



Bargeld sorgt für besseren Datenschutz – und stärkt so den Einzelnen

18. Juli 2019

Autor
Heike Mai
+49(69)910-31444
heike.mai@db.com

www.dbresearch.de

Deutsche Bank Research Management
Stefan Schneider



Bargeld bietet im Zahlungsverkehr einen hohen Grad an Privatsphäre und trägt so dazu bei, den Anstieg der Informationsasymmetrie zwischen Verbrauchern und Unternehmen sowie zwischen Bürgern und staatlichen Institutionen zu verlangsamen. Da Wissen über die Gegenseite Macht ist, spielt die Privatsphäre für den Einzelnen eine entscheidende Rolle, wenn es um den Schutz der eigenen Position geht im Umgang mit Organisationen, die mächtiger sind als das Individuum.

Bargeld schützt die Privatsphäre

Bargeld hinterlässt im Gegensatz zu unbaren Guthaben und Zahlungen kaum Spuren. Früher wurden die Details einer elektronischen Zahlung lediglich für die Abwicklung verwendet, inzwischen sind die Zahlungsdetails jedoch selbst zu einem wertvollen Produkt geworden.¹ Aus Zahlungen gewonnene personenbezogene Daten können durch Informationen aus anderen Quellen ergänzt werden, z.B. aus datengenerierenden Anwendungen wie Marktplätzen oder sozialen Medien. Mit Hilfe moderner Datenanalyseverfahren lassen sich daraus Informationen zu einem identifizierbaren Nutzer extrahieren und sammeln. Der Datenverwender kann sich dann gezielt an eine Person wenden und ihr Angebote und Informationen vorlegen, die auf die jeweiligen (vermuteten) Bedürfnisse abgestimmt sind. Unternehmen möchten mit Hilfe zielgenauer Werbung ihren Umsatz steigern. Politische Parteien können Botschaften an ihre Wähler senden, denen diese wahrscheinlich zustimmen. Wer auch immer auf persönliche Datenprofile zugreifen und sie analysieren kann, vermag weitreichende Erkenntnisse über eine Person zu gewinnen.

Die Bürger haben jedoch ein Recht auf den Schutz ihrer Privatsphäre. Bei Bargeld werden weder dessen Besitzer noch die damit getätigten Transaktionen aufgezeichnet. Wenn mit Scheinen und Münzen gezahlt wird, wissen nur der Käufer und der Verkäufer über die Einzelheiten des Geschäfts Bescheid: Was wurde in welcher Menge wann, wo, von wem und zu welchem Preis gekauft? All dies liefert wertvolle Informationen über eine Person und ihre Gewohnheiten.

Aber selbst Bargeldtransaktionen sind nicht in vollem Umfang anonym. Die Digitalisierung schreitet immer weiter fort und auch wenn Barkäufe nicht aufgezeichnet werden, kann der Käufer zahlreiche Datenpunkte hinterlassen haben. Vielleicht hat er sich vor dem Kauf im Internet über das Produkt informiert oder den Kauf in sozialen Medien kommentiert. Zum einen lassen sich also bewuss-



Bargeld sorgt für besseren Datenschutz – und stärkt so den Einzelnen

te Online-Aktivitäten des Käufers nachverfolgen. Zum anderen werden möglicherweise auch offline Daten generiert, z.B. durch die Logins seines Smartphones oder die Sicherheitskameras eines Geschäfts.

Nichtsdestoweniger reduzieren Scheine und Münzen den digitalen Fußabdruck. Im Gegensatz zu einer elektronischen Zahlung werden durch die Bartransaktion selbst keine digitalen Daten erzeugt, und die Transaktionsdaten werden nicht automatisch an einen Dritten (z.B. einen Zahlungsverkehrsdienstleister) übermittelt. Bargeld trägt also zum Schutz der Privatsphäre bei, auch wenn es angesichts des digitalen Umfelds keinen vollständigen Datenschutz bietet.

„Ich habe nichts zu verbergen?“ – Wissen ist Macht!

