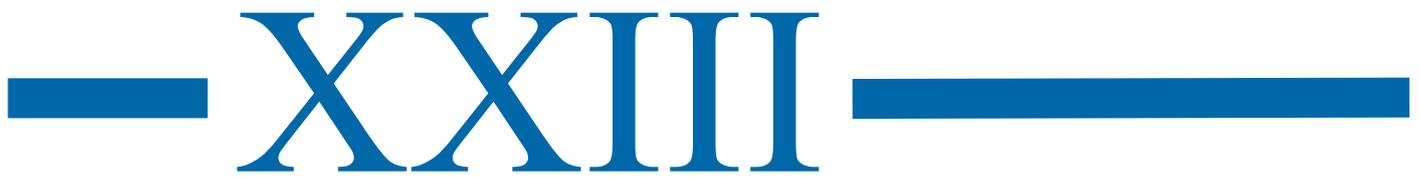




**School of
Management and Law**



**Atelier de la Concurrence
Tagungsbericht**

**„Big Data“ im Spannungsfeld
zwischen Chancen und Gefahren**

„Die Angst vor Big Data ist gross: Brauchen wir Regulierungen“

Aus dem Inhalt

**Nutzung und Weitergabe von Kundendaten
in Kfz-Händlerverträgen: Kartellrechtliche
Grenzen**

Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf,
ZHAW School of Management and Law,
AGON Partners

**Die Zukunft der vernetzten Gesellschaft –
das digitale Zeitalter und Smart Data**

Dr. Iris Kornacker, Swisscom

**Künstliche Intelligenz: Trägerrakete
des helvetischen Wohlstands**

Dr. Marianne Janik,
Microsoft Schweiz GmbH

Autorinnen

Valérie Brechbühl, Saskia Bischof

„Big data“ im Spannungsfeld zwischen Chancen und Gefahren

Tagungsbericht von Valérie Brechbühl und Saskia Bischof



„Die Angst vor Big Data ist gross: Brauchen wir Regulierungen?“

„Big Data“ ist in aller Munde. Damit verbunden sind enorme Chancen für die Unternehmen, namentlich für KMU's. Auch für die Bürger liegen die Vorteile auf der Hand: Eine medizinische Behandlung kann von vornherein besser auf die Patienten abgestimmt werden, dies unabhängig davon, wo man behandelt wird. Voraussetzung ist jedoch, dass auf die Patientendaten zugegriffen werden kann, was durch die Digitalisierung möglich wird. Gleichzeitig macht „Big Data“ auch Angst. Es grassiert die Furcht vor einem Verlust der Kontrolle über die persönliche Sphäre. Die Gesellschaft ist besorgt, dass „Big Data“ ganze Märkte und ganze Lebensbereiche zu beherrschen vermag.

Über die Hoffnungen und Ängste von Bürgern, Unternehmer und Politikern äussern sich die Expertinnen und Experten aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik am XXIII. Atelier de la Concurrence.



Prof. Dr. RA Patrick L. Krauskopf, Rechtsanwalt

AGON Partners/ZHAW



Dr. Iris Kornacker

Swisscom AG



Dr. Marianne Janik

Microsoft Schweiz GmbH



Dr. Seraina Denoth

Fischer Rechtsanwälte LLC



Dr. Nicolas Passadelis

Baker & McKenzie Zürich



Dr. Jean-Philippe Walter

Stellvertreter des Eidgenössischer Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten



Dr. Olivier Schaller

Vizedirektor der Wettbewerbskommission

Teil 1: Begrüssung und Einführung

Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf begrüsst die zahlreichen Teilnehmer. Er dankt dem musikalischen Sponsor „La Concordia“ aus Fribourg und den Partnern „UNCTAD“ und der „New Yorker State Bar Association“ der „Atelier de la Concurrence“. Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf macht darauf aufmerksam, dass es sich bei der heutigen Tagung über „Big Data“ um ein brisantes und aktuelles Thema handelt. Die hochkarätige Auswahl der Referenten erlaubt uns, uns mit den technischen und unternehmerischen Herausforderungen dieses Themas vertraut zu machen.

