

Datenschutz

»Mit neuen Techniken ... werden Überwachungsformen praktiziert, die den Alltag immer tiefgreifender erfassen und selber immer alltäglicher werden. Das wird dazu führen, daß der kontrollierte Bürger sich in immer größerer politischer Enthaltsamkeit übt, um sich keinen gesellschaftlichen und beruflichen Nachteilen auszusetzen. Die Gefahr, daß sich autoritäre politische Ziele durchsetzen, wächst damit beständig ... Erst seit knapp vierzig Jahren erfreuen wir uns einer demokratischen Staatsform. Leider liegt darin keine Bestandsgarantie für die Zukunft. Es existieren starke Tendenzen, den Rechtsstaat in einen Überwachungsstaat umzuwandeln ... Leider gibt es in der BRD zuviele Politiker, für die Datenschutz gleich ›Täterschutz‹ ist. Zwar kommt diesen Politikern jederzeit und mühelos ein Bekenntnis zur freiheitlich-demokratischen Grundordnung über die Lippen; sie ignorieren aber im selben Atemzug Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts, das die bedrohten Grundrechte zu schützen versucht ... Wenn aber Politiker Verfassungsgrundsätze mit Füßen treten, sind alle Bürgerinnen und Bürger aufgerufen, sich zu wehren. Demokratie ist nur solange lebensfähig, wie sie praktiziert und um ihre Erhaltung gekämpft wird.«

(Verena S. Rottmann / Holger Strohm, Was Sie gegen Mikrozensus und Volkszählung tun können, Frankfurt am Main 1986, S. 227 ff.)

»Artikel 1

(1)

Die Würde des Menschen ist unantastbar. Sie zu achten und zu schützen, ist Verpflichtung aller staatlichen Gewalt.

Artikel 2

(1)

Jeder hat das Recht auf die freie Entfaltung seiner Persönlichkeit, soweit er nicht die Rechte anderer verletzt und nicht gegen die verfassungsmäßige Ordnung oder das Sittengesetz verstößt.

(2)

Jeder hat das Recht auf Leben und körperliche Unversehrtheit. Die Freiheit der Person ist unverletzlich ...«



Überall dort, wo die Privatsphäre nicht durch ein spezielles Grundrecht geschützt ist, bildet Artikel 1 Absatz 1 in Verbindung mit Artikel 2 Absatz 1 die Generalklausel, mit der über die Zulässigkeit von Angriffen auf den privaten Lebensraum zu entscheiden ist. Diese Generalklausel beinhaltet ein allgemeines Persönlichkeitsrecht, das die Persönlichkeit in allen Erscheinungsformen ihres Seins schützt. Umfaßt werden der Schutz der Intimsphäre, das Recht auf Ehre, das Selbstbestimmungsrecht über das äußere Erscheinungsbild (Kleidung, Haartracht) und anderes mehr. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht und die darin implizierte Idee der Selbstbestimmung befugen den einzelnen, grundsätzlich selbst zu entscheiden, wann und innerhalb welcher Grenzen er persönliche Lebenssachverhalte preiszugeben gedenkt. Im Zeitalter der elektronischen Datenverarbeitung kommt dem Schutz dieser Befugnis eine herausragende Bedeutung zu. Denn die modernen Informationstechnologien bieten in einer bisher unbekanntem Weise neue Möglichkeiten der Einsicht- und Einflußnahme auf den Bürger. Das Grundrecht der individuellen Selbstbestimmung verlangt aber auch unter diesen Gegebenheiten, daß dem einzelnen Entscheidungsfreiheit über vorzunehmende oder zu unterlassende Handlungen ein-

schließlich der Möglichkeit gegeben ist, sich auch entsprechend dieser Entscheidung tatsächlich zu verhalten. »Wer nicht mit hinreichender Sicherheit überschauen kann, welche ihn betreffende Informationen in bestimmten Bereichen seiner sozialen Umwelt bekannt sind, und wer das Wissen möglicher Kommunikationspartner nicht einigermaßen abzuschätzen vermag, kann in seiner Freiheit wesentlich gehemmt werden, aus eigener Selbstbestimmung zu planen oder zu entscheiden« (Dieter Hesselberger, Das Grundgesetz, Neuwied / Frankfurt am Main 1991, S. 63 f.). Dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung widerspräche also eine Gesellschaftsordnung, in der der Staat bzw. andere öffentliche oder private Institutionen in einem Umfang Daten über den einzelnen sammeln, den dieser nicht übersehen kann.

