

# Das Laster

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

ein Laster ist ein zur Gewohnheit gewordenes lustbedingtes Verhalten; es verstößt gegen die Moral und ist tendenziell schädlich. Zum Laster wird es, wenn Gewohnheit oder Amoralität eine Toleranzschwelle übersteigen. An dieser können Gegner des Lasters zu Anhängern werden und umgekehrt. Solche Einzelbewegungen mitteln sich in der Masse heraus. Das führt zu einer resultierenden Fluktuation, mit der sich die Toleranzschwelle verschiebt, verdeutlicht oder auch auflöst. Dabei können Laster zu akzeptablen Gewohnheiten werden, und akzeptable Gewohnheiten zu Lastern.

Der Datenschutz ist von einer demokratisch denkenden Generation geschaffen worden. Er hat sich im neuen Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung, in den Datenschutzgesetzen und im Berufsstand der Datenschutzbeauftragten niedergeschlagen. Die Gesetze verdeutlichen das Grundrecht und verlangen von den mit personenbezogenen Daten befassten Stellen Vorkehrungen, die es gewährleisten und sichern. Die Vorkehrungen haben sich zu dem entwickelt, was man heute unter „Datenschutz“ versteht. Die informationelle Selbstbestimmung hingegen hat sich für den Bürger weitgehend erübrigt. Viel besser, als er es selber vermag, sorgen die Datenschutzbeauftragten dafür, dass die gesetzlichen Bestimmungen eingehalten und notfalls neue geschaffen werden. Datenschutz funktioniert demzufolge auch ohne Beteiligung des Bürgers. Diesem ist das soweit recht und wo ihm der Datenschutz lästig ist, setzt er ihn per „Einwilligung“ außer Kraft.

Davon macht er im Internet Gebrauch. Wenn er sich z.B. für die Facebook-Gemeinde entscheidet, akzeptiert er die Geschäftsbedingungen von Facebook. Facebook bietet ihm ein vielschichtiges, auch mobil erreichbares, Kommunikationssystem; kommerziellen Unternehmen bietet Facebook die Möglichkeit, auf die Daten der Teilnehmer zuzugreifen, Kaufneigungen abzufragen und Profile zu erstellen. Das Kommunikationssystem wird damit zu einem transparenten Markt. Das ist dem unbesorgten Teilnehmer recht; er hat seine Freude an den vielen neuen Netzwerk-Freunden, zumal ihm alles gratis zukommt. Für die Kosten kommen die werbenden Unternehmen auf. Diese schlagen sie den Preisen ihres Angebots auf. Diese Mehrkosten sind also nicht einer speziellen Facebook-Aktivität des Teilnehmers zuordenbar; sie werden unter den Teilnehmern vergesellschaftet. Der Geschäftszweck von Facebook ist die Erfassung und die kommerzielle Verwertung sensibler Teilnehmerdaten. Der den Kunden gewährte Service ist Mittel zu diesem Zweck.

Das schockt die erste Generation der Datenschützer, ist es doch das, wogegen mit ihrem Zutun der Datenschutz geschaffen wurde. Hier verzichtet der Teilnehmer zu seinem Schaden auf Schutz, lustbedingt und ohne Respekt vor seinem Grundrecht. So gesehen, trägt dies die Züge eines Lasters. Der Teilnehmer denkt dabei an nichts Arges; er hat nichts gegen Werbung und mag zuweilen ihre Konsumanregungen. Dass ihm dabei die Freigabe seiner Daten zum Nachteil geraten kann, haben ihm vierzig Jahre Datenschutz nicht vermitteln können. Wie gesagt, kann ein Laster auch akzeptabel werden; aber für den Datenschutz muss dieses besondere Laster stets Laster sein, auch wenn es dem Teilnehmer gegen den Wind der Freiheit nicht auszureden ist. Es lässt sich schwerlich durch Maßnahmen aus dem Katalog der Datenschutzbehörden verhindern. Ließe sich etwa der Firma Facebook ein Datenschutzzertifikat als Wettbewerbsvorteil andienen?

Man könnte sich, liebe Leserinnen und Leser, gegen die Werbung, den eigentlichen Kontrahenten, wenden. Gelingt es ihr, mit Mitteln der „heimlichen Verführung“ den Teilnehmer zum Laster zu motivieren, so könnte es mit ebensolchen Mitteln auch gelingen, ihn vom Laster abzubringen. Eine neue Aufgabe für den Staat? Die deutschen Kaiser des Mittelalters haben den Umgang mit Lastern der Kirche überlassen; so auch die absolutistischen Staaten der Neuzeit, wenn auch um Kontrolle bemüht. Vor einem Menschenalter haben wir mit dem vollen Verführungspotential des Staats schlechte Erfahrungen gemacht. Trotzdem: Man müsste den Menschen Lust auf Datenschutz machen können.

Mit freundlichen Grüßen, Ihr

*Karl R. Hevzel*