

Zukunft Internet – Zukunft Privatheit ?

Dr. Alexander Dix, LL.M.
Berliner Beauftragter für Datenschutz
und Informationsfreiheit

14. Symposium on Privacy and Security
Internet mit neuen Dimensionen
am 9. September 2009
Eidgenössische Technische Hochschule
Zürich

23.09.2009

©Alexander Dix

1

Übersicht

- **Zukunft Internet**
- **Zukunft Privatheit**
- **Bewertungsportale**
- **Soziale Netzwerke**
- **Fazit**

23.09.2009

©Alexander Dix

2

Zukunft Internet

- Aktionsplan der EU-Kommission für ein Internet der Dinge
www.future-internet.eu
- IPv6, Drahtlos-Sensornetzwerke
- Mobilisierung des Internets

Targeted Advertising

- „On the old Internet, nobody knew you were a dog.
- On the new targeted Internet, they now know what kind of dog you are, your favourite leash colour, the last time you had fleas and the date you were neutered.“ New York Times, August 10, 2009

Vorstufe zu Orwell's Televisor ?

- Unterschied zwischen offline- und online-Werbung:
- Clickstream ist wie ein Gedankenprotokoll über unsere (Kauf-)Entscheidungen
- „We're like the data-input clerks for the industry.“
Paul M. Schwartz

Die Pakete werden genauer inspiziert

- Von der *shallow packet inspection* (Überprüfung der Rand- oder Metadaten)
zur
- *Deep packet inspection (DPI)*, bei der der gesamte Datenstrom einschließlich der Inhaltsdaten auf Netzebene durch den ISP analysiert wird.

Anwendungsfelder von DPI

- Firewall-Funktionen
(Virenskan, Priorisierung bestimmter Dienste wie z.B. VoIP, Beschränkung der Bandbreite für bestimmte Datenverkehre, z.B. P2P)
- Legale Kommunikationsüberwachung
- Durchsetzung von Urheberrechten
- Jugendschutz-Filter (zu hoher Bildanteil in Hautfarbe), Zugangerschwerung
- Gesichtserkennung bei Web-Fotoalben
- Internet-Zensur (China - „The Great Firewall“, Iran)

23.09.2009

©Alexander Dix

7

Kameras im Wohnzimmer

- Sir Tim Berners-Lee (Vater des World Wide Web):
„Der Einsatz von PHORM (DPI) durch British Telecom kommt der Installation von Fernsehkameras in den Wohnzimmern gleich, liefert aber weit mehr Informationen über den Einzelnen.“

23.09.2009

©Alexander Dix

8

Suchmaschinen für Nachrichtendienste

- Herkömmliche Suchmaschinen können nicht auf Webseiten mit Registrierungspflicht zugreifen
- Offenes Geheimnis, dass Nachrichtendienste diese Grenze überschreiten wollen, um auf geschützte Seiten (z.B. social communities) zuzugreifen

23.09.2009

©Alexander Dix

9

Zukunft Privatheit – hat Privatheit eine Zukunft ?

- „You have no privacy anyway, get over it !“

Scott McNealy

- User-Aufstand gegen Facebook („Beacon“)
- User-Aufstand gegen StudiVZ
- Löschung des eBooks v. George Orwell „1984“ und die Konsequenzen
- Googles Digitalisierungsoffensive

23.09.2009

©Alexander Dix

10

Privatheit im Internet wird erwartet

- Screenshots von SchülerVZ an den Wänden des Klassenzimmers
- Dialog zwischen Mutter und Tochter über Facebook
- Privatheitserwartungen im Internet sind legitim – werden aber regelmäßig enttäuscht
- Spuren der Digital Natives werden zu *Tätowierungen* (John Palfry/Urs Gasser)

23.09.2009

©Alexander Dix

11

Ein verbreiteter Fehlschluss

- Von Orwell zu „Orwellness“ (Heribert Prantl)
- Aus der Tatsache, dass sich immer mehr (junge) Menschen virtuell-medial „prostituieren“, rechtfertigt es nicht, den Wunsch nach Privatheit im Internet für obsolet zu erklären.
- Privatheit verändert allerdings ihre Bedeutung für (junge) Menschen

23.09.2009

©Alexander Dix

12

Privatheit anders

- Mütter (Eltern) berichten via Twitter über die Geburt ihres Kindes
- Manche inszenieren ihr Sterben online
- Soweit sie dies selbstbestimmt tun, ist der bewusste Verzicht auf Privatheit selbst ein Ausdruck von Privatheit

Zwei Beispiele aus dem Web 2.0

- Bewertungsportale
(z.B. *Spickmich*, *aerzte-bewerten.de*, *Ratemyprofessor.com*, *RateMyCop.com* etc.)
- Soziale Netzwerke (social communities)
(*Facebook*, *StudiVZ*, *SchuelerVZ*, *Werkennt-wen*, *Xing*, *LinkedIn* etc.)

