

Tagungsreihe digital & mobil

#1 Offenheit und Regulierung

Zum Auftakt der neuen LfM-Tagungsreihe digital & mobil haben am 15. November in Köln etwa achtzig Teilnehmer und Experten darüber diskutiert, wie viel Regulierung die digitale Medienwelt benötigt. Dabei ging es vor allem um Daten- und Verbraucherschutz, um Transparenz und Offenheit, aber auch um politische Steuerung.

„Sie werden das mit Gesetzen alleine nicht schaffen“, zog **Doris Brocker** am Ende der fünfstündigen Veranstaltung eine erste Bilanz. Die Justiziarin und Stellvertreterin des Direktors der LfM wies auf das enorme Tempo aller Veränderungen hin, die durch das Internet und die Digitalisierung ausgelöst werden. Deshalb gehe es darum, nicht nur auf staatliche Regulierung zu setzen. Vielmehr gelte es, zusätzlich Medienkompetenz zu stärken. Außerdem wünschte sich Doris Brocker, die Unternehmen „in die Pflicht zu nehmen“. Sie müssten mehr aufklären und Transparenz ermöglichen.

Das Internet sei offen, konstruktiv, dynamisch und dialogisch. So hatte **Nadia Zaboura**, von der die Tagung moderiert wurde, bei ihrer Begrüßung die positiven Potenziale der Online-Welt skizziert. Zugleich aber wiesen die Medienexpertin und andere Referenten im Laufe der Veranstaltung immer wieder auf Risiken wie den Missbrauch von Daten, intransparente Suchalgorithmen oder die Dominanz großer Konzerne wie Google, Apple, Facebook, Amazon und Ebay hin. Bei den folgenden Diskussionen tauchten diese Aspekte immer wieder auf. Im Spannungsfeld von Offenheit und Regulierung oszillierten dabei die Meinungsäußerungen der Diskussionsteilnehmer zwischen „Wir brauchen mehr Regulierung.“ und „Das wird sich von alleine regeln.“.

Wie schwer es ist, europaweit einheitliche Regulierungsstandards zu schaffen, erläuterte **Dr. Carl-Christian Buhr**. Das Mitglied im Kabinett der für die Digitale Agenda zuständigen EU-Kommissarin Neelie Kroes schilderte die aktuellen Beratungen über die geplante EU-Datenschutzverordnung. Regulierungsziel sei es, unnötige Barrieren für den digitalen Fortschritt auszuräumen. Dabei müssten zugleich sehr unterschiedliche nationale Regelungsmodelle harmonisiert werden. Buhr berichtete, Rat und Parlament der Europäischen Union führten zurzeit sehr kontroverse Debatten. Umstritten sei unter anderem die sogenannte Implementierungsgesetzgebung, die eine künftige Anpassung des Regelwerks an sich verändernde Bedingungen ermöglichen soll. Während Befürworter die Zukunftsfähigkeit eines solchen Modells betonten, warnten Kritiker vor Rechtsunsicherheit und einer zu mächtigen EU-Kommission. Mit einer Verabschiedung der EU-Datenschutzverordnung, welche die geltende Richtlinie von 1995 ablösen soll, rechnet Buhr frühestens für Juni 2013.

Wo die Grenzen der Offenheit in Regulierungsfragen liegen, machte **Ibrahim Evsan** deutlich. Der Internet-Unternehmer und Sevenload-Mitgründer warnte, es gebe keine

„digitale Vernunft“ in Deutschland. Die Politik müsse ein offenes System entwickeln, das Schutz und Innovationen gleichermaßen zulasse. Dabei gelte es immer kritisch zu prüfen, wer von einzelnen Regelungen profitiere. Evsan, der auch Mitglied der LfM-Medienkommission ist, warnte, wenn nichts geschehe, würden US-Konzerne die digitale Welt dominieren. Dass dies schon heute der Fall ist, machte **Veit Siegenheim** deutlich. Der Managing Director von StrategyFacts erläuterte, Apple, Google, Facebook und Amazon hätten inzwischen komplette eigene Öko-Systeme entwickelt. Voraussetzungen dafür seien technisches Genie, Risikokapital und gutes Management. Begünstigend sei hinzugekommen, dass in den USA das Thema Datenschutz kaum eine Rolle spiele. **Steffan Heuer**, US-Korrespondent der Zeitschrift *brand eins*, ergänzte, in Amerika würden nur „punktuelle Debatten“ über das Thema Datenschutz geführt. Meist seien es Verfahren der Federal Trade Commission (FTC) oder Klagen von Betroffenen Auslöser, die in einzelnen US-Bundesstaaten manchmal zu neuen Gesetzen führten.

Heuer warnte vor den Folgen des Phänomens Big Data. Mit diesem Begriff wird die systematische Auswertung der ständig wachsenden Datenmengen bezeichnet, die durch das Sammeln digitaler Informationen entstehen. Diese werden entweder von Nutzern selbst online zur Verfügung gestellt oder durch das Auswerten von Datenspuren (Nutzungs- und Bewegungsprofile) aggregiert. Deshalb sei eine „digitale Selbstverteidigung“ wichtig, führte Heuer aus: Nutzer müssten sich beispielsweise aktiv mit Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) auseinandersetzen und im Zweifel auch einmal auf digitale Services verzichten. Patrick Beuth, Redakteur für den Bereich Wissen/Digital bei Zeit Online, verwies in diesem Zusammenhang darauf, dass sich digitale Datenspuren auch mit Add-ons wie etwa der Firefox-Erweiterung Ghostery verwischen ließen. Ob der „Deal Dienst gegen Daten“ fair sei, müsse immer wieder neu entschieden werden, wenn Nutzer sich etwa für einzelne Apps interessierten. Aus diesem Grund spiele Aufklärung eine ebenso wichtige Rolle wie Regulierung.