Im Vorfeld der Volkszählung 1987, in der bundesweit in allen Haushalten Daten für statistische Zwecke erhoben werden sollten, zweifelten Kritiker die Einhaltung des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung an. Der »gläserne Bürger« und die Aushöhlung der Demokratie wurden befürchtet. Es formierte sich ein breites Bündnis von Gegnern, die zum Boykott aufriefen (Abb. 1, 3) und ein anderes Demokratieverständnis einforderten (Abb. 2).

Abb. 1
Volkszählungs-Boykott
1987



Heute ist die Sorge über den »gläsernen Bürger« und die digitale Sammelwut des Staates weitgehend verstummt. Dafür nimmt die öffentliche Kritik an den für den einzelnen nicht absehbaren Einwirkungsmöglichkeiten der modernen Informationstechnologien zu.

Gesetze in Brandenburg und Berlin haben eine Stärkung der Informationsfreiheit des Bürgers erzielt. So wurde im Oktober 1999 im Land Berlin das »Gesetz zur Förderung der Informationsfreiheit« verabschiedet (ein ähnliches Gesetz gibt es in Brandenburg seit 1992). Dieses Informationsfreiheitsgesetz gibt dem Bürger das Recht, Einsicht in Akten der Verwaltung zu nehmen, ohne dies begründen zu müssen. Im Gegenteil muß nun die Verwaltung erklären, warum sie die Einsichtnahme verweigern will. Damit wird erstmalig in Deutschland die Tradition des Amtsheimnisses der Verwaltung zugunsten des Bürgers durchbrochen. Das Informationsfreiheitsgesetz hilft mit, das Recht des Bürgers auf politische Mitgestaltung zu stärken. KA