Bewertungsportale (1)

- Kontroverse in Deutschland über *spickmich.de* (Lehrerbewertungsplattform)
- Urteil des Bundesgerichtshofs v.23.6.2009
- Verfassungsbeschwerde eingelegt

Bewertungsportale (2)

- BGH geht von der Anwendung des Bundesdatenschutzgesetzes aus,
- Lehnt aber einen Lösungsanspruch unter Hinweis auf die Meinungsfreiheit (Art. 5 Grundgesetz) ab.
- Abwägung zwischen der Meinungsfreiheit der Schüler und dem Recht der Lehrerin auf informationelle Selbstbestimmung

Bewertungsportale (3)

- Werturteile betrafen die „Sozialsphäre“ der Lehrerin und hatten keine Prangerwirkung („cool, witzig, fachlich kompetent, motiviert, beliebt“ etc.)
- Früher enthielt das Portal auch Kategorien wie „sexy“ bzw. „hässlich“
- Einzelfallentscheidung

Bewertungsportale (4)

- BGH lässt wesentliche Fragen unbeantwortet:
- Welche Konsequenzen hat die Anwendung des BDSG auf solche Portale ?
- Kann jeder einstellen und abrufen ?
- Transparenzerfordernisse ?

Soziale Netzwerke - SNS(1)

- Social communities wachsen nach wie vor stark
- Sie vermitteln eine *Illusion der Intimität*
- Je lockerer die Sprache, desto freigebiger werden die Nutzer mit ihren Daten
- Deutsche Studie zeigt, dass immer mehr Personalchefs auch solche Netzwerke nach Informationen über Bewerber durchsuchen.

Soziale Netzwerke- SNS (2)

- Bulimie-Patientin in den USA verlangt Ersatz der Behandlungskosten von Krankenversicherung
- Diese verlangt Offenlegung der gesamten in sozialen Netzwerken oder Chaträumen geposteten und empfangenen Nachrichten über die eigene Krankheit
- In den USA: selbstverständlich („Wahrheit um jeden Preis“)
In Deutschland: Unzulässiger Ausforschungsbeweis

Soziale Netzwerke - SNS (3)

- Mehrere Dokumente mit datenschutzrechtlichen Forderungen und Empfehlungen an SNS-Betreiber und – Nutzer verfügbar:
- Rom-Memorandum der „Berlin Group“ (März 2008)
- Beschluss der deutschen Aufsichtsbehörden („Düsseldorfer Kreis“) (April 2008)
- Arbeitspapier WP 163 der Art. 29-Gruppe (Juni 2009)
- Prüfbericht der kanadischen Datenschutzbeauftragten zu Facebook (Juli 2009)
-

Forderungen an SNS-Anbieter (1)

- Einhaltung der nationalen Datenschutzstandards
- Umfassende Information der Nutzer
- Bessere Kontrolle der Nutzer über ihre Daten (Nutzung von Bestandsdaten für Werbezwecke nur mit opt-out, von sensiblen Inhaltsdaten und Verkehrsdaten nur mit opt-in)
- Keine Vorratsdatenspeicherung der Nutzungsdaten
- Datenschutzfreundliche Standardeinstellungen

Forderungen an SNS-Anbieter (2)

- Schutz der Nutzer vor betrügerischen Zugriffen von außen
- Rechte der Nutzer auf Auskunft, Löschung und Berichtigung
- Pseudonyme Nutzungsmöglichkeit
- Schutz vor massenhaftem Download („bulk harvesting“) und Zugriff von Suchmaschinen

Soziale Netzwerke - SNS (4)

- Die SNS zeigen allmählich Wirkung
- Facebook reagiert auf den Aufstand der Nutzer
- Facebook setzt die Forderungen der kanadischen Datenschutzbeauftragten weitgehend um
- StudiVZ folgt den Auflagen der Aufsichtsbehörde schrittweise

Wer ist verantwortlich ?

- Die SNS-Anbieter
 - Die User ?
Nur bei:
 - Einsatz von SNS in Unternehmen oder im berufl. Umfeld
 - bei einer hohen Zahl von „Freunden“
 - bei der Veröffentlichung von Daten und Bildern Dritter
- Im übrigen gilt die *household exemption*

23.09.2009

©Alexander Dix

25

Der richtige Mix

- Geltende Regulierung (soweit nicht obsolet)
- Selbstregulierung der Anbieter
- Datenschutzfreundliche Technik
- Schaffung, Stärkung von Medienkompetenz der User
- Neue Regulierung, falls nötig (Probleme: Globalisierung, Zensur)

23.09.2009

©Alexander Dix

26

Fazit (1)

- Wie auch immer das Internet der Zukunft aussehen wird – ohne Schutz der Privatheit wird es keine Zukunft haben
- Statt das Verhalten der Nutzer im Netz – zu welchen Zwecken auch immer - lückenlos zu überwachen (z.B. durch DPI), muss die Architektur des künftigen Internet den Datenschutz und die Informationssicherheit von vornherein (*by design*) berücksichtigen.

Fazit (2)

- Bei Bewertungsportalen ist die Bedeutung der Meinungsfreiheit im Netz zu berücksichtigen; dies rechtfertigt es aber nicht, Mindestanforderungen an den Schutz der Betroffenen (z.B. bezgl. der Transparenz) zu missachten.

Fazit (3)

- Die Nutzer von sozialen Netzwerken sollten sich immer die Frage stellen, ob sie das, was sie ihren „Freunden“ auf solchen Plattformen mitteilen wollen, am nächsten Tag auf der Titelseite der Zeitung lesen wollen.
- Außerdem:
Das Internet vergisst (noch) nichts.

Vielen Dank !

dix@privacy.de