

RECHT AUF DIGITALES VERGESSEN

Das Netz hat ein gutes Gedächtnis

Andreas Lorenz-Meyer

Nutzer sollten sich genau überlegen, was sie im Internet veröffentlichen. Es ist schwierig, unangenehme Inhalte zu löschen. Daher wird über ein Recht auf digitales Vergessen gesprochen.

Das Internet vergisst nicht. So sagt man. Gemeint ist damit, dass Nutzer zum Beispiel von peinlichen Fotos, die sie irgendwann dummerweise ins Netz gestellt haben, noch nach vielen Jahren heimgesucht werden. Diese Jugendsünden können nicht einfach so gelöscht werden. Sie sind auf Servern gespeichert, auf die Nutzer keinen Zugriff haben.

Daher wird in Europa über ein Recht auf digitales Vergessen nachgedacht. Die EU-Bürger sollen, wenn sie es möchten, ihre persönlichen Daten selbst löschen können. Viviane Reding ist eine der mächtigsten Fürsprecher des neuen Datenschutzrechts. Die EU-Kommissarin meint, dass die Löschung von Daten ein Rechtsanspruch sein muss, nicht nur eine vage Berechtigung. Die Beweislast soll dabei nicht beim Nutzer liegen, sondern bei den Datenkontrolleuren. Diese hätten zu erklären, warum sie die Daten aufheben. Zudem soll das Einwilligungsprinzip ausgeweitet werden. Nutzer müssen danach der Verarbeitung ihrer persönlichen Daten ausdrücklich zustimmen. Dem ungehemmten Datenhandel soll damit ein Riegel vorgeschoben werden - auch wenn das Unternehmen, das die Daten speichert, außerhalb Europas seinen Sitz hat.

Allerdings ist auch Kritik an diesen Plänen zu vernehmen. Die Presse- und Meinungsfreiheit sei in Gefahr, weil etwa Onlineredaktionen oder Zeitungsverlage verpflichtet werden könnten, einen Artikel aus ihren Archiven zu nehmen, nur weil ein Einzelnutzer eine Klage angestrengt hat.

Peinlich forever

Zwar ließen sich Löschungen mit einem neuen Datenschutzrecht leichter durchsetzen. Doch ist ein unerwünschtes Foto damit noch immer nicht aus der Welt geschafft. Denn auf Social-Media-Plattformen werden Inhalte rasch und breit gestreut, ein Klick reicht, um ein Foto mit Hunderten von Freunden zu teilen, die es wieder mit anderen teilen. Es ist dann kaum mehr möglich, sämtliche Kopien des ursprünglichen Fotos aufzuspüren.

In den Nutzungsbedingungen von Facebook versteckt sich ein interessantes Detail. Dort werden die Nutzer auf eine Lizenz hingewiesen, die sie Facebook mit ihrem Eintritt in die Nutzergemeinschaft geben. Das Unternehmen darf mit dieser Lizenz alle Inhalte nutzen, die auf Facebook oder im Zusammenhang mit Facebook gepostet werden. Die Lizenz endet, wenn die Inhalte oder das Konto gelöscht werden, „außer deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben die Inhalte nicht gelöscht“. Unangenehme Erinnerungen lauern auch in den Cache-Speichern

von Suchmaschinen. Selbst wenn ein Foto gelöscht ist, taucht es bei Google noch längere Zeit in der Suche auf - es kann wiedergefunden, gespeichert und verbreitet werden. Zwar ist es bei Google möglich, die Löschung zu beantragen, aber das ist ein aufwendiger Vorgang. Und man müsste, um sicher zu gehen, bei allen Suchmaschinen einen Antrag stellen.

Ein Problem ist auch, dass Nutzer gar keine Notwendigkeit sehen, ihre Rechte wahrzunehmen. Eine Umfrage in den EU-Ländern ergab, dass 74 Prozent der Befragten die Offenlegung persönlicher Daten als unvermeidlichen Teil des modernen Lebens betrachten. Das ist eben der Preis dafür, dass soziale Netzwerke gratis sind. Auch der allgemeine Kontrollverlust - nur 26 Prozent glauben, über persönliche Daten im Internet selbst bestimmen zu können - wird in Kauf genommen. Was aber nicht bedeutet, dass die Nutzer ihn gutheißen: 75 Prozent wünschen sich ein Recht auf Vergessen. Dennoch fiel es der Mehrheit wohl nicht ein, auf Datensammler wie Facebook zu verzichten. Nur wenige halten sich komplett aus allen Internet-Aktivitäten heraus.

Wirklich alles löschen?

Was zu all dem erschwerend hinzu kommt: Die Datenhaltung im Internet überspannt die Ländergrenzen. Und es fehlt ihr an Transparenz - was gespeichert wird, bleibt im Verborgenen.

Nutzer können aber nur Inhalte löschen lassen, von denen sie auch Kenntnis haben. Plattformen rücken zwar vereinzelt einen Auszug der gespeicherten Profildaten heraus. Aber es ist unklar, ob dieser Auszug auch vollständig ist, oder ob die Daten an andere weitergegeben werden.

Die technische Umsetzung des Rechts auf digitales Vergessen wäre keine Hürde. Ganz vorne setzt das Prinzip „Privacy by design“ an. Es verlangt, dass Plattformen von Anfang an, also schon bei der Entwicklung der Technik oder des Dienstes, einen Schutz sensibler Daten eingebaut bekommen. Ein simples Verfallsdatum wäre auch problemlos anzubringen, könnte einer Bilddatei oder einem Nutzer-Konto als Metainformation mitgegeben werden, und zwar schon bei der Speicherung oder der Veröffentlichung in einem sozialen Netzwerk.