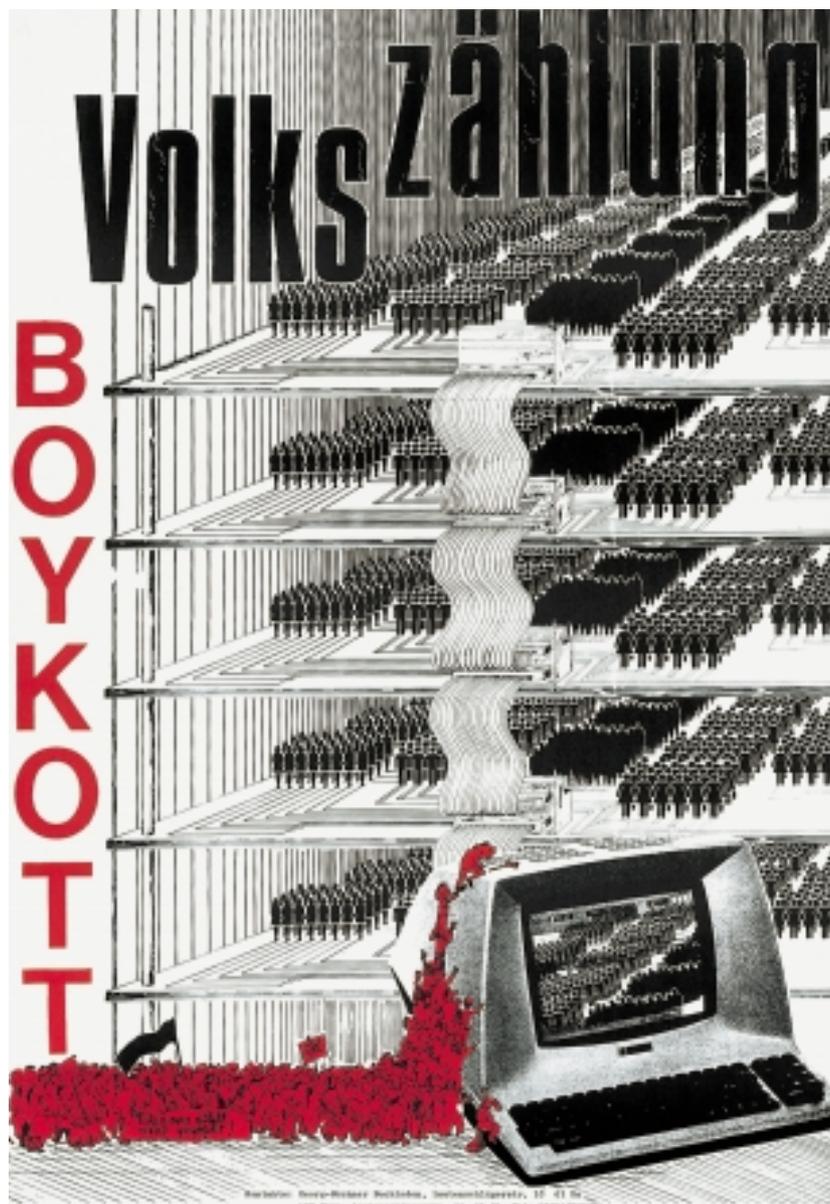


Abb. 2
High tech Republik.
1988-1990

Abb. 3
Volkszählung / Boykott
1987

Grundrechte an die Litfaßsäule

Abb. 1

Es ist Dein Grundgesetz. Nimm's beim Wort und misch Dich ein.
 Artikel 1 Grundgesetz: Niemand soll sein Essen aus Mülltonnen sammeln müssen.
 1999
 Entwurf: Werbeagentur Saatchi & Saatchi, Frankfurt am Main

»Artikel 1

Niemand soll sein Essen aus Mülltonnen sammeln müssen.

Artikel 3

(1)

Auch wer sich keinen Star-Anwalt leisten kann, soll nicht auf sein Recht verzichten müssen.

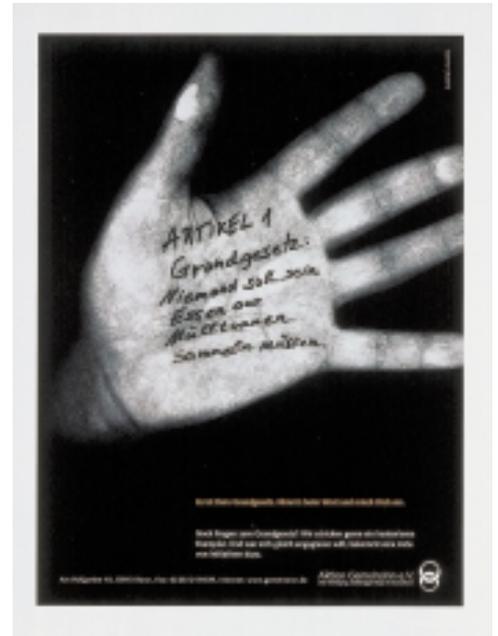
Artikel 7

(4)

Auch ein Kind von armen Eltern muß die Chance haben, auf eine Eliteschule zu gehen.

Artikel 17

Wer seine Abgeordneten auf Trab bringen will, kann das jederzeit schriftlich tun.«



Im April 1999 begann die »Aktion Gemeinsinn e.V., eine Vereinigung unabhängiger Bürger in Deutschland (1957)« eine Kampagne zum 50jährigen Bestehen des Grundgesetzes unter dem Titel »Es ist Dein Grundgesetz. Nimm's beim Wort und misch Dich ein«. Sie beauftragte die bekannte, in Frankfurt am Main ansässige Werbeagentur Saatchi & Saatchi mit der Gestaltung. »Griffig und zugleich eindringlich gestaltete Plakate, Anzeigen und Spots« sollten insbesondere das Interesse der Jugendlichen wachrufen, »deren Mitarbeit an einer sich dem Bürgersinn verpflichtet fühlenden Gesellschaft für unser aller Zukunft unabdingbar ist«.

