

Internetrecht und Digitale Gesellschaft

Band 10

Privatheit in der digitalen Gesellschaft

Herausgegeben von

**Steffen Burk, Martin Hennig,
Benjamin Heurich, Tatiana Klepikova,
Miriam Piegsa, Manuela Sixt
und Kai Erik Trost**



Duncker & Humblot · Berlin

Privatheit in der digitalen Gesellschaft

Internetrecht und Digitale Gesellschaft

Herausgegeben von
Dirk Heckmann

Band 10

Privatheit in der digitalen Gesellschaft

Herausgegeben von

Steffen Burk, Martin Hennig,
Benjamin Heurich, Tatiana Klepikova,
Miriam Piegsa, Manuela Sixt
und Kai Erik Trost



Duncker & Humblot · Berlin

Diese Publikation ist im Forschungskontext
des DFG-Graduiertenkollegs 1681/2 „Privatheit und Digitalisierung“ entstanden.
Die Finanzierung dieser Publikation erfolgt aus Mitteln
der Deutschen Forschungsgemeinschaft.



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnetet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanische
Wiedergabe und der Übersetzung, für sämtliche Beiträge vorbehalten
© 2018 Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Satz: L101 Mediengestaltung, Fürstenwalde
Druck: CPI buchbücher.de GmbH, Birkach
Printed in Germany

ISSN 2363-5479
ISBN 978-3-428-15336-7 (Print)
ISBN 978-3-428-55336-5 (E-Book)
ISBN 978-3-428-85336-6 (Print & E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☺

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Inhaltsverzeichnis

Miriam Piegsa und Kai Erik Trost

 Privatheit in der digitalen Gesellschaft. Von Fragen der Subjektbildung und ethischen Grenzbereichen, Veränderungen sozialer Beziehungen und rechtlichem Regulierungsbedarf

7

1. Privatheit und das digitalisierte Subjekt

Armin Grunwald

 Abschied vom Individuum – werden wir zu Endgeräten eines global-digitalen Netzes?..... 35

Benjamin Heurich

 Privatheitsschutz als Gemeinwohl – Vertrauen und Sicherheit in digitalen Gemeinschaften

49

Tobias Matzner

 Der Wert informationeller Privatheit jenseits von Autonomie

75

Volker Gerhardt

 Öffentlichkeit und Bewusstsein..... 95

2. Digitalität als ethisches Handlungsfeld

Klaus Mainzer

 Digitale Würde? Sensoren, Roboter und Big Data zwischen Selbstorganisation und Selbstbestimmung

115

Christian Thies

 Verantwortung im digitalen Weltsystem. Grundsätzliche Überlegungen zu einem neuen Bereich angewandter Ethik

137

Julia Maria Mönig

 Verhaltensbeeinflussung durch Werbung in der Massengesellschaft

153

3. Digitale Kulturen und Vergemeinschaftung – soziale Aspekte

Kai Erik Trost

 Der private Freundschaftsraum im digitalisierten Umfeld. Eine empirisch-semantische Analyse einer jugendlichen Freundesgruppe

175

<i>Daniela Wawra</i>	
Beziehungsgestaltung in der digitalen Gesellschaft: Privatheit und Intimität im Kommunikationskontext sozialer Medien	199
<i>Alexander Kafka</i>	
Das intime Bild. Rechtliche Grenzen von Privatheit in der digitalen Gesell- schaft	219
<i>Tatiana Klepikova</i>	
Digital Russians' Home and Agora: The Runet between the Private and the Public Spheres	235
4. Staatliche Regulationsmöglichkeiten in der Datengesellschaft	
<i>Tobias O. Keber</i>	
Stützen der Informationsgesellschaft – zur Rolle von Datenschutz und Da- tensicherheit im Mediensystem	261
<i>Manuela Sixt</i>	
Scoring. Implikationen für Individuum und Gesellschaft	289
<i>Barbara Sandfuchs and Andreas Kapsner</i>	
Privacy Nudges: Conceptual and Constitutional Problems	319
Autoren- und Herausgeberverzeichnis	
	339

Privatheit in der digitalen Gesellschaft

Von Fragen der Subjektbildung und ethischen Grenzbereichen, Veränderungen sozialer Beziehungen und rechtlichem Regulierungsbedarf

