



AUS DEM BUCH «MEMORIA PERDIDA» VON MIQUEL GONZALEZ / IPSO FACTO PUBLISHERS, UTRECHT 2018

FOTO-TABLEAU

Spaniens verborgene Geschichte 4/5

Teneriffa ist ein Sehnsuchtsort – nicht nur für moderne Touristen. Die grosse amerikanische Dichterin Emily Dickinson hat der Insel, ohne sie je gesehen zu haben, ein hinreissendes Gedicht gewidmet: «Tag – wirft dir sein rotes Adieu zu / Dämmerung – Truppenschau von Saphir!», heisst es in dem atemlosen Lobpreis. Wären die Farben in Miquel Gonzalez' Aufnahme etwas intensiver, sie passten perfekt zu diesen Zeilen. Aber der Fotograf hatte anderes im Sinn, als er den bei San Andrés gelegenen Küstenabschnitt fotografierte. Auch auf der Insel ermordeten die Franquisten nach dem Putsch von 1936 mehrere hundert Menschen; viele Opfer – manche tot, manche noch lebend – wurden an diesem Ort in mit Steinen beschwerten Säcken ins Meer geworfen. Gonzalez erfuhr von einem Mann, den Fischer retten und in einer Höhle verstecken konnten. Monatlang versorgten sie ihn heimlich mit Nahrung, aber am Ende beschloss der Mann, sich zu stellen.

Dateneigentum

Ein trojanisches Pferd

Gastkommentar

von FLORENT THOUVENIN, ROLF H. WEBER und ALFRED FRÜH

Soll ein Eigentumsrecht an Daten eingeführt werden? Diese Frage beschäftigt derzeit Teile der Öffentlichkeit. Gerade weil nach geltendem Recht kein Eigentum an Daten erworben werden kann, erscheint ein «Dateneigentum» ganz unterschiedlichen Akteuren als mögliche Lösung der durch die moderne Datenwirtschaft verursachten Probleme. Die einen hoffen, auf diese Weise die Hoheit über die eigenen Daten zurückzugewinnen, während andere meinen, dass Daten erst mithilfe von Eigentumsrechten zu einem vollwertigen Wirtschaftsgut werden können. Beide Seiten liegen falsch.

In der Rechtswissenschaft wurde die Debatte über Sinn und Unsinn eines Dateneigentums bereits geführt, im Ausland ebenso wie in der Schweiz. Dabei hat sich weitgehend die Einsicht durchgesetzt, dass die Einführung eines Dateneigentums nicht sinnvoll wäre, weil ein solches Recht die heute erkennbaren Probleme kaum lösen, vielmehr zahlreiche neue schaffen würde. Die öffentliche Debatte sollte diese Erkenntnis nicht ignorieren.

Zu wenig Beachtung findet in der Diskussion die fundamentale Unterscheidung zwischen Personen- und Sachdaten. Personendaten wie Name, Adresse und Geburtsdatum, aber auch Videoaufnahmen, Geolokalisationsdaten und Daten über das Surfverhalten beziehen sich auf eine bestimmte oder bestimmbare Person – Sachdaten hingegen nicht. Selbst wenn sich viele Daten aufgrund der technischen Entwicklung nicht immer mit Sicherheit der einen oder anderen Kategorie zuweisen lassen, bleibt die Unterscheidung zentral. Denn auf Personendaten findet das Datenschutzrecht Anwendung, auf Sachdaten jedoch nicht.

Für Sachdaten scheint kein Bedarf an einem Eigentum zu bestehen, weil die Herrschaft über Daten mit rein faktischen Mitteln sichergestellt werden kann und weil sich Daten auch ohne Eigentumsrechte übertragen lassen. Für das Funktionieren der datengetriebenen Wirtschaft ist ein Eigentum an Sachdaten deshalb nicht erforderlich. Vielmehr würde ein solches Recht massgebliche Zuordnungsprobleme schaffen, weil bis jetzt ungeklärt ist, wer unter welchen Voraussetzungen Eigentum erwerben würde. Anstatt ein umfassendes Eigentumsrecht an Sachdaten einzuführen, sollten lediglich einige spezifische Probleme gelöst werden, etwa der Umgang mit Daten im Konkurs dienstleistender Unternehmen.

Die öffentliche Debatte dreht sich allerdings ohnehin fast ausschliesslich um die Nutzung von Personendaten. Und für diese ist zunächst zu prüfen, ob das Datenschutzrecht nicht schon heute die Instrumente bereithält, die man sich von einem

Dateneigentum erhoffen würde, nämlich: Mittel zur Kontrolle der Nutzung und zur Partizipation am Wert der eigenen Daten.

