

Menschen



Der Mensch in der Datenfalle

Skandale verunsichern - wie Sie Ihre Privatsphäre schützen können

SONDERHEFT

Angriff auf das digitale Ich

Von der Adresse, Kontoverbindung bis zum Hobby – Wo sind die

VON ALICE AHLERS

Den eigenen Kontostand kennen nur die persönlichen Bankberater. Man kennt ihr Gesicht, ihren Namen, ihre Position. So dachte man jedenfalls bisher. Bei der Postbank waren es gleich 4000 freie Vermittler, die Einblick in Millionen Girokonten hatten. So berichtete die Stiftung Warentest vergangene Woche. Sie konnten Namen und Geburtsdatum eines Kunden in eine Datenbank eingeben, um sehen zu können, was sich dort bewegt. Sobald ein höherer Geldbetrag auf einem Konto einging, konnten sie den Kunden anrufen, um ihm als Berater Geldanlagen anzubieten. Alles andere als nur eine Datenpanne. „Da haben nicht nur ein paar schwarze Schafe einen Blick riskiert“, sagt Lutz Wilde, Redakteur bei der Stiftung Warentest. Die Bank habe bewusst gegen den Datenschutz verstoßen, um Profit zu machen. „Das sollte Kunden in Zukunft zum Umdenken bewegen“, sagt Wilde. „Sie sollten stärker nachfragen, welche Daten über sie gespeichert sind, und auf ihr Recht auf Sperrung hinweisen.“

Der gläserne Mensch?

Das gilt nicht nur für den Umgang mit der eigenen Bank. Der Postbank-Skandal ist nur ein Skandal von vielen der vergangenen Monate, bei denen es um Datenmissbrauch ging. Die Meldungen kommen aus allen Lebensbereichen: Telekom, Lidl, Deutsche Bahn, Daimler, Ebay, StudiVZ und Agentur für Arbeit.

„Es ist definitiv so, dass es mehr Skandale gibt und auch mehr Datenmissbrauch“, sagt Peter Schaar, Datenschutzbeauftragter des Bundes. „Ein Grund dafür besteht darin, dass es immer einfacher ist, Daten auf Datenträger zu ziehen und weiterzugeben.“ Die Zahl der Beschwerden, die in der Behörde eingehen, sei in den vergangenen Jahren stetig gestiegen.

Die Verunsicherung ist groß. Kein Wunder. Unsere Daten sind schließlich überall. Alle wollen sie haben, überall werden sie gespeichert. Bei Telefongesellschaften und Energieversorgern, bei Anbietern von Kundenkarten und Gewinnspielen, bei Reisebüros, Krankenkassen und Versicherungen. Im Internet hinterlassen wir bei Einkaufsportalen unsere Spuren, geben Kreditkartennummern und Kontoverbindungen preis. In Karriereforen laden wir Lebensläufe hoch, auf digitale Pinnwände der sozialen Netzwerke schreiben wir Privates. Die geplante elektronische Gesundheitskarte soll in Zukunft nicht nur Personalien, sondern auch elektronische Rezepte erfassen, langfristig könnten auf ihrem Chip sämtliche Vorerkrankungen gespeichert werden. Gegner fürchten Datenmissbrauch und sprechen vom „gläsernen Patienten“. Das alles verstärkt die Angst: Wo sind meine Daten überhaupt noch sicher?

Bundeskriminalamt und der Branchenverband Bitcom warnen erst vor kurzem, viele Nutzer gingen zu sorglos mit ihren Daten um. Straftaten im Internet hätten deutlich zugenommen.

„Kunden sollten stärker nachfragen, welche Daten über sie gespeichert sind, und auf ihr Recht auf Sperrung hinweisen“

Lutz Wilde
Stiftung Warentest

Sechs von zehn Nutzern seien etwa bereit, beim Online-Shopping Namen und Adressen in Webformulare einzutragen, 38 Prozent der Surfer tippten auch Bankverbindungen oder persönliche Informationen zu Beruf oder Hobby in die Eingabefelder der Online-Anbieter ein – geradezu unbekümmert werden Daten in die digitale Welt „entlassen“.

Neue digitale Welt

Daten, die in vordigitalen Zeiten einmal auf Karteikarten standen, fixiert auf Papier, das man nicht per E-Mail um die ganze Welt verschicken konnte; Daten, die in Akten lagen statt unsichtbar auf irgendwelchen Servern, die sich von irgendwoher unbemerkt über einen PC anzapfen lassen. Der Umgang mit digitalen Daten ist noch relativ jung, die Möglichkeiten, an sie heranzukommen, sie zu verbreiten, zu nutzen und zu Geld zu machen relativ neu. Ihr Diebstahl heißt nicht mehr, dass sich jemand ein Dokument aus einer Akte oder Schublade klaut, sondern Phishing, Trojaner oder Browser-

Entführung, eine Welt, die der normale Mensch kaum durchschaut.