Miriam Piegza und Kai Erik Trost

1. Digitalität im Spannungsfeld sozialen und kulturellen Wandels

Mit einem holistischen Blick auf die Medienberichterstattung rund um das Thema Privatheit und die digitale Gesellschaft scheint Privatheit heute ein knappes, bedrohtes und umkämpftes Gut zu sein. Mit Begriffen wie *Industrie 4.0*, *connected car*, *sharing economy* oder *cyber-physical systems* ist die Liste an prominenten Schlagwörtern lang, die sich als neue Phänomene einer ubiquitären Digitalisierung formieren und für Privatheit implizit oder explizit einen Krisendiskurs formulieren. Dieser Gefährdungsdiskurs kann als eine Konstante der aktuellen Privatheitsforschung identifiziert werden. Wie bei vielen klassischen Werken der Privatheitsforschung steht er in direktem Zusammenhang mit technischen Neuerungen und medialen Innovationen innerhalb einer Kultur, die zu einer veränderten Wahrnehmung des Gefährdungsstatus des Privaten führen.¹

So ist etwa der häusliche Privatbereich in zunehmendem Maße von der Digitalisierung betroffen. Die Vernetzung intelligenter Gegenstände (*smart devices*) wird unter der Bezeichnung ‚Internet der Dinge‘ (*internet of things*) zusammengefasst. Ab 2020 sind etwa intelligente Stromzähler (*smart meter*) in allen Haushalten Pflicht.² In einem *smart home* lernen die Thermostate

¹ Das bekannte Werk von Samuel D. Warren und Louis D. Brandeis ‚The Right to Privacy‘ (1890), in welchem die Autoren das *right to be let alone* formulieren, entstand etwa in Zusammenhang mit neuen Medientechnologien wie der Massenpresse und der Fotografie, während das viel zitierte Werk ‚Privacy and Freedom‘ (1967) des Juristen und Politologen Alan F. Westin im Kontext neuer Computertechnologien und der damit einhergehenden Techniken der Überwachung und Kontrolle entstand. Auch Jürgen Habermas‘ ‚Strukturwandel der Öffentlichkeit‘ aus den 1960er Jahren muss als zentraler Beitrag zur Privatheitsforschung vor dem Hintergrund der Etablierung des Fernsehens als Massenmedium gelesen und interpretiert werden.

² S. das Gesetz zur Digitalisierung der Energiewende: BT-Drs. 18/7555. Zur Kritik s.: Greis, Friedhelm (2016): SMART METER.

dann, wann sich Personen in der Wohnung aufhalten. Die Geräte passen dementsprechend die Wohntemperatur an, wodurch Heizkosten gespart und die Umweltbelastung reduziert werden kann. Gleichzeitig werden aber Daten erzeugt, die das Heizverhalten dokumentieren und in Kombination mit anderen Daten – zum Beispiel der Quadratmeterzahl oder der Haushaltsgröße – Auskunft über das private Leben und die Lebensgewohnheiten der Personen liefern. Würden diese Daten veröffentlicht oder unberechtigten Personen gegenüber zugänglich gemacht, so kann dies als Eingriff in die Privatheit des Subjekts verstanden werden. Rechtlich ginge damit ein Verstoß gegen den Zweckbindungsgrundsatz von erhobenen Daten einher. Jener regelt, dass Daten nur für denjenigen Zweck verarbeitet werden dürfen, für den sie erhoben wurden.

Bereits dieses hier lediglich kurz skizzierte Beispiel verdeutlicht, dass Digitalität mit unterschiedlichen Implikationen für die Privatheit verbunden ist und sowohl wünschenswerte als auch problematische Effekte mit sich bringt, welche im Folgenden zueinander ins Verhältnis gesetzt werden sollen. Denn die Digitalisierung begründet neben den viel diskutierten Risiken auch Chancen für Privatheit. Neue Technologien ermöglichen neue Formen der Kommunikation und etablieren dabei beispielsweise virtuelle Privaträume oder abgeschlossene *special interest groups*. Auf diesem Wege wird die Herstellung auch subkultureller Formen von Privatheit erleichtert, da die klar geahmten Schutzbereiche dazu dienen können, in der analogen Welt missbilligte Formen des Privaten zu pflegen.