Teil 2: Referate

2.1 Nutzung und Weitergabe von Kundendaten in Kfz-Händlerverträgen: Kartellrechtliche Grenzen

Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf, AGON Partners, ZHAW School of Management and Law

Patrick Krauskopf macht zunächst das Publikum mit dem Thema der Datennutzung im Kfz-Gewerbe vertraut.

- Der Automobil Gewerbe Verband Schweiz AGVS ist die Dachorganisation, welcher über 5'000 Garagisten – häufig KMU und Familienunternehmungen – angehören. Diese beziehen Autos und Ersatzteile in der Regel beim Fahrzeughersteller oder dessen Generalimporteur. Letzteres ist in der Schweiz die Norm.
- Das Verhältnis des Garagisten zum Generalimporteure wird in sog. Händlerverträgen geregelt. In diesen Verträgen steht auch, wem die von Garagisten erhobenen und gesammelten Kundendaten gehören. Der AGVS hat die Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaft (ZHAW) beauftragt, die erwähnten Vertragsklauseln über die Kundendaten kartellrechtlich zu beurteilen.

Krauskopf weist eingangs darauf hin, dass das Gutachten der ZHAW sowie die Pressemitteilung am 1. Dezember 2016 auf der Homepage ZHAW und das AGVS aufgeschaltet werden. In den heutigen Tagungsunterlagen liegt bereits das „Executive Summary“ mit den nachfolgenden gutachterlichen Erkenntnissen.

1. Das Automobilgewerbe kennt u.a. zwei Märkte: Auf dem einen Markt verkauft der Händler den Wagen an den Kunden und auf einem zweiten Markt werden Wartungen am Fahrzeug durchgeführt.
2. In beiden Fällen wird vertraglich geregelt, dass die persönlichen Kundendaten nicht nur dem Händler gehören, sondern dem Generalimporteur weitergegeben werden müssen. Diese wiederum verwenden sowohl die Kunden- als auch die Kfz-Daten der Garagisten, um ihre eigenen kommerzi-

ellen Ziele zu verwirklichen.

3. Ein Garagist kann nicht Markenhändler oder -werkstatt werden, wenn er nicht die Datenklausel akzeptiert, wonach er seinem Vertragspartner (Generalimporteur) die fraglichen Daten herausgeben muss.

4. Verfügt der Generalimporteur über eine marktbeherrschende Stellung bzw. ist der Garagist vom Generalimporteur i.S.v. Art. 4 Abs. 2 KG abhängig, so stellt grundsätzlich die Datenklausel eine Art Marktmachtmissbrauch seitens des Generalimporteures dar. Der Garagisten/Händler hat nämlich keine andere Möglichkeit, als den Vertrag mit dieser Klausel zu unterschreiben („Erzwingung unangemessener Geschäftsbedingung“).

5. Das Gutachten hat somit ergeben, dass der – wie in einem früheren Gutachten der ZHAW festgestellt: marktbeherrschende – Generalimporteur mit der Datenklausel gegen das Kartellgesetz verstösst. Eine solche Klausel ist somit regelmässig nichtig. Möchte der Generalimporteur somit die Daten erwerben, so muss er hierfür eine Entschädigung zahlen.

2.2 Die Zukunft der vernetzten Gesellschaft - das digitale Zeitalter und Smart Data

Dr. Iris Kornacker, Swisscom

Iris Kornacker gewährt anhand von konkreten Beispielen einen Einblick zum Thema „Smart Data“ in Bezug auf die Swisscom.

Mit einem eindrücklichen Video führt Kornacker zunächst in das Thema der Digitalisierung ein. Die Digitalisierung ist nicht neu.. Sie begegnet uns bereits seit einigen Jahren und tritt in Wellen auf. Nach einer ersten Welle (Hypermobilität), die sich u.a. durch die Verbreitung von Smart Phones auszeichnete, folgte eine zweite Welle (Virtualisierung), die erstmals das effiziente Verarbeiten von „Big Data“ erlaubte. Gegenwärtig befinden wir uns in der dritten Welle der Digitalisierung. Mit dem Internet der Dinge (IoT) sind Dinge, Menschen und Prozesse miteinander vernetzt. Erste Formen von künstlicher Intelligenz finden Anwendung.

