

Das Geschäft mit unseren

- Internetkonzerne mit Milliardengewinnen
- Ein Großteil entfällt auf Werbeeinnahmen
- Viele Nutzer bringen auch viel Geld

VON THOMAS DOMJAHN

Bis auf 124 Euro war die Facebook-Aktie nach Bekanntwerden des Datenskandals gefallen. Über 80 Milliarden Euro Börsenwert schmolzen so dahin. Mittlerweile ist sie wieder auf 159 Euro geklettert. Die Facebook-Krise scheint schon fast überwunden. Erst kürzlich kam das soziale Netzwerk, das weltweit über zwei Milliarden Nutzer hat, mit einer neuen Idee um die Ecke: Schon bald will Facebook eine App zur Partnervermittlung auf den Markt bringen.

Diese Beobachtung zeigt: Das Geschäft mit unseren Daten funktioniert. Waren früher Erdöl, Kohle und Stahl für den Erfolg einer Volkswirtschaft entscheidend, so sind es heute Daten. An der Spitze der wertvollsten Unterneh-



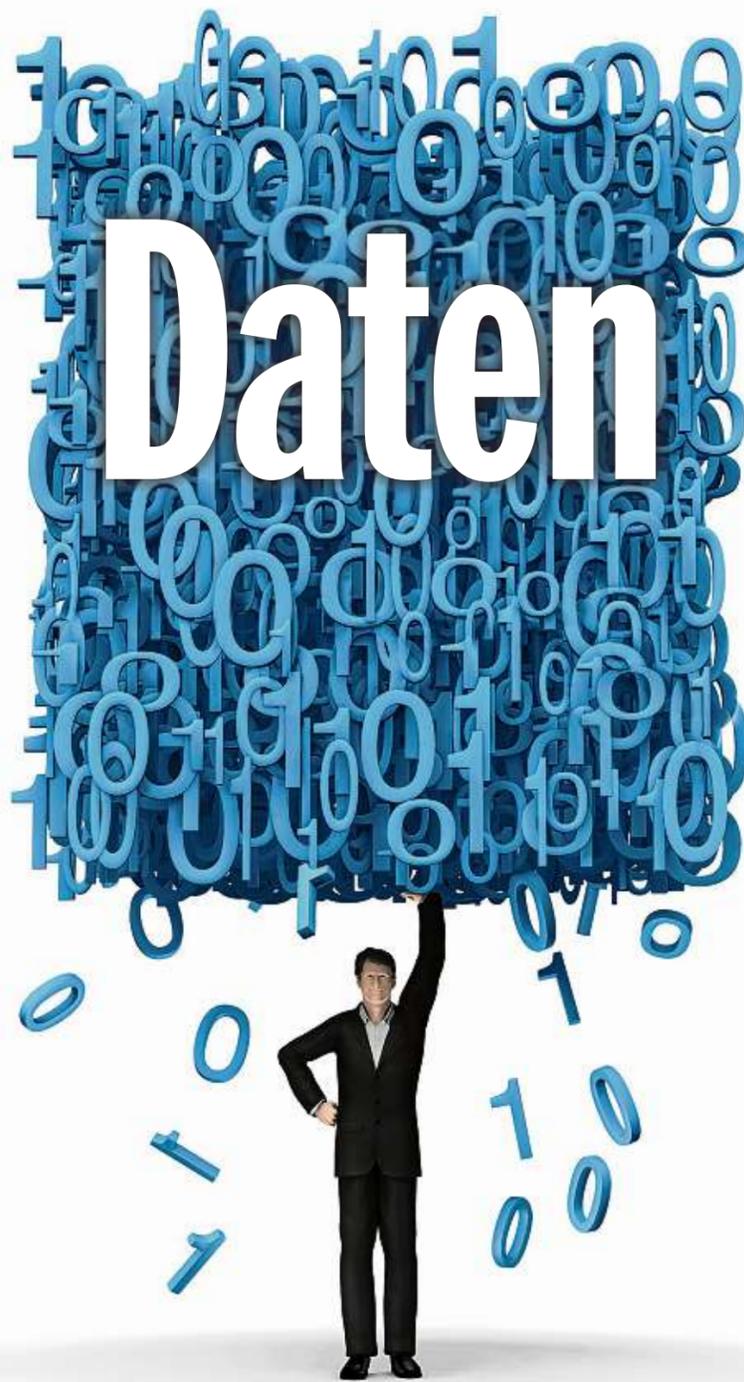
„Anzeigen passen auf natürliche Weise zu unserem Geschäft.“

