

Wie Datenschützer mit sozialer Bewährtheit, Autorität und Falschinformation Deutschland beeinflussen

Veröffentlicht am: 22.04.2010, 16:51

Pressemitteilung von: **Bitpalast GmbH** // Peter Debik

Leitfaden: Datenschützer nutzen nicht nur die Werkzeuge "soziale Bewährtheit" und "Autorität", um die öffentliche Meinung gegen innovative Informationsdienste zu beeinflussen. Sie gehen noch einen Schritt weiter: Informationen werden gezielt falsch platziert, wie die neuesten Fälle "Google scannt WLANs" und "1500 Widersprüche aus Bielefeld" belegen. Haupttext: Berlin, 22.04.2010. Der Psychologie- und Marketing-Professor Robert B. Cialdini erläutert in seinem Bestseller "Influence" (2 Mio. verkaufte Exemplare) sechs wichtige Werkzeuge, mit denen sich Menschen beeinflussen lassen. Zwei dieser Werkzeuge sind "soziale Bewährtheit" und "Autorität". Das Werkzeug "soziale Bewährtheit": Menschen, die sich selbst nicht mit einer Sache auskennen, vertrauen darauf, dass Andere in ihrem Umfeld wissen, was angemessenes Verhalten sei, und übernehmen daher deren Ansichten. Je unsicherer und uninformierter jemand ist, desto mehr neigt er dazu, das nachzuahmen, was ein Anderer tut. Das Werkzeug "Autorität": Menschen, die wegen eines Titels oder der Kleidung in einem anderen Menschen eine Autoritätsperson vermuten, neigen zu blindem Gehorsam. Umso stärker, wenn sie sich selbst mit einer Sache nicht auskennen. Zahlreiche psychologische Experimente zeigten, dass diese Prinzipien gefährliche Wirkungen entfalten, wenn sie von gefährlichen Personen benutzt werden. Im "Milgram-Experiment", das in Deutschland in abgewandelter Form durch den Psycho-Thriller von Oliver Hirschbiegel aus dem Jahr 2001 "Das Experiment" bekannt wurde, waren gewöhnliche Menschen nur deshalb bereit, einen anderen Menschen zu foltern, weil sie dazu von einem Versuchsleiter aufgefordert wurden, der einen Ärzte-Kittel trug. Die Prinzipien "soziale Bewährtheit" und "Autorität" sind evolutionär trotzdem sinnvoll. Denn sie ermöglichen Menschen, sich auch in Situationen, in denen sie sich nicht gut auskennen, zu orientieren. Werden die Werkzeuge aber genutzt, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen, sollte man genau hinhören. Ein solcher großflächiger Versuch der Einflussnahme findet zur Zeit in Deutschland statt. Die Datenschutzbeauftragten der Länder und des Bundes, allen voran der Hamburger Datenschutzbeauftragte Prof. Dr. Johannes Caspar und der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Dipl.-Volkswirt Peter Schaar, üben nachhaltigen Einfluss auf die öffentliche Meinung zu innovativen Informationsdiensten aus. Im neuesten Fall, in dem vermutet wird, dass die Google Street View Erfassung auch dazu genutzt wird, Informationen zu WLAN Netzen zu speichern, argumentieren weder Caspar noch Schaar mit technisch fundierten Informationen. Statt dessen schreibt Schaar in seiner Presseerklärung: "Ich bin entsetzt, zu welchen Zwecken diese Fahrten ohne Wissen Dritter genutzt worden sind." Sein Kollege Caspar schreibt: "Informationen über den Verschlüsselungsstatus [von WLANs] sind höchst missbrauchs anfällig und können durchaus dazu führen, dass entsprechende Daten als Wegweiser für Schwarzsourfer genutzt werden." Caspars sagt in seiner Pressemitteilung im Klartext nur: Wer sein Netz nicht verschlüsselt, der ermöglicht anderen, darauf zuzugreifen. Aber das ist selbstverständliches Weltwissen. Wer seine Haustür öffnet, der lässt andere herein. Braucht man für diese Erkenntnis einen Datenschutzbeauftragten? Schaar schreibt in seiner Erklärung, das Scannen von WLAN-Netzen verstoße gegen den Datenschutz. Dabei sind die erhobenen Daten aber doch nur dann personenbezogen, wenn die WLAN Betreiber dies ausdrücklich selbst in ihre Netze so eingetragen und veröffentlicht haben. Ist der Datenschutzbeauftragte dafür zuständig, wenn sich jemand freiwillig seinen Namen an die virtuelle Tür schreibt? Nur wer sich freiwillig dazu entschließt, die Netzwerkadresse aus den eigenen vier Wänden vergleichbar einem Klingelschild in den Vorgarten zu funken, könnte persönlich damit in Verbindung gebracht werden. Wer das nicht will, kann es lassen. Ist der Datenschutz zuständig, wenn ein Bürger diese Informationen selbst über sich veröffentlicht? Welche Absicht verfolgen die Datenschutzbeauftragten damit, Ängste bei den Bürgern zu schüren? Sie hätten in ihrer Pressemitteilung einfach erklären können, dass man die SSID des WLAN

