

INTERNET

Operation Datenschatz

Google sammelt detaillierte Informationen über seine Nutzer – nicht nur in Videobörsen, virtuellen Netzwerken und beim E-Mail-Verkehr, sondern neuerdings sogar im Gesundheitsbereich und auf Handys. Nun formiert sich allmählich der Widerstand.

Das Örtchen Molfsee bei Kiel hat knapp 5000 Einwohner, drei Seen und ein idyllisches Freilichtmuseum. Es ist nicht unbedingt der Ort, von dem aus man einer Weltmacht den Krieg erklärt. Und doch ist Molfsee gerade dabei, eine Art gallisches Dorf des Digitalzeitalters zu werden. Die Gemeindevertreter haben einen mächtigen Gegner herausgefordert und – gewonnen. Zumindest vorerst.

Es geht um eine Flotte dunkler Opel Astra, die schon seit Monaten durch die Straßen deutscher Städte rollt. Die langsam fahrenden Autos erregen Aufsehen, denn auf ihrem Dach ist ein digitales Superauge mit elf Linsen montiert. Manche der Fahrzeuge tragen den Namen des Unternehmens, das den Auftrag für die wohl gewaltigste Fotosafari auf deutschen Straßen gegeben hat: Google.

„Street View“ heißt der Dienst, den das amerikanische Internet-Unternehmen gerade aufbaut. Straßen werden abfotografiert, mit Digitalkarten verknüpft und ins Netz gestellt. Wer eine Adresse eingibt, bekommt dann zum Stadtplan auch Fotos von der jeweiligen Gegend. Die Nutzer können später, so der Plan, virtuell durch Straßenzüge schlendern.

Zwar war das Auto noch gar nicht in Molfsee. Aber die dortigen Google-Gegner wollen auch, dass das so bleibt – und berufen sich auf einen juristischen Dreh: Nach der Straßenverkehrsordnung brauche Google zum Abfahren und Fotografieren der Umgebung eine Sondergenehmigung. Die verweigerten die Kommunalpolitiker Google kurzerhand.

Die Gemeinde hat damit eine Welle losgetreten. Anfang Oktober war Street View Thema im Innenausschuss des schleswig-holsteinischen Landtags. Schon ist von einer Bundesratsinitiative die Rede. Auf der Website des obersten Datenschützers des Bundeslandes gibt es neuerdings einen Warnhinweis zum Herunterladen: „Keine Bilder für Google Street View“.

Die Empörung, die aus der norddeutschen Tiefebene mittlerweile quer durch die Republik schwappt, ist neu. Und sie ist für Google nicht ungefährlich. Denn bislang steht das einst von Sergej Brin und Larry Page gegründete Unternehmen für ebenso einfach zu bedienende wie technisch ausgereifte Anwendungen. Und all das bieten die netten Jungs aus dem kalifornischen Mountain View auch noch kostenlos.

Mit den Kamera-Autos tritt der Internet-Konzern erstmals in der realen Welt in Erscheinung – und provoziert prompt scharfe Proteste: „Diese Bilder, die dann weltweit zum Abruf aus dem Internet zur Verfügung stehen, könnten mühelos mit Satellitenfotos, Adressdatenbanken und weiteren personenbezogenen Daten verknüpft werden“, warnt Peter Schaar, der Bundesbeauftragte für den Datenschutz.

Mit einem Klick könnte überprüft werden, in welchem Zustand sich ein Wohnhaus befinde. Banken könnten daraufhin einen Kredit verteuern, Einbrecher neue Ziele auskundschaften.

Das Internet-Imperium ist damit in Deutschland endgültig zum Politikum geworden. Dabei liefern die Kamera-Autos nur einen Bruchteil der Daten. Google offeriert ja auch den E-Mail-Dienst Google Mail, das Video-Portal YouTube, das soziale Netzwerk Orkut, das Programm Google Desktop, mit dem man den eigenen Rechner durchsuchen kann.

Gerade stellte der Konzern zudem einen eigenen Web-Browser namens „Chrome“ vor und will sich nun mit dem neuen Handy-Betriebssystem Android auch zum Herrscher über die mobile Welt aufschwin-



Internet-Nutzer (in Berlin): Immer mehr Kunden fragen sich, was Google über sie weiß

gen. In den USA war das erste dazu gehörende Handy mit 1,5 Millionen Vorbestellungen bereits vor der Markteinführung vergangene Woche faktisch ausverkauft.