Diese Mittel bietet allerdings nicht nur ein allfälliges Eigentumsrecht an Daten, sondern auch das geltende Datenschutzrecht. Denn Voraussetzung für Kontrolle und Partizipation ist allein die negative Komponente von Eigentumsrechten, namentlich ein Anspruch auf Unterlassung der Bearbeitung und auf Herausgabe der eigenen Daten. Für den Anspruch auf Unterlassung ist entscheidend, dass die Bearbeitung von Personendaten in vielen Konstellationen nur zulässig ist, wenn die betroffenen Personen eingewilligt haben. Weil die Einwilligung frei erteilt oder verweigert und jederzeit widerrufen werden kann, steht es im Belieben der Betroffenen, die Bearbeitung ihrer Daten zu erlauben oder zu verbieten. Ein Anspruch auf Herausgabe der eigenen Daten ergibt sich sodann aus dem datenschutzrechtlichen Auskunftsrecht, das es den Betroffenen erlaubt, ihre Daten jederzeit von Dritten herauszuverlangen. Das Datenschutzrecht vermittelt damit bereits heute einen Schutz, der einem Eigentumsrecht im Ergebnis nahe kommt.

Anderes gilt nur für die positive Komponente des Eigentums, also für die Möglichkeit zur Übertragung der Rechte. Ein solches Recht vermittelt das Datenschutzrecht nicht; vielmehr sind die datenschutzrechtlichen Ansprüche grundsätzlich unübertragbar, bleiben also untrennbar mit der betroffenen Person verbunden. Gerade die Möglichkeit zur Übertragung von Eigentumsrechten an eigenen Daten würde den Schutz der Betroffenen aber massgeblich schwächen, weil sich Unternehmen diese Rechte regelmässig übertragen lassen würden – mit der Folge, dass sie die Betroffenen, gestützt auf die erworbenen Eigentumsrechte, von der Nutzung ihrer eigenen Daten ausschliessen könnten. Ein Eigentumsrecht an Personendaten würde das Problem des Verlustes der Herrschaft über die eigenen Daten deshalb nicht lösen, sondern weiter verschärfen.

Auf die Einführung eines Dateneigentums sollte deshalb verzichtet werden. Wichtig wäre vielmehr, die breite Öffentlichkeit besser über die bestehenden Mittel des Datenschutzrechts zu informieren. Dann würde sich zeigen, ob die betroffenen Personen diese Mittel auch einsetzen wollen, um die Herrschaft über ihre Daten zurückzugewinnen.

Florent Thouvenin ist Professor für Informations- und Kommunikationsrecht an der Universität Zürich; Rolf H. Weber ist em. Professor für Wirtschaftsrecht an der Universität Zürich; Alfred Früh ist Postdoc an der Universität Zürich. Die Autoren leiten das Center for Information Technology, Society, and Law (ITSLS) an der Universität Zürich und haben ein von der Hasler-Stiftung finanziertes Forschungsprojekt zu Dateneigentum durchgeführt.

Transparenzinitiative

Wie viel sollen Wähler wissen?

Gastkommentar

von ROLAND HOLDER und ULRICH MATTER

Was genau sollen Wähler über Parteien, Kandidaten und Kampagnen wissen? Bei dieser für jede Demokratie zentralen Frage setzt die Transparenzinitiative an. Damit stellen sich insbesondere auch die Fragen, ob Abstimmungs- und Wahlkampfspenden ein Problem für das Funktionieren einer Demokratie sein können und inwiefern erhöhte Transparenz dieses Problem allenfalls lösen kann.