Warum ist der Schutz der Privatsphäre so wichtig? Als gesetzestreuer Bürger könnte man meinen: „Ich habe nichts zu verbergen.“ Das ist jedoch ein Trugschluss. Bei Diskussionen, Verhandlungen oder im Wettbewerb ist es ein Vorteil, die Position der Gegenpartei zu kennen. Dies erhöht die eigenen Chancen, das gewünschte Ergebnis zu erzielen. Insofern liegt es in jedermanns Interesse, seine Privatsphäre zu schützen und so die eigene Verhandlungsposition zu stärken. Mit Hilfe der Datenindustrie können jedoch interessierte Parteien Erkenntnisse über die persönliche und finanzielle Situation einer bestimmten Person gewinnen. Dies kann dem Einzelnen durchaus schaden.

Seit jeher werden Daten zu einzelnen Personen gesammelt, sei es aus wirtschaftlichen Gründen (z.B. Schuldnerregister, Telefonbücher) oder für amtliche Zwecke (z.B. Grundbücher). Durch die Digitalisierung hat sich der Umfang der generierten Daten jedoch vervielfacht, und ihre Verarbeitung und Analyse ist einfacher geworden, so dass umfangreiche personenbezogene Profile erstellt werden können. Diese finden Datennutzer offensichtlich so hilfreich, dass sie dafür Geld ausgeben. Die Nachfrage nach aussagekräftigen Daten über potenzielle Kunden, Wähler usw. treibt die Datenindustrie an. Ein Punkt ist dabei vielleicht überraschend: Die von großen Online-Plattformen gewonnenen Daten reichen nicht unbedingt aus. Um von einer bestimmten Person ein so vollständiges Bild wie möglich zu bekommen, kaufen und kombinieren entsprechend spezialisierte Unternehmen („Datenmakler“) Daten aus verschiedenen Online- und Offline-Quellen und liefern ihren Kunden Informationen über genau definierte Zielgruppen.²

In Europa wurden die Vorgaben für die Nutzung personenbezogener Daten (also Daten, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare lebende Person beziehen) mit der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) strikter gestaltet.³ Allerdings ist die Nutzung personenbezogener Daten für definierte Zwecke zulässig, z.B. zur Erfüllung eines Vertrags oder einer rechtlichen Verpflichtung, und auch wenn die betroffene Person zugestimmt hat. Im Internet wird die Zustimmung zur Verarbeitung der eigenen personenbezogenen Daten häufig ohne große Überlegung erteilt, nämlich durch Anklicken eines entsprechenden Kästchens. Erst danach kann der Kunde auf die Dienste des jeweiligen Anbieters zugreifen.

Die Datenhalter behaupten häufig, personenbezogene Daten würden lediglich in anonymisierter Form verwendet. Datenschutzinstitutionen haben jedoch nachgewiesen, dass die Daten zumeist lediglich pseudonymisiert wurden und



Bargeld sorgt für besseren Datenschutz – und stärkt so den Einzelnen

einzelne Personen leicht identifiziert werden können.⁴ Forscher konnten 90% von 1,1 Millionen Kreditkarteninhabern allein anhand ihrer „anonymisierten“ Kartentransaktionen im Zeitraum von drei Monaten korrekt identifizieren. Dabei griffen sie auf Tag und Ort des Einkaufs zurück, nicht jedoch auf personenbezogene Daten wie Namen oder Kartennummern.⁵

Ganz gleich, ob digitale Zahlungen online oder offline erfolgen – sie sind eine reichhaltige Datenquelle, die aufschlussreiche Erkenntnisse über die Konsumgewohnheiten, den Alltag und die finanzielle Situation einer Person liefern kann. Trotz der umfangreichen Daten über die eigenen Nutzer behalf sich die Online-Plattform Google mit einem Zukauf von Offline-Zahlungsdaten von Mastercard, um ihren Werbekunden zu demonstrieren, dass eine Korrelation zwischen den Nutzerklicks auf Onlinewerbung und nachfolgenden Käufen im stationären Handel besteht. Beide Unternehmen versichern, dass keine personenbezogenen Daten verwendet wurden.⁶

Kräfteverhältnis zwischen dem Einzelnen (Kunde) und einem Unternehmen (Händler)

Die Digitalisierung hat die Informationsasymmetrie zwischen Unternehmen und Verbrauchern beträchtlich zum Nachteil Letzterer verschoben. Mit Hilfe digitaler Analysen von internen Kundendaten und gekauften Datenprofilen können insbesondere Internethändler sehr viel mehr über die privaten und finanziellen Gewohnheiten ihrer Kunden erfahren als umgekehrt der Einzelne über den Händler oder dessen Wettbewerber. Kann der Kunde angesichts der gestärkten Verhandlungsposition des Händlers noch ein gutes Geschäft machen?

