

Assekuranz im Fokus der Daten und des Datenschutzes

Um Interessenten und Versicherungsnehmer zu erreichen und gut zu beraten, benötigt die Assekuranz Informationen über den Kunden. Zugleich wollen die Privatsphäre und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung gewahrt und geschützt sein. Dieses Spannungsfeld rückt immer stärker in den Vordergrund des öffentlichen Interesses und auch von Rechtsprechung und Regulierung.

EU-Bürger haben bei der Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten Anspruch auf einen effektiven Rechtsschutz nach nationalem und europäischem Standard. Dies kann so weit gehen, dass als Folge des EuGH-Grundsatzurteils vom 06. Oktober 2015 zu „Safe Harbor“ „in Zukunft gar keine personenbezogenen Daten mehr in die USA übertragen werden dürfen“ (Bitkom). Über 70 Prozent der deutschen Unternehmen bewerten das „Kippen“ des Safe Harbor Abkommens als positiv (artegic-Studie November 2015).

Ein grosses hamburgener Nachrichtenmagazin berichtet in diesen Tagen über den „gläsernen Patienten“. Da sind etwa Hoffnungen auf individualisierte Produkte und besten Service verbundenen mit bereits artikulierten „erheblichen datenschutzrechtlichen Bedenken“ des Bundesversichertenamts.

Aktuell stellt die Bundestagsfraktion der Grünen eine kleine Anfrage an die Bundesregierung wegen Transparenzanforderungen an Vergleichsportale. Dynamische Preise auf der Grundlage von Surf- und Suchdaten, von Standortdaten oder gar der genutzten Software werden kritisch hinterfragt.

Und nach einer aktuellen Studie des internationalen Automobilverbandes (FIA), die in Deutschland vom ADAC durchgeführt wurde, haben neun von zehn der europäischen Autofahrern erhebliche Bedenken gegenüber der Vernetzung ihrer Fahrzeuge. Aus Datenschutz- und Datensicherheitsgründen. Dabei wäre dennoch mehr als jeder Vierte bereit Daten zur Pannendiagnose zu übermitteln.

Versicherer, Vertriebe und ihre Dienstleister wollen für Vertrauen stehen und brauchen Vertrauen. Sie müssen sich sicher bewegen können im schwierigen Spannungsfeld von benötigter Information und Informationspflichten einerseits und den Sorgen und Interessen der Kunden andererseits. Im Prinzip - und das muss man klar sagen - sind praktisch alle Wertschöpfungsprozesse der Assekuranz betroffen: Vertrieb, Betrieb, IT, Schaden und Leistung, Marketing, Internet und Sozial Media, Personal, Datenschutz, Recht, Compliance u.a. bis hin zum Riskomanagement.

Der AMC bietet Information und fachlichen Austausch zu diesem Themenkreis. Aktuell im Thementag „Safe Harbor“- Das Datenschutz-Dilemma am 17.12.2015 im Kölner Maritim-Hotel. Beginn ist 9:30 Uhr, Ende der Veranstaltung ist um 16:30 Uhr.

Informationen und eine Anmeldemöglichkeit finden Sie hier: <http://www.amc-forum.de/content/veranstaltung/details.php?id=1622>

Weitere Veranstaltungen zu diesem Spannungsfeld, so AMC-Geschäftsführer Andreas Wölker, folgen im nächsten Jahr, zum Beispiel <http://www.amc-forum.de/content/veranstaltung/details.php?id=1658>

Pressekontakt:

Désirée Schubert

Telefon: 0221 / 3985973

E-Mail: schubert@amc-forum.de

Unternehmen

AMC Finanzmarkt GmbH - AMC-Forum

Georgstr. 5a

50676 Köln

Internet: www.amc-forum.de