

**V-58** Meine Daten, mein Leben – Datenmacht der Konzerne beschränken!

Antragsteller\*in: Katharina Dröge (KV Köln)

Tagesordnungspunkt: V Verschiedenes

1 Seit Jahren verändern große Internetkonzerne wie Google, Facebook, Amazon und Co. die Art  
2 und Weise, wie wir leben und unsere Wirtschaft funktioniert. Sie stellen Geschäftsmodelle in  
3 Frage, überspringen mühelos die Grenzen von Märkten und Rechtsordnungen und führen nebenbei  
4 noch eine neue Form der Bezahlung ein. Auf dem digitalen Markt wird zunehmend nicht mehr mit  
5 Geld bezahlt, sondern mit der Offenlegung unseres (digitalen) Lebens, im Tausch gegen  
6 vermeintlich kostenfreie Dienste. Mit diesen Daten und Informationen über unser Alltagsleben  
7 verdienen die Unternehmen nicht nur viel Geld, sie werden zum Türsteher eines riesigen  
8 Marktes, auf dem sie ihren Wettbewerbern und Kunden Bedingungen diktieren können. Mit  
9 Verweis auf die eigene Multinationalität sehen sie sich oftmals nicht an gesetzliche  
10 Vorgaben gebunden.

11 Durch Daten kommen Unternehmen in den Besitz teils sehr persönlicher Informationen. Sie  
12 erfahren wo, was und wann wir einkaufen, nach welchen Informationen wir suchen, mit wem wir  
13 wie oft kommunizieren und ob wir lieber Aufzug fahren oder Treppen steigen. Durch die  
14 Verknüpfung der gesammelten Daten können die Unternehmen Rückschlüsse darüber ziehen, ob  
15 jemand gerne Sport treibt, sich gesund ernährt oder was er bzw. sie verdient. All diese  
16 Informationen können Unternehmen zu höchst aussagekräftigen Profilen verknüpfen und zu Geld  
17 machen. Bisher vor allem durch immer passgenauere Werbung, zunehmend aber auch durch das  
18 passende Produkt, individuell zugeschnittene Ansprache oder Preisangebote.

19 Immer häufiger wird diese – für die Verbraucher\*innen meist vollkommen intransparente –  
20 Individualisierung auf Basis nicht offengelegter Algorithmen Diskriminierungseffekte mit  
21 sich bringen. Wenn jemand auf Grundlage von Big Data einen höheren Preis für ein Produkt  
22 zahlen muss, weil er einer bestimmten Religionsgruppe zugehört oder eine bestimmte sexuelle  
23 Orientierung hat, ist das ein Eingriff in die Privatsphäre, von dem die Verbraucher\*innen  
24 noch nicht einmal erfahren. Sie können nicht mehr nachvollziehen, in was für einer  
25 Geschäftsbeziehung sie stehen, anders als beim Kauf eines Brotes oder beim Frisör. Es fehlt  
26 also eine grundlegende Voraussetzung für einen fairen Deal. Der wahre Preis der Freigabe  
27 persönlicher Daten und Informationen wird sich so für die Verbraucher\*innen erst in einigen  
28 Jahren zeigen.

29 Das nehmen wir nicht einfach hin. Datenschutz und faire Wettbewerbsregeln gelten auch für  
30 die globalen IT-Konzerne. Wir Grünen haben in den letzten Jahren immer wieder Vorschläge  
31 gemacht, wie man fairen und gleichberechtigten Wettbewerb im digitalen Zeitalter gestalten  
32 könnte. Wir stehen ein für Vielfalt, Offenheit und wirkliche Verbrauchersouveränität und  
33 wollen Markt- und Datenmacht global dort begrenzen, wo die wirtschaftliche, politische oder  
34 persönliche Freiheit Schaden nimmt und Geschäftsmodelle an Grenzen der Sittenwidrigkeit  
35 stoßen – in der digitalen Wirtschaft und darüber hinaus.