Um diese Fragen zu beantworten, müssen wir zuerst verstehen, wie Wähler und Wählerinnen abstimmen. Wähler sind sehr unterschiedlich. Ein Typ von Wählern versteht alle Abstimmungsvorlagen und Wahlplattformen vollumfänglich und kann die Folgen seines Wahl- und Abstimmungsverhaltens genau abschätzen. Dieser Wählertyp wird sich nicht von Wahlkampf- und Abstimmungsplakaten mit informationsarmen Slogans wie «Masslosigkeit schadet!» gegenüber «Bilaterale abholzen?» (Ausschaffungsinitiative) oder «Weniger Vielfalt, weniger Schweiz» gegenüber «Billag stoppen!» (No-Billag Initiative) beeinflussen lassen. Ein zweiter Wählertyp informiert sich kaum (was durchaus rational ist, gegeben, dass eine einzelne Stimme kaum je entscheidend ist) und weiss daher nicht, welche Stimme in seinem Interesse ist. Dieser Wählertyp entscheidet sich dann mehr oder weniger zufällig oder impulsgetrieben für oder gegen einzelne Kandidaten oder Abstimmungsplakate. Vermutlich gibt es Wähler, die diesen zwei Extremtypen entsprechen, doch die Mehrheit dürfte sich dazwischen befinden. In einer solchen Gesellschaft würden sich ohne Wahlkampfspenden meistens die Kandidaten und Vorlagen durchsetzen, die tatsächlich im Interesse der Mehrheit der Wähler wären, wobei sich bei «knappen» Vorlagen zufällige Resultate ergeben könnten aufgrund der impulsgetriebenen Wähler. So beeinflusst etwa das Wetter den Abstimmungsausgang in der Schweiz (und den Wahlausgang in anderen Ländern).

Was sind nun die Auswirkungen von Abstimmungs- und Wahlkampfspenden in einer solchen Gesellschaft? Eine direkte Auswirkung ist, dass der Abstimmungs- und Wahlausgang davon abhängig wird, wie viel Geld den unterschiedlichen Parteien für ihre Kampagnen zur Verfügung steht. Dass mehr Geld für politische Kampagnen die Wahlchancen von Kandidaten positiv beeinflussen kann, wurde beispielsweise für die USA bereits in mehreren empirischen Studien nachgewiesen. Diese Kampagnen zielen dann natürlich auf die mehrheitlich impulsgetriebenen Wähler ab. Daher die inhaltsarmen Slogans. Somit ergibt sich eine

Tendenz, dass sich Vorlagen und Kandidaten durchsetzen, die stärker die Interessen von finanzkräftigen Vereinigungen oder Firmen vertreten.

Abstimmungs- und Wahlkampfspenden haben auch indirekte Auswirkungen: Politiker haben einen Anreiz, ihre Plattformen und Initiativen so zu wählen, dass sie von finanzkräftigen Vereinigungen oder Firmen unterstützt werden. Somit haben Abstimmungs- und Wahlkampfspenden nicht nur einen Einfluss auf die Resultate, sondern auch darauf, welche Vorlagen überhaupt erst zur Abstimmung stehen, wofür sich die Kandidaten und ihre Parteien einsetzen (und wofür eben nicht), und potenziell auch darauf, wer sich als Kandidat zur Verfügung stellt. Diese Verzerrungen sind oft nicht im Interesse der Mehrheit.

Was bringt nun eine erhöhte Transparenz? Die zwei Extremtypen von Wählern werden ihr Verhalten nicht ändern, wenn diese Spenden veröffentlicht werden müssen. Ein bereits perfekt informierter Wähler wird nach wie vor in seinem Interesse abstimmen; der vollständig impulsgetriebene Wähler wird sich nach wie vor von den informationsarmen Slogans beeinflussen lassen und nicht die Kosten auf sich nehmen, diese zusätzliche Information über die Kandidaten und Parteien zu berücksichtigen. Daher löst die Transparenzinitiative sicher nicht alle systematischen Verzerrungen im politischen Prozess, die durch Abstimmungs- und Wahlkampfspenden entstehen. Aber viele Wähler, die zwischen diesen Extrembeispielen liegen, werden ihr Verhalten ändern, wenn sie wissen, dass einzelne Kampagnen von der Agrar-, Finanz- oder Waffenindustrie oder der Arbeitgebervereinigung oder den Gewerkschaften grosszügig unterstützt werden. Die Erfahrungen beispielsweise in den USA (wo Wahlkampfspenden offengelegt werden müssen) haben gezeigt, dass Informationen über die Geldflüsse an Kandidaten im öffentlichen Diskurs durchaus Beachtung finden und von Journalisten und NGO detailliert aufgearbeitet und zugänglich gemacht werden.

Wir gehen davon aus, dass das Interesse an Information über Geld in der Politik auch in der Schweiz entsprechend hoch ist und in den öffentlichen Diskurs einfließen wird. Erhöhte Transparenz würde somit den Einfluss der Lobbygruppen und die systematischen Verzerrungen im politischen Prozess reduzieren. Daher unterstützen wir die Transparenzinitiative.

Roland Hodler ist Professor für Volkswirtschaftslehre, Ulrich Matter ist Assistenzprofessor für Volkswirtschaftslehre an der Universität St. Gallen.