Sheryl Sandberg, Facebook-Managerin

men der Welt tummeln sich mit Konzernen wie Facebook, Google und Amazon lauter Jäger und Sammler von Daten. Ölkonzerne wie Exxon Mobil, Autohersteller wie General Motors oder Elektronikkonzerne wie General Electric tauchen in den Top Ten gar nicht mehr auf.

Auch die Milliarden-Gewinne der Großkonzerne Google, Facebook und Amazon dürften die Konkurrenten aus dem vordigitalen Zeitalter erblassen lassen. Den Großteil ihrer Umsätze erwirtschaften Google und Facebook durch gezielt geschaltete Werbung. Bei Facebook beträgt der Anteil von Werbeeinnahmen über 95 Prozent, bei Google über 85 Prozent.

Klar, dass jeder Kunde für die Datenkonzerne Gold wert ist. Facebook machte im vergangenen Quartal pro Nutzer einen Umsatz von 4,70 Euro mit Werbung. In den USA und Kanada waren es sogar fast 20 Euro pro Mitglied, in Europa knapp 7 Euro. In Schwellenländern wie Indien oder Südafrika ist ein Nutzer für Facebook weniger wert, weil er dort durchschnittlich eine niedrigere Kaufkraft hat und so für die Werbeindustrie weniger attraktiv ist. Beim Google-Mutterkonzern Alphabet, zu dem Online-Dienste wie YouTube oder Google Maps gehören, liegt der Werbeumsatz pro Nutzer nach Experten-schätzungen sogar noch höher. Dabei



wären sogar viele Nutzer von Facebook und Google bereit, für die bisher kostenlosen Dienstleistungen zu bezahlen.

Nach einer Studie der Wirtschaftswissenschaftler Erik Brynjolfsson und Avinash Gannamaneni vom Massachusetts Institute of Technology sowie Felix Eggers von der Universität Groningen ist einem durchschnittlichen Facebook-Nutzer der Dienst monatlich 50 Euro wert. Allerdings scheint dieser Wert sehr hoch angesetzt. „Ich wäre bereit, zwei bis drei Euro im Monat für Facebook zu zahlen, aber ich will dann auch genau wissen, was Facebook mit meinen Daten macht, und ich will dabei Mitsprache haben“, sagte die österreichische Bloggerin Ingrid Brodnig im Gespräch mit dem SÜDKURIER.

Warum sie den Wert von Facebook und Co. für den einzelnen Nutzer so hoch einschätzen, erklärt Studienautor Felix Eggers. „Teilweise ersetzen diese

digitalen Dienste sogar Güter, die zuvor Geld gekostet haben“, sagt er. Navigationsgeräte kosteten vor zehn Jahren noch mehrere Hundert Euro, inzwischen navigieren viele Verkehrsteilnehmer mittels Google Maps. Die kostenpflichtige Kurznachrichte SMS wurde durch das kostenlose WhatsApp abgelöst, YouTube ersetzt vielen Nutzern den CD-Spieler und den Videorekorder zugleich. Die Enzyklopädie-Verlage haben ihre Konkurrenz zu Wikipedia größtenteils aufgegeben.