Die Warnungen sind überall und kaum zu ignorieren. „Geizen Sie mit persönlichen Angaben im Internet“, rät nicht nur die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen und mahnt die Preisgabe von Adresse, Telefonnummer oder sonstigen privaten Details möglichst zu vermeiden. Doch ganz so einfach ist das nicht. Denn alle wollen mitmachen beim Chatten, beim Daddeln, beim Runterladen, beim Filmegucken, Musikhören und Flügebüchern. Alles so neu, alles so aufregend, so bequem und praktisch. Doch man bekommt es kaum, ohne persönliche Daten preiszugeben. Und manches würde ohne sie erst gar nicht funktionieren. Wer in Karriere-netzwerken Kontakte knüpfen will, kommt nicht drum herum, Angaben über sein Leben zu machen. Wer in sozialen Netzwerken wie Facebook oder StudiVZ seinen richtigen Namen nicht angibt, wird von seinen Freunden auch nicht gefunden. Wer ein Pseudonym benutzt, ist virtuell nicht so richtig real. Wie soll man sich vor Datenmissbrauch schützen, ohne sich aus der schönen, digitalen Welt zurückzuziehen? Lieber sich in die Schlange bei der Bank stellen als bequem online überweisen? Lieber auf den Chat mit dem Freund in New York verzichten, als sich im sozialen Netzwerk persönlich zu outen? Lieber zum Flohmarkt als zu Ebay?

Schützen kann man sich eigentlich nur durch Hinterfra-

eigenen Daten noch sicher?

gen, Nachhaken, Kritischsein. „Es gibt Möglichkeiten, die die Bürger viel stärker nutzen könnten“, sagt Bettina Gayk, Sprecherin des Landesbeauftragten für Datenschutz in Düsseldorf. Wenn man die Nutzung der eigenen Daten für Werbezwecke nicht will, könne man darauf hinweisen. „Daten mit Werbewiderspruch hätte auch die Postbank nicht für Werbezwecke nutzen dürfen.“ Im Internet sei erhöhte Wachsamkeit gefordert, ein Bewusstsein für die Interessen, die dahinterstecken könnten, wenn sich wieder mal eine Eingabemaske öffnet.

Dienstleistung gegen Daten

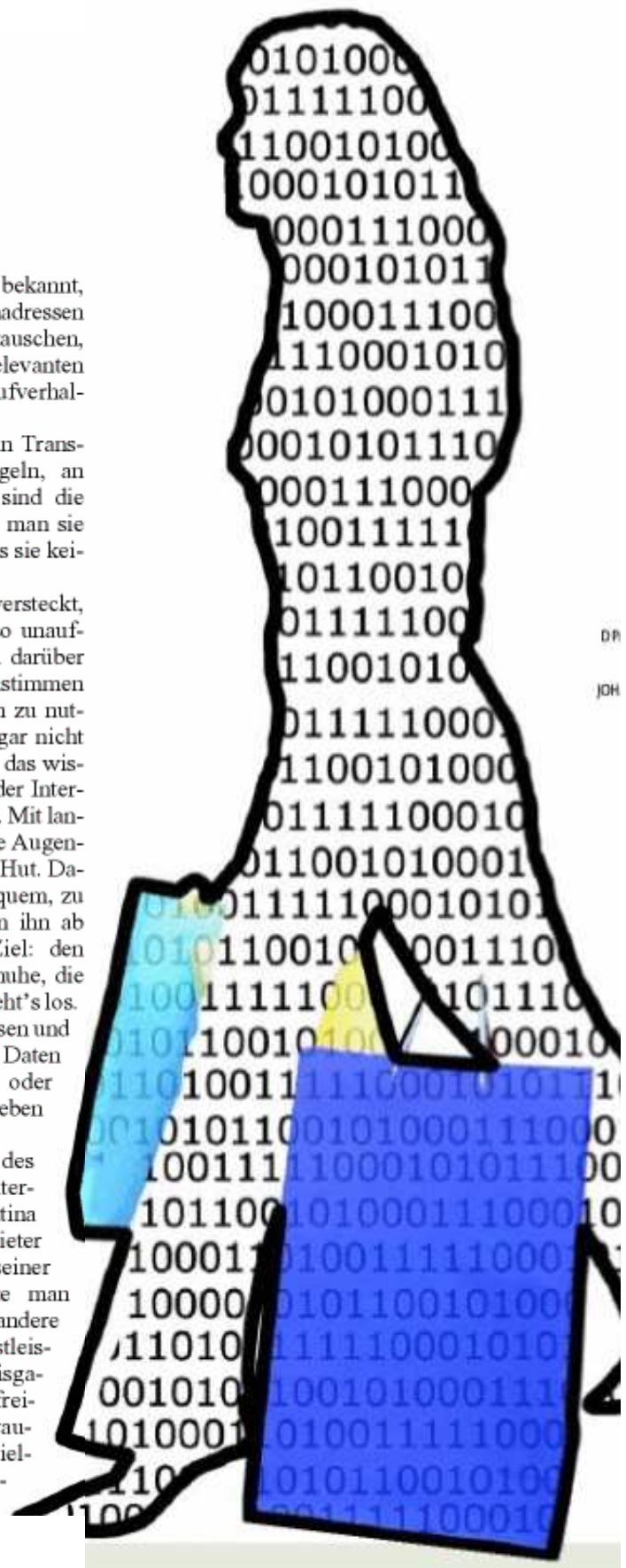
Denn umsonst gibt es im Internet selten etwas. Das Gratisgefühl im Netz ist ein Mythos. Wo kein Geld verlangt wird, bezahlt man mit Daten. Ein soziales Netzwerk nimmt von seinen Mitgliedern keine Gebühren und ist deshalb auf Werbung angewiesen. Sein Kapital sind die personenbezogenen Informationen der Nutzer, die sich verkaufen lassen. Was für den Facebook-Nutzer nur die Angabe eines banalen Hobbys ist, ist für andere ein dickes Geschäft. Deswegen sind die Voreinstellungen im persönlichen Profil darauf ausgelegt, möglichst viele persönliche Informationen zu bekommen. Und auch der Veranstalter eines Gewinnspiels – am Telefon oder auf einer Postkarte – verlost seine Preise nicht aus reiner Wohltat. Der Adressenhandel ist laut Verbraucherzentrale NRW ein gut florierender Wirtschaftszweig. So sei vor allem von eini-

