



Dr. Nicola Jentzsch ist wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Wettbewerb und Verbraucher am DIW Berlin. Der Beitrag gibt die Meinung der Autorin wieder.

Auflösung der Privatsphäre – Ende der Solidarität?

In der aktuellen Debatte zur Digitalisierung des Gesundheitswesens wagen Krankenkassen einen Vorstoß in Richtung vermehrter Überwachung ihrer Versicherten. Über Fitness-Tracker und andere Wearables sollen diese persönlichen Daten preisgeben – Bonusprogramme setzen hierfür die entsprechenden Anreize. So hat der Chef der Techniker Krankenkasse, Jens Baas, in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung vom 7. Februar 2016 gesagt, dass Daten von Fitness-Trackern künftig in der geplanten elektronischen Patienten-Akte gesammelt werden sollten. Allerdings solle der Versicherte „Herr über seine Daten“ bleiben und selbst entscheiden, welche Informationen die Kasse einsehen darf. Versicherungen wie die Generali in Europa oder Oscar und John Hancock in den USA haben bereits Programme eingeführt, die auf Trackerdaten zurückgreifen. Dies wird einen Prozess in Gang setzen, der das Potential hat, die Privatsphäre aufzulösen und das Solidarprinzip zu unterminieren.

Ökonomen kennen die scheinbar freiwillige Offenlegung ökonomisch relevanter Informationen seit den 80er Jahren aus Signalspielen. Sie ist unter dem Namen Unraveling (englisch für Auflösung, Aufdeckung) bekannt. Sobald Akteure einen Anreiz haben, verifizierbare Informationen offenzulegen, werden die „besten Typen“ (jene mit besonders gutem Signal) dies auch tun. Dies wären im Versicherungsbeispiel alle aktiven Sportler. Jeder, der nicht offenlegt, wird mit den „schlechten Typen“ in einen Topf geworfen und muss einen höheren Preis bezahlen. Um dies zu verhindern, werden immer mehr Menschen ihre Daten preisgeben, schon weil sie sich hohe Tarife nicht leisten können oder wollen.

Ein wiederkehrendes Argument der Versicherungen ist, dass eine feinere Kunden-Segmentierung eine Personalisierung von Angeboten und Preisen ermöglicht. Dies steigere die allokativen Effizienz und Wohlfahrt. Unter bestimmten Umständen ermöglicht die Personalisierung von Angeboten

und Preisen im Wettbewerb eine Gewinnsteigerung für die Industrie, für die Verbraucher jedoch sinkt die Wohlfahrt.

Derzeit ist auch noch keine der großen ethischen Fragen nach Gerechtigkeit, Fairness und Solidarität in Bezug auf Unraveling geklärt. So besteht die Gefahr, dass für manche Versicherten die Preise durch die zunehmende Tariffdifferenzierung steigen. Sollte dies eintreten, wäre zu fragen, wieviel Solidarität und Privatsphäre wir Effizienzgewinnen opfern wollen. Zwei Beispiele hierzu. Eine alleinerziehende, erwerbstätige Mutter mit zwei Kindern wird wohl kaum die Zeit und Energie finden, fünf Mal die Woche zu trainieren. Soll sie statt beim Fitnesstraining bei der Hausarbeit überwacht werden? Ein sehr fitter Sportler, der einen Ermüdungsbruch erleidet und auf ärztlichen Rat hin nicht mehr fünf Mal die Woche trainiert (obwohl er gerne würde und dies in der Vergangenheit nachweislich getan hat), soll der ab jetzt mehr bezahlen? Wie weit soll Personalisierung in diese Lebenssituationen vordringen?

Ist der Unraveling-Prozess einmal in Gang gekommen, ist er nur schwer aufzuhalten, zumal Offenlegung zu einer sozialen Norm werden könnte, sobald das Gegenteil mit Stigma belegt ist. Auch empirisch ist das Phänomen mittlerweile anhand von Laborstudien belegt. Diese zeigen, dass die Offenlegung zwar (unter anderem) von den Kosten der Offenlegung abhängt, diese aber mit der zunehmenden Verbreitung digitaler Technologien sinken.

Man kann Unraveling am ehesten durch ein Totalverbot der Datennutzung kontrollieren: so geschehen in den USA mit dem Genetic Information Nondiscrimination Act von 2008. Dieses Gesetz verbietet die Nutzung genetischer Informationen für Diskriminierung in der Gesundheitsversicherung. Eine Begrenzung der Nutzung von Daten scheint ebenso denkbar, beispielsweise wenn Versicherungen nicht mehr als 20 Prozent Preisnachlass für Fitness-Daten gewähren dürfen. Eines ist bereits jetzt klar: In der digitalen Ökonomie ist Privatsphäre sehr viel mehr als nur der Schutz persönlicher Daten.



DIW Berlin – Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung e. V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin
T +49 30 897 89 -0
F +49 30 897 89 -200
83. Jahrgang

Herausgeber

Prof. Dr. Pio Baake
Prof. Dr. Tomaso Duso
Dr. Ferdinand Fichtner
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.
Prof. Dr. Peter Haan
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Dr. Kati Krähnert
Prof. Dr. Lukas Menkhoff
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. C. Katharina Spieß
Prof. Dr. Gert G. Wagner

Chefredaktion

Sabine Fiedler
Dr. Kurt Geppert

Redaktion

Sylvie Ahrens-Urbaneck
Renate Bogdanovic
Dr. Franziska Bremus
Sebastian Kollmann
Dr. Peter Krause
Marie Kristin Marten
Ilka Müller
Dr. Wolf-Peter Schill

Lektorat

Karl Brenke
Hermann Buslei
Dr. Philipp König

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49-30-89789-249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. (01806) 14 00 50 25
20 Cent pro Anruf
ISSN 0012-1304

Gestaltung

Edenspiekermann

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit Quellen-
angabe und unter Zusendung eines
Belegexemplars an die Serviceabteilung
Kommunikation des DIW Berlin
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.