

Kölner Stadt-Anzeiger

Digital - 06.05.2015

BRÜSSELS DIGITAL-PLÄNE

„Wir brauchen eine konzentriertere Debatte über die Macht des Digitalen“



Andrus Ansip, EU-Kommissar für den Digitalen Binnenmarkt
Foto: AFP

Von Frank-Thomas Wenzel

Die EU-Kommission will großen Internet-Konzernen wie Google oder Facebook auf die Finger klopfen. Richtig so, meint Medienrechtler Markus Runde. Die Online-Giganten bedrohten unsere Grundrechte.

Herr Runde, Google trat einst mit dem Slogan „Don't be evil“. Hat sich der Konzern inzwischen zum Reich des Bösen gewandelt?

Gut und Böse sind moralisch-ethische Kategorien, um Verhalten zuzuordnen. Wir sehen Google als ein Weltunternehmen, das durchgehend die Interessen seiner Gesellschafter und Aktionäre durchgesetzt hat. Diese Gesellschafterinteressen Googles sind aber

nicht identisch mit den Interessen der Nutzer der Google-Oberflächen. Google hat wegen eben dieser Gesellschafterinteressen einen technischen Imperativ gesetzt: Google hat getan, was technisch möglich ist und nicht - wie alle anderen Unternehmen - getan, was technisch möglich und rechtlich zulässig ist. Google nimmt Rechtsverstöße in den verschiedenen Ländern billigend in Kauf und rechtfertigt diese mit dem technisch Möglichen. Gesellschaftspolitisch versucht Google zugleich, dieses Vorgehen durch eine Überhöhung des Internets als einem neuen, modernen, der Sonne zugewandten Raum ohne das Primat des Rechts zu legitimieren. Wir sehen das Vorgehen Googles daher eher als einen Angriff auf unsere Rechts- und Eigentumsordnung. Wir, die VG Media, stehen in dieser Auseinandersetzung nur für einen kleinen Ausschnitt, nämlich die Eigentumsrechte der Presseverleger, für den gesetzlich gewährten Schutz von Investitionen durch die Übernahme von Oberflächenanbietern wie Google.

Inwiefern greifen Unternehmen wie Google und Facebook in unser persönliches Leben ein?

Beide Unternehmen konvertieren Nutzer in ein Google- oder Facebook-Nutzerprofil. Insbesondere diese Nutzerprofile schaffen den Wert der Unternehmen. Das Interesse an einem möglichst ausgeleuchteten Nutzerprofil für die Unternehmen entspricht aber nicht dem Interesse der Nutzer. Die Nutzer erhalten von Google dann nämlich keine allgemeinen Antworten auf Suchanfragen, sondern nur noch solche Antworten und Such-„Ergebnisse“, die Google den Nutzern aufgrund des von Google erstellten Nutzerprofils geben möchte. Beide Oberflächen haben damit für die Nutzer letztlich einen selbstdeterminierenden Charakter. Sie liefern den Nutzern nur noch das Vorhersehbare, das aus Sicht der Unternehmen zu dem Nutzerprofil passende.

Was bedeutet es dann, wenn künftig ein Algorithmus unsere Bedürfnisse kennt, bevor wir selbst davon wissen?

Es bedeutet, dass sich unsere Freiheit in Verantwortung, die verfassungsrechtlich garantierte Selbstbestimmung, die freie Entfaltung der Persönlichkeit auflösen. Selbstbestimmung jedes einzelnen setzt Erkenntnis und Suche nach der Wahrheit voraus. Wie soll ich aber eine Entscheidung treffen, die auf

Erkenntnis, das heißt Verstehen beruht, wenn mir ein gänzlich unbekannter Algorithmus nur noch denjenigen Ausschnitt der Wirklichkeit anzeigt, der die Unternehmensinteressen von Facebook oder Google steigert.

Sie sehen also Freiheit und Selbstbestimmung der Menschen bedroht?

Ja.

Besonders junge Menschen lassen sich heute schon etwa durch Fitnessarmbänder freiwillig selbst überwachen. Kann man dies verbieten? Oder wäre dies nicht auch ein Eingriff in Freiheitsrechte?

Nein, ein Verbot ist ein gänzlich ungeeignetes Mittel. Ja, Freiheitsrechte sind universal. Es gibt auch eine negative Freiheit jedes einzelnen, sich für Fitnessarmbänder oder sich zum Beispiel ganz allgemein für ein Leben ohne das Lesen zu entscheiden.

