

INTERNET

Die Privatsphäre löst sich in der Datenwolke auf

Die europäische Staatengemeinschaft kommt beim Datenschutz im 21. Jahrhundert an. Gut 17 Jahre ist das bestehende Regelwerk alt, das in den Mitgliedstaaten als Mindeststandard gilt. Wie viel 17 Jahre in der europäischen Politik und in der Wirtschaft bedeuten, veranschaulicht ein kurzer Blick zurück: 1995 einigte sich die Europäische Union darauf, den Euro als Gemeinschaftswährung einzuführen. Der Europäische Gerichtshof urteilte, dass Fußballer bei Vertragsende ablösefrei den Verein wechseln dürfen. Christo und Jean Claude sorgten für Furore, als sie den Reichstag verhüllten.

Vor allem aber redeten nur Eingeweihte über das Internet. Microsoft führte sein Betriebssystem Windows 95 ein. Von Google sollte erst drei Jahre später erstmals die Rede sein. Und Mark Zuckerberg feierte seinen elften Geburtstag. Erst neun Jahre später sollte er Facebook gründen.

Spätestens seit 1998 befindet sich die Welt mitten in einer technologischen Revolution, die nicht nur den Alltag der Menschen massiv verändert hat, sondern auch die Welt hat schrumpfen lassen. Diktatoren fällt es schwer, den Widerstand der Unterdrückten zu kontrollieren, wie zuletzt der arabische Frühling verdeutlicht hat. In funktionierenden Demokratien kaufen die Menschen mehr und mehr über das Internet ein, lernen neue Lebenspartner online kennen oder treffen sich in sozialen Netzwerken mit Freunden, um dort jede noch so unwichtige Banalität aus ihrem Alltag zu teilen. Was viele von ihnen nicht wissen: Gesagtes löste sich bislang wortwörtlich in Luft auf. Im Internet aber bleibt alles erhalten, solange der Server es speichert. Und solange es ein Online-Unternehmen will.

Die Datenflut, wohl gesammelt und sortiert, ist das Gold der Onlinegesellschaft: Das soziale Netzwerk Facebook strebt an die Börse und wird auf 100 Milliarden Dollar taxiert – nicht viel weniger als Siemens. Die

Daniel Delhaes



Die EU-Kommission versucht, Grundregeln für den Datenschutz im Internet zu formulieren. Das wird auch höchste Zeit.

Suchmaschine Google gehört längst zu den größten Konzernen der Welt. Verkaufsplattformen wie Amazon ermitteln mit Algorithmen die Kaufgewohnheiten und Leidenschaften ihrer Kunden, um mit passenden Produkten – und passenden Preisen – die Kauflust individuell zu steigern.

Weder der europäische Gesetzgeber noch die nationalen haben darauf bisher umfassend reagiert – auch nicht Deutschland. Im Gegenteil: Mühsam versuchen die Datenschutzbeauftragten im Alleingang, die größten Vergehen mit Appellen, Verhandlungen oder kleinen Bußgeldern zu ahnden.

Niemand hat etwas dagegen, dass die intelligente Datensammlung zu Werbezwecken unternehmerisch belohnt wird. Heikel wird die Sache indes, wenn Internetnutzer keinen blassen Schimmer davon haben, was im Hintergrund der Benutzeroberfläche passiert, wenn er auf eine Seite klickt, etwas länger anschaut, in einen Musiktitel hineinhört oder einfach nur die Seite eines Freundes als seine Lieblingsseite markiert. Die Online-Unternehmen verknüpfen Nutzerdaten zu Profilen, von denen jede polizeiliche Behörde träumt. Und jede Bank wäre froh, wenn sie so umfangreich Einblick in das Leben ihrer Kunden nehmen könnte, wenn diese etwa einen Kredit wünschen.

Facebook will gar das gesamte Leben seiner Nutzer abbilden und gleich noch die Gesichtserkennung einführen, mit der jeder auf jedem Foto erkannt und markiert wird. Alles umsonst für den Nutzer, versteht sich, der dankend annimmt. Das Internet bietet kostenlos das Ende der Privatsphäre an. Sie löst sich in der Cloud auf. Allen, die das nicht wollen, bleibt anscheinend nur eins: Raus aus dem Internet!

Natürlich gilt für jeden Einzelnen das Gebot, sparsam mit den eigenen Daten umzugehen. Hier sind die Schulen und Unternehmen gefragt, Medienkompetenz zu vermitteln. Ebenso muss es aber einen Schutz geben, damit das fantastische Internet weiter erfolgreich wachsen kann. Dazu gehört, dass Unternehmen Daten nicht ohne die ausdrückliche Zusage ihrer Kunden erheben. Entsprechend ist es richtig, dass die EU ein Regelwerk vorgelegt hat, das alle Unternehmen an hiesiges Recht bindet, ganz gleich, auf welchen Firmensitz sie sich berufen.

Und trotzdem besitzt die EU-Kommission keinen Freifahrtschein. Sie muss Bürgerrechte und wirtschaftliche Interessen sorgsam austarieren. Überbordende Bürokratie zum Datenschutz in Unternehmen hilft niemandem, erst recht nicht den Kunden, die dafür bezahlen dürften. Nur wer Daten aktiv verarbeitet, soll auch Regeln beachten müssen. Dazu genügt dann ein einheitliches Recht für den Europäischen Binnenmarkt. Fraglich bleibt, ob bei Verstößen Bußgelder von bis zu zwei Prozent des Jahresumsatzes nicht doch ein zu scharfes Schwert sind.

Im Detail wird in den kommenden Wochen und Monaten noch hart um den Entwurf der EU-Kommission gerungen. Es lohnt sich. Danach wird Europa stolz sein und sagen können: Die europäische Gesetzgebung hat sich einen Schritt mehr auf die globalisierte Wirtschaftswelt zubewegt.

Der Autor ist Korrespondent in Berlin.

Sie erreichen ihn unter:

delhaes@handelsblatt.com