Es ist möglich, Werbung gezielt an Kunden zu richten, die angesichts ihrer Datenhistorie ein bestimmtes Produkt oder einen bestimmten Service wahrscheinlich kaufen werden. Einerseits profitiert der Kunde gegebenenfalls von Werbung, die besser auf ihn abgestimmt ist. Andererseits wird er stärker in Versuchung geführt, zu viel zu kaufen. Im Internet können Kunden Preise und Produkte leicht miteinander vergleichen. Zunehmend gehen Online-Händler jedoch zu einer dynamischen Preisgestaltung über, d.h. sie ändern ihre Preise häufig, um die Markttransparenz zu verringern und den Verbraucher unter Druck zu setzen, damit er kauft, bevor sich die Preise möglicherweise wieder ändern. Die Preise können sogar auf die vermutete Kaufbereitschaft oder die finanziellen Möglichkeiten einer Person abgestimmt werden. So können z.B. die Preise höher sein, wenn Kunden per Tablet statt per PC auf eine Webseite zugreifen oder wenn sie mehrfach auf ein Angebot geklickt haben.⁷ Die Verhandlungsmacht des Kunden gegenüber dem Händler liegt vor allem darin, dass er ein attraktiveres Angebot eines konkurrierenden Shops nutzen kann. Wenn aber die Preistransparenz deutlich beeinträchtigt ist, zahlt der Kunde möglicherweise zu viel. Noch unklarer ist für die Kunden der wirtschaftliche Wert ihrer personenbezogenen Daten. Diese sind zu einem Wirtschaftsgut geworden, für das der „Produzent“ in der Regel nicht bezahlt wird. Angesichts des dynamischen Wachstums von datenbasierten Geschäftsmodellen wäre es interessant zu wissen, wie vorteilhaft der Tausch persönlicher Daten gegen Gratis-Onlinedienste für Verbraucher eigentlich ist.



Bargeld sorgt für besseren Datenschutz – und stärkt so den Einzelnen

Kräfteverhältnis zwischen dem Einzelnen (Bürger) und dem Staat

Die Bedeutung einer physischen Währung geht allerdings noch über die oben diskutierten wirtschaftlichen Aspekte hinaus. Sie berührt auch die Beziehung zwischen Bürgern und dem Staat. Die Umstellung auf transparente, nachverfolgbare elektronische Guthaben – und das Fehlen einer einfachen Bezahloption ohne Digitalspur und Einbindung Dritter – kann Datenmissbrauch und Eingriffen in die Bürgerrechte die Tür öffnen. Das Vorhandensein umfangreicher Daten über einen bestimmten Bürger kann sogar eine Überwachung aus politischen Gründen erleichtern.

Selbst in einem demokratischen Rechtsstaat sind die Bürger gut beraten, genau darauf zu achten, dass staatliche Behörden ihre Macht nicht missbrauchen. Dies bezieht sich nicht nur auf offensichtliche exekutive Befugnisse wie die Möglichkeit der Gewaltanwendung durch die Polizei. Erkenntnisse über die private und finanzielle Situation einzelner Bürger verleihen staatlichen Behörden zusätzliche Macht. Selbst bei strikten Datenschutzvorschriften kann ein unrechtmäßiger Missbrauch der Informationsasymmetrie nicht ausgeschlossen werden. Wenn umfassende Daten über Einzelpersonen verfügbar sind, besteht die Versuchung, diese aus persönlichen oder politischen Gründen zu missbrauchen – sei es durch einen einzelnen Beamten oder durch in- oder ausländische Geheimdienste.

Wenn Bargeld nicht mehr oder nur unter starken Einschränkungen verwendet werden dürfte, bestünde das Risiko eines ernsthaften Vertrauensverlusts in staatliche Behörden. Ob Bürger bereit sind, für die Behörden ein „offenes Buch“ zu sein, hängt entscheidend davon ab, inwieweit sie darauf vertrauen, dass die Verwaltung ordnungsgemäß funktioniert und ihr Mandat nicht überschreitet. Nimmt man den Bürgern ein einfaches Mittel, um ihre finanzielle Privatsphäre zu schützen, kann sich dies schnell als kontraproduktiv erweisen: Wenn sie sich den staatlichen Behörden ausgeliefert und nicht mehr als Bürger fühlen, würde die Bindung zwischen Bevölkerung und Staat gelockert.