Mit all diesen Diensten hat sich Google in nur zehn Jahren als virtuelle Weltmacht etabliert. Durch schiere Sammelwut ist die Internet-Firma zum Datenimperium aufgestiegen: Mit einem Klick seiner Nutzer kann Google nicht nur Suchanfragen mit Datum und Uhrzeit, sondern auch spezifische Informationen wie IP-Adressen, verwendete Browser-Typen, Spracheinstellungen und, bei anmeldepflichtigen Diensten, auch Benutzernamen speichern.

Bekannt ist zudem, dass Google die Inhalte der über Google Mail versandten E-Mails auf Signalwörter checkt – um dann passende Werbeangebote einzublenden.

Seine Milliardenengeschäfte macht Google nämlich mit der intelligenten Ausbeutung solcher Informationen für zielgenaue Werbung – im vergangenen Jahr setzten die Kalifornier über 16 Milliarden Dollar um.

Das wahre Google-Kapital bemisst sich nicht in Euro oder Dollar, sondern in Datensätzen. Deshalb ist die jetzt anbrechende Debatte für Google so bedrohlich. Sie trifft mitten ins Herz des Geschäftsmodells. Immer mehr Kunden fragen sich: Was weiß Google über mich? Kann der Netz-Gigant die gesammelten Informationen etwa zu Nutzerprofilen zusammenführen?

Im Vergleich zu dem, was Google über uns weiß, erscheine mancher Geheimdienst „wie ein Kinderschutzbund“, sagt Hendrik Speck, Professor an der Fachhochschule Kaiserslautern. Theoretisch



Google-Gründer Page, Brin: Virtuelle Weltmacht

könnte das Unternehmen heute die Suchanfrage nach einem Schwangerschaftstest speichern, neun Monate später zielgenau Werbung für Baby-Windeln schalten und weitere sechs Jahre danach die ersten Angebote für Schulanhilfe offerieren.

„Je mehr Daten Google von seinen Nutzern sammelt, desto höhere Preise kann das Unternehmen für die Werbung verlangen“, sagt Speck.

Der Mann, der dazu da ist, derlei Bedenken zu zerstreuen, hat einen noblen Arbeitsplatz, mitten in Paris: Avenue de l'Opéra, eine feine Adresse. An der Haus-

tür – kein Hinweis auf Google. Der wohl effektivste Datenstaubsauger der Welt setzt auf Diskretion. Hier residiert Peter Fleischer, ein drahtiger Mittvierziger im T-Shirt. Sein Titel: „Global Privacy Counsel“.

Fleischers oft wiederholtes Mantra lautet: Man müsse einen vernünftigen Kompromiss finden zwischen dem halsbrecherischen Entwicklungstempo des Internet und der Trägheit des Rechtssystems. Der Kompromiss bei den Straßenansichten sieht derzeit so aus: Eine Bilderkennungssoftware sucht automatisch nach Nummernschildern und Gesichtern und macht sie künstlich unscharf. Außerdem können Betroffene Bilder beanstanden, dann werden sie entfernt.

Das klingt gut, sieht in der Realität aber so aus: Ein Droschkenpferd in New York etwa wird fälschlich als Gesicht erkannt und unkenntlich gemacht. Das Bild eines Australiers dagegen, betrunken am Straßenrand liegend fotografiert, wurde zwar beanstandet – da war es aber längst zu spät: Kopien kursierten bereits auf hämischen Websites.

Als oberster Datenschützer soll Fleischer die Daten von vielen hundert Millionen Nutzern weltweit schützen, 29 Millionen davon in Deutschland. Seine Aufgabe ist es auch, das wachsende Unbehagen vieler Nutzer und Politiker gegenüber der „Datenkrake Google“ zu zerstreuen.

Die Bedenken der Bürger von Molfsee seien ebenso unbegründet wie die Angst vieler Nutzer, gegenüber Google vollends gläsern dazustehen, beteuert Fleischer: „Wir sammeln viele Daten, aber keine

Im Google-Netz

Google sammelt und speichert Nutzerdaten, wie z. B. Uhrzeit und IP-Adresse, aus neun Monaten und verarbeitet die Informationen. Die Datenbank regelt dann, welche Werbebanner eingespielt werden – je nach Inhalt der E-Mail, des Videos sowie Standort und Uhrzeit.