Nun ist man in der Lage aus grossen, komplexen und sich schnell ändernden Datenmengen einen immer grösser werdenden Mehrwert zu schaffen – man spricht von Smart Data. Die Digitalisierung ist kein Selbstzweck, sondern auf Grund ihrer Wirkung in vier Feldern wichtig

- Sie ermöglicht neue Geschäftsmodelle, beispielsweise in Form von Uber oder Airbnb
- Andererseits werden Kundenerlebnisse verbessert, indem Kunden z.B. personalisierte Angebote unterbreitet werden können
- Geschäftsprozesse werden digitalisiert und daher effizienter; beispielsweise in dem Augmented Reality in Reparaturprozessen genutzt wird
- Neue Formen der Zusammenarbeit werden möglich, z.B. in virtuellen Räumen

Auch Swisscom befindet sich in der digitalen Transformation. Beispielsweise finden Smart Data bei Swisscom in drei Bereichen Anwendung:

- Zur Verbesserung der Swisscom Angebote und internen Prozesse
- Bei der Befähigung von Geschäftskunden, damit diese ihre Daten wertstiftend nutzen können

- Indem Swisscom aus ihren Daten Informationen (Insights) generiert, z.B. anonymisierte und aggregierte Bewegungsinformationen aus Mobilfunknetzdaten, und diese Kunden zur Verfügung stellt

Zum letzten Punkt zeigt Iris Kornacker nun ein paar eindrückliche Beispiele.

- Echt-Zeit Verkehrsinformationen bzgl. Staus und Reisezeit auf den Schweizer Autobahnen zum besseren Verkehrsmanagement
- Auswertungen zum Verkehrsaufkommen in Städten, z.B. Ausgangsorte und Zielorte von Transitverkehrs-bewegungen zur besseren Stadt- und Regionsplanung (Beispiel Montreux)
- Bewegungsmuster rund um das St. Jakob-Park-Stadion in Basel als Beispiel für Anwendungen für Eventorganisationen

2.3 Künstliche Intelligenz: Trägerrakete des helvetischen Wohlstands

Dr. Marianne Janik, Microsoft Schweiz GmbH

Marianne Janik erläutert anhand eines Beispiels, dass die Technologie bereits so fortgeschritten ist, dass mit Hilfe von künstlicher Intelligenz auch körperliche Defizite kompensiert werden können.

- So ist es etwa dem Software Entwickler Saqib Shaikh gelungen, welcher sein Augenlicht bereits in frühen Jahren verloren hat, seine Umwelt in Echtzeit wahrzunehmen. Dies geschieht nur dank künstlicher Intelligenz, welche die Interaktionen in der Umwelt für ihn in Text umwandelt.
- Künstliche Intelligenz soll keine Angst machen, sondern uns ermutigen, die Entwicklung voranzutreiben, um uns einen Nutzen daraus zu schaffen.

Lässt man die drei letzten industriellen Revolutionen Revue passieren, so ist die Schweiz heute eines der wohlhabendsten Länder der Welt, obwohl die Schweiz Ende des 19. Jahrhunderts aufgrund fehlender Zukunftsperspektiven ein Auswandererland war.

- Die Technologie stellte unser Leben seit der letzten Revolution auf den Kopf. Wir haben heute die Möglichkeiten die anstehende vierte Revolution erfolgreich anzugehen. Die Treiber sind vor allem die neue und innovative Technologie, über die die Unternehmen verfügen.
- Heutzutage ist es auch möglich den zweiten Treiber, die Sensorik, erschwinglich zu erwerben. Unter Sensorik versteht man die Messung und Kontrolle von Veränderungen bei umweltbezogenen, biologischen oder technischen Systemen.
- Diese beiden Treiber führen dazu, dass das Thema künstliche Intelligenz heute für jeden zugänglich und präsent ist. Heute haben bereits Start-up Zugang zu diesen Technologien und können diese erfolgreich nutzen. Es ist kaum vorstellbar, dass heute ein Start-Up keine eigene IT-Infrastruktur hat.

Die Schweiz befindet sich bei den „Global Competitiveness Reports“ des WEF regelmässig auf Platz 1. Einer der Gründe für diese Spitzenplatzierung ist sicher unser duales Bildungssystem in der Schweiz, welches eine gute Zusammenarbeit zwischen Ausbildung und Industrie ermöglicht.

