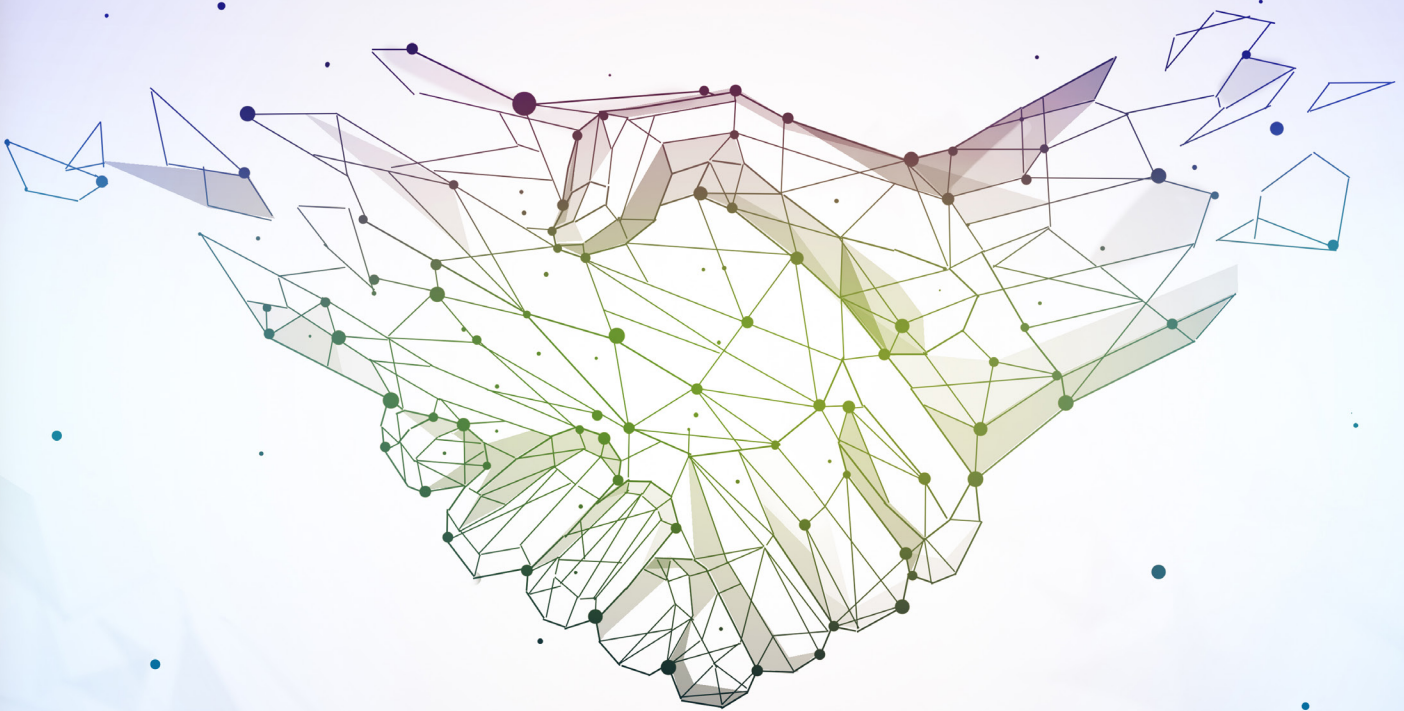


Digitale Ethik der Nussbaum Medien

Die digitale Transformation ist in aller Munde. Mit dem Wandel einher gehen zum Teil berechtigte Sorgen, Vorbehalte und Ängste. Immer wieder geraten Negativbeispiele zum Umgang mit personenbezogenen Daten in die Schlagzeilen.



Auch wir, die Nussbaum Medien Verlagsgruppe, arbeiten intensiv an der Konzeption, Entwicklung und Einführung neuer digitaler Angebote. Aufgrund des in uns gesetzten Vertrauens sehen wir es als unsere Pflicht, unsere Partner umfassend und offen über den Umgang mit sensiblen Daten zu informieren. Hierzu begegnen uns unterschiedlichste Fragen, die wir Ihnen ehrlich beantworten möchten. Gleichzeitig möchten wir Ihnen die von uns erstellten Richtlinien der digitalen Ethik vorstellen, welche die Grundlage für alle unsere digitalen Vorhaben und angebotenen Dienste sind.