36 Bundeskanzlerin Angela Merkel, Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel und auch EU-  
37 Digitalkommissar Günther Oettinger haben es jedoch viel zu lange verpasst, hier klare  
38 Grenzen aufzuzeigen. Dies gilt vor allem für datenschutzrechtliche Vorgaben. Aber auch  
39 wettbewerbs- und fusionsrechtliche Reformen wurden verschlafen, um die Kartellbehörden  
40 angemessen für neue Formen der Marktkonzentration zu rüsten. Immer wieder mussten Gerichte  
41 als Korrektiv der aus einer falsch verstandenen Wirtschaftsnähe agierenden,

42 regulierungsscheuenden Bundesregierung und EU-Kommission eingreifen. Ihnen verdanken wir es,  
43 dass Grundrechten Geltung verschafft wurde und zumindest ein Mindestmaß an Rechtssicherheit  
44 für die Unternehmen besteht. Statt auf Wettbewerb, setzen Merkel, Gabriel und Oettinger  
45 weiterhin auf große Dinosaurier, statt auf wirksamen Datenschutz setzen sie auf  
46 Datenkapitalismus. Doch was schon im letzten Jahrhundert nicht funktionierte, funktioniert  
47 auch nicht in der modernen, digitalen Welt.

48 Aus unserer Sicht braucht es ein Wettbewerbs- und Datenschutzrecht, das den besonderen  
49 Herausforderungen der Digitalwirtschaft gerecht wird. Das gilt insbesondere für Märkte, die  
50 von großen Plattformen wie Facebook dominiert werden. Hier wirken so genannte  
51 „Netzwerkeffekte“. Die Plattformen sind umso attraktiver, je mehr Freunde und Bekannte dort  
52 sind. Irgendwann ist die Plattform so groß, dass ein Wechsel nicht mehr sinnvoll ist. Damit  
53 wird der Wettbewerb nahezu ausgeschaltet und die Marktmacht des Unternehmens gegenüber den  
54 Verbraucher\*innen ist extrem groß. Ähnliches gilt für Produkt- und Preisvergleichsportale –  
55 auch hier begünstigt eine bestimmte Größe und Anzahl an Produkten – seien es Flüge oder  
56 Hotels – die Qualität des Suchergebnisses. Gleichzeitig bleibt für die Verbraucher\*innen  
57 oftmals intransparent, nach welchen Kriterien Produkte oben gelistet werden und aus welchem  
58 Pool von Produkten gefischt wird. Wo solche Intransparenz fairem Wettbewerb schadet, muss  
59 die Politik Vorgaben machen. Und wo bestimmte Plattformen eine „Infrastruktur des Internets“  
60 darstellen, müssen wir darüber diskutieren, ob eine staatliche Regulierung notwendig ist.

61 Doch auch etablierte Unternehmen treten immer stärker als datenhungrige Akteure auf, seien  
62 es Versicherungen, Finanzdienstleister, Telekommunikationsanbieter oder Autobauer. Die  
63 Grenzen zwischen Internetwirtschaft und anderen Wirtschaftsbereichen verschwimmen zunehmend,  
64 viele neue Geschäftsmodelle bauen auch auf Geschäften außerhalb des Internets auf.  
65 Entscheidend ist, wer seinen Datenschatz zum Ausbau der eigenen Marktmacht und der Eroberung  
66 neuer Märkte nutzen kann.

67 Die Politik ist hier gefordert. Sie kann und sie muss einen fairen Ausgleich der Interessen  
68 schaffen.

### 69 **Moderner Datenschutz sichert die Ressource Freiheit**

70 Für einen faireren Ausgleich zwischen den Interessen der Verbraucher\*innen und den  
71 Interessen der Wirtschaft sorgt die europäische Datenschutz-Grundverordnung. Sie ist ein  
72 Erfolg grüner Politik. Sie gilt es nun entschlossen in nationales Recht umzusetzen und  
73 bestehende Handlungsspielräume zu nutzen, zum Beispiel beim Schutz von Arbeitnehmer\*innen.