- Heute ist es beispielsweise im Bankenbereich möglich, dass ein Kundenberater dem Kunden eine personalisierte Anlagestrategie offerieren kann. So ist die Pflege des individuellen Kontakts, falls dies vom Kunden so gewünscht, besser möglich als noch vor einigen Jahren.

- Banken, aber auch Versicherungen können dank Kundeninformationen personalisierte Services anbieten, welche auch auf die jeweilige Lebenssituation zugeschnitten sind. Auch KMU können sich heute darauf fokussieren, innovative Dienstleistungen und Produkte anzubieten.

Die Chancen, die wir durch die vorhandenen Erfahrungen und die verschiedenen Industrien in der Schweiz haben, sind gigantisch. Das Thema rund um die Digitalisierung und künstliche Intelligenz benötigt aber auch viel aktiven Dialog.

- Die Technologie selber ist nicht der limitierende Faktor, sondern die Fragen, die mit dieser Thematik einhergehen.
- Deshalb hat sich Microsoft vorgenommen, ein Art Vertrag mit der Schweiz zu schliessen, um diese Herausforderung zu bewältigen. Auch werden Innovation und Sicherheit in den nächsten Jahren grosse Themen sein.

Wenn wir den Wohlstand der Schweiz mit ins neue digitale Zeitalter mitnehmen möchten, so hat es bei all diesen Themen noch Diskussionsbedarf, insbesondere wenn wir auch die Schubkraft der neuen Technologien nutzen möchten. Marianne Janik ist bei allen Herausforderungen durchaus positiv gestimmt: Insbesondere das vorhandene Potential und die Kreativität lassen die Schweiz positiv in die Zukunft blicken.

Teil 3: Panel

Nach einer kurzen Pause und der musikalischen Begleitung der Concordia Harmonie d'Excellence wird auf den nächsten Teil der Veranstaltung – die Paneldiskussion – eingestimmt. Prof. Dr. Patrick L. Krauskopf als Moderator des Panels stellt die Panelgäste vor: Dr. Seraina Denoth, LL.M., Dr. Marianne Janik, Dr. Iris Kornacker, Dr. Nicolas Passadelis und Dr. Jean-Philippe Walter.

3.1 Feedback der Panelisten zu den Referaten

Dr. Nicolas Passadelis

Nicolas Passadelis weist darauf hin, dass in Zusammenhang mit Big-Data explizite oder implizite Werte wie Wohlstand und Wohlfahrt thematisiert werden müssen. So sei in den Referaten auf Fragen wie funktionsfähiger Wettbewerb, effiziente Ressourcennutzung für die Technologie, Bildung, persönliche Freiheit, Schutz der Persönlichkeit sowie Sicherheit eingegangen worden.

Die Frage, die sich nun stellt, ist was wir mit diesen Werten tun. Diese Werte sind nicht alle kompatibel, sondern können auch Konflikte auslösen. Nicolas Passadelis stellt folgende These in den Raum: Regulierungen - so wie wir sie heute kennen -, sei es im Kartellrecht, im Datenschutzrecht, reichen für die Zukunft nicht mehr aus.

Dr. Seraina Denoth

Seraina Denoth stellt die Frage, wer welchen Nutzen aus der fortschreitenden Digitalisierung zieht. Sind es nun letztlich die Konsumenten, die Unternehmen oder sind es nur vereinzelte marktmächtige Unternehmen, welche profitieren? Diese Frage ist in einem politischen Diskurs zu klären. Bereits heute werden den Konsumenten personalisierte Angebote unterbreitet und diesbezügliche Nutzerdaten von Unternehmen genutzt. Wenn nun aber personalisierte Preise eingeführt werden, ist sehr fraglich, ob tatsächlich auch die Konsumenten profitieren oder letztlich nur die Unternehmen, und

zwar lediglich diejenigen Unternehmen, die über genügend Nutzerdaten verfügen.

Dr. Jean-Philippe Walter

Avec l'apparition de l'Internet et le développement des technologies de l'information et des communications, notre environnement sociétal s'est fortement modifié et nous évoluons aujourd'hui dans une société basée sur l'information et les données qui a révolutionné notre mode de vie, notamment en facilitant la communication et l'accès à l'information et à la connaissance. Cette transformation se devait d'être un facteur de démocratisation, de libertés et de progrès. Il s'avère être aussi le support de nouvelles formes de domination de certains tenants de l'économie numérique.