Angesichts dieser hohen Zahlungsbereitschaft vieler Nutzer, ist es kein Zufall, dass Facebook die Einführung einer Bezahlversion seines Netzwerks erwägt. Top-Managerin Sheryl Sandberg bestätigte zuletzt, dass Facebook über ein Abo-Modell nachgedacht habe. Zugleich betonte sie aber auch: „Anzeigen passen auf natürliche Weise zu unserem Geschäft.“

Das sind die größten Datenskandale 2018

Google, Facebook und WhatsApp: Sie alle sind scharf auf unsere Daten. BILD: ADOBESTOCK/FRESHIDEA

➤ **Facebook:** Der aufsehenerregendste Fall in diesem Jahr war der Datenskandal bei Facebook. Die britische Datenanalysefirma Cambridge Analytica hatte Daten von Millionen Facebook-Nutzern erhalten, die sie über eine Umfragen-App gesammelt hatte. Nach Einschätzung von Facebook könnten bis zu 87 Millionen Mitglieder weltweit betroffen sein. Facebook erklärte gestern in einer überraschenden Kehrtwende, dass von dem Datenskandal möglicherweise überhaupt keine Nutzer in Europa betroffen gewesen seien. Zuvor hatte das Online-Netzwerk noch selbst geschätzt, dass bis zu 310 000 Mitglieder in Deutschland und mehrere Millionen in Europa insgesamt betroffen sein könnten.

➤ **Deutsche Post:** Rechtlich war alles legal, trotzdem blieb ein Geschmäcke zurück: Die Deutsche Post hat über ein Tochterunternehmen Daten von Haushalten zu Wahlkampfzwecken an CDU und FDP verkauft. Insgesamt ging es um 20 Millionen Häuser mit rund 34 Millionen Haushalten mit mehr als einer Milliarde Einzelinformationen.

➤ **Under Armour:** Durch einen Hackerangriff auf die Kalorienzähler-App MyFitnessPal des US-Sportartikelherstellers haben Hacker die Daten von 150 Millionen Nutzern abgegriffen. Damit handelt es sich um eine der größten Cyber-Attacken der US-Geschichte.

➤ **Grindr:** Die Partnervermittlung-App hat mehr als 3,5 Millionen tägliche Nutzer und ist vor allem bei homosexuellen Männern beliebt. Unter anderem lässt sich dort (freiwillig) angeben, ob man an HIV erkrankt ist. Ausgerechnet diese sensiblen Daten hat das Netzwerk an externe Datenunternehmen weitergegeben und dafür viel Kritik geerntet.

➤ **Intel:** Wie Anfang des Jahres bekannt wurde, hat ein von Intel seit Jahren verkaufter Mikroprozessor eine Sicherheitslücke, durch die von Milliarden Geräten auf breiter Front vertrauliche Daten abgeschöpft werden können. Von der Sicherheitslücke seien „fast alle Systeme betroffen: Desktops, Laptops, Cloud-Server sowie Smartphones“, erklärten Forscher.



Die Internet-Expertin Ingrid Brodnig spricht im Interview über Facebook und Fake News: www.sk.de/9714313

THOMAS DOMJAHN

„Google ist noch viel gefährlicher als Facebook“

Der Konstanzer Datenschutzexperte Marc Strittmatter appelliert an die Eigenverantwortung jedes Bürgers beim Surfen im Internet

Herr Strittmatter, sind Sie eigentlich bei Facebook?

Nein, ich bin nicht mehr bei Facebook. Dazu ist mir meine Privatsphäre zu wichtig. Viele Menschen befinden sich aus meiner Sicht in einer Falle: Sie haben einerseits ein Bedürfnis nach maximaler Aufmerksamkeit in den sozialen Netzwerken. Andererseits ist es ihnen dann doch nicht recht, wenn sie von diesen Netzwerken gezielt beworben und gesteuert werden.

Wird Facebook wegen der Daten-Skandale an Relevanz verlieren?

Nein, Facebook bleibt auf absehbare Zeit der Goldstandard der sozialen Netzwerke. Wenn ein Netzwerk wie Facebook oder WhatsApp einmal etabliert ist, kommt es eher selten dazu, dass die gesamte Community zu einer anderen Plattform wechselt.

Zur Person



Marc Strittmatter, 49, ist seit 2011 