

Projektgruppe Datenschutz – Texte für die Sitzung der Enquete-Kommission
am 27. Juni 2011

1 2.1.10 Datenschutz für Kinder und Jugendliche

27.6.2011

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.

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“¹ 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 he-
31 rausragende 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 einzusetzen.
38 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.² Schü-

¹ 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 (zuletzt aufgerufen am 21. März 2011).

² 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 Erwachsenen³ 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 (zuletzt aufgerufen am 21.
März 2011).

³ 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 BIT-KOM-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.