1.1 Big Data und die Mythologisierung des Digitalen

Besonders populär im Digitalisierungsdiskurs zur Gefährdung des Privaten ist das Metaphänomen Big Data: Als Sammelbegriff wird Big Data für digitale Technologien verwendet, die durch das großangelegte Sammeln von Daten eine neue Ära digitaler Verarbeitung einleiten. Damit stellen sie in technischer Hinsicht eine Zäsur dar und initiieren auf sozialer und kultureller Ebene einen gesellschaftlichen Umbruch, der sich „as a change in paradigm, rather than solely a change in technology“³ formiert.

Tatsächlich verdeutlicht das Phänomen Big Data treffend, wie komplex und facettenreich digitale Technologien daherkommen. Obwohl die Wissenschaft das Schlagwort bereitwillig aufgenommen hat, ist eine theoretische Reflektion darüber, wie die Vielfalt der Beschreibungsformeln von Big Data in der Gesellschaft zu deuten ist, weitgehend ausgeblieben.⁴ Wie Ramón

³ Lane u. a. (2014): Privacy, Big Data and the Public Good, S. 1.

⁴ Vgl. Süssenguth (2015): In Gesellschaft der Daten, S. 8.

Reichert anmerkt, kann aber allein die Popularität des Schlagwortes als Hinweis dafür verstanden werden, „dass digitale Technologien nicht nur als neutrale Übermittler und passive Objekte formieren, sondern in einer engen Verbindung mit Diskursen, Akteuren und Netzwerken stehen, die Gesellschaft und Subjekte verändern.“⁵ Danah Boyd und Kate Crawford definieren Big Data vor diesem Hintergrund als kulturelles, technologisches und wissenschaftliches Phänomen, das auf dem Zusammenspiel von Technik, Analyse und – nicht zuletzt auch – Mythologie beruht:

(1) *Technology*: maximizing computation power and algorithmic accuracy to gather, analyze, link, and compare large data sets. (2) *Analysis*: drawing on large data sets to identify patterns in order to make economic, social, technical, and legal claims. (3) *Mythology*: the widespread belief that large data sets offer a higher form of intelligence and knowledge that can generate insights that were previously impossible, with the aura of truth, objectivity, and accuracy.⁶

Insbesondere am dritten Punkt der Mythengenerierung stricken viele Big Data-Literaturen fleißig mit. Dass Big Data einen Wert für den privaten Sektor habe, wird in vielen Aufsätzen als ganz offensichtlich vorausgesetzt.⁷ Dass eine emphatisch ausgerufene Prognostizierbarkeit durch Big Data dabei einen Hype konstruiert, der die Geschäftsmodelle der Datenunternehmen in Bezug auf ihre technischen Möglichkeiten im öffentlichen Diskurs radikal aufwertet, wird außer Acht gelassen. Aufgrund der meist intransparenten Berechnungsalgorithmen der Unternehmen sind Aussagen über die Leistungsfähigkeit von Prognosetechnologien jedoch mit Vorsicht zu genießen. Meist verbleiben die Berichte über die bisherigen ‚Erfolge‘ von Big Data entweder äußerst allgemein oder sie werden als erwartbar in die Zukunft projiziert.⁸ Wenn insofern selbst IT-Papst August-Wilhelm Scheer konstatiert, man müsse „Schlagwörter sorgfältig auf ihren Gehalt abklopfen“,⁹ so sagt dies einiges darüber aus, wie weit suggerierte und tatsächliche Leistungen von Big Data mitunter auseinanderliegen können.

Ein Großteil der Begeisterung rund um Big Data entstammt dem erleichterten Zugang zu massiven Datenmengen, denn historisch gesehen war das Sammeln von Daten stets zeitaufwendig und ressourcenintensiv. Konzerne wie Regierungen versprechen sich von Big Data daher neue Möglichkeiten

⁵ Reichert (2014): Einführung, S. 9.

⁶ Boyd/Crawford (2012): Critical Questions for Big Data, S. 663.

⁷ S. zum Beispiel Lane u. a. (2014): Privacy, Big Data and the Public Good, S. 133: „We are all aware of their value to the private sector; indeed, the market advantage of many of large companies in the United States, such as Google, Facebook, and Yahoo, lies in their access to large datasets on individual behaviour, and their ability to turn data into privately held information.“

⁸ Vgl. Reichert (2014), S. 9 f.

⁹ Scheer (2016): Thesen zur Digitalisierung, S. 50.