Teile der folgenden Richtlinien sind Bestandteil der DSGVO und damit gesetzlich vorgeschrieben. Dennoch möchten wir einzelne Aspekte noch einmal hervorheben, da wir mit voller Überzeugung hinter diesen Gesetzen und Richtlinien stehen.

Richtlinien der digitalen Ethik

1. Die Privatsphäre unserer Kunden soll geschützt werden

Wir legen größten Wert auf den Schutz der Privatsphäre unserer Kunden, Partner und Mitarbeiter. Nur wenn es der Geschäftszweck erfordert, beispielsweise für die Zustellung der Mitteilungsblätter an die Adresse von Abonnenten, werden personenbezogene Daten verwendet.

Sollte dieser Zweck nicht bestehen, erfolgt die Verwendung der Daten grundsätzlich auf anonymer Ebene und damit nur auf den Inhalt, nicht die Person bezogen.

2. Datensparsamkeit – Wir speichern nur, was notwendig ist

Wir erheben ausschließlich Daten, die mit einem konkreten Verwendungszweck verbunden sind. Eine vorsorgliche Speicherung aller verfügbaren Daten, ohne für diese eine konkrete Verwendung vorzusehen, erfolgt nicht.

3. Die Informationsautonomie des Nutzers muss gewahrt werden

Nutzer unserer Systeme sollen grundsätzlich die Wahl haben, ob Sie Daten von sich preisgeben möchten oder nicht. Dafür sollen sie zwischen zwei Status wählen können, deren Wahl unterschiedliche Umfänge der Datensammlung und -speicherung mit sich bringen:

▪ Angemeldete Nutzer

Meldet sich ein Nutzer aktiv auf unseren Plattformen an, erhält er eine transparente Erklärung über die Verwendung seiner Daten. Dieser kann er jederzeit widersprechen. Auch hat er jederzeit die Möglichkeit, unsere Services unangemeldet zu nutzen - und damit der Speicherung von Daten vorzubeugen.

▪ Nutzer, die der Cookie-Speicherung zustimmen

Auf allen unseren Plattformen werden Nutzer über die Verwendung Ihrer Daten informiert. Ohne Anmeldung erfolgt die Verwendung der Daten ausschließlich auf anonymer Ebene, sodass selbst mit großem Aufwand kein Rückschluss auf die persönlichen Daten des Nutzers möglich ist.

Grundsätzlich hat ein Nutzer wie in der DSGVO gefordert natürlich unter anderem das Recht auf Löschung seiner Daten, wenn dadurch keine gesetzlichen Vorgaben wie z.B. Aufbewahrungsfristen verletzt werden.

4. Der Nutzer soll die Kontrolle über seine Daten behalten

Angemeldete Nutzer sollen die Möglichkeit haben, die von sich hinterlegten Daten einzusehen, zu prüfen und zu überarbeiten. Damit soll es dem Nutzer möglich sein, eventuelle Änderungen seiner Interessen vorzunehmen oder seine Daten vollständig zu löschen. Letzteres ist auch durch die DSGVO vorgeschrieben.

5. Die Sicherheit der Daten unserer Kunden soll stets gewährleistet sein

Der Schutz der uns anvertrauten Kundendaten steht für uns an erster Stelle. Dafür setzen wir auf zahlreiche interne und externe Sicherheitsmaßnahmen. Mit ständigen Optimierungen stellen wir sicher, dass selbst neueste Angriffsmethoden von außen zeitnah erkannt und abgewehrt werden können.

Diese Anforderungen an die Datensicherheit gelten auch für alle von uns beauftragten Partner wie beispielsweise in Europa ansässige Cloud-Betreiber.

6. Transparenz – Der Nutzer soll verstehen, was mit seinen Daten geschieht

Unsere Plattformen und Angebote sollen so gestaltet sein, dass jeder Nutzer den Grund, den Umfang und die Auswirkungen der Erhebung seiner Daten versteht. Und zwar verständlich, d. h. nicht nur durch das reine zur Verfügung stellen einer Datenschutzerklärung.

Das möchten wir erreichen, indem wir bei der aktiven Datenerhebung erklären, welchen Zweck die Angaben des Nutzers haben. Zum anderen möchten wir bei Funktionen oder Inhalten, die auf Nutzer- oder Nutzungsdaten beruhen, erklären, auf Basis welcher Daten die Ausspielung erfolgt.

7. Wir arbeiten ausschließlich mit vertrauenswürdigen Dienstleistern

Aufgrund der Vielzahl an digitalen Projekten bedarf es einer großen Zahl an spezialisierten Dienstleistern. Bei deren Auswahl und Beauftragung legen wir größten Wert auf die Reputation und Zuverlässigkeit der Partner. Ein wichtiges Kriterium ist dabei die vertraglich vereinbarte Diskretion im Umgang mit sensiblen Daten, sofern Dienstleister aus Projektgründen Einsicht in diese erhalten. Eine Verwendung der Daten zu anderen als den mit uns vereinbarten Zwecken ist somit grundsätzlich ausgeschlossen.

8. Partner sollen am Digitalisierungsprozess des Unternehmens teilhaben

Seit über 50 Jahre sind wir ein in der Region etablierter Partner von Kommunen, Vereinen, Unternehmen und Lesern. Deshalb sehen wir es als unsere Pflicht, enge Geschäftspartner in die Entscheidungs- und Gestaltungsprozesse der Digitalisierung mit einzubeziehen und unsere Ziele hinsichtlich der Verwendung von Daten offenzulegen.

9. Auf schutzbedürftige oder gutgläubige Nutzer soll Rücksicht genommen werden

Wir wollen sicherstellen, dass kein Nutzer hinsichtlich der Erhebung und Verwendung seiner Daten getäuscht wird. Besonders im Bereich schutzbedürftiger oder gutgläubiger Nutzer unserer digitalen Angebote ist es unser Ziel, mögliche Verstöße durch die Nutzer bereits im Vorfeld zu verhindern.

Fragen und Beispiele zur Verwendung von Daten

1. Sammelt und speichert Nussbaum Medien Daten seiner Kunden?

Ja. Nussbaum Medien benötigt, wie jedes Unternehmen, für die Durchführung seiner Aufgabe(n) Daten seiner Kunden und Geschäftspartner. In unserem Fall lassen sich diese grob in zwei Bereiche untergliedern:

“Klassische Daten“: Beispielsweise für die Zustellung der Mitteilungsblätter, die Abrechnung von Abonnements und Anzeigen oder zur Kontaktaufnahme mit unseren Kunden speichert und verwendet Nussbaum Medien unterschiedlichste Kundendaten. Ohne diese Informationen, dazu zählen unter anderem Namen, Adressen, Kontaktdaten und Zahlungsdaten, wäre es uns nicht möglich, unserem Auftrag nachzugehen.

“Neue Daten“: Aufgrund der steigenden Zahl an digitalen Angeboten steigt auch die Menge an Nutzer- bzw. Kundendaten. Das liegt in den Kernfunktionen unserer neuen Produkte begründet. Unser Ziel ist die Ermöglichung der lokalen Kommunikation zwischen allen lokalen Akteuren. Um diese Aufgabe mithilfe digitaler Angebote umzusetzen, sind beispielsweise Daten wie das Nutzungsverhalten auf unseren Plattformen, Interessen der Nutzer oder die Eigenschaften lokaler Unternehmen und Vereine notwendig. Deren Erhebung und Verwendung orientiert sich jedoch strikt an geltenden Gesetzen und unseren Richtlinien der digitalen Ethik.

2. Wie nutzt Nussbaum Medien die Daten seiner Kunden konkret?

Um die Verwendung der uns vorliegenden Daten vollumfänglich zu beschreiben, wäre eine umfangreiche, sehr technische Beschreibung erforderlich. Stattdessen möchten wir drei beispielhafte Anwendungsszenarien beschreiben, um einen Eindruck zu vermitteln, wie wir Daten im Rahmen von Angeboten und Services erheben und verwenden.