74 Denn mit der Datensammelwut betreiben sowohl der Staat als auch einige Unternehmen seit  
75 Jahren Raubbau an der Ressource Freiheit. Die Bundesregierung untergräbt grundlegende,  
76 mühsam erkämpfte Prinzipien des Datenschutzrechts und fordert beispielsweise, das Prinzip  
77 der Datensparsamkeit aufzugeben – ohne irgendeine Unterscheidung bezüglich der Datenart  
78 vorzunehmen. So untergräbt sie das grundrechtlich garantierte Recht der informationellen  
79 Selbstbestimmung und die Entscheidung der Bürger\*innen, was mit ihren persönlichen Daten  
80 geschieht, wer sie sammelt, speichert, weiterverarbeitet, verknüpft und an Dritte  
81 weitergibt. Diesem Ausverkauf an Bürgerrechten stellen wir uns als Bündnis 90/Die Grünen  
82 auch weiterhin mit aller Entschlossenheit entgegen und kämpfen für die Souveränität der  
83 Verbraucher\*innen beim Umgang mit ihren Daten und Informationen. Wenn meine Daten und  
84 Informationen erst einmal in den Datenbanken großer Unternehmen in Nicht-EU-Staaten  
85 gespeichert, gerastert und zu höchst aussagekräftigen Profilen verknüpft sind, haben wir die  
86 Kontrolle hierüber bereits verloren. Dies gilt umso mehr, als dass eine maßgebliche  
87 Erkenntnis der Aufklärung um die Veröffentlichungen von Edward Snowden die ist, dass diese  
88 Datenbestände oftmals auch Geheimdiensten offenstehen. Die vormals geltende Trennung von  
89 privaten und staatlichen Datensammlungen gilt damit heute in der Realität nicht mehr. Die  
90 informationelle Selbstbestimmung muss jetzt zurückerkämpft werden!

91 Daher müssen wir jetzt auf allen politischen Ebenen entschlossen handeln und immer weiter  
92 ausufernden Datensammlungen einen Riegel vorschieben. Für uns ist innovativer Daten- und  
93 Verbraucherschutz zur Sicherung der Ressource Freiheit genauso wichtig wie Umweltschutz zur  
94 Sicherung der natürlichen Ressourcen. Spätestens wenn unser Solidarsystem bedroht wird, darf  
95 die Bundesregierung nicht länger tatenlos zusehen. Facebook hat ein Patent angemeldet, um  
96 die Kreditwürdigkeit von Menschen auf Grundlage ihrer Aktivitäten im sozialen Netzwerk zu  
97 bewerten. Autoversicherer bieten heute schon Verträge an, wo das individuelle Fahrverhalten  
98 als Grundlage dient den Preis festzusetzen. Krankenversicherer subventionieren Healthtracker  
99 durch Zusatz- oder Bonusprogramme, damit sie die Daten der Kund\*innen sammeln können.  
100 Verlierer dieser Entwicklung drohen die zu werden, die nicht so leistungsfähig sind wie  
101 andere oder diejenigen, die ihre informationelle Selbstbestimmung hochhalten. Wo Risiken  
102 nicht mehr solidarisch übernommen, sondern künftig jedem individuell zugeordnet werden, wird  
103 der Schwächere zum Leidtragenden. Dies gefährdet unser hart erkämpftes gesellschaftliches  
104 Solidarsystem und nicht weniger als den sozialen Zusammenhalt.

105 Ein effektiver Daten- und Verbraucherschutz ist aber auch wirtschaftspolitisch äußerst  
106 wichtig. Er schafft gerade für hiesige Unternehmen Rechtssicherheit und die Chance, mit  
107 innovativen, datenschutzfreundlichen und sicheren Anwendungen in den vergangenen Jahren  
108 massiv verloren gegangenes Vertrauen wieder herzustellen. Innovative Datenschutzkonzepte  
109 „Made in Germany“ könnten, sofern sie von der Bundesregierung unterstützt würden, drei Jahre  
110 nach den ersten Enthüllungen Edward Snowdens, ein wahrer Exportschlager sein. Zudem schafft  
111 ein starker Daten- und Verbraucherschutz auch Chancengleichheit zwischen den Unternehmen und  
112 verzerrt nicht den Wettbewerb, da alle auf Basis der gleichen Standards und Gesetze ihre  
113 Angebote anbieten müssen und sich nicht Kontrollen entziehen können durch die Wahl des  
114 Unternehmensstandortes.

### 115 **Das Wettbewerbsrecht braucht ein Update**

116 Das Kartellrecht in der EU und in Deutschland könnte ein scharfes Schwert bei der  
117 Durchsetzung der Rechte von Verbraucher\*innen sein. Seine originäre Aufgabe ist es, fairen  
118 Wettbewerb zwischen Unternehmen zu garantieren, übermäßige Marktmacht einzuschränken und  
119 faire Bedingungen für Verbraucher\*innen und Unternehmen zu garantieren. Das traditionelle  
120 Kartellrecht ist jedoch für das digitale Zeitalter nur noch bedingt geeignet. Die  
121 Bundesregierung hat die Herausforderungen viel zu lange verschlafen. Der neue Entwurf zum  
122 Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen geht nun erstmals in die richtige Richtung. Doch die  
123 Initiative kommt spät und sie reicht bei weitem nicht aus.

