

4.4 Empfehlungen

Wir empfehlen¹⁶² zur Sicherung des Wertes persönlicher Daten für VerbraucherInnen:

Verbraucherzentriertheit stärken

VerbraucherInnen sollten die Entscheidungshoheit über den Umgang mit ihren persönlichen Daten haben. Dazu braucht es einen starken Datenschutz. Falls sie den Handel selbst betreiben wollen, sollten sie die Möglichkeit haben, eine aktive Rolle im Zentrum des Handels einzunehmen. Dafür ist Aufklärung nötig: über die Bedeutung von Datenaufkommen und deren Wert, zum anderen über mögliche Verschiebungen des Marktzentrums hin zu den VerbraucherInnen.

Um dies zu erreichen, müssen Unternehmen

Transparenz schaffen und gewährleisten bei der Datenverarbeitung - z.B. mit einem Ampelsystem zur schnellen Übersicht über die Verwendung von Daten.¹⁶³ Transparenz ist aber auch bezüglich der eingesetzten statistischen Algorithmen erforderlich. Dazu gehört auch die Forderung nach der Offenlegung von bisher intransparenten Mechanismen wie der Schufa und arvato infoscore.

Für VerbraucherInnen muss

MyData als Standard gesetzt sein. Die Sicherstellung und Förderung von Portabilität und Datenaustausch ist für VerbraucherInnen besonders wichtig. Persönliche Daten sollten für VerbraucherInnen von jedem verwendeten Service einfach erhältlich sein, auch die ko-produzierten Daten,

und im Idealfall dann in so vielen wie möglich

dezentralen Strukturen gesammelt, gespeichert, analysiert und weiterverwendet werden können. Dazu bedarf es der Unterstützung von dezentralen Technologien und Handelsplattformen, die mehr Kontrolle über persönliche Daten einräumen (Forschungs- und Förderebene). Damit können sich verbraucherzentrierte Märkte ergeben.

Ohne monetäre Vergütung, aber mit gesellschaftlichem und wirtschaftlichem Nutzen ließe sich dies am schnellsten umsetzen durch die Errichtung einer

Infrastruktur für Datenspenden von VerbraucherInnen. Mit dem Aufbau und der Förderung einer dezentralen Infrastruktur für freiwillig gespendete persönliche Daten würde die Forschung und Wirtschaft in diesem Bereich gestärkt werden. Unter Einbindung wichtiger Stakeholder aus Zivilgesellschaft, Wirtschaft, Verwaltung und Wissenschaft könnte ein Bewusstsein für den Wert persönlicher Daten für das Individuum und die Gesellschaft gestärkt werden.¹⁶⁴ Weitere Forschung in diesem Bereich muss eine starke Datenbasis für weiteres Vorgehen zu schaffen.

Damit kann ein Gegenentwurf zum bisherigen Datenmarkt geschaffen werden, der verbraucherzentriert ist und gleichzeitig Wert auf Datenschutz legt.

¹⁶² Die Empfehlungen basieren auf im Rahmen der Studie getätigten Recherchen und Interviews.

¹⁶³ vgl. Anlage I bzw. detaillierte Forderung siehe <http://algorithmwatch.org/das-adm-manifest-the-adm-manifesto/>

¹⁶⁴ Anwendungen wären z.B. Preisvergleichsportale oder Dienstleistungsmonitoring zu Verspätungen