Wo Regierungen Bürgerrechte missachten, hilft Bargeld – viel besser als digitale Zahlungen – oppositionellen Aktivisten, sich gegen illegitime Übergriffe der Behörden zu schützen, z.B. gegen Überwachung und Einschüchterung.

Bargeld stärkt den Einzelnen

Bargeld bietet im Zahlungsverkehr einen hohen Grad an Privatsphäre und trägt so dazu bei, den Anstieg der Informationsasymmetrie zwischen Verbrauchern und Unternehmen sowie zwischen Bürgern und staatlichen Institutionen zu verlangsamen. Da Wissen über die Gegenseite Macht ist, spielt die Privatsphäre für den Einzelnen eine entscheidende Rolle, wenn es um den Schutz der eigenen Position geht im Umgang mit Organisationen, die mächtiger sind als das Individuum.



Bargeld sorgt für besseren Datenschutz – und stärkt so den Einzelnen

¹ Ich weiß, was Du gestern gekauft hast, Zeit Online, 20. Juni 2018.

² So hinterlassen Sie jeden Tag eine riesige Datenspur, WirtschaftsWoche, 24. Mai 2018.

³ Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 (wirksam ab dem 24. Mai 2018).

⁴ Data brokers: regulators try to rein in the 'privacy deathstars', Financial Times, 8. Januar 2019.

⁵ De Montjoye, Yves-Alexandre et al, Unique in the shopping mall: On the re-identifiability of credit card metadata, Science, 30. Januar 2015.

⁶ Google and Mastercard Cut a Secret Ad Deal to Track Retail Sales. Google found the perfect way to link online ads to store purchases: credit card data, Bloomberg, 31. August 2018.

⁷ Dynamic Pricing. Warum online jeder einen anderen Preis zahlt, Bayerischer Rundfunk BR 2, 16. April 2019.

Originalversion in Englisch vom 2. Juli 2019: "Cash empowers the individual through data protection"



Bargeld sorgt für besseren Datenschutz – und stärkt so den Einzelnen

© Copyright 2019. Deutsche Bank AG, Deutsche Bank Research, 60262 Frankfurt am Main, Deutschland. Alle Rechte vorbehalten. Bei Zitaten wird um Quellenangabe „Deutsche Bank Research“ gebeten.

Die vorstehenden Angaben stellen keine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung dar. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung des Verfassers wieder, die nicht notwendigerweise der Meinung der Deutsche Bank AG oder ihrer assoziierten Unternehmen entspricht. Alle Meinungen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die Meinungen können von Einschätzungen abweichen, die in anderen von der Deutsche Bank veröffentlichten Dokumenten, einschließlich Research-Veröffentlichungen, vertreten werden. Die vorstehenden Angaben werden nur zu Informationszwecken und ohne vertragliche oder sonstige Verpflichtung zur Verfügung gestellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Angemessenheit der vorstehenden Angaben oder Einschätzungen wird keine Gewähr übernommen.

In Deutschland wird dieser Bericht von Deutsche Bank AG Frankfurt genehmigt und/oder verbreitet, die über eine Erlaubnis zur Erbringung von Bankgeschäften und Finanzdienstleistungen verfügt und unter der Aufsicht der Europäischen Zentralbank (EZB) und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) steht. Im Vereinigten Königreich wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Filiale London, Mitglied der London Stock Exchange, genehmigt und/oder verbreitet, die von der UK Prudential Regulation Authority (PRA) zugelassen wurde und der eingeschränkten Aufsicht der Financial Conduct Authority (FCA) (unter der Nummer 150018) sowie der PRA unterliegt. In Hongkong wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Hong Kong Branch, in Korea durch Deutsche Securities Korea Co. und in Singapur durch Deutsche Bank AG, Singapore Branch, verbreitet. In Japan wird dieser Bericht durch Deutsche Securities Inc. genehmigt und/oder verbreitet. In Australien sollten Privatkunden eine Kopie der betreffenden Produktinformation (Product Disclosure Statement oder PDS) zu jeglichem in diesem Bericht erwähnten Finanzinstrument beziehen und dieses PDS berücksichtigen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen.