

DATENSCHUTZ

KONKRET

Recht | Projekte | Lösungen

Chefredaktion: Rainer Knyrim

Datenschutz im Verein

Mehrwert oder mehr Aufwand?

Interview mit Günther Lutschinger, Fundraising Verband Austria

Verarbeitung von Mitglieder-daten im Verein

Rainer Knyrim und Fabian Jelacic

BVwG: Ausweiskopie bei langjährigem Mitglied

DSB: Öffentliche Kontaktdaten von Sportfunktionären

Viktoria Haidinger und Michael Löffler

„Recht auf Kopie“ – praktische Umsetzung

Barbara Wagner

Risk-Management in Zeiten des immateriellen Schadenersatzes

Sebastian Reimer und Daniel Stanonik

Checkliste: Erfüllung Informationspflichten (Art 13, 14 DSGVO)

Hans-Jürgen Pollirer

Heidi Scheichenbauer/Reinhard Ebner

Senior Expert und Leiterin network.fair.data, Research Institute, Digital Human Rights Center/freier Journalist

Mehrwert oder mehr Aufwand?

Interview mit Günther Lutschinger, Fundraising Verband Austria. Wie steht es um den Datenschutz in Non-Profit-Organisationen? Warum der KI-Einsatz neue ethische Fragestellungen aufwirft und weshalb manches Gesetz zwar gut gemeint, aber der NPO-Tätigkeit eher hinderlich ist, erläutert der FVA-Geschäftsführer Günther Lutschinger im Gespräch mit Heidi Scheichenbauer.

Datenschutz konkret: Seit rund fünf Jahren gehört die DSGVO zum Rechtsbestand. Gerade für kleinere Non-Profit-Organisationen ist manches nach wie vor komplex in der Umsetzung. Wie unterstützt der Fundraising Verband dabei?

Günther Lutschinger: Das Grundlagenwissen ist mittlerweile allgemein vorhanden, die spezifischen Fragestellungen wurden mehr, bspw zur Datenweitergabe bei gemeinsamer Verantwortlichkeit. Aufgrund steuerrechtlicher Erfordernisse haben viele Verbände ja eigene Strukturen fürs Fundraising, andere wiederum arbeiten förderal und müssen sich hier Detailfragen zu Umfang und Möglichkeit der Datenweitergabe widmen.

Knifflig wird es auch bei der Zweckbindung der Datenübermittlung, etwa um Spendenabsetzbeträge geltend zu machen. Nach den großen Organisationen müssen sich damit nun zunehmend auch kleinere Vereine auseinandersetzen.

Spezialberatung zu komplexen Themen kann der Verband selbst nicht leisten. Wir sind weder eine Datenschutzorganisation noch eine Anwaltskanzlei. Aber wir können vermittelnd wirken. Zweimal im Jahr veranstalten wir daher Austauschforen unter Beteiligung einer Rechtsanwältin oder eines Rechtsanwalts. Dort können und sollen solche Fragen diskutiert werden.

Datenschutz konkret: Sie sehen sich somit weniger in der rechtsberatenden Funktion denn als Schnittstelle ...

Lutschinger: Gerade in einem so jungen Rechtsbereich ist der Austausch wichtig. Was ich aus den Organisationen häufig höre, ist, dass die jeweiligen Datenschutzbeauftragten unterschiedlicher Meinung zu bestimmten Themen sind. Für die Verantwortlichen in der Geschäftsführung kann das mitunter irritierend sein.

Die DSGVO ist eben nicht wie eine 30er-Zone im Ortsgebiet, wo ich eine Verkehrstafel habe, die keine Interpretationen erlaubt. Welche Daten darf ich nach drei

oder fünf Jahren noch verwenden? Was soll ich bei einem Löschungsauftrag nun tatsächlich löschen und was aufheben? Wem darf ich welche Rechte in Bezug auf die Datenbanken gewähren? Bei solchen und anderen Fragen würde ich mir mehr Übereinstimmung zwischen Datenschutzbeauftragten wünschen.

Um es noch komplizierter zu machen: Mit der Entwicklung des europäischen Fundraising-Markts werden auch grenzüberschreitende Spenden häufiger. Optimalerweise müsste eine Abstimmung und Angleichung also nicht nur innerhalb einer Organisation oder einer Region, sondern auf europäischer Ebene erfolgen.

Teil unseres Anspruchs ist es, dass die ethischen Standards von Non-Profit-Organisationen über das gesetzliche Mindestmaß hinausgehen.

Datenschutz konkret: Was halten Sie in diesem Zusammenhang von der Idee europaweiter Codes-of-Conduct fürs Fundraising?

Lutschinger: Die Methoden und Erfordernisse sind je nach Land unterschiedlich, was derartige Ansätze wesentlich erschwert. Manche Länder arbeiten fast nur mehr elektronisch, bei anderen funktioniert die Spendenwerbung immer noch weitgehend über die Post.

Auch die Rechtsmaterien unterscheiden sich. In Österreich haben wir die Datenweiterleitungs-Verordnung, die uns verpflichtet, dem Finanzminister Daten zur Verfügung zu stellen. In anderen Ländern wiederum ist Cold Calling erlaubt etc.

Am Ende wird es zu einem europäischen Markt kommen und damit wird es auch europaweit vergleichbare Interpretationen dazu geben müssen, wie mit Löschanfragen oder den Erfordernissen der Datenminimierung umzugehen ist.

Datenschutz konkret: Unterdessen wird der Technologiesprung durch Künstliche Intelligenz womöglich neue Fragen aufwerfen. Werden Ihrem Wissen nach KI-Lösungen schon heute im Fundraising eingesetzt?