Dans une société numérique, au travers des objets connectés – on parle de + de 26 milliards d'objets connectés à l'horizon 2020 – nous devenons des humains connectés effaçant les frontières entre le réel et le virtuel et nous rendant totalement transparent pour les grands acteurs du Net. Tous nos gestes, nos interactions, nos comportements, nos déplacements sont susceptibles de générer des données. Le phénomène des mégadonnées, données massives ou big data n'est en soi pas nouveau, mais sa dimension et son importance ne cessent de croître d'une part par rapport à la quantité des données collectées et amassées, et d'autre part du fait de diversification des sources des données et de leur interdépendance toujours plus marquée. En outre, le concept de mégadonnées est étroitement lié au forage des données et à l'analyse prédictive et comportementale.

Notre société se trouve à la croisée des chemins : l'Homme numérisé et quantifié est un développement qui peut évoluer de manière positive ou négative.

Si en effet les nouveaux développements technologiques ne respectent pas les valeurs fondamentales de la société, les droits de l'homme et en particulier le droit à la dignité et à la non-discrimination, ils risquent d'entraîner rapidement des dommages irréversibles et une mise sous tutelle des personnes. Or, la société numérique se doit d'être démocratique et conforme aux droits et libertés fondamentales sous peine de déboucher sur une nouvelle forme de dictature.

Le grand défi de l'évolution de la société numérique aujourd'hui est donc de pouvoir bénéficier des progrès réels et des avantages qu'elle peut engendrer tout en garantissant les droits et les libertés et au-delà le fonctionnement d'une société libre et démocratique.

3.2 Fragen aus dem Publikum

Wer definiert die Grundsätze von Werten und besteht die Möglichkeit diese Werte in einem Gesetz zu erlassen?

Dr. Nicolas Passadelis

Dr. Nicolas Passadelis ist der Meinung, dass die Gesellschaft für sich selber eine Wertdiskussion im Bezug zur Digitalisierung führen muss. Der Panelist erläutert dies anhand des Beispiels des Automobils und macht uns auf die Parallelen zur Digitalisierung aufmerksam. Denn Tatsache ist, dass die Gesellschaft heute einen Weg gefunden hat, mit der Individualmobilisierung umzugehen und somit diese Vorgehensweise für die Digitalisierung übernommen werden kann.

Dr. Seraina Denoth

Seraina Denoth vertritt die Ansicht, dass Wertdiskussionen nicht nur von der Gesellschaft geführt

werden müsse, sondern dieses Thema auch von den Politikern aufgegriffen werden muss. Die Diskussionen müssen sich in einem fairen Rahmen abspielen und nicht durch marktmächtige Unternehmen beeinflusst werden. Zweifellos müssen Gesetze laufend angepasst werden.

Dr. Jean-Philippe Walter

Jean-Philippe Walter est d'avis qu'il ne revient pas aux tenants de l'économie numérique d'établir seuls les valeurs et de dicter les règles qui doivent régir le monde virtuel. Il est nécessaire et urgent d'avoir un véritable et large débat de société sur les enjeux du numérique. C'est ensuite au législateur a fixé les règles de base.

Wie wird der Datenschutz sichergestellt? Wie wird Re-Identifizierung vermieden? Dr. Iris Kornacker

Iris Kornacker versichert dem Publikum, dass die gezeigten Informationen (Insights) ausschliesslich auf anonymisierten und aggregierten Daten beruhen. Bei Swisscom arbeitet man entlang von entsprechenden Prozessen, Gemäss Vorgaben unterschiedlicher Gesetze werden die Rohdaten nach dem Anonymisierungsprozess endgültig gelöscht.

Gibt es Zielkonflikte zwischen Interessen der Konsumenten und der Innovationen bei der Swisscom?

