

## A. Einleitung

Privacy has become one of the most important human rights issues of the modern age.

Simon Davies,  
“The New Frontiers of Privacy” (1998)

Privacy is one of the most tenacious moral problems generated by information and communication technology.

The privacy notion is hard to explicate and has successfully resisted attempted analysis.<sup>1</sup>

Marcel J. Van den Hoven,  
“Privacy or Informational Injustice?” (1999)

You have zero privacy anyway.  
Get over it.

Scott McNealy,  
Sun Microsystems Inc.

### I. Die >neue< Bedrohung des Privaten

Dass das Private durch die zunehmende Verbreitung und Nutzung von IuK-Technologien gefährdet sei, ist eine der Globalthesen in der laufenden Diskussion um die Bewertung dieser Technologien. Dies legt nahe, dass unser Konzept des Privaten etwas mit Informationen zu tun hat.

Das Problem der (informationalen) Privatheit oder Privacy wird nicht zuletzt im Zusammenhang mit der Nutzung des Internets und vergleichbaren Technologien diskutiert. Darüber hinaus wird auch die Verwendung von neu entwickelten und/oder verfügbar gewordenen Überwachungstechnologien diskutiert. Diese werden jedoch nur am Rande in dieser Arbeit thematisiert werden.

---

<sup>1</sup> VAN DEN HOVEN / PRIVACY, S. 140 unter Bezugnahme auf die Übersichtsarbeiten von JULIE INNESS, FERDINAND SCHOEMAN, J. L. JOHNSON, MCCLOSKEY, GEOFFERY BROWN, J. FEINBERG und D. H. FLATHERY.

Im Mittelpunkt dieser Untersuchung steht das Internet als Basistechnologie einer Informations- und Kommunikationsgesellschaft. Diese wird verstanden als *Übergangsstadium* zwischen einer hochentwickelten Industriegesellschaft und einer noch zu realisierenden Informations- oder Wissensgesellschaft.<sup>2</sup> Die Betonung des Übergangsstadiums ist insofern für diese Arbeit von zentraler Bedeutung, da es mir nicht zuletzt um die gesellschaftliche Dimension des Privaten geht. Damit möchte ich vor allem gegen Autoren Stellung beziehen, welche das Private zur Privatsache erklären und jeden Benutzer selbst entscheiden lassen wollen, wo er die Grenze seiner jeweiligen Privatsphäre ziehen möchte.

Dabei bekommen diese Autoren – wie ich vermute: ungewollte – Unterstützung durch eine philosophische Diskussion darüber, ob die Unterscheidung zwischen dem Privaten und dem Öffentlichen überhaupt sinnvoll zu treffen sei. Raymond GEUSS kommt in seinem Buch „Privatheit. Eine Genealogie“ (2002, Original 2001) beispielsweise zu dem Schluss:

Wir haben keinen klaren Begriff, ja, nicht einmal einen provisorischen, nichttheoretischen Begriff von den zwei Kategorien des Öffentlichen und Privaten als Markierungen für zwei eindeutig unterschiedliche Bereiche.<sup>3</sup>

Eine Möglichkeit diese begrifflichen Schwierigkeiten zu umgehen, besteht dann eben darin, einen jeden selbst darüber entscheiden zu lassen, welche Informationen er über seine Person gegenüber Dritten preisgeben möchte. Diese Vorschläge werden von Rainer KUHLEN in seinem Buch „Die Konsequenzen von Informationsassistenten“ (1999) als *Konsensmodelle des Privaten* bezeichnet.<sup>4</sup>

Den Hintergrund zu diesem Vorschlag bildet dabei nicht zuletzt das Interesse an solchen Informationen seitens der Informationswirtschaft, welche bei der Nutzung des interaktiven Mediums zum Teil zwangsläufig entstehen, aber auch gezielt abgefragt werden. Deswegen stehen auch das Internet und vergleichbarer Technologien im Mittelpunkt dieser Arbeit, da hier neue Formen der Erhebung und Auswertung von Informationen festzustellen sind. Damit soll nicht behauptet werden, dass die Überwachungsproblematik nicht von Interesse wäre; aber den Schwerpunkt bildet die Diskussion um die Preisgabe, den Austausch und die Verwertung von Informationen und Daten.