Lutschinger: Die praktischen Beispiele sind vorerst noch überschaubar, aber das wird kommen. Künstliche Intelligenz, neue Technologien und die sich daraus ergebenden Zukunftsperspektiven waren daher kürzlich auch ein Schwerpunkt beim Österreichischen Fundraising-Kongress in Wien.

In diesem Zusammenhang wurden auch ethische Fragen diskutiert. Nehmen wir das heikle Thema der Verwendung von Fotos mit Kindern. Statt ein reales Kind abzubilden, kann ich von der KI eine virtuelle Person kreieren lassen, um keine Persönlichkeitsrechte zu verletzen. Aber ist das dann tatsächlich die bessere Lösung? Oder beschwinde ich damit nicht letztlich die Spenderin und den Spender, wenn ich ihr/ihm eine computergenerierte Marketing-Figur als vermeintlich Spendenbegünstigten präsentiere?

Datenschutz konkret: Wie ist Ihre Einschätzung nach fünf Jahren DSGVO: Ist Datenschutz ein Mehrwert oder bloß mehr Aufwand?

Lutschinger: Aus Sicht unserer Mitgliedsorganisationen ist der Mehraufwand sicher hoch. Auf der anderen Seite ist mit der gesetzlichen Regelung auch mehr Rechtssicherheit gegeben.

Vor 20 Jahren noch herrschten gerade in der Wirtschaft sozusagen Wildwest-Methoden. Daten wurden überall gesammelt, getauscht und verkauft. Nun ist ein Bewusstsein für den Datenschutz vorhanden und dafür, dass wir letztlich alle Datenlieferanten und somit Betroffene sind. Teil unseres Anspruchs war immer, dass die ethischen Standards von Non-Profit-Organisationen über das gesetzlich erforderliche Mindestmaß hinausgehen müssen.



Günther Lutschinger im Gespräch mit Heidi Scheichenbauer, Leiterin network.fair.data – networkfairdata.at © Andreas Czák

Ein Nebeneffekt der DSGVO sind neue Erkenntnisse über die zum Einsatz kommenden Tools und Prozesse. Erst durch die Vorschriften zur Einwilligung in die Cookie-Nutzung wurde allen so richtig bewusst, was Cookies alles können. Und vor der Google-Fonts-Abmahnwelle wussten die meisten wohl nicht, dass bei Verwendung der Schriftarten IP-Adressen verschickt werden.

Datenschutz konkret: Gab es Auswirkungen der Google-Fonts-Massenklagen auf Ihre Mitglieder?

Lutschinger: Es gab natürlich auch unter den Non-Profit-Organisationen Betroffene. Im Gegensatz etwa zu den USA konnten sich in Österreich derartige Massenabmahnungen aber glücklicherweise nie als Mittel zur Rechtsdurchsetzung etablieren. Seitens des Vorstands hatten wir schon im Vorfeld den Beschluss getroffen, unseren Mitgliedern bei etwaigen Verfahren zur Seite zu stehen.

Es handelt sich um die mittlerweile zweite Abmahnwelle von Anwälten in meiner Verbandszeit. Etwas Ähnliches gab es auch schon im Zusammenhang mit fehler-

haften Impressen von Webseiten. Da genügte es oft, dass sich jemand bei der ZVR-Nummer vertippt hatte ...

Datenschutz konkret: Wie relevant ist das Hinweisgeberschutzgesetz für Non-Profit-Organisationen?

Lutschinger: Für den Wirtschaftssektor finde ich es gut, dass es dieses Gesetz gibt. Es trägt dazu bei, die Korruption einzudämmen. Im Fall von Non-Profit-Organisationen bin ich vom Nutzen nicht so überzeugt. Wenn ich solche Beschwerdestrukturen einführe, schüre ich damit automatisch das Misstrauen und die Verunsicherung. Die internen Prozesse stehen damit ständig im Alarmmodus. Glaubwürdigkeit jedoch ist gerade im Fundraising die wichtigste Währung.

Etwas Ähnliches beobachten wir im Bereich der Geldwäscheprävention. Die Grundregel lautet: Kenne deinen Kunden. Im Ergebnis führt das aber dazu, dass Vereine, NGOs und gemeinnützige Stiftungen Schwierigkeiten haben, ein Konto bei einer Bank zu eröffnen. Bei Bargeldsammlungen auf einer Veranstaltung bspw kann hinterher niemand mehr sagen, wer welche Summe gespendet hat. Einer geforderten vertieften Prüfung hält diese Vorgehensweise damit nicht stand.

Dako 2023/49

Zum Thema

Über den Interviewpartner

Günther Lutschinger ist seit 2007 als Geschäftsführer des FVA (Fundraising Verband Austria) tätig, eine Funktion, die er noch bis Jahresende 2023 ausübt. Darüber hinaus ist er Mitglied im Spendenbeirat des Finanzministeriums. Der promovierte Biologe startete seine NPO-Karriere 1986 bei „Neustart“, dem Verein für Bewährungshilfe. Anschließend arbeitete er 17 Jahre lang für WWF Österreich, davon acht Jahre als Geschäftsführer des Umweltverbands.

E-Mail: guenther.lutschinger@fundraising.at

Factbox Fundraising Verband

Als Dachverband für Österreichs Spendenorganisationen richtet sich der Fundraising Verband an alle Personen und Organisationen, die im Fundraising und Sponsoring tätig sind oder NPOs im Fundraising und Sponsoring beraten und unterstützen. Die Zivilgesellschaft trägt maßgeblich zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen bei. Der Fundraising Verband stärkt die Zivilgesellschaft, professionalisiert den gemeinnützigen Sektor und schafft eine Kultur des Gebens.

Internet: www.fundraising.at