Dr. Iris Kornacker

Das Bestreben von Swisscom und die Grundlage für wirtschaftlichen Erfolg ist eine hohe Kundenzufriedenheit. Innovation wird daher im Interesse des Kunden betrieben. Iris Kornacker nennt als Beispiel die Verbesserung der Verfügbarkeit des Netzes. Die Swisscom nutzt dazu eine neue daten-basierte Methode, welcher viel schneller erkennen kann, wenn Netzwerkprobleme auftauchen und meldet diese sofort an Swisscom, damit diese intervenieren kann. Dadurch kann die Swisscom ihr „Always-on“-Versprechen einhalten.

Wie viel Ressourcen werden für den gesamtübergreifenden Datenschutz bei den Unternehmen verwendet?

Dr. Iris Kornacker

Die Frage, wie viel Ressourcen die Swisscom für den Datenschutz aufwendet, ist schwierig zu beziffern. Tendenziell werden diese Ausgaben in naher Zukunft ansteigen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die Swisscom immer mehr zu einem „Data-driven“-Unternehmen wird. Das gesetzeskonforme Sammeln, Aufbewahren und Verarbeiten von Daten muss sichergestellt sein. Frau Kornacker erläutert noch, dass bei Swisscom Anwendungsfälle von Daten nicht nur in Bezug auf Datenschutz geprüft werden, sondern auch in Bezug auf Gesellschaftsfähigkeit und Reputations-schaden für Swisscom.

Wie wird die Regulierung beurteilt und wie hat sie sich in den letzten Jahren entwickelt?

Dr. Marianne Janik

Microsoft ist weltweit tätig und somit besteht in jedem Land verschiedene Regulatoren. Es besteht die Tendenz eher mehr Regulierungen in die verschiedensten Geschäftsprozesse einzubauen. Daher wird immer mehr Wert auf Zertifikate gelegt, mit welchen man den Kunden und anderen Anspruchsgruppen beweisen kann, dass im Bereich Controlling und Compliance alles verfahrenskonform abgewickelt wird. Marianne Janik wünscht sich, um den enormen Aufwand dieser Regulierungs- und Zertifikationsprozesse zu minimieren, mehr in grösseren geographischen Rechtsräumen denken zu können. Gewisse Fortschritte diesbezüglich sieht sie bereits in der EU. Wichtig für Microsoft ist auch, dass wenig Proaktive-Regulierungen eingehalten werden müssen. Proaktive-Regulierungen bedeuten, dass Technologien zu den Regulationsprozessen noch nicht vollständig ausgereift sind. Regulierungen sollten erst eingeführt werden müssen, wenn genügend Wissen zu den Abläufen, Konsequenzen und Kontrollen von Regulierungen vorhanden ist.

Dr. Jean-Philippe Walter

Jean-Philippe Walter rappelle que notre législation de protection des données date de 1992, c'est-à-dire avant l'apparition de l'Internet, des téléphones intelligents, de l'internet des objets et de l'émergence des réseaux sociaux. Si les principes de base de la protection des données demeurent tout-à-fait actuel, il nécessaire en particulier de renforcer la transparence des traitements, les droits des personnes concernés, de fixer de nouvelles obligations pour les responsables de traitement (annonce des violations de données, obligation de mise en conformité, évaluation d'impact, privacy by design, privacy by default, etc.), de renforcer les compétences des autorités de protection des données et d'avoir des sanctions dissuasives en cas de violation de la loi.

3.1 Panel

Was erwarten die Anwälte von einem wirksamen Datenschutzrecht in ihrer täglichen Praxis? Wie soll das umgesetzt werden? Ist das Kartellrecht ein mögliches „Tool“, um diese Datenschutzrechte in den Griff zu kriegen?