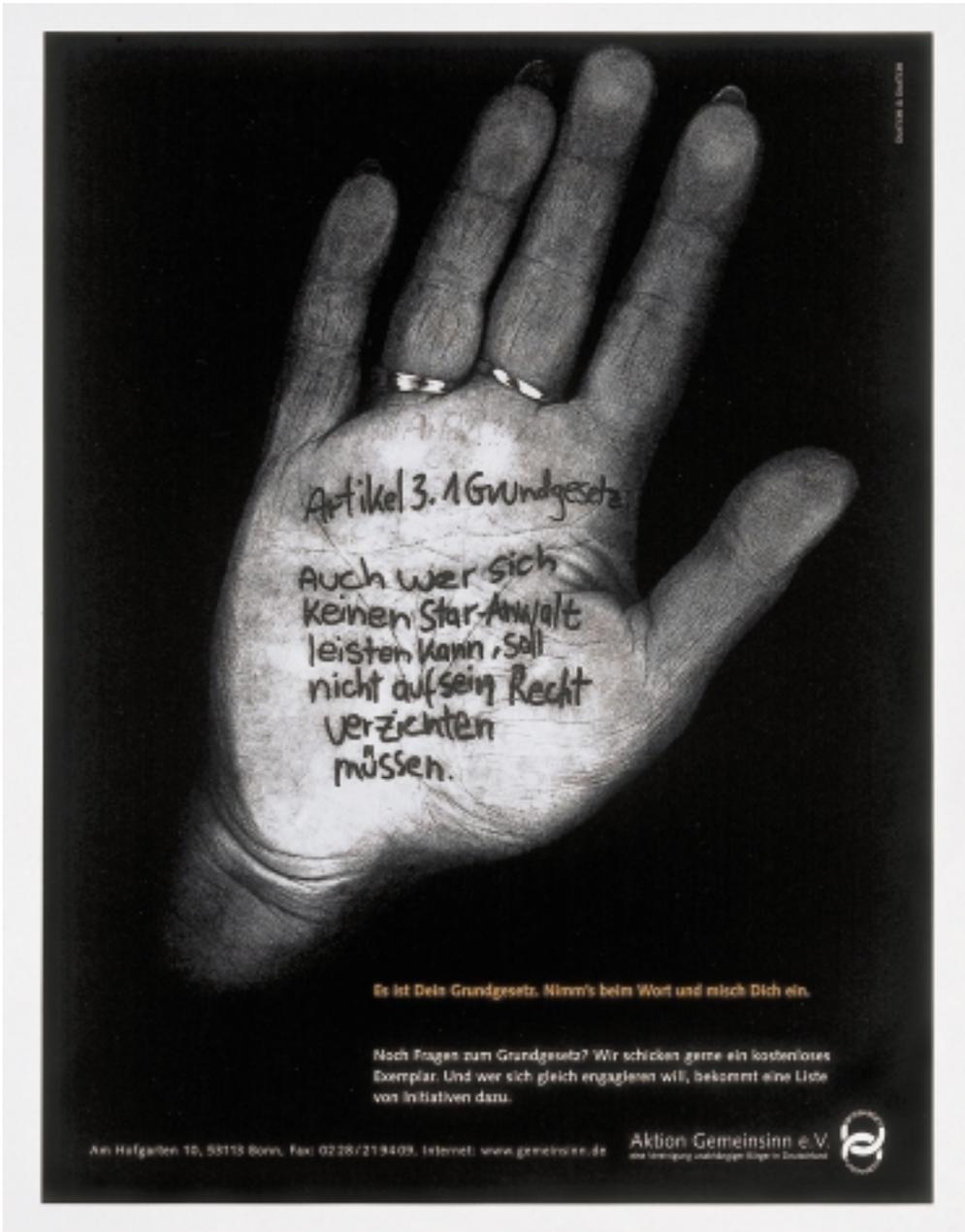
In seiner kurzen Ansprache zur Eröffnung der Plakat-Aktion am 20. April 1999 in Bonn sagte Bundestagspräsident Wolfgang Thierse, daß das Grundgesetz den Konsens der Demokraten beschreibe und das Fundament und den Rahmen für den Streit um das Gemeinwohl bilde. »Gemeinwohl ist, wie Gerechtigkeit, nichts Statisches. Gemeinwohl ist das, was über die privaten Interessen und über die Interessen einzelner gesellschaftlicher Gruppen hinaus für das Wohlergehen notwendig ist. Was das ist, muß immer wieder neu herausgefunden wer-

den. Es unterliegt auch dem Wandel der Möglichkeiten und Anschauungen. Den Sinn für diese Aufgabe zu schärfen, ist das Ziel der Aktion Gemeinsinn.«