gen Versandhäusern bekannt, dass sie ihre Kundenadressen auch untereinander austauschen, geordnet nach werberelevanten Informationen über Kaufverhalten.

Im Internet fehlt es an Transparenz, an klaren Regeln, an Datenschutzmoral. So sind die AGB oft so klein, dass man sie kaum sieht, so lang, dass sie keiner zu Ende liest.

Hinweise sind gut versteckt, Häkchen in Kästchen so unauffällig, dass man im Nu darüber hinwegscrollt. Um zuzustimmen und das Angebot gleich zu nutzen, muss man sie oft gar nicht zwingend öffnen. Denn das wissen auch die Anbieter: der Internet-User liebt es schnell. Mit langen Texten, so klein wie Augenpulver, hat er nichts am Hut. Dafür ist er einfach zu bequem, zu viele Hürden schrecken ihn ab auf dem Weg zum Ziel: den Chat, den Film, die Schuhe, die er kaufen will. Gleich geht's los. Und schon hat er überlesen und zugestimmt, dass seine Daten gespeichert, verwertet oder gar an Dritte weitergegeben werden.

„Die Marktmacht des Bürgers ist nicht zu unterschätzen“, sagt Bettina Gayk. Wenn ein Anbieter sorglos mit den Daten seiner Kunden umgeht, sollte man sich umsehen: Gibt es andere Anbieter, die ihre Dienstleistung auch ohne die Preisgabe der Telefonnummer freigeben? Dann wird Vertrauen und Diskretion vielleicht mal zum Verkaufsargument.



DR

JOH

Die 15 spektakulärsten Datenskandale *Daimler und SchülerVZ*

Daimler Aktuell sorgt der Autokonzern für negative Schlagzeilen. Stellenbewerber mussten während der Bewerbungsphase eine Blutproben-Untersuchung über sich ergehen lassen. Anhand der Ergebnisse soll ermittelt werden, ob sich der Bewerber für die angedachte Aufgabe eignet. Laut Gesetz dürfen Stellenanwärter aber nicht zu Gesundheitstests gezwungen werden.



SchülerVZ Vor rund zwei Wochen schlug ein Datenskandal beim sozialen Netzwerk SchülerVZ hohe Wellen. Millionen von Profilen wurden von einem Hacker kopiert und anschließend in ein passwortgeschütztes Internet-Forum gestellt, darunter Informationen wie Name, Schule, Geschlecht, Alter und Portfolio. Der 20-jährige Täter hat sich in Untersuchungshaft das Leben genommen.



Postbank und Telekom

Postbank Einer der aktuellsten Fälle von Datenmissbrauch ist in der vergangenen Woche bei der Postbank aufgetreten. Externe Finanzberater sollen Einblick in Kontobewegungen der Kunden gehabt haben, um Angebote zu machen. Der Zeitschrift „Finanztest“ seien in diesem Zusammenhang anonym unter anderem zahlreiche Kontoauszüge Prominenter zugespielt worden.



Telekom Schon mehrfach hat das Bonner Telekommunikationsunternehmen negative Schlagzeilen produziert, weil Hunderttausende Kundendaten, darunter auch Bankverbindungen, entwendet worden waren. Die Informationen sollen von deutschsprachigen Mitarbeitern eines türkischen Callcenters dazu benutzt worden sein, im angeblichen Auftrag der Telekom neue Verträge zu verkaufen.