124 Wenn Fusionen zwischen zwei Giganten wie Facebook und WhatsApp von den Kartellbehörden  
125 einfach durchgewunken werden, zeigt dies, dass die Wettbewerbspolitik in Deutschland und der  
126 EU dringend reformiert werden muss. Wir Grünen fordern sowohl eine Reform der klassischen  
127 Fusionskontrolle, als auch eine Neubewertung von Marktmacht und dessen Missbrauch. Aus  
128 unserer Sicht muss auch die in Unternehmen konzentrierte Informations- und Datenmacht als  
129 Prüf- und Genehmigungskriterium berücksichtigt werden, sowie der Umgang eines Unternehmens  
130 mit diesen Informationen.

131 Bisläng schauen die Kartellbehörden bei Fusionen zunächst vor allem auf die Umsätze, die  
132 gerade in der Anfangsphase datenbasierter Dienste sehr gering sein können. Die Fusion von  
133 Facebook und WhatsApp lief so unter dem Radar von Bundeskartellamt und EU-Kommission, obwohl  
134 der Kaufpreis 19 Mrd. Dollar betrug. Wir Grünen fordern daher, dass bei einer Fusion auch  
135 berücksichtigt wird, ob mit einem Unternehmenszusammenschluss Daten und Informationen über  
136 die Kund\*innen zusammengeführt werden, die zu Wettbewerbsverzerrungen oder  
137 Datenschutzproblemen führen können. Auch die Zahl der Nutzer\*innen eines Angebots und der  
138 Kaufpreis müssen als Prüfkriterien bei Fusionen und für die Bewertung von Marktmacht  
139 etabliert werden. Und schließlich muss der Zugang eines Unternehmens zu exklusiven

140 Analysemethoden und Patenten von den Kartellbehörden berücksichtigt werden. Dadurch können  
141 Konkurrenten für viele Jahre komplett aus Märkten ausgeschlossen werden – zum Schaden der  
142 Verbraucher\*innen und des Wettbewerbs.

143 Woraus sich Marktmacht speist und wie diese missbraucht werden kann, verändert sich im  
144 digitalen Zeitalter. Auch hierauf müssen Politik und Wettbewerbshüter reagieren. Bislang  
145 heißt Marktmachtmissbrauch vor allem überhöhte Preise oder Knebelverträge für  
146 Geschäftspartner. In Märkten, in denen die Kunden im Tausch für ihre Daten und Informationen  
147 (nur vermeintlich kostenlose) Dienste erhalten, sind aber auch eine Verschlechterung des  
148 Datenschutzes und beschnittene Rechte der Verbraucher\*innen ein Missbrauch von Marktmacht.  
149 In Folge der Fusion von Facebook mit WhatsApp Ende 2014 kam es Anfang 2015 zu einer  
150 Verschlechterung der AGBs von Facebook, ohne dass die EU-Kommission tätig wurde. Auch das  
151 Bundeskartellamt prüft erst jetzt, zwei Jahre später, die Verschlechterung der  
152 Geschäftsbedingungen, ohne konkreten Bezug zur längst vollzogenen Fusion. Eine Prüfung des  
153 Marktmachtmissbrauchs mit Bezug zur Fusion ist jedoch wichtig, denn nur so kann ggf. auch  
154 über eine Rückabwicklung der Fusion entschieden werden. Wir Grünen fordern deshalb, dass  
155 Qualitätsverschlechterungen für Verbraucher\*innen, die aus einer marktbeherrschenden  
156 Stellung heraus entstehen, stärker in den Fokus der Kartellbehörden rücken.

