

**Schwerpunkte der Rede des Präsidenten der IHK zu Rostock,
Herrn Wolfgang Hering, zur Veranstaltung „Datenschutz durch Technik“
am 13.06.2006 in Rostock**

Das oberste Ziel der IHK-Organisation ist der Bürokratieabbau und die Deregulierung. Dies bedeutet nicht nur, dass der Bestand an Rechtsgrundlagen kritisch auf die Notwendigkeit und Aktualität geprüft werden muss, sondern auch das Bedürfnis nach weiteren Regelungen. Neue Regelungen sollten nur eingeführt werden, wenn sie unbedingt erforderlich bzw. deutliche Vorteile erkennbar sind.

Brancheninternen Regelungen ist Vorrang einzuräumen.

Die IHKs MV hatten sich Ende 2005 gegen die Einführung eines Datenschutzaudits ausgesprochen, weil

- Die Vorteile für Anbieter sind nicht deutlich erkennbar.
- Ein hoher bürokratischer Aufwand und hohe Kosten für das Gutachten und Audit damit verbunden sind.
- Viele Hersteller vermarkten ihre Produkte bundesweit. Deshalb ist eine Regelung nur für MV bzw. einzelne Bundesländer nicht zielführend.
- Weiter wird die Benachteiligung von Unternehmen befürchtet, die ihre Produkte aus welchen Gründen auch nicht auditieren lassen können oder wollen.
(Innovationsverlust)
- Der Bund hat zwar die Möglichkeit laut § 9a Bundesdatenschutzgesetz eine Regelung für Deutschland einheitlich einzuführen, hat davon aber bisher keinen Gebrauch gemacht.

Die Einführung eines Datenschutzaudits muss kritisch hinterfragt werden. Die Meinung der Branche ist dabei von großer Bedeutung.

Deshalb möchte ich noch abschließend einige kritische Fragen, die im Rahmen der heutigen Veranstaltung beantwortet werden sollten:

- 1. Besteht ein Bedürfnis für eine gesetzliche Regelung und damit für die Einführung des Datenschutzaudits – oder würde sich im freien Spiel der Kräfte der Markt von selbst regulieren?**
 - zwar ist es sinnvoll, dass die Hersteller der Produkte bereits bei der Entwicklung die datenschutzrechtlichen Anforderungen beachten und nicht erst beim Verwender der Produkte, aber wenn solche Produkte vom Markt gefordert werden, ist zu erwarten, dass der Markt entsprechend reagiert (Angebot – Nachfrage) Beispiel: ISO-Zertifizierung.
Der Staat muss nicht alles regeln!
 - Wird die Nachfrage tatsächlich nicht erst durch die gesetzliche Regelung geschaffen?

- 2. Ist die Einführung einer gesetzlichen Regelung in Zeiten der dringenden Notwendigkeit von Deregulierung zeitgemäß?**
 - Für ein Land entstehen Kosten bei Vorhaltung des Personals ohne nennenswerte Einnahmen – auf der anderen Seite ist das einzelne Verfahren mit erheblichen Kosten für den

Unternehmer verbunden, was insbesondere wieder die Kleinbetriebe trifft. Und die bestimmen in MV das Bild.

- Ein Argument ist bisher, dass mit Einführung des Audits der bürokratische Aufwand im Beschaffungswesen der öffentlichen Verwaltung reduziert wird.

Aber: Laut Vergaberecht müssen aus Gründen der Chancengleichheit bei der Vergabe Bieter mit oder ohne Zertifikat gleich behandelt werden. Es tritt also keine Vereinfachung für die Vergabestelle auf.

3. Bringt eine regional auf M-V beschränkte Einführung des Datenschutzaudits den gewünschten Erfolg?

- Die IT-Produkte werden vorrangig überregional vermarktet, es gibt aber rechtlich keine Verbindlichkeit des MV-Audits in anderen Bundesländern. Die gegenseitige Anerkennung des Audits ist bislang nur ein Wunsch, die Umsetzung in anderen Bundesländern ist allerdings völlig offen!

4. Stehen Aufwand und Nutzen für die Anbieter in einem angemessenen Verhältnis?

- Die Erfahrungen der bisherigen Anwendung in S-H zeigen ein anderes Bild: danach stehen Aufwand und Nutzen in keinem sinnvollen Verhältnis.
 - Seit 2003 wurden 32 Auditierungen, davon (ca. die Hälfte der Auditierungen finanziell gefördert.
 - 12 Audits sind bereits abgelaufen und wurden nicht verlängert => das mangelnde Interesse an der Rezertifizierung lässt auf fehlende Akzeptanz schließen.
 - Die Förderung in M-V ist zwar angedacht, aber die Realisierung ist noch offen. Im übrigen kann es nicht sei, dass eine Nachfrage erst künstlich durch staatliche Zuschüsse geschaffen wird.

Für die LAG der IHKs MV bedeutet dies im Ergebnis:

Datenschutz ist auch ein Marketinginstrument.

Ein effektives Datenschutzaudit braucht aber eine bundeseinheitliche anerkannte Regelung.

Dies muss nicht zwingend eine gesetzliche Regelung sein.

Vielmehr muss es als Alleinstellungsmerkmal freiwillig von den Unternehmen im Rahmen ihres Geschäftszusammenhangs durchgeführt werden können!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!