

## **Antrag**

**der Abgeordneten Grietje Staffelt, Krista Sager, Silke Stokar von Neuforn, Nicole Maisch, Kai Gehring, Ekin Deligöz, Katrin Göring-Eckardt, Britta Haßelmann, Priska Hinz (Herborn), Josef Philip Winkler und der Fraktion BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN**

### **Privatsphäre in sozialen Netzwerken schützen – Anbieter in die Pflicht nehmen**

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Soziale Netzwerke zählen – neben E-Mail und Instant Messaging (z. B. Skype oder Windows Live Messenger) – zu den meistgenutzten Kommunikationsanwendungen im Internet. Ihre Nutzung dient in erster Linie der Kommunikation, der Kontaktpflege und dem Informationsaustausch mit anderen Nutzerinnen und Nutzern. „Social networks“ zählen zu den Angeboten des sogenannten „Web 2.0“ oder „Mitmach-Webs“, bei dem Internetdiensteanbieter eine Plattform bereitstellen, die die Nutzerinnen und Nutzer selbst mit Inhalten füllen („user generated content“).

Laut ARD-/ZDF-Onlinestudie 2008 sind fast ein Drittel aller Internetnutzerinnen und -nutzer in Deutschland Mitglied in mindestens einem sozialen Netzwerk. Genutzt werden die Netzwerke aber vor allem von den Jüngeren: Drei Viertel der 14- bis 19-jährigen Onliner haben mindestens eine Mitgliedschaft. Die Gruppe der 14- bis 29-Jährigen nutzt soziale Netzwerke dreimal so häufig wie die Gesamtheit der Onliner. Hinter allen großen Plattformen stehen große Unternehmen: StudiVZ, SchülerVZ und MeinVZ gehören zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck GmbH, wer-kennt-wen zur RTL Group, Lokalisten zu ProSiebenSat.1 Media AG, MySpace zum Medienunternehmer Rupert Murdoch, Microsoft hält Anteile an Facebook.

Der Deutsche Bundestag erkennt das Potential sozialer Netzwerke im Internet an. Sie bieten neue Formen der schnellen Vernetzung und Kommunikation und sind für viele Menschen längst Bestandteil ihrer alltäglichen Informations- und Kommunikationsroutine geworden. Zugleich erhoffen sich die Anbieter ein zusätzliches, ökonomisch relevantes Geschäftsfeld im Internet. Der enorme Erfolg sozialer Netzwerke verändert aber unseren Umgang mit personenbezogenen Daten im Internet auf fundamentale Weise. Vor allem jüngere Menschen scheinen eine neue Definition dessen zu haben, was für große Teile der Bevölkerung bisher als Privatsphäre galt. Mehr als jemals zuvor sind heute personenbezogene Daten im Internet auffindbar – und damit auch für die Zukunft digital archiviert, denn das Internet vergisst nichts.

So sieht der Deutsche Bundestag im Zusammenhang mit sozialen Netzwerken auch Gefahren. Zwar kostet die Mitgliedschaft in sozialen Netzwerken die Nutzerinnen und Nutzer zunächst nichts, einen Preis hat sie trotzdem. Userinnen und User zahlen ihn durch die Übermittlung ihrer persönlichen Daten, ihrer Vorlieben, ihres Aufenthaltsortes, ihrer Freunde. Hier sind es aber vor allem die

Nutzerinnen und Nutzer selbst, die oft freiwillig allzu freizügig mit ihren persönlichen Daten im Internet umgehen. Derzeit basieren die Geschäftsmodelle aller großen sozialen Netzwerke auf der Nutzung dieser Daten, da hierüber die Werbeeinnahmen generiert werden. Diese steigen, je persönlicher eine Werbung geschaltet werden kann. Je mehr also Nutzerinnen und Nutzer von sich preisgeben, desto einfacher ist es für die Plattformanbieter, persönliche Kundenprofile zu erstellen und diese in Werbeerträge umzumünzen.