Satellitenbilder
Google Earth



Umgebungsbilder
Street View
noch nicht in
Deutschland



Google Maps für Handys



Dieses Angebot ermöglicht es Handy-Nutzern sich auch ohne GPS an vielen Orten zurechtzufinden. Jedoch kann Google die Person ebenfalls orten.

Internet-Suchmaschine



Google-Suche: Auf gut Glück!

Mit einem Marktanteil von knapp 80 Prozent ist **Google** die Nummer eins im Netz. Mit jeder Anfrage hinterlässt der Internet-Sucher einen Mosaikstein seines Interessenprofils bei Google.

Videoangebot



Jeden Tag schauen sich Filmfreunde auf **YouTube** Millionen von Videos an. Pro Minute stellen sie zehn Stunden Videomaterial ein und ermöglichen Google so Rückschlüsse auf ihre Vorlieben.

Website-Auswertung



Google Analytics hilft, die Nutzung einer Internet-Seite zu kontrollieren. Der Website-Besitzer soll hiermit z. B. Werbung gezielter platzieren. Google profitiert, indem es ebenfalls Informationen über diese Seiten gewinnt.

Mailservice



Google speichert Millionen E-Mails der Nutzer des kostenlosen E-Mail-Programms **Google Mail** auf seinen Servern.

Patientendaten



Mit dem Produkt **Google Health** kann der Anwender Patientendaten auf einem Google-Server hinterlegen.

DAS ALBUM

„... klingt so authentisch und melancholisch lasziv wie einst bei Stan Getz ...“ **Stereoplay**

DIE TOUR

25.11. - 13.12. 2008



TILL BRÖNNER RIO

Deutschlands Jazzmusiker Nummer eins hat seine brasilianische Seite entdeckt und feiert die Höhen und Tiefen des Lebens an der Copacabana. Mit dabei: **Vanessa da Mata, Kurt Elling, Melody Gardot, Annie Lennox, Aimee Mann, Sérgio Mendes, Milton Nascimento und Luciana Souza.** **Überall im Handel.**

- 25.11. Düsseldorf** Tonhalle
- 26.11. München** Philharmonie im Gasteig
- 29.11. Baden-Baden** Festspielhaus
- 30.11. Darmstadt** Centralstation
- 08.12. Hamburg** Laeiszhalle
- 09.12. Berlin** Philharmonie
- 10.12. Dortmund** Konzerthaus
- 11.12. Bremen** Glocke
- 13.12. Kiel** Schloss

TICKETS www.karsten-jahnke.de,
01805.626280* und 040.4132260 (Mo - Fr,
10 - 18 Uhr), sowie an allen bekannten
Vorverkaufsstellen

(*) Euro 0,14/Min. aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunkpreise können
abweichen

www.tillbroenner.com
www.jazzecho.de
www.karsten-jahnke.de



Medien

Daten, die eine bestimmte Person identifizieren.“

Gerald Reischl, Autor des Buches „Die Google-Falle“, reichen derlei Beteuerungen nicht aus: Das Unternehmen sei „ein Konzern, dessen Machenschaften, Macht-hunger und Dominanz hinterfragt werden müssen“. Tatsächlich gehen mittlerweile selbst die wenigen Web-Nutzer, die nicht regelmäßig über Google-Seiten surfen, der Firma ins Netz – über „Google Analytics“.

Dieses Gratisprogramm hilft Website-Betreibern, das Nutzerverhalten auf ihrer Seite zu erkunden. Die Daten werden automatisch an Google übertragen. Viele Firmen weisen ihre Nutzer nicht einmal darauf hin. „Analytics ist die gefährlichste Spionagemöglichkeit, über die Google verfügt“, warnt Autor Reischl. Schätzungen zufolge haben 80 Prozent der gutbesuchten deutschsprachigen Internet-Seiten das Programm integriert.

SPIEGEL ONLINE setzt Google Analytics inzwischen nicht mehr ein. „Wir wollen sicherstellen, dass Daten über das Nutzungsverhalten unserer User unsere Website nicht verlassen“, sagt Wolfgang Büchner, einer der beiden SPIEGEL-ONLINE-Chefredakteure.