Dr. Seraina Denoth

Seraina Denoth ist der Ansicht, dass das Kartellrecht grundsätzlich nicht dazu da ist, einen wirksamen Datenschutz durchzusetzen. Dennoch ist sie der Meinung, dass auf Ebene der Unternehmen „Big Data“ eine wesentliche Rolle spielt. Aus ihrer Sicht hat das Kartellrecht die ganze Problematik von „Big Data“ noch zu wenig erfasst. Die Rechtsprechung in der Schweiz sowie der EU zeigt, dass bei Unternehmenszusammenschlüssen im Zusammenhang mit grossen Datenmengen bis anhin lediglich die Werbemärkte berücksichtigt wurden. Als Beispiel nennt Seraina Denoth Unternehmenszusammenschlüsse im Bereich Social Media und Suchmaschinen, bei denen nur die Werbemärkte als relevante Märkte angesehen wurden. Die Märkte, bei denen die User unentgeltlich Daten zur Verfügung stellen sind vom Kartellrecht bis anhin unbeachtet geblieben. Weiter besteht nach Meinung von Seraina Denoth die Möglichkeit bei der Fusionskontrolle einen Zusammenschluss mit Auflagen zu versehen, die von den betroffenen Unternehmen eingehalten werden müssen. Mit solchen Massnahmen könnte eine Verbindung zwischen dem Datenschutzgesetz und dem Kartellrecht erreicht werden, indem beispielsweise ein datenschutzrechtlicher Mindeststandard als Auflage für

den Zusammenschluss vorgegeben wird.

Dr. Nicolas Passadelis

Nach Nicolas Passadelis trauen sich die meisten Unternehmen (noch) nicht, das Datenschutzgesetz vollständig auszuschöpfen. Viele Unternehmen machen dies nicht, weil sie befürchten, die Öffentlichkeit wäre mit diesen Eingriffen nicht einverstanden. Der Panelist wünscht sich, dass die Behörden unvoreingenommen sind. Die Behörden nehmen sich bislang häufig der Lehrmeinungen an, bei welcher die Eingriffe in den Datenschutz nicht gerne gesehen wird. Die Behörden sollten sich mehr den Unternehmen und ihren Gründen für die Eingriffe annehmen und sich erst nach der Anhörung fragen, ob sie ein bestimmtes Anliegen unterstützen können und möchten.

Warum geben Konsumenten ihre Daten so schnell ab und zumeist unentgeltlich?

Dr. Marianne Janik

Marianne Janik erläutert, dass das Unternehmen Microsoft grundsätzlich nicht mit Kundendaten handelt, da dies nicht zu ihrem Geschäftsbereich gehört. Daten werden jedoch auch in ihrem Geschäftsbereich, der Technologie, benötigt, um einen individuellen Service anbieten zu können.

Dr. Iris Kornacker

Iris Kornacker ist der Ansicht, dass die Konsumenten für die Herausgabe ihrer Kundendaten bei den entsprechenden Firmen durchaus meist eine Gegenleistung erhalten und zwar beispielsweise das kostenlose Nutzen von Anwendungen (Applikationen (Apps)). Auch wenn die Konsumenten durch das Punktesammeln bei Migros oder Coop ihre Daten preisgeben, so können sie später diese Punkte zu ihren Gunsten wieder einlösen. Ohne eine Gegenleistung würden die Daten wahrscheinlich nicht einfach von den Kunden an die Unternehmen weitergegeben werden. Es ist aber sicherlich auch richtig, dass vielen Konsumenten heute der Wert Ihrer Daten noch nicht bewusst ist.

Wohin geht der Datenschutz?

Dr. Jean-Philippe Walter

Jean-Philippe Walter ist der Meinung, dass die Digitalisierung und auch das Thema „Big Data“ sowohl positive als auch negative Entwicklungen mit sich bringen. Es ist sicher zu stellen, dass die Privatsphäre trotz der Digitalisierung gewahrt wird. Die Debatte zwischen der Politik und den Regulatoren ist unabdingbar. In seiner Langzeitprognose erläutert der Panelist, dass die Entwicklung der Wirtschaft trotz oder eben dank der Digitalisierung weiterkommen wird.

Teil 4: Abschluss

Dr. Olivier Schaller, Wettbewerbskommission

Olivier Schaller schliesst die Veranstaltung zum Thema „Big Data“ im Hotel Schweizerhof in Bern ab, nachdem er sich bei allen Referenten, Teilnehmer und Beteiligten bedankt hat. Zum Schluss wird noch auf das nächste Atelier de la Concurrence hingewiesen, welches am 8. Februar 2017 im Volkartsgebäude in Winterthur stattfinden wird. Dr. Olivier Schaller kündigte an, dass bei der

nächsten Veranstaltung das Thema „Kartellrecht 4.0“ behandelt wird. Beim anschließenden Apéro
riche haben die Zuhörer die Möglichkeit, sich bilateral auch mit den Referenten und den Panelisten
auszutauschen.