Der Deutsche Bundestag sieht darin die Gefahr von Verstößen gegen den Datenschutz und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Er erkennt aber die Schwierigkeit an, Anonymität und Privatsphäre in einem Geschäftsfeld herzustellen, dessen ureigenstes Ziel es ist, persönliche Vorlieben und Daten transparent zu machen und mit anderen Nutzerinnen und Nutzern zu teilen. Dennoch muss nach Ansicht des Bundestages auch in sozialen Netzwerken der Schutz von persönlichen Daten möglich sein und müssen Nutzerinnen und Nutzer über die Verwendung und den Verbleib ihrer Daten informiert werden. Die Erwirtschaftung ökonomischer Gewinne darf nicht auf Kosten der Privatsphäre der Userinnen und User gehen. Nutzerinnen und Nutzer müssen außerdem lernen, behutsam mit ihren persönlichen Daten im Internet umzugehen. Hinzu kommt, dass eine Vielzahl der Nutzerinnen und Nutzer minderjährig ist und somit in vielen Fällen Zweifel an einer rechtmäßigen Datenverarbeitung bestehen, da in der Regel die Nutzung ohne Einwilligung der Erziehungsberechtigten erfolgt. Daher sind die Regelungen des Jugendschutzes an neue technische Entwicklungen im Onlinebereich anzupassen. Bestehende Jugendschutzregeln bezüglich schwer jugendgefährdender und volksverhetzender Inhalte sind umzusetzen.

Darüber hinaus ist sich der Deutsche Bundestag anderweitiger Risiken wie Identitätsdiebstahl und Identitätsmissbrauch sowie Mobbing in sozialen Netzwerken bewusst. Immer wieder bewegen sich Menschen in Netzwerken mit falschen Identitäten. Auch ist die Hemmschwelle zum Mobbing im Internet oftmals deutlich abgesenkt. Zugleich ist die Reichweite solcher Anfeindungen höher. Nach Ansicht des Bundestages ist es Aufgabe der Anbieter, klare Regelungen und Schutzmechanismen gegen Identitätsdiebstahl und Mobbing zu schaffen, ihnen bekannt gewordene Fälle gründlich zu überprüfen und gegebenenfalls weiterzumelden.

Der Deutsche Bundestag fordert eine grundlegende Modernisierung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG). Der von der Bundesregierung vorgelegte Gesetzentwurf („Entwurf eines Gesetzes zur Regelung des Datenschutzaudits und zur Änderung datenschutzrechtlicher Vorschriften“ vom 10. Dezember 2008) reicht hierzu nicht aus. Er schützt die Bürgerinnen und Bürger auch weiterhin nicht vor gezieltem Datenmissbrauch und Benachteiligungen bei Nichteinwilligung in die Datenweitergabe.

Verwendung und Handel von personenbezogenen Daten müssen effektiv eingeschränkt werden. Kundinnen und Kunden müssen darüber entscheiden können, ob sie eine Weitergabe ihrer Daten möchten (Opt-in). Personalisierte Werbung darf nur dann möglich sein, wenn die Nutzerinnen und Nutzer dem vorher ausdrücklich zugestimmt haben. Bisher erhalten die Userinnen und User in der Regel automatisch personalisierte Werbung, solange sie dem nicht gezielt widersprechen. Hier muss der Plattformbetreiber vorher eindeutig darüber aufklären, wofür er die Daten verwenden möchte. Anbieter sozialer Netzwerke sollen Kundenprofile nicht ohne weiteres an die Werbewirtschaft verkaufen können. Eine Nichteinwilligung in die Weitergabe personenbezogener Daten darf auch bei nicht marktbeherrschenden Unternehmen nicht zum Ausschluss aus dem sozialen Netzwerk führen. Außerdem müssen die Anbieter sozialer Netzwerke die Weitergabe der Daten protokollieren und Nutzerinnen und Nutzern jederzeit über die Weitergabekette und den Verbleib der Daten informieren können. Damit würde jede Datenerhebung nachvollziehbar und rechtswidrige Erhebungs-

praktiken blieben nicht länger verborgen. Immer neue Technologien und Angebote erfordern von guter Datenschutzpolitik zudem gute Datenschutzforschung. Angesichts weltweiter Datenströme und internationaler Vernetzung muss verstärkt in anwendungsorientierte Datenschutzforschung investiert werden. Jede neue Technologie sollte daher umfassend auf ihre Datenschutzfreundlichkeit und Datensicherheit geprüft werden.