Doch was genau geschieht mit den an Google übermittelten Kundendaten in den USA? Wie werden sie zusammengeführt, wie lange werden sie gespeichert? Wer darf sie einsehen? Wie kann man sie löschen?

Glaubt man Fleischer, sind derlei Bedenken überflüssig: „Wir kennen unsere Nutzer nicht“, sagt er, „und wir wollen sie auch gar nicht kennen.“ Die Protokolle seien nicht personenbezogen, die gespeicherten IP-Adressen nichts als Zahlen, die Rechner miteinander verbinden. Keinesfalls würden die Daten der herkömmlichen Web-Suche mit persönlichen Angaben kombiniert, die bei einem der anmeldungspflichtigen Dienste wie etwa dem Google-Mail-Programm gespeichert werden.

Thilo Weichert, Leiter des Unabhängigen Landesentrums für Datenschutz Schleswig-Holstein in Kiel, hat andere Erfahrungen gemacht. Seine Experten prüfen jedes neue Google-Angebot und diagnostizieren regelmäßig Dinge, die mit deutschen Datenschutzregeln kollidieren.

Auf Weicherts Namen reagiert die deutsche Google-Zentrale ziemlich allergisch. Kein Wunder, er lässt nicht locker: Der Datenschutzler aus Schleswig-Holstein hat auch in Sachen Analytics bereits mit einer öffentlichen Warnung interveniert: „Den meisten Betreibern dürfte nicht vollständig bewusst sein, dass sie mit dem Einsatz von Google Analytics einen Service in Anspruch nehmen, bei dem Daten in die USA übermittelt werden, die dort umfassend

ausgewertet und genutzt werden, und dass dies die Datenschutzrechte der Web-Seiten-Besucher verletzt.“ Google reagierte prompt – mit einem Brief an den Ministerpräsidenten, Weicherts Dienstherrn. Der Konzern warnt vor wirtschaftlichen Einbußen und fordert, den Datenschützer zurückzupfeifen.

Weichert fühlt sich durch die Kalkül-schnäuzigkeit des Datenmultis eher ange-stachelt. „Das Unternehmen agiert inakzeptabel intransparent“, sagt er. „Seine Nutzer stehen weitgehend nackt da. Google selbst gibt von seiner Datenverarbeitungsstrategie nur das Nötigste preis – und auch das nur auf Druck.“

Tatsächlich hat das Imperium sich bislang vor allem dann bewegt, wenn es öf-



Google-Datenzentrum in Oregon: Schiere Sammelzwut

fentlich in die Kritik geriet: So speicherte es die IP-Adressen bei Suchanfragen zuerst so gut wie unbegrenzt. Nach massiver Kritik willigte Google ein, sie nach 18 Monaten zu anonymisieren, zuletzt hat der Konzern die Frist auf 9 Monate verkürzt. Ähnlich lief es beim neuen Browser Chrome und bei Street View. Hier will Datenschützer Weichert nachsetzen und sich im November im Düsseldorfer Kreis der Datenschutzbeauftragten dafür starkmachen, dass sich die kritische Position des Nordens bundesweit durchsetzt.

Der oberste Datenschützer des Konzerns, Peter Fleischer, schwärmt derweil bereits von der Zukunft: „Google Health“, eine Datenbank, in der Patienten ihre Befunde speichern können, abrufbar übers Internet. Dieser Dienst könnte das Gesundheitssystem grundlegend verändern. Und vielleicht sogar Google selbst.

Denn spätestens beim Thema Gesundheit dürften die meisten Nutzer hellhörig werden – und fragen, was mit ihren Daten geschieht. Bislang wird Google Health nur als Test angeboten. Aber es bringt ein Novum: Über den Datenschutz für die Patienten wacht ein Komitee unabhängiger Experten. Ein solches Gremium fordern Kritiker für den Konzern allgemein. „Wir denken darüber nach“, sagt Fleischer. Man müsse abwägen zwischen dem Schutz der Privatsphäre und den Sicherheitsinteressen der Nutzer, sagt er – und schließt mit seinem Lieblingssatz: „Wir müssen eine vernünftige Balance finden.“

JULIA BONSTEIN,
MARCEL ROSENBACH, HILMAR SCHMUNDT