Erwachsenen<sup>3</sup> zu erkennen, ob es sich um allgemeine  
79 oder aber für sie speziell zugeschnittene Angebote handelt. Daher stellt  
80 sich letztlich auch die Frage, ob Kinder und Heranwachsende, die nicht  
81 wie Erwachsene langfristige Folgen ihres Handelns abschätzen können,  
82 in stärkerem Maße einer öffentlichen Fürsorge und eines gesetzlichen  
83 Schutzes bedürfen.

84

85 Unterschiedliche Alterskategorien in verschiedenen Gesetzen erschweren  
86 eine Zuordnung. Bislang gilt, dass die gesetzlichen Vertreter des Kindes  
87 ihre Einwilligung in jede Verarbeitung der Daten des Kindes geben, bis  
88 das Kind selbst in der Lage ist, einzuwilligen. Die Einwilligungsfähig-  
89 keit des Kindes knüpft dabei an die Einsichtsfähigkeit an.

90

91 Mit Zunahme der Einsichtsfähigkeit geht sie graduell je nach der indi-  
92 viduellen Entwicklung von den Eltern auf das Kind über. Eine gesetzli-  
93 che Vorgabe gibt es hierfür nicht.

---

unter: [http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM\\_Studie\\_Jugend\\_2.0.pdf](http://www.bitkom.org/files/documents/BITKOM_Studie_Jugend_2.0.pdf) (zuletzt aufgerufen am 21.  
März 2011).

<sup>3</sup> Vgl. hierzu Kapitel 2.3.1.2.

94  
95 Für Anbieter von Diensten ist das Alter des Nutzers oftmals nicht klar  
96 erkennbar. Dies gilt insbesondere bei der - aus Datenschutzgründen  
97 wünschenswerten - anonymen Nutzung von Diensten.  
98  
99 Auch wechselnde Nutzer an einem Endgerät, wie es in Familien die  
100 Regel ist, erschweren eine klare Zuordnung zu bestimmten Altersklassen.  
101 Deutliche Differenzierungen in den Schutzkonzepten erscheinen (wie z.  
102 B. im Angebot beim sozialen Netzwerk SchülerVZ) wünschenswert, um  
103 einen verbesserten Schutz zu erreichen, wenn Angebote sich vollständig  
104 oder überwiegend an Jugendliche und Kinder wenden. Gegebenenfalls  
105 sind hier auch - entsprechend den jeweiligen Gefahren - gesetzgeberische  
106 Maßnahmen erforderlich. Unklarheiten der Auslegung des BDSG  
107 hinsichtlich der Einwilligungsfähigkeit von Jugendlichen und der damit  
108 verbundenen Anforderungen an eine wirksame Einwilligung sollten  
109 beseitigt werden. Auch eine Begrenzung der zu erhebenden Daten bzw.  
110 eine nur eingeschränkte kommerzielle Verwertung käme diesbezüglich in  
111 Betracht.  
112  
113 Einer Altersverifikation, die zu einer eindeutigen Identifizierung des  
114 Nutzers führt, würde jedoch das Datenschutzrecht entgegenstehen, weil  
115 dies einen viel gravierenderen Eingriff zur Folge hätte als das bisherige  
116 Fehlen datenschutzrechtlich hinreichend bedarfsgerecht zugeschnittener  
117 Angebote.  
118  
119 Der Datenschutz bei besonders schutzwürdigen Gruppen bedarf  
120 besonderer Aufmerksamkeit. Die Ausnutzung der neuen informations-  
121 technischen Möglichkeiten darf nicht zulasten der schwächsten Glieder  
122 (etwa Kinder und Heranwachsende) unserer Gesellschaft gehen. Gleich-  
123 zeitig sollen sie aber auch nicht von einer angemessenen Teilhabe an der  
124 Informationsgesellschaft ausgeschlossen sein.  
125  
126 Daten von Kindern werden in einem kaum geringeren Umfang als Daten  
127 von Erwachsenen erhoben, verarbeitet und weitergegeben. Eine Vielzahl  
128 der Unternehmen unterscheidet hinsichtlich ihrer Internetangebote und  
129 der damit verknüpften Datenverarbeitungen nicht oder kaum zwischen  
130 Erwachsenen und Kindern bzw. Jugendlichen. Auch Kinder und Jugend-  
131 liche sind heute selbstverständlich aktive Nutzer von Informationsdiens-  
132 ten und setzen diese zum Informationsaustausch ein. Doch ebenso selbst-  
133 verständlich sind dabei auch Kinder von Geburt an ebenso wie Erwach-  
134 sene Träger von Grundrechten. Dazu gehört auch das Grundrecht auf  
135 informationelle Selbstbestimmung, so dass auch Kinder und Jugendliche  
136 alle Datenschutzrechte und damit grundsätzlich das Recht haben, über  
137 die Herausgabe und Verwendung ihrer personenbezogenen Daten selbst  
138 zu bestimmen. Sie wachsen bereits mit der Nutzung von digitaler Tech-  
139 nik und der Angebotsvielfalt des Internets auf und sind damit die am bes-  
140 ten vernetzte Altersgruppe: 98 Prozent der 10- bis 18-Jährigen nutzen  
141 mittlerweile das Internet. Dies hat eine Studie im Auftrag des Verbandes  
142 BITKOM „Jugend 2.0“ ergeben. Selbst Kinder von 10 bis 12 Jahren sind  
143 zu 96 Prozent online.