Der Deutsche Bundestag fordert die Anbieter sozialer Netzwerke auf, von der Möglichkeit zur Verwendung eines Datenschutzgütesiegels (Datenschutzaudit) Gebrauch zu machen sowie eine Selbstverpflichtung einzugehen, die mit Verbraucherschutzverbänden und den Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder abgestimmt ist und einheitliche Mindeststandards in Sachen Datenschutz festschreibt. So sollen beispielsweise Profile in sozialen Netzwerken als Standardeinstellung nur akzeptierten Freunden zugänglich sein. Userinnen und User sollen zudem stets nachvollziehen können, wer ihr Profil angesehen hat. Auch muss es prinzipiell möglich sein, soziale Netzwerke unter Verwendung eines Pseudonyms zu nutzen, also auf die Preisgabe von Klarnamen zu verzichten. Zudem müssen Profillöschungen auch real umgesetzt werden, so dass die mit dem Profil verbundenen Nutzerdaten und die von den Userinnen und Usern erstellten Inhalte de facto gelöscht und nicht weiter vorgehalten werden. Die Anbieter sozialer Netzwerke müssen sich darüber hinaus dazu verpflichten, Missbrauchsfällen entgegenzuwirken, auf ihnen bekannt gewordene Fälle zügig zu reagieren und schwerste Verstöße an die zuständigen Strafverfolgungsbehörden zu melden. Des Weiteren müssen die Anbieter verstärkt darauf hinwirken, dem Recht am eigenen Bild mehr als bisher zur Geltung zu verhelfen. Dazu gehört, dass Bilder von Nutzerinnen und Nutzern, auf denen sie abgebildet sind, auf Wunsch von der Plattform entfernt bzw. entsprechende Bildverlinkungen („Tags“) gelöscht werden. Die Ausgestaltung und Einhaltung dieser Verhaltenskodizes müssen bei der Verwendung eines Datenschutzaudits zur Bedingung gemacht werden.

Der Deutsche Bundestag begrüßt die Empfehlung der Internationalen Arbeitsgruppe für den Datenschutz in der Telekommunikation (sog. Berlin Group) zum Datenschutz in sozialen Netzwerkdiensten vom 3./4. März 2008 in Rom („Rom Memorandum“) sowie den Beschluss der obersten Aufsichtsbehörden für den Datenschutz im nichtöffentlichen Bereich (sog. Düsseldorfer Kreis) zur datenschutzkonformen Gestaltung sozialer Netzwerke vom 17./18. April 2008 in Wiesbaden.

Dem Deutschen Bundestag ist nicht daran gelegen, soziale Netzwerke unattraktiv oder unrentabel zu machen. Er sieht aber die Gefahren im Bereich des Datenschutzes und damit einhergehende Verletzungen des Persönlichkeitsrechts der Bürgerinnen und Bürger. Aus diesem Grund befürwortet er eindeutige und transparente Datenschutzregeln und sieht darin für die Anbieter sozialer Netzwerke bei Einhaltung dieser Regeln auch einen wirtschaftlich relevanten Ansehensgewinn.