Dr. Annabell Preußler berichtete, vor allem bei jungen Nutzern seien Bequemlichkeit und Unwissenheit wichtige Faktoren für mangelndes Datenschutzbewusstsein. Die Expertin vom Lehrstuhl für Mediendidaktik und Wissensmanagement der Universität Duisburg-Essen berichtete außerdem von einem großen Gruppendruck, der etwa im Fall von Facebook dazu führe, dass Nichtmitgliedern Ausgrenzung drohe. Steffan Heuer ergänzte, auch der Gamification-Effekt vieler Angebote trage zu unbedachtem Handeln bei. „Wir denken gar nicht über Datenschutz nach. Wir machen es doch einfach“, räumte auch Ibrahim Evsan ein und bezeichnete Gamification, also die Einbindung spieltypischer Elemente und Prozesse etwa in soziale Netzwerke, als „Zeitverschwendung“.

Die Medienjournalistin **Vera Linß** beschrieb das Phänomen Facebook als eine „soziale Umdeutung des Privaten“. Diese Privatisierung sozialer Kommunikation sei gefährlich. Umso erforderlicher seien eine neue Ethik für den Umgang mit Daten und der Wille von Online-Unternehmen, Transparenz zu schaffen.

Dr. Wolf Osthaus, der bei der United Internet AG für Regulierungsfragen zuständig ist, betonte, das Internet ermögliche mehr Partizipation, erfordere aber auch einen verantwortungsbewussten Umgang mit den eigenen Daten. Genau dies aber sei oft kaum möglich, wandten andere Diskussionsteilnehmer ein. So verwies etwa Zeit-Online-Redakteur Beuth darauf, die ausgedruckten Datenverwendungsrichtlinien von Facebook umfassten 18 Seiten und seien kaum zu verstehen. LfM-Justiziarin Bocker unterstrich, die eigenen Daten ließen sich oft von den Betroffenen selbst gar nicht schützen. Deshalb sei ein staatlich institutionalisierter Schutz unerlässlich, um etwa das Erstellen persönlicher Datenprofile einzudämmen.

„Wir müssen in die Lage versetzt werden, unsere Rechte durchzusetzen“, plädierte auch **Falk Lüke** für Regulierung mit Augenmaß. Der Journalist und Mitgründer der Initiative Digitale Gesellschaft e.V. forderte, alle Nutzer müssten erfahren, was mit ihren Daten geschehe. Dies setze im Internet statt des virtuellen Häkchens unter komplizierten AGB eine „informierte Einwilligung“ voraus.

Während sich Wolf Osthaus, der Mitglied in der Enquete-Kommission Internet und digitale Gesellschaft ist, für möglichst wenig Regulierung aussprach, urteilte Lüke, das Modell des freien Marktes reiche nicht aus, um angesichts der Quasi-Monopole transnationaler Online-Konzerne für Chancengleichheit zu sorgen: „Minderheitenschutz entsteht nicht durch Wettbewerb, sondern durch Regulierung“, wies Lüke auf das normative Gebot von Medienvielfalt hin.

Dr. Jeanette Hofmann erläuterte in einem Video-Statement, dass Regulierung auch den Marktakteuren selbst überlassen werden könne. Ob und wann Selbst- oder Koregulierung, freiwillige Übereinkünfte (Soft Law) oder verbreitete Konventionen funktionierende Regulierungsinstrumente sein können, ließ die Politikwissenschaftlerin des Berliner Humboldt Instituts für Internet und Gesellschaft (WZB) allerdings offen.

Bei der Zusammenfassung zentraler Tagungsergebnisse sahen die Experten schließlich Verbraucher, Wirtschaft und Politik gemeinsam in der Verantwortung. Dabei gelte das Postulat der Transparenz gleichermaßen für medienpolitische Entscheidungsprozesse wie für Unternehmen, die auf Big Data setzen. Im Bereich des Datenschutzes müsse Regulierung so technikoffen formuliert werden, dass auch künftige Entwicklungen berücksichtigt seien. Die Chancen der Nutzer erkannten die Teilnehmer der abschließenden Diskussion vor allem in den neuen Partizipationspotenzialen des Internets, die eine Zusammenarbeit oder einen Ausgleich unterschiedlicher Interessen ermöglichen (Multi-Stakeholder-Ansatz).

Auf der Suche nach der Balance zwischen Offenheit und Regulierung, so zeigte der Auftakt der Tagungsreihe digital & mobil, muss das notwendige ordnungspolitische Instrumentarium immer wieder neu justiert werden. Nur so lässt sich angesichts teilweise antagonistischer Ziele – wie Wachstum und Verbraucherschutz oder Partizipation und Big Data – ein Interessenausgleich anstreben.