Alternativer Textvorschlag  
der Fraktion DIE LINKE.,  
der jedoch ebenfalls Streitig  
ist.

144  
145  
146  
147  
148  
149  
150  
151  
152  
153  
154  
155  
156  
157  
158  
159  
160  
161  
162  
163  
164  
165  
166  
167  
168  
169  
170  
171  
172  
173  
174  
175  
176  
177  
178  
179  
180  
181  
182  
183  
184  
185  
186  
187  
188  
189  
190  
191  
192  
193  
194

Fast schon selbstverständlich ist für Teenager die Mitgliedschaft in Internet-Gemeinschaften. Nach der Studie sind 77 Prozent in verschiedenen „Communitys“ angemeldet, 74 Prozent nutzen sie aktiv. Es gibt aber auch Unterschiede nach Altersgruppen: So sind 93 Prozent der 16- bis 18-Jährigen in den Netzwerken aktiv, aber nur 42 Prozent der 10- bis 12-Jährigen. SchülerVZ liegt derzeit insgesamt vor Facebook, die Nutzung der Angebote unterliegt jedoch einem schnellen Wandel. Teenager haben in ihrer jeweils meistgenutzten Community im Durchschnitt 133 Kontakte, davon 34 werden als „gute Freunde“ gesehen.

Da bereits mehr als drei Viertel aller deutschen Kinder und Jugendlichen in sozialen Netzwerken organisiert sind und regelmäßig über diese Plattformen kommunizieren, entsteht teilweise bereits von jungen Teenagern ein genaues Persönlichkeitsprofil und ein digitales Abbild ihrer Wünsche, Vorlieben, Beziehungsgeflechte, Gewohnheiten. Bekanntlich beruht das Geschäftsmodell der Social Networks im Wesentlichen darauf, Daten ihrer Nutzer zu erheben und kommerziell zu verwerten. Schon im Hinblick auf Erwachsene erscheint diese Nutzbarmachung von Teilen der Privatsphäre für wirtschaftliche Zwecke bedenklich, erst recht jedoch bei Kindern und Jugendlichen. Letztere verfügen häufig noch nicht über das nötige Reflektionsvermögen, um die Nutzung des Angebots mit dem Geschäftsmodell in Verbindung zu bringen. Einfacher gesagt: Sie sind sich oft gar nicht darüber im Klaren, dass sie statt mit Geld mit ihren persönlichen Daten für diese Angebote bezahlen. Erst recht überblicken sie oft noch nicht die langfristigen Folgen ihres Handelns, können also etwa die Gefahr einer vom Nutzer nicht zu kontrollierenden Profilbildung oder erstellten Prognosen durch die Anbieter noch nicht zutreffend einschätzen und bewerten. Darüber kann auch ein diffuses Unwohlsein und die wachsende Sensibilisierung der Betroffenen im Hinblick auf den Datenschutz nicht hinwegtäuschen. So heißt es etwa in der erwähnten BITKOM-Untersuchung, 58 Prozent aller 10- bis 18-Jährigen wünschten sich mehr Datenschutz. Es wäre jedoch gewagt, hieraus zu folgern, die Betroffenen wären sich der umfassenden Nutzung ihrer Daten zu kommerziellen Zwecken der Anbieter stets bewusst oder gar in der Lage, sich auf der Grundlage solcher Kenntnis aktiv gegen die Nutzung ihrer Daten zu entscheiden.