Netzes abschalten oder sein WLAN-Netz verschlüsseln kann. Das tun im übrigen fast alle WLAN Betreiber längst. Die Router, die die großen deutschen Internetprovider ausliefern, sind standardmäßig mit einer aktivierten Verschlüsselung und kryptischen Netzwerk-IDs ausgerüstet, die nichts über ihre Nutzer verraten. Statt dieses einfachen Tipps, schreibt Caspar: "Die Fahrten für Google-Street-View dürfen erst wieder aufgenommen werden, wenn Google auf den Boden unserer Vereinbarung vom Juni 2009 zurückkehrt?" Auch Schaar empfiehlt nicht etwa, unverschlüsselte Netze zu verschlüsseln oder die Netzwerk-ID abzuschalten. Statt dessen verlangt er "die Fahrten für Street View zu stoppen." Geht es hier um Datenschutz oder geht es darum, Street View zu verbieten? Dass Google sich in der Vereinbarung vom Juni 2009 freiwillig zu 13 zusätzlichen Datenschutzmaßnahmen, die Google per Gesetz gar nicht erfüllen müsste, entschlossen hat, wird von den Datenschutzbeauftragten nicht erwähnt. Dennoch gibt die Medienlandschaft die Mitteilung der Datenschutzbeauftragten Dank derer "Autorität" kritikfrei wieder. Binnen weniger Minuten wiederholten angesehenen Medien die offensichtliche Falschinformationen von Schaar und Caspar, Google würde ihnen den Zugang zu einem Google Street View Auto verwehren. Google Pressesprecherin Lena Wagner dementiert. Schon zur Datenschutzkonferenz in Schwerin habe Google angeboten, dass sich Schaar und Kollegen ein Fahrzeug anschauen können. In einem ähnlichen Fall wurde vor kurzem der Bielefelder Datenschutzbeauftragte kritiklos mit der Behauptung abgedruckt, aus Bielefeld gäbe es schon 1500 Widersprüche gegen Google Street View. Obwohl in dem gleichen Zeitungsartikel schon durch einfaches Zusammenzählen der Zahlenangaben die angeblichen 1500 Widersprüche unmöglich erreicht werden konnten, übte der Amtstitel "Datenschutzbeauftragter" einen so autoritären Einfluss auf die Zeitung aus, dass diese die unsinnige Zahl kritiklos in ihre Schlagzeile setzte. Leser, die nun die Schlagzeile "1500 Widersprüche aus Bielefeld" sahen, gelangten in den Glauben, es habe diese Widersprüche tatsächlich gegeben. Dort griff das Prinzip der "sozialen Bewährtheit". Denn wenn es "so viele" Widersprüche gibt, wie sich ein ansonsten eigentlich kritischer Foren-Nutzer auch gleich beeinflussen ließ, dann müsse da wohl etwas dran sein. Über den Autor Peter Debik: Jahrgang 1970; Bankkaufmann; Magisterabschluss der TU-Berlin in Kommunikations- und Sprachwissenschaft mit 1; selbständig, Inhaber der Bitpalast GmbH; Betreiber des Stadtgeschichte- und Architektur-Portals www.time-o-rama.com, das Häuserfotos zeigt. Peter Debik Sensburger Allee 27D-14055 Berlin Telefon (0 30) 32 70 18 92 Telefax (0 30) 32 70 18 91 presse@time-o-rama.com www.time-o-rama.com

Pressekontakt

Herr Peter Debik
Geschäftsführer

Bitpalast GmbH
Sensburger Allee 27
14055 Berlin, Deutschland

Telefon: 030-32701892
E-Mail: presse@bitpalast.de
Website: www.bitpalast.de

Firmenportrait

Das Unternehmen hat sich seit 1990 zu einem führenden Anbieter systematischer Internetlösungen entwickelt und betreibt heute Webserver für internationale, fast ausschließlich gewerbliche Kunden. Das Angebot umfasst die Website Gestaltung und Webhosting Dienstleistungen sowie für jeden Kunden eine individuelle Beratung durch persönliche Ansprechpartner.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>