Das Recht auf Vergessen hat aber auch Grenzen, etwa wenn es um Personen des öffentlichen Lebens oder der Zeitgeschichte geht. Dann kollidiert es mit einem anderen Recht, nämlich dem auf Informationsfreiheit. Schwierig wird es auch bei persönlichen Daten von Verstorbenen. Viele nehmen an, dass sie irgendwie gelöscht werden. Ein automatisches Vergessen nach dem Tod ist aber nicht garantiert. Wenn ein Verstorbener die Daten nicht zugänglich gemacht hat, können auch die Angehörigen nicht auf sie zugreifen und sie löschen. Die meisten Seitenanbieter verweigern

Gestern online gesetzt, heute gelöscht, morgen vergessen? Doch in den Maschen des Internet bleibt vieles hängen. Und wie in der realen Welt ist es manchmal auch ganz gut, dass man Dokumente wieder aus dem Papierkorb herausfischen kann.



den Zugriff - mit Verweis auf den Schutz der Privatsphäre. Yahoo regelt es so: „Ein Account ist nicht übertragbar, und alle Rechte an dem Account und den gespeicherten Inhalten erlöschen mit dem Tod des Nutzers.“

Allerdings ist Yahoo auch einer der wenigen Anbieter, die inaktive Konten löschen, auch die von Verstorbenen. Facebook, Xing oder Google löschen dagegen nicht, selbst wenn sich auf dem Konto monatelang nichts tut. Und so bleiben die Daten von Verstorbenen noch lange gespeichert.

Und es vergisst doch

Im Netz lagern aber auch Inhalte, die unbedingt aufbewahrt werden sollten. Denn immer öfter beeinflusst das Netz wichtige Ereignisse, etwa den „arabischen Frühling“. Es waren die Tastaturen von Smartphones, über die sich Nachrichten und Bilder von den Aufständen verbreiteten - digitale Quellen, die später einmal helfen könnten, den Sturz von Mubarak oder Gaddafi einzuordnen. Wenn sie dann noch da sind. Zwei US-Informatiker untersuchten über 11.000 Tweet-Links

zu wichtigen Ereignissen der Jahre 2009 bis 2012, es ging dabei um die Revolution in den arabischen Ländern, aber auch um den Ausbruch der Vogelgrippe und den Tod von Michael Jackson. Das Quellenmaterial umfasste Millionen von Kurznachrichten, denen Stichproben entnommen wurden: YouTube-Videos, Twitpic-Fotos, Artikel in US-Medien und Blog-Einträge auf Wordpress.com.

Die Forscher nannten ihre Studie „Losing my revolution“, eine knappe, an einen Pop-Song von „R.E.M.“ angelehnte Zusammenfassung des Ergebnisses: Dokumente von historischem Wert gehen unwiederbringlich verloren, und zwar massenweise. Je länger die Ereignisse zurückliegen, desto größer ist der Verlust. Von den Quellen zum Bürgerkrieg in Syrien etwa (März 2012) fehlten sieben Prozent, von den drei Jahren älteren Quellen zum Tod von Michael Jackson sogar 25 Prozent. Sie waren weder am ursprünglichen Speicherort zu finden noch in einem Online-Archiv abgelegt. Die Forscher rechneten diesen Verlust auf kommende Ereignisse hoch: Nach einem Jahr werden elf

Prozent der Quellen verschwunden sein, das entspricht etwa 0,02 Prozent pro Tag.

Ein Mittel gegen das Verschwinden von digitalen Inhalten ist die Archivierung. Dabei können allerdings schnell Urheberrechte verletzt werden. Es sei denn, die Urheber der Inhalte haben einer Archivierung zugestimmt. Aber es wäre ein großer Aufwand, jeden einzeln zu fragen. Twitter hat ein Tweet-Archiv geöffnet, ganz ohne Einwilligung der Nutzer. Ihre Milliarden von Kurznachrichten verwaltet DataSift, ein britisches Unternehmen, das sich auch um die rund 250 Millionen Neu-Tweets kümmert, die jeden Tag versendet werden.

Mit dem Archiv will Twitter seine Daten zu Geld machen - wie das Anbieter kostenloser Dienste, allen voran soziale Netzwerke, eben zu tun pflegen. Firmen zahlen dafür, dass sie alle Tweets der letzten zwei Jahre abrufen dürfen. Ein Filter sucht dabei zum Beispiel gezielt nach Kurznachrichten, die nur von Frauen oder nur von Teenagern stammen. Daraus lassen sich die fortwährenden Veränderungen des Konsumentengeschmacks

herausfiltern: Welche Klamotten sind gerade in, wohin geht der Trend bei Spielekonsolen, welche Sehnsüchte muss man wecken, um Reisen zu verkaufen? Die passende Werbekampagne ist dann nur noch Formsache. Auch politische Organisationen könnten in dem Archiv fündig werden. Sie fahnden dort nach den Stimmungen im Volk und machen sich diese zu eigen. Wie einfach!

Das Tweet-Archiv ruft die Datenschützer auf den Plan. Sie warnen - wieder einmal - vor dem Ausverkauf der Privatsphäre. Zumal zwischen den Tweets Verbindungen hergestellt werden können. Es ist nachzuverfolgen, wer wem geschrieben hat und an wen der Tweet dann noch weitergeleitet wurde. Ebenfalls bedenklich: DataSift bietet auch an, Daten von Twitter mit Daten von Google+ und Facebook zu verbinden - womit persönliche Informationen aus drei großen sozialen Netzwerken sich wechselseitig zu noch detaillierteren Auskünften ergänzen würden.