Das Interesse an diesen Daten ist dabei so groß, dass zum Teil Anreize für ihre Preisgabe geschaffen werden. In diesen Anreizen sehe ich dann auch das

---

2 Zum Begriff der „Informations- und Kommunikationsgesellschaft“: Vgl. SPINNER / INFORMATIONSGESellschaft, S. 140. Zur Selbstbeschreibung durch das Merkmal der gesellschaftlichen Transformation durch Informationstechnologien vgl. z. B. GIESECKE / MYTHEN, S. 332ff.

3 GEUSS / PRIVATHEIT, S. 128.

4 KUHLEN / KONSEQUENZEN, S. 313.

eigentlich Neue, denn somit kann nicht länger ein Eigeninteresse am Schutz der Privatsphäre vorausgesetzt werden.

Dritte können auch aus ganz anderen Gründen ein Interesse daran haben, Nutzer von Software und/oder Informationsangeboten unter Beobachtung zu stellen, z. B. um die Kontrolle über eine zuvor vereinbarte begrenzte Nutzung zu behalten. Hier ist etwa an das einmalige Abspielen eines bestimmten Filminhaltes oder eines Musikstückes zu denken. Hinzu kommt der Trend zur bargeldlosen Zahlungsweise, bei der ebenfalls zwangsläufig Informationen über unser Kaufverhalten entstehen. Florian RÖTZER stellt deshalb in seinem Aufsatz „Das Recht auf Anonymität“ (2000) fest:

... je mehr wir uns aus der vertrauten materiellen Welt entfernen und in die digitale Welt eintauchen, desto kenntlicher werden wir, paradoxerweise eben auch in unseren privaten Räumen, in denen wir im vernetzten Zeitalter stärker an der Öffentlichkeit teilnehmen und in ihr sind, als wenn wir uns in die „alten“ öffentlichen Räume begeben.<sup>5</sup>

Diese Paradoxie wird durch die scheinbare Anonymität und Abwesenheit von direkter sozialer Kontrolle durch anwesende Dritte bei der Internetnutzung verstärkt.

Ihre eigentliche Brisanz gewinnt diese neue Form der Wahrnehmbarkeit u. a. im Bereich der Meinungsbildung, da die neuen Technologien auch neue Manipulationsmöglichkeiten eröffnen. Denn die Benutzer sind nicht nur einer erhöhten Wahrnehmbarkeit unterworfen, sondern die Anbieter können auch ad hoc Inhalte produzieren, von denen sie annehmen, dass sie der Erwartungshaltung der Benutzer optimal entsprechen. So warnt etwa Noam CHOMSKY vor den neuen

... Möglichkeiten, die Einstellungen und Überzeugungen der Nutzer zu beeinflussen, wenn das Internet der Kontrolle der Konzerne und kommerziellen Sponsoren unterworfen und damit der Öffentlichkeit ... entzogen und einer Handvoll juristischer Personen mit außergewöhnlicher globaler Macht übereignet werden kann. Ein wichtiges Ziel ist, wie ein Wirtschaftsjournalist bemerkt, „das zunächst eklektische Web in eine 24 Stunden am Tag funktionierende Vermarktungsmaschine zu verwandeln“.<sup>6</sup>

Mit CHOMSKY ist davon auszugehen, dass diese Vermarktungsmöglichkeiten eben nicht nur für die Vermarktung von Waren, sondern auch von Politik genutzt werden.

---

<sup>5</sup> RÖTZER / RECHT, S. 27.

<sup>6</sup> CHOMSKY / RECHTE, S. 102f.