Lesen Sie im nächsten Abschnitt, wie sich Menschen laut Runde vor den Internet-Riesen schützen können und was die Politik tun kann.

Wie können sich Menschen vor der Macht der Internetkonzerne schützen? Ist ein Offline-Leben eine Alternative?

Ob ein Offline-Leben eine Alternative sein kann oder ob jemand glaubt, 24 Stunden auf eine digitale Verbreitung und Verarbeitung von Informationen angewiesen zu sein: in beiden Fällen sollte eine autonome Entscheidung Voraussetzung für eine freie Wahl zwischen diesen Alternativen gewesen sein. Eine freie, selbstbestimmte Entscheidung zwischen diesen beiden Alternativen ist aber nur möglich, wenn Wirkungsweise und Folgen der digitalen Angebote von Unternehmen bekannt sind. Nur durch die gesetzliche Verpflichtung zur Aufklärung, die Pflicht zur Darstellung des Unternehmensziels, durch bindende Hinweise über Funktionen und Wirkungsweisen von Algorithmen gleich neben der Suchanfrage und den öffentlichen Diskurs können wir versuchen, jedem Nutzer zu illustrieren, was er tut, wenn er mit seinen Daten zahlt und seine digitalen Briefe freiwillig öffnen lässt. Menschen können sich nur schützen, indem Sie die Dinge verstehen, wie sie tatsächlich sind und erst dann eine Entscheidung treffen.

Muss die Politik gegen die Konzerne vorgehen? Anders gefragt, kann die Politik überhaupt noch gegen sie vorgehen, oder ist es nicht längst schon zu spät?

Bei Rechtsverstößen haben die Institutionen des Staates gegen Konzerne vorzugehen. Sie haben sicherzustellen, dass nationales und europäisches Recht in gleicher Weise zum Beispiel gegenüber Unternehmen, nationalen wie weltumspannenden, vollstreckt wird. Unser Recht gibt diese Möglichkeiten. Ein Rechtsverstoß im analogen Bereich wird durch eine digitale Verbreitung nicht zur Bagatelle. Die Politik muss zudem durch neue Gesetze die digitalen Nutzer ertüchtigen, sie wieder in einen autonomeren, mündigeren und selbstbestimmteren Zustand versetzen, um eine „echte Entscheidung“ möglich zu machen. Das erfordert Transparenzverpflichtungen gegenüber Google und Facebook, Gesetze, nach denen diese Unternehmen ihre Oberflächen, deren Wirkungsweisen und Folgen vor Inanspruchnahme der Angebote einfach, verständlich und lesbar erklären müssen. Warum sollte nicht neben jeder Google-Suche ein gut sichtbares Feld erscheinen, durch welches der Nutzer in sieben Punkten darüber aufgeklärt wird, was zum Beispiel ein Nutzerprofil ist und welche Folgen der Verkauf desselben an die werbungtreibende Industrie hat?

Brauchen wir eine neue Debatte über die Macht des Digitalen?

Wir brauchen eine konzentriertere Debatte über die Macht des Digitalen, die von wenigen Weltkonzernen vertreten wird, die unsere Freiheitsrechte ausgehöhlt haben, weil es technisch möglich war, die wir aber nie

– anders als die Verfassung unseres Staates – frei und selbstbestimmt gewählt haben, vor allem aber brauchen wir eine zügige Transformation der bereits bestehenden Erkenntnisse in gesetzgeberisches Handeln.

Zur Person

Markus Runde hat Rechtswissenschaft in Bonn und Austin (US-Bundestaat Texas) studiert. Er startete seine Karriere in einer Anwaltskanzlei, war danach zwölf Jahre in verschiedenen Leitungs- und Managementpositionen beim TV-Konzern ProSieben-Sat 1 tätig. Seit 2001 ist er Geschäftsführer der Verwertungsgesellschaft Media, der auch die Mediengruppe DuMont Schauberg angehört, die diese Website betreibt. Runde ist verheiratet und hat vier Kinder.

Artikel URL: <http://www.ksta.de/digital/vg-media-interview-runde-sote,15938568,30631634.html>

Copyright © 2015 Kölner Stadtanzeiger