Die Werbeagentur Saatchi & Saatchi erklärt ihr Vorgehen so: »Die Aufgabe, die uns die Aktion Gemeinsinn stellte, war verlockend und knifflig zugleich: Wir sollten eine Kampagne entwickeln, die in der Bevölkerung ein Bewußtsein schafft für die Möglichkeiten, die uns das Grundgesetz bietet, und die dazu auffordert, diese Möglichkeiten im Sinne einer demokratischen Bürgergesellschaft aktiv zu nutzen. Verlockend war diese Aufgabe, weil das Thema Grundgesetz jeden von uns über die Arbeit hinaus auch persönlich betrifft. Nur merkten wir schnell, daß wir eigentlich nicht viel über die Rechte wußten, die uns das Grundgesetz bietet, und schon gar nicht über die Möglichkeiten, diese Rechte in unserem Alltag zu nutzen. Das war das Knifflige daran. – Das Konzept für diese Kampagne entstand dann auch, während wir uns durch das Grundgesetz »durchackerten«: Wir entdeckten dabei eine ungeahnte Fülle von Rechten, mit denen wir uns vor dem Mißbrauch politischer, wirtschaftlicher, aber auch staatlicher Institu-

Abb. 2

Es ist Dein Grundgesetz. Nimm's beim Wort und misch Dich ein.
 Artikel 3,1 Grundgesetz: Auch wer sich keinen Star-Anwalt leisten kann, soll nicht auf sein Recht verzichten müssen.
 1999
 Entwurf: Werbeagentur Saatchi & Saatchi, Frankfurt am Main



tionen schützen können. Und wir erkannten, daß diese Rechte auf Pflichten beruhen, die nicht nur für diese Institutionen gelten, sondern auch für jeden einzelnen von uns.

Aber wie soll man Rechte nutzen, seine Pflichten erfüllen, wenn man das komplizierte Juristendeutsch der Grundgesetztexte nicht versteht? Schließlich ist das Grundgesetz für alle Bürger gemacht und nicht nur für Verfassungsrechtler.

Deshalb haben wir uns die Freiheit genommen, das Grundgesetz von seinem Sockel her-

unterzuholen. Wir haben es in die Alltagssprache und in Alltagssituationen übersetzt, um zu beweisen, wie bürgernah, praktisch und wertvoll es ist.

Die Wirkung, die wir mit unserer Kampagne beabsichtigen, geht jedoch über das Vertrautemachen mit dem Grundgesetz hinaus. Wir wollen auch mehr, als unsere Überraschung über die Vielfalt seiner Möglichkeiten an die Bürger weitergeben.

Indem wir auf das bekannte Amtsdeutsch der Stellenangabe ›Grundgesetz, Artikel ...‹

Abb. 3

Es ist Dein Grundgesetz. Nimm's beim Wort und misch Dich ein.
 Artikel 7,4 Grundgesetz: Auch ein Kind von armen Eltern muß die Chance haben, auf eine Eliteschule zu gehen.
 1999
 Entwurf: Werbeagentur Saatchi & Saatchi, Frankfurt am Main



Abb. 4

Es ist Dein Grundgesetz. Nimm's beim Wort und misch Dich ein.
 Artikel 17 Grundgesetz: Wer seine Abgeordneten auf Trab bringen will, kann das jederzeit schriftlich tun.
 1999
 Entwurf: Werbeagentur Saatchi & Saatchi, Frankfurt am Main



eine handfeste, alltagsrelevante und trotzdem juristisch richtige Interpretation des Gesetzestextes folgen lassen, wollen wir verblüffen und dadurch zum Handeln anregen: ›Was, das steht im Grundgesetz? Das muß ich nachlesen!‹ ...

Wo diese Kampagne erscheint, hängt von der Bereitschaft der Verantwortlichen in den verschiedenen Medien ab, wie wir die Aktion

Gemeinsinn unentgeltlich zu unterstützen: Verlage, Plakatunternehmen, Kinobetreiber, Sendeanstalten ... Zum jetzigen Zeitpunkt haben wir eine bundesweite Einschaltung der Kampagne in Form von Anzeigen in Tageszeitungen und Illustrierten sowie einen Einsatz von Großflächenplakaten in und um Berlin realisiert ...«

KA