157 Zunehmend stellen wir zudem fest, dass die klassische Marktabgrenzung der Wettbewerbshüter  
158 ein Problem darstellt. Vielfach wird der Markt, auf dem ein Unternehmen agiert, zu eng  
159 definiert. Doch klassische Marktabgrenzungen oder Ressortzuteilungen funktionieren im  
160 digitalen Zeitalter nicht mehr. Datenschützer und Wettbewerbshüter müssen hier sehr viel  
161 enger als bisher zusammenarbeiten. Markt- und Datenmacht, die daraus resultiert, dass ein  
162 Unternehmen auf verschiedenen Märkten operiert, gerät sonst aus dem Fokus. Die EU-Kommission  
163 ist zum Beispiel zu dem Schluss gekommen, dass Facebook und WhatsApp keine Konkurrenten  
164 sind, obwohl beide Kommunikationsplattformen mit direkten Netzwerkeffekten sind. Zweifel an  
165 dem Deal hat Facebook mit dem unverbindlichen Versprechen ausgeräumt, die WhatsApp-Daten von  
166 Facebook zu trennen. Jetzt prüft die Kommission, dass Facebook die Daten nun doch  
167 zusammenführt. Eine Verschmelzung hätte sie aber am besten mit einer Untersagung der Fusion  
168 verhindern können. Dies zeigt: die Kriterien für die Marktabgrenzung bei Fusionen müssen  
169 geändert werden, damit die Kartellbehörden auch die Zusammenführung von Daten, die Wirkung  
170 von Netzwerkeffekten und die Wettbewerbsbeschränkungen auf vor- und nachgelagerten Märkten  
171 erfassen.

172 Als Ultima Ratio wollen wir eine missbrauchsunabhängige Entflechtungsmöglichkeit im  
173 Kartellrecht verankern. Eine solche Regelung wollen wir auch auf europäischer Ebene  
174 einführen und so gegebenenfalls durch Aufspaltung der Unternehmen sicherstellen, dass sich  
175 eine übergroße Marktmacht, etwa bei Suchmaschinen, Handels- oder Kommunikationsplattformen,  
176 nicht von einem Bereich auf weitere ausweiten kann.

177 Schließlich wollen wir die Wahlfreiheit für Verbraucher\*innen stärken. Das in der EU-  
178 Datenschutzgrundverordnung verankerte Recht auf Daten-Portabilität ist ein guter Ansatz zur  
179 Stärkung der Rechte der Verbraucher\*innen und des Wettbewerbs. Wir wollen prüfen, wie man  
180 zudem die Interoperabilität zwischen digitalen Netzwerken gewährleisten kann, indem offene  
181 Standards und Schnittstellen gestärkt werden. Wettbewerb würde zum Beispiel dann entstehen,  
182 wenn Messenger-Dienste genauso untereinander kommunizieren müssten wie Email-Dienste oder  
183 Telekommunikationsanbieter. Kommunikationsplattformen mit direkten Netzwerkeffekten wie  
184 Facebook, WhatsApp, Instagram oder Snapchat werden sonst immer größer, so lange sie  
185 geschlossene Systeme bleiben.

#### 186 **Plattformen regulieren, Verbraucher\*innen online schützen**

187 Für eine neue Art der Wirtschaft brauchen wir neue Regeln im Datenschutz- und  
188 Wettbewerbsrecht und grundsätzlich eine bessere Verzahnung der verschiedenen Rechtsbereiche.

189 Viele alltägliche Marktverzerrungen und verbraucherfeindliches Verhalten durch Unternehmen  
190 werden bislang nicht rechtzeitig oder gar nicht erfasst. Mit ihren Gesetzgebungsvorschlägen  
191 zum Europäischen digitalen Binnenmarkt hat die Europäische Kommission einen wichtigen ersten  
192 Schritt hin zu besseren und einheitlicheren Regeln für den digitalen Markt gemacht. Wir  
193 Grüne fordern allerdings deutlich mehr.

194 So fehlen noch immer konkrete Vorschläge zur Plattformregulierung, um etwa bei App-Stores  
195 und Online-Shoppingportalen sicher zu stellen, dass die Plattformbetreiber ihre  
196 Mittlerfunktion auf dem zweiseitigen Markt zwischen Verbraucher\*innen und Anbietern nicht  
197 ausnutzen. Unser Ziel ist eine Plattformneutralität, die ihren Namen tatsächlich verdient.  
198 Es geht nicht nur darum, dass eine große Suchmaschine eigene Dienste vor allen anderen bei  
199 den Suchergebnissen anzeigt. Es geht auch darum, dass App-Stores systematisch eigene  
200 Produkte bevorzugen, konkurrierende Produkte teurer machen und damit fairen Wettbewerb  
201 ausbremsen.