Was bei den Geschäftsmodellen der Social Networks problematisch ist, ist bei Angeboten, die speziell auf Kinder und Jugendliche zugeschnitten sind, besonders bedenklich. Dies gilt nicht nur für die Auswertung des Nutzungs- und Surfverhaltens, sondern auch für die Werbepraktiken bei solchen Angeboten. So können die Betroffenen häufig Werbung und redaktionelle Inhalte weniger klar auseinanderhalten, als dies Erwachsenen möglich ist. Sie sind für personalisierte Werbung mithin empfänglicher und somit manipulierbarer als andere Nutzer, die über mehr Medienerfahrung verfügen. Insbesondere bemerken Kinder es oft nicht, wenn sie von redaktionell betreuten Seiten auf rein kommerzielle Werbeangebote umgeleitet werden, weil die Trennung redaktioneller Inhalte von Werbeinhalten häufig nicht klar erkennbar ist oder bewusst verschleiert wird. Ein Datenschutzproblem ergibt sich daraus beispielsweise schon dann,

195 wenn in diesem Zusammenhang von Werbetreibenden Cookies gesetzt  
196 werden, die eine weitere Auswertung des Surfverhaltens der Nutzer auch  
197 jenseits des ursprünglichen Angebots ermöglicht.

198  
199 Ein weiteres, eng damit verbundenes Problem ist die zunehmende Ver-  
200 schuldung schon von Minderjährigen. Beruhend auf der Analyse ihrer  
201 hinterlassenen Daten werden Heranwachsende oft mit auf sie zugeschnit-  
202 tenen, manipulativen Werbebotschaften zu übermäßigem, ihren finanziel-  
203 len Verhältnissen nicht angemessenen Konsum angeregt.

204  
205 Als Konsequenz aus den obigen Befunden stellt sich letztlich die Frage,  
206 ob Kinder und Heranwachsende, die nicht wie Erwachsene langfristige  
207 Folgen ihres Handelns abschätzen können, in stärkerem Maße einer öf-  
208 fentlichen Fürsorge und eines gesetzlichen Schutzes bedürfen oder ob die  
209 altersbedingte Unerfahrenheit durch verstärkte Maßnahmen zur Förde-  
210 rung von Medienkompetenz ausgeglichen werden kann.

211  
212 Hierüber gehen die Meinungen in der Projektgruppe auseinander. Bislang  
213 gilt, dass die gesetzlichen Vertreter des Kindes ihre Einwilligung in jede  
214 Verarbeitung der Daten des Kindes geben, bis das Kind selbst in der La-  
215 ge ist, einzuwilligen. Die Einwilligungsfähigkeit des Kindes knüpft dabei  
216 an die Einsichtsfähigkeit an. Mit Zunahme der Einsichtsfähigkeit und  
217 Risikoeinschätzung geht sie graduell je nach der individuellen Entwick-  
218 lung von den Eltern auf das Kind über. Eine gesetzliche Vorgabe gibt es  
219 hierfür nicht.

220 Eine Mehrheit der Projektgruppe ist jedoch der Ansicht, dass die Erfah-  
221 rungen und das Wissen im Umgang mit Datenschutz und Persönlichkeits-  
222 rechten bei Kindern und Jugendlichen bereits mehrheitlich vorhanden  
223 sind, jedoch teilweise noch nicht in ausreichendem Maße. Bei Angeboten  
224 für Kinder und Jugendliche sei daher besonders auf eine altersgerechte  
225 Information und Aufklärung über die Datenerhebung, -verarbeitung so-  
226 wie deren mögliche Konsequenzen zu achten. Nur so könnten Kinder und  
227 Jugendliche ihre Einwilligung in die Erhebung und Verarbeitung von  
228 personenbezogenen Daten überhaupt vornehmen.

229 Eine Minderheit ist hingegen der Ansicht, dass Kinder und Jugendliche  
230 durchaus eines besonderen gesetzlichen Schutzes bedürfen. Gegebenen-  
231 falls müsse in diesem Zusammenhang auch die Einschränkung von Ge-  
232 schäftsmodellen der Anbieter ermöglicht werden, die nach dem derzeiti-  
233 gen Datenschutzgesetz noch legal sind.