

PRESSEMITTEILUNG

28. September 2011

„Soziale Netzwerke: Recht auf Privatheit ernst nehmen! Vielfalt fördern!“ Expertengremium stellt Positionspapier zu Sozialen Netzwerken vor

Prof. Dr. Tobias Brönneke: „Soziale Netzwerke bieten vielfältige Potentiale, aber monopolartige Strukturen gehen zu Lasten der Nutzer und der Rechte der Betroffenen.“

Prof. Dr. Andreas Oehler: „Soziale Netzwerke sollten sich öffnen und definierte Schnittstellen zueinander aufweisen, um einen fruchtbaren Wettbewerb der Anbieter zu erreichen.“

Soziale Netzwerke wie Facebook, Studi.VZ, Schüler.VZ oder auch Google+ und viele andere bieten faszinierende neue Möglichkeiten der Kommunikation. Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg sieht einerseits die vielfältigen Potentiale dieser neuen Form der Kommunikation. Zugleich werden die Persönlichkeitsrechte der Nutzer und Dritter nicht ausreichend gewahrt. Von anderen Netzinfrastrukturen (etwa Telekommunikation) bekannte Defizite durch monopolartige Angebotsstrukturen treten auch bei Sozialen Netzwerken auf, werden aber bisher als solche nicht ausreichend wahrgenommen. Die Verbraucherkommission spricht sich daher für eine Stärkung der Persönlichkeitsrechte gegenüber Anbietern Sozialer Netzwerke aus. "Dazu sind konkrete staatliche Maßnahmen erforderlich, vergleichbar mit den Regelungen bei den Telefonnetzen", fordern Brönneke und Oehler, Experten der Verbraucherkommission Baden-Württemberg im Vorfeld der Tagung der Datenschutzbeauftragten der Bundesländer.

Faszination Sozialer Netzwerke „mit Nebenwirkungen“

"Gerade in Sozialen Netzwerken werden Daten oftmals arglos für bestimmte Zwecke preisgegeben, z. B. um sich mit Freunden über den gelungenen Urlaub oder eine ausgelassene Feier auszutauschen. Dabei übersehen die Internetnutzer, dass diese Daten in anderen Zusammenhängen wiederverwendet werden, z. B. bei einer Bewerbung, beim Abschluss einer Lebens- oder Gesundheitsversicherung", betont Brönneke. Die bisherigen Regelungen bieten keinen ausreichenden Schutz der Persönlichkeitsrechte des Verbrauchers.

Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg fordert daher:

- Potentielle Nutzer Sozialer Netzwerke und Drittbetroffene müssen eine Chance haben, vor „Eintritt“ und „Verknüpfung“ tatsächlich überblicken zu können, wann was wie mit ihren Daten geschieht (inkl. einer Aufklärung über den möglichen Verlust des Einflusses).
- Die Betroffenen müssen die Möglichkeit bekommen, ihre Daten steuern zu können (Recht auf ein „digitales Radiergummi“).
- Wenn Nutzer der Sozialen Netzwerke Daten für private, nichtkommerzielle Zwecke preisgeben, sollen diese auch nur für private Zwecke genutzt werden können. Gefor-

dert wird ein Verbot der Nutzung nicht ausdrücklich freigegebener Daten, etwa im Rahmen von Bewerbungen oder zur Erstellung von Scoring- oder sonstigen Risikoeinschätzungen.

- Für personenbezogene Daten soll ein „Standardverfallsdatum“ ("Regellöschungspflichtung") eingeführt werden, welches aktiv vom Nutzer geändert werden kann („opt-in“).
- Die Wahrung der Persönlichkeitsrechte im Wege der Datensparsamkeit muss Vorrang vor kommerziellen Interessen haben. Die Netzbetreiber sind zu verpflichten, die Standardvoreinstellungen entsprechend zu setzen.
- Zusätzlich und parallel sollte systematisch an der Sensibilisierung der Nutzer im Umgang mit ihren Daten gearbeitet werden („digital literacy“), weil die eben genannten Regeln nicht ausreichen, manchen Nutzer „vor sich selbst“ zu schützen.

Angebotsvielfalt bei Sozialen Netzwerken fördern!

"Verbraucher haben bei genauem Hinsehen in aller Regel keine freie Wahlmöglichkeit, welchem Sozialen Netzwerk sie beitreten möchten: Die Wahl des Netzwerkes dürfte inzwischen regelmäßig dadurch bestimmt werden, wo sich die Freunde oder Bekannten angemeldet haben, mit denen man die Kommunikation über ein solches Netzwerk halten möchte", so Oehler.

- Es ist zu überlegen, bewährte Konzepte aus dem Bereich "älterer" Netzindustrien wie der Telekommunikation darauf zu prüfen, inwieweit Defizite im Markt der Sozialen Netzwerke behoben werden können, insbesondere, ob es möglich erscheint, einen funktionierenden Wettbewerb zu initiieren.
- Es ist zu erwägen, Soziale Netzwerke zu verpflichten (ähnlich der Telekommunikation), definierte Schnittstellen bereitzustellen, über die Nutzer des einen mit den Nutzern des anderen Netzwerkes kommunizieren können. Damit könnten sich Nutzer einfacher als bisher dazu entschließen, z. B. ein Netzwerk zu verlassen, bei dem sich aufgrund unabhängiger Testberichte herausstellte, dass die Persönlichkeitsrechte nur unzureichend geschützt werden.
- Auch für öffentliche Stellen wie z. B. Schulen und Hochschulen wird es zunehmend wichtig, in Sozialen Netzwerken präsent zu sein. Um die Entstehung von Informationsmonopolen Sozialer Netzwerke zu verhindern, sollten öffentliche Stellen wie Schulen oder Hochschulen Exklusivangebote in privaten Sozialen Netzwerken konsequent unterlassen.

Das Positionspapier kann unter www.verbraucherkommission.de heruntergeladen werden.

Kontakt:

Geschäftsstelle der Verbraucherkommission Baden-Württemberg

E-Mail: presse@verbraucherkommission.de

Telefon: 0711/126-2106 oder -2108