Szenario 1: Die personalisierte Auspielung von Inhalten

Jede Woche erhalten wir Artikel von mehreren Tausend Schriftführern. Dazu gesellen sich Inhalte wie Veranstaltungen, Anzeigen, Nussbaum-Club-Vorteile, Angebote und viele weitere. Einen Nutzer bzw. Leser interessiert jedoch in der Regel nur ein sehr kleiner Teil dieser Inhalte - eingeschränkt durch Interessen, geografische Merkmale oder Beziehungen (z.B. Vereine).

Um jedem Nutzer die für ihn passende Auswahl an Inhalten vorschlagen zu können, wird ihm die Möglichkeit gegeben, ein individuelles Interessenprofil anzulegen. Hierfür wird explizit das Einverständnis für die Verwendung seiner personenbezogenen Daten eingefordert. Andernfalls erfolgt die Verwendung der Daten auf anonymen Ebene.

Der Vorteil des Nutzers in diesem Szenario - sofern er diesen Dienst nutzen möchte - ist beispielsweise eine personalisierte BürgerApp. Über diese erhält er aktiv Vorschläge, welche Artikel oder weiteren Inhalte ihn interessieren könnten.

Szenario 2: Entwicklung neuer Angebote

Wir stehen ständig vor der Herausforderung zu erfahren, wie wir unsere Angebote, Portale, Apps oder Services ergänzen und besser machen können. Da mit jeder Neu- bzw. Weiterentwicklung Zeit und Kosten verbunden sind, müssen Entscheidungen auf Basis messbarer Erkenntnisse erfolgen. Ein reines Bauchgefühl reicht hierfür nicht aus.

Deshalb analysieren wir die Verwendung unserer digitalen Angebote um zu erfahren, welche Services von wie vielen Personen wann, wie oft und wie lange genutzt werden. Dazu gehören auch technische Daten wie bspw. der verwendete Internetbrowser oder das verwendete Gerät.

Nur dadurch ist es möglich, unseren Nutzern durch neue Angebote einen tatsächlichen Mehrwert bieten zu können - und im Zweifel weniger stark genutzte Angebote einzustellen. Auch hier richtet sich der Umfang der Erfassung natürlich nach den gesetzlichen Vorgaben - bis hin zur Ablehnung durch den Nutzer.

Szenario 3: Reporting für werbetreibende Kunden

Seit jeher erwarten Anzeigenkunden quantitative Angaben zu unseren Mitteilungsblättern, in denen sie bezahlte Werbung schalten. Dazu gehören neben verbreiteten Auflagen auch Informationen zur Leserstrukturen, Leser pro Haushalt oder andere demografische Merkmale. Diese wurden unter anderem durch regelmäßige Marktbefragungen erhoben.

Digital ist das nicht anders, sondern noch viel detaillierter. Möchte man einem Kunden digitale Werbeformate verkaufen, müssen wir Fragen zu Seitenaufrufen, Klicks auf das werbliche Angebot oder zur allgemeinen Nutzung der Plattform und der Werbung beantworten können.

Dementsprechend ist es notwendig, unseren Kunden gewisse Möglichkeiten des Reportings anzubieten - sprich Auswertungen, wie erfolgreich ihre Werbemaßnahme ist oder war. Diese Reports enthalten primär Nutzungs- und damit keine personenbezogenen Daten. Die Erstellung von Reports erfolgt auf komplett anonymen Ebene, die keine Rückschlüsse auf die Nutzer zulassen.

Beispiel: Ein Händler für Pferdesportartikel bietet im Rahmen eines Nussbaum-Club-Vorteils 20 % Rabatt auf seine Waren an. Dieser Hinweis wird aktiv (anonymen) Nutzern vorgeschlagen, die Mitglied eines Pferdesportvereins sind oder in der Vergangenheit Artikel aus dem Themenbereich Pferdesport gelesen haben. Die Erstellung der Kampagne erfolgt hierbei durch den Verlag selbst, nicht durch den Händler.