202 Ungerechtfertigte Preisauflschläge auf Angebote anderer Anbieter müssen verboten und die  
203 Kostenstruktur den Verbraucher\*innen nachvollziehbar offengelegt werden. Dies gilt nicht nur  
204 für die Anbieter aus dem Silicon Valley, sondern auch für europäische Firmen. So kam vor  
205 kurzem heraus, dass der Buchungsdienst HRS solche Hotels weiter oben anzeigt, die an ihn  
206 einen Aufschlag gezahlt haben, und nicht etwa die mit den besten Bewertungen oder  
207 günstigsten Preisen, wie suggeriert wurde. Solche erpresserischen und in der Tendenz  
208 monopolistischen Plattform-Geschäftsmodelle brauchen starke Regeln – nach der  
209 Netzneutralität muss jetzt auch eine Plattformneutralität her. Wir wollen Betreiber von  
210 Buchungs- und Vergleichsportale aller Branchen gesetzlich verpflichten, anhand eines  
211 standardisierten Kriterienkatalogs eindeutige, verständliche und mit anderen Portalen  
212 vergleichbare Informationen über das Portal zu veröffentlichen. Es muss insbesondere  
213 erkennbar sein, ob das Portal den gesamten Markt abbildet oder nur eine vorbestimmte Auswahl  
214 von Anbietern. Die Inhalte des Portals müssen unmissverständlich von platzierter Werbung  
215 abgegrenzt und nach objektiven und für die Verbraucher\*innen relevanten Kriterien angeordnet  
216 werden.

217 Zudem ist es zwar richtig, dass bei der geplanten EU-Richtlinie für digitale Inhalte der  
218 Schutz von Verbraucherrechten mit Blick auf Gewährleistungs- und Haftungsansprüche endlich  
219 auch auf digitale Angebote ausgeweitet wird. So sollen Online-Inhalte und Software mit  
220 spezifischen Anforderungen wie einer Update-Pflicht angereichert werden, was insbesondere  
221 auch der IT-Sicherheit zu Gute kommen kann. Wir fordern auch dort verbindliche  
222 Mindeststandards, die auch dann gelten, wenn der Anbieter in seinen Geschäftsbedingungen  
223 einen Ausschluss von etwaigen Gewährleistungspflichten oder Sicherheitsstandards mit dem  
224 Kunden vereinbaren will. Ein kompletter Haftungsausschluss per Endnutzer-Vereinbarung, wie  
225 er bei Software seit Jahren üblich ist, egal wie schludrig es um die Funktionsfähigkeit oder  
226 die IT-Sicherheit bestellt ist, darf nicht mehr möglich sein.

227 Die neuen Rechte müssen auch dann gelten, wenn ein vermeintlich kostenfreier Dienst  
228 angeboten wird. Oft ist nämlich die Gegenleistung dort nicht Geld, sondern die Daten der  
229 Nutzer\*innen. Daher muss der Grundsatz gelten, dass, wer personenbezogene Daten freigibt, um  
230 in den Genuss eines vermeintlich kostenfreien Dienstes zu kommen, dies nur unter den  
231 Voraussetzungen der Datenschutz-Grundverordnung tun kann. So darf man nicht zur Herausgabe  
232 von Daten genötigt werden, wenn sie für den angefragten Dienst funktional gar nicht relevant  
233 sind, und es muss jederzeit möglich sein, eine erteilte Einwilligung zurückzuziehen, so dass  
234 freigegebene Daten auch wieder gelöscht werden.

## Weitere Antragsteller\*innen

Konstantin von Notz (KV Hrzgt. Lauenburg); Malte Spitz (KV Unna); Jan Philipp Albrecht (KV Wolfenbüttel); Renate Künast (KV Tempelhof-Schöneberg); Dieter Janecek (KV München); Sven Giegold (KV Düsseldorf); Ramona Pop (KV Berlin-Mitte); Matthi Bolte (KV Bielefeld); Farid Müller (KV Hamburg-Mitte); Tabea Rößner (KV Mainz); Kerstin Andreae (KV Freiburg); Thomas Gambke (KV Landshut-Stadt); Nicole Maisch (KV Kassel); Gerhard Schick (KV Mannheim); Pia Schellhammer (KV Mainz-Bingen); Madeleine Henfling (KV Iilm-Kreis); Max Löffler (KV Köln); Richard Ralfs (KV Rhein-Sieg); Verena Osgyan (KV Nürnberg)