Einen kritischen Umgang mit sozialen Netzwerken können allerdings nur die Nutzerinnen und Nutzer selbst leisten. Hier sind insbesondere Schulen und Weiterbildungsstätten gefragt, Medienkompetenz zu fördern und den kritischen Umgang mit neuen Kommunikations-, Vernetzungs- und Informationsmöglichkeiten in ihre Inhaltevermittlung einzubauen.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

1. durch eine grundlegende Modernisierung des Bundesdatenschutzgesetzes dafür Sorge zu tragen,
  - a) dass die Verwendung und der Handel von personenbezogenen Daten, die in sozialen Netzwerken angegeben werden, nur bei ausdrücklicher vorheriger Einwilligung der Nutzerinnen und Nutzer erfolgt und damit personalisierte Werbung nur nach expliziter Einwilligung erfolgt;

- b) dass die Nichteinwilligung in die Weitergabe personenbezogener Daten auch bei nicht marktbeherrschenden Unternehmen nicht zum Ausschluss aus dem sozialen Netzwerk führt;
  - c) dass die Anbieter sozialer Netzwerke jede Weitergabe von Nutzerdaten protokollieren und den Nutzerinnen und Nutzern auf Wunsch jederzeit Auskunft über die Weitergabekette ihrer Daten erteilen müssen;
  - d) dass bei der Verwendung eines Datenschutzauditsiegels durch Anbieter von sozialen Netzwerken die Einhaltung verbindlicher Selbstverpflichtungserklärungen zur Bedingung gemacht wird;
  - e) dass die öffentlich geförderte Forschung zu Datenschutz und Datensicherheit bei Onlinediensten, insbesondere bei sozialen Netzwerken, intensiviert wird;
2. auf die Anbieter sozialer Netzwerke in Deutschland einzuwirken, gemeinsam mit Verbraucherschutzverbänden und den Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder eine Selbstverpflichtung einzugehen, die dafür Sorge trägt,
- a) dass alle sozialen Netzwerke in Deutschland die gleichen Mindeststandards beim Datenschutz erfüllen und dabei von der gesetzlichen Möglichkeit eines anerkannten Datenschutzaudits Gebrauch machen;
  - b) dass Profile in sozialen Netzwerken standardmäßig nur von akzeptierten Freunden aufgerufen werden können;
  - c) dass Nutzerinnen und Nutzer von sozialen Netzwerken stets nachvollziehen können, wer ihr Profil aufgerufen hat;
  - d) dass die Nutzung von sozialen Netzwerken prinzipiell auch mit Pseudonym möglich ist;
  - e) dass Anbieter sozialer Netzwerke Profillöschungen umgehend real umsetzen und dabei Nutzerdaten als auch von Nutzerinnen und Nutzern erzeugte Inhalte vollständig löschen und nicht weiter vorhalten;
  - f) dass Anbieter sozialer Netzwerke klare Regelungen für Identitätsdiebstahl und Mobbing schaffen und ihnen bekannt gewordene Missbrauchsfälle gewissenhaft prüfen, darauf zügig reagieren und schwerste Verstöße an die zuständigen Strafverfolgungsbehörden melden;
  - g) dass Anbieter sozialer Netzwerke das Recht am eigenen Bild gewährleisten und Bilder von Nutzerinnen und Nutzern, auf denen diese abgebildet sind, auf Wunsch von der Plattform entfernen bzw. entsprechende Bildverlinkungen löschen;
3. die Vermittlung von Medienkompetenz, vor allem in Sachen Datenschutz und informationelle Selbstbestimmung, schulisch und außerschulisch dort voranzutreiben, wo dies noch nicht geschieht, und auf die zuständigen Stellen entsprechend einzuwirken. Dazu zählt:
- a) auf die Bundesländer und Gemeinden einzuwirken, die Vermittlung von Medienkompetenz und den Umgang mit neuen Kommunikations- und Informationsangeboten wie sozialen Netzwerken verstärkt zum Bestandteil der Lerninhalte in Kindergärten, Schulen und Jugendeinrichtungen zu machen;
  - b) die Vermittlung von Medienkompetenz und den Umgang mit neuen Kommunikations- und Informationsangeboten wie sozialen Netzwerken verstärkt zum Bestandteil der beruflichen Aus- und Weiterbildung, u. a. auch des Lehrpersonals, zu machen.

Berlin, den 11. Februar 2009

**Renate Künast, Fritz Kuhn und Fraktion**