

Informationelle Selbstbestimmung aus ordnungsökonomischer Sicht

Malte Dold & Prof. Dr. Tim Krieger
(Universität Freiburg)

Albert-Ludwigs-Universität Freiburg



**UNI
FREIBURG**

Konferenz, Forum Privatheit:

„Die Zukunft der informationellen Selbstbestimmung“

26. und 27.11.2015, Kalkscheune, Berlin

- Zukunftsfähigkeit / Stärkung des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung
- Datenschutzdiskurs:
 - Datensparsamkeit auf Seiten der Verbraucher
 - Erhöhte Transparenz auf Seite der Unternehmen in Bezug auf Datenweitergabe- bzw. -verwendung (evtl. Verbot)
- Ökonomischer Diskurs (komplementär/substitutiv?):
 - Wert von Daten (jenseits betriebswirtschaftlichen Gewinnstrebens)
 - Funktionsfähigkeit von Märkten (Effizienz)
 - Rahmensetzungen für Märkte („Ordnungspolitik“)
 - Verteilungsfragen

- Leitfragen eines „Economic turn“:
 - Sind Märkte für Konsumentendaten/-informationen so organisiert, dass sie zu ökonomischer Effizienz (+ ggf. Gerechtigkeit) führen?
 - Wenn nicht, können sie mithilfe staatlicher Regelungen (Ordnungsrahmen) in Richtung des Wohlfahrtsoptimums entwickelt werden?
- Zentrale Herausforderung: Lösung des Trade-offs zwischen
 - (markt- und güterbedingten) Datenschutznotwendigkeiten und
 - marktlicher Anforderung an Informationsverfügbarkeit
- Spezifische Herausforderungen:
 - Verbraucher- und Unternehmensverhalten
 - Eigenschaften des Gutes Information

- Ökonomische Definition informationeller Selbstbestimmung:
 - Summe der unverdünnten und durchsetzbaren Verfügungsrechte an persönlichen Informationen (Posner 1978, Varian 1996, Schwartz 2004)
- Implikationen:
 - Eigentümer der Rechte offenbart gerade die Menge an Informationen, die den individuellen Nutzen maximiert (Stigler 1980)
 - Privatheit ist dann über Informationsmärkte handelbare Ressource
- Zentrale Probleme:
 - Verdünnung der privaten Verfügungsrechte („geteilte Eignerschaft“)
 - Suboptimale Bereitstellung des Gutes Information
 - Ungleiche Verteilung der Gewinne aus Datennutzung

- Markt für personenbezogene Konsumentendaten
 - Information als Beiprodukt vs. Inhalt marktlicher Transaktionen (vgl. Acquisti 2010)
 - Kennzeichen: hoher Komplexitätsgrad und fehlende zentrale Kontrolle
 - Konsumentendaten wirken als „Transaktionskosten-Senker“
 - Vereinfachung von Matching-Prozessen (Haucap 2015)
 - Reduktion von Signalling- und Screening-Kosten und Moral Hazard
 - Eingeschränkte Lenkungsfunction des Gütermarktes auf aufgrund unvollkommener Informationsmärkte (Posner 1981)
 - Unvollständige und verteilte Informationen
 - Verfügbare Informationsmenge < notwendige Bedarfsmenge

- Ursachen für eingeschränkte Lenkungsfunktion:
 - Eigenschaften des Gutes Informationen
 - Skaleneffekte mit Marktkonzentrationseffekten
 - Beschränkt rationales Verhalten der Konsumenten bzw. Opportunitätskosten der Nichtteilhabe
 - Opportunismus der anderen Marktseite
- Ursachen deuten auf Marktversagen, sind aber nur notwendige, keine hinreichenden Bedingungen für prozesspolitischen staatlichen Eingriff.
- Ordnungspolitischer Ansatz: Staat sollte Regelrahmen setzen, der Marktlösungen und Marktinstitutionen so stärkt, dass die Interaktion der Marktteilnehmer selbst in Richtung des Wohlfahrtsmaximums wirkt.

- Marktlösung – Beispiel 1:
 - Beweglichkeit der Verbraucher stärken (Hirschman 1974: „exit, voice, loyalty“) und marktkonforme Anbieterreaktionen absichern
 - Positive Korrelation zwischen Marktsignal und Produkt- bzw. Akteursqualität (siehe *ebay* oder *amazon*)
 - Reputationsprämie > Opportunitätsprämie
 - Erhöhung des Wettbewerbs auf der Unternehmensseite
- Marktlösung – Beispiel 2:
 - Kommodifizierung von Daten (Laudon 1997)
 - Allokation von Verfügungsrechten an Informationen
 - Erhöhung des Wettbewerbs auf der Verbraucherseite

- Marktlösungen 1 + 2 benötigen Absicherung durch den Ordnungs- bzw. Rechtsrahmen
 - Bsp.: Allokation von Verfügungsrechten setzt Sicherung und Durchsetzbarkeit dieser Rechte voraus
- Klare Spielregeln für beide Marktseiten → z.B. Orrù 2015:
 - (1) **Privacy by Default**
 - Verfügungsrechte liegen (zunächst) beim Informationsanbieter
 - Zustimmungs- anstelle einer Widerspruchsklausel
 - (2) **Transparency by Design**
 - Kommunikation der ökonomischen Anreize (monetärer Gegenwert)
 - Erläuterung von Umfang und Zwecke der Datenverwendung
 - (3) **Accountability by Design**
 - Sicherer Rechtsrahmen
 - Einklagbarkeit der Verfügungsrechte („Recht auf Vergessenwerden“)

- Verschwendung volkswirtschaftlicher Ressourcen bei alleinigem Fokus auf Datensparsamkeit
- Verbraucher besitzen enorme Assets in Form der Verfügungsrechte an persönlichen Daten! Aktuell jedoch „Wildwest-Mentalität“ bei Aneignung der Verfügungsrechte.
- Ordnungspolitische Stärkung von Informationsmärkten bei personenbezogenen Konsumentendaten → Marktlösungen + Ordnungsrahmen.
- Zukunft der Privacy: „Freiheit zu handeln“ statt bloßes „Recht auf Abwehr“

“Privacy is the claim of individuals [...] to determine for themselves when, how, and to what extent information about them is communicated *[and sold!]* to others.” (Westin 1967)