

Der georeferenzierte Mensch Abschied von der Privatsphäre?

Christoph TWAROCH

1 Einleitung

Der rechtliche Rahmen, unter dem Geodaten gesammelt, verwaltet und verwendet werden, ist vielfältig und widersprüchlich. Allgemeine und spezifische Regelungen auf europäischer Ebene sowie von Bundes- und Landesrecht ergänzen sich, stehen oft aber auch in Widerspruch zueinander. Die unterschiedlichen und zueinander in Konflikt stehenden öffentlichen, wirtschaftlichen und privaten Interessen schlagen sich in einer unübersichtlichen Rechtssituation nieder.

Geoinformationen haben einerseits einen hohen wirtschaftlichen Wert und sind Ausgangsmaterial für weitere Wertschöpfung, sind aber andererseits in Bezug auf Personen oftmals sensibel und geheimhaltungsbedürftig. Der Beitrag beschäftigt sich mit dem Konflikt zwischen den Möglichkeiten der Geoinformation, dem Informationsbedarf der Wirtschaft und dem Schutz der Persönlichkeitsrechte. Eine abschließende Antwort auf die Frage, wann georeferenzierte Daten als personenbezogen im Sinne des Datenschutzrechtes anzusehen sind, kann aber nicht angegeben werden.

2 Geodaten und Datenschutz

Geodaten sind digitale Informationen, denen auf der Erdoberfläche eine bestimmte räumliche Lage zugewiesen wird, das heißt, sie beziehen sich auf eine Position auf der Erde. Bearbeitung und Verwertung von GIS-Daten werden zu einem immer größeren datenschutzrechtlichen Problem, weil die geographischen Informationen, welche an sich Sachdaten sind, dank der neuen technischen Möglichkeiten relativ leicht mit einzelnen Personen in Bezug gesetzt werden können. Daraus können Informationen entstehen, die mit dem Datenschutz für personenbezogene Daten kollidieren und Persönlichkeitsrechte verletzen. Viel zu leichtfertig werden Daten erhoben und genutzt, ohne über die Auswirkungen auf die Persönlichkeitsrechte nachzudenken.

Dem Datenschutz unterliegen Daten über bestimmte oder bestimmbar Personen. Die Datenschutzbestimmungen bezwecken, Personen vor Persönlichkeitsverletzungen zu schützen, indem unrechtmäßige und unverhältnismäßige Verwendung von Informationen über Personen verhindert wird. Das deutsche Datenschutzgesetz schützt nicht nur Daten über eine Person selbst, sondern auch Angaben über sächliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbar natürlichen Person.

Punktgenaue Informationen über Grund und Boden, über Eigentum, Bodenbeschaffenheit, tatsächliche und mögliche Bodennutzung, Gebäudetypen, Gebäudeausmaße, Vegetation, Verkehrsinfrastruktur, Ver- und Entsorgung, Leitungssysteme, Schutzgebiete, Gefährdungsbereiche, Bodenbelastungen können bei Veröffentlichung oder der Möglichkeit, auf sie zuzugreifen, Schutzinteressen Privater, aber auch ökonomisch begründete Daten-

schutzinteressen der Eigentümer berühren. Dies umso mehr, wenn mit ortsbezogenen Informationen von Personen soziodemografische Angaben über Verhaltensweisen, Familienverhältnisse, Einkommen, Kreditwürdigkeit verknüpft werden.

Die wirtschaftlichen Interessen an diesen Daten sind breit gestreut, von Versicherungen, Energieunternehmen, der Verkehrswirtschaft, der Telekommunikation bis zur Werbebranche. Geomarketing ist ein blühender Wirtschaftszweig. Mit der Erhebung der Daten geht auch immer die Gefahr ihres Missbrauches einher. Es ist heute sehr leicht, geographische Daten und Informationen beispielsweise mit den Koordinaten von Postadressen oder Grundstücksgrenzen digital zu verknüpfen und so Beziehungen zu einzelnen Personen herzustellen. Unter den Bedingungen der automatischen Datenverarbeitung gibt es kein „be-lagloses“ Datum mehr (dBVerfG, 1 BvR 209/83).

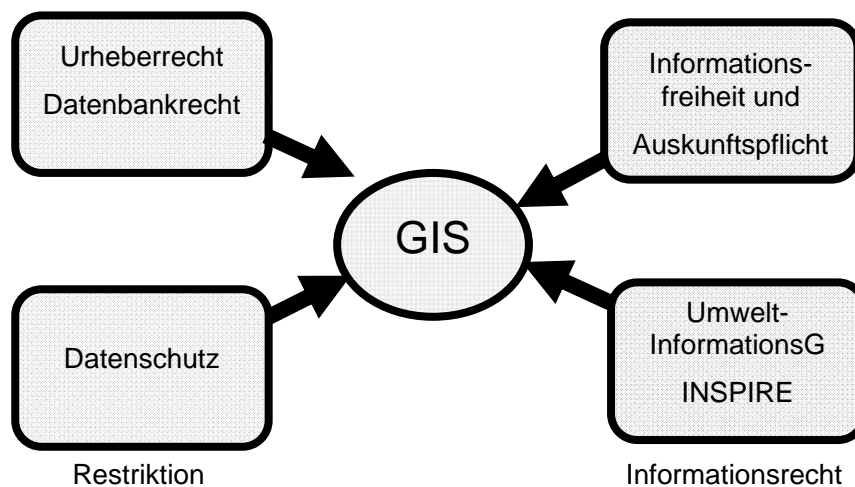


Abb. 1: Geoinformation im Spannungsfeld zwischen Informationsrecht und Datenschutz

3 Datenspuren im Netz und im Raum

Jeder, der sich online informiert, einkauft, den Urlaub bucht, hinterlässt Spuren und Informationen über sich - manchmal auf ausdrückliches Verlangen, manchmal aus eigener Initiative, meist aber unbewusst. Jeder, der mit dem Handy telefoniert, der seine Kredit- oder EC-Karte benutzt oder mit der Kundenkarte Rabattpunkte sammelt, gibt persönliche Daten preis, die auf wenige Meter genau lokalisierbar sind und sorgfältig gespeichert werden. Informationen, die an einer Stelle gegeben werden, tauchen an anderen Stellen wieder auf und werden zu umfassenden Persönlichkeitsprofilen verknüpft. Die Kreditkartenfirmen wissen genau über die Aufenthaltsorte, die Reise- und Konsumgewohnheiten und das Einkaufsverhalten Bescheid und können so Verhaltensanalysen ihrer Kunden erstellen.

...

Alles weitere im Tagungsband