

Kulturkampf ums Speichern

Datenschutz Ein Österreicher kämpft gegen Facebook – weil er den Konzern zwingen will, sich an europäisches Recht zu halten. Bislang hat er Erfolg.

Die größte Überraschung war der Anruf der *New York Times*. Da fragte der Redakteur Maximilian Schrems, warum in Europa die Privatsphäre eigentlich so wichtig sei – und machte auch gleich zwei Antwortvorschläge: „Ist das wegen der Nazis oder wegen der Kommunisten?“ Schrems hielt das zunächst für einen Witz.

Doch der Journalist aus Übersee meinte es ernst. Und er war damit nicht allein. „In beinahe jedem zweiten Telefonat mit amerikanischen Medien geht es um den Nationalsozialismus“, sagt Schrems.

Das ist umso erstaunlicher, als es sich in den Gesprächen immer um ein uramerikanisches Unternehmen der Jetztzeit dreht: um Facebook. Denn Schrems ist mit seinem Kampf gegen den Internetgiganten diesseits wie jenseits des Atlantiks eine kleine Berühmtheit geworden.

Alles begann mit ein paar Mails, die er an die europäische Facebook-Zentrale in Dublin schickte. Er wollte wissen, was das weltgrößte soziale Netzwerk über ihn gespeichert hat. Eher durch ein Versehen, wie Schrems glaubt, übersandte das Unternehmen ihm tatsächlich einige Datensätze – ausgedruckt rund 1200 Seiten.

Darunter waren intime Details, etwa Chats mit einem psychisch angeschlagenem Freund, politische Konversationen, genaue Standortkoordinaten. Viele der Daten hatte Schrems längst gelöscht – dachte er jedenfalls. Facebook aber hatte die Löschung zwar vermerkt, die Inhalte aber weiterhin gespeichert.

Schrems rief als Jurastudent daraufhin die Initiative „Europe versus Facebook“ ins Leben und überzog die Firma mit 23 Anzeigen bei der irischen Datenschutzbehörde. Bislang mit Erfolg: Einen Fall gewann er, die anderen sind anhängig.

Was wiederum Facebook nicht unbeeindruckt ließ, stellt der 26-Jährige sie doch vor ungeahnte Herausforderungen. Denn der Wiener ist kein klassischer Technik- und Fortschrittsverweigerer, er benutzt ein Smartphone, hat einen Twitter-Account und ist nach wie vor bei Facebook aktiv. „Nur weil ich grundsätzlich lieber die Straße überquere im Wissen, dass es Verkehrs-



Netzaktivist Schrems: „Wie im Wilden Westen“

regeln gibt, bin ich doch nicht gleich ein Gegner des Individualverkehrs“, sagt Schrems. Es gehe ihm nicht um das Ob, sondern um das Wie.

Will man das Wie bei Facebook verstehen, muss man grob zwei bis drei Abende Lesezeit einplanen – so lange dauert es, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen des Konzerns und zugehörige Dokumente durchzuarbeiten. Schrems hat genau das getan: „Das ist wie im Wilden Westen. Vieles hätte in Europa niemals Bestand“, sagt er.

In einem Wiener Flughafenhotel versuchten zwei hochrangige Facebook-Mitarbeiter, Schrems „einzulullen und die Klagen abzuwenden“, erinnert er sich. Als man ihm erklärte, dass eine „Zustimmung durch Dritte“ nach der Rechtsauffassung von Facebook völlig ausreichend sei, um die Daten von jedem Menschen der Welt zu verarbeiten, war Schrems endgültig sicher, den richtigen Kampf begonnen zu haben. „Das ist so, wie wenn ich jemandem eine runterhaue und sage, es gebe für die Schläge eine Zustimmung von Dritten.“

Mittels Crowdfunding beschaffte sich Schrems' Initiative Geld, um die Beschwerden vorantreiben zu können. Dabei geht es seinen Mitstreitern und ihm weniger um die Auseinandersetzung mit Facebook als um den generellen Kulturunterschied. Denn abgesehen von ein paar spezifischen Ausnahmen ist in den USA alles erlaubt, was technisch möglich ist, wenn es um Daten geht. So geht Schrems gegen ein Unternehmen vor, das vielleicht gar nicht so recht weiß, was es eigentlich falsch gemacht hat. Was für Schrems aber nichts ändert: „Wir müssen diese Mentalität doch

nicht akzeptieren. Europäer haben nun mal ganz andere Vorstellungen vom Datenschutz, und ich finde die gut.“

Genau von diesem Grundgedanken lebt jetzt auch das Buch, das Schrems über seine Auseinandersetzungen mit Facebook geschrieben hat*. Pointiert beschreibt er darin die Allmacht der Netzkonzerne und wie ihnen das amerikanische Recht zur Hand geht. Sie würden zu virtuellen Türstehern, der Menschheit stehe eine „schleichende Algorithmusdiktatur“ bevor.

Schrems schildert, wie bereits jetzt eine Risikoverschiebung stattgefunden hat. War es bisher das Risiko eines Unternehmers, dass sein Kunde nicht bezahlt oder dass Reklame bei Menschen ankommt, die damit gar nichts anzufangen wissen, trägt diese Last heute der Konsument. Er muss damit leben, gläsern zu sein, damit Firmen nicht auf ihren Rechnungen sitzen bleiben oder Werbung als Streuverlust abschreiben müssen. „Aus dem Risiko des Unternehmens, dass zwei Prozent der Kunden nicht zahlen, wird sukzessive unser Risiko, vielleicht keinen Vertrag zu bekommen, nicht beliefert zu werden oder keinen Kredit zu erhalten“, analysiert Schrems. Er fordert analog zur sozialen Marktwirtschaft eine „soziale Informationswirtschaft“.

Dass Facebook seine ganz eigenen Vorstellungen vom Geschäftemachen hat, musste Schrems gerade erst selbst feststellen. Er wollte einen Eintrag bei Facebook bewerben, er handelt von seinem Buch. Das Netzwerk ließ die Kampagne nicht zu. Die Erklärung: „Dein Beitrag wurde nicht beworben, weil er auf unangemessene Art auf Facebook Bezug nimmt oder ein Bild eines Facebook-Markenzeichens enthält.“

Martin U. Müller

* Max Schrems: „Kampf um deine Daten“. edition a Verlag, Wien; 221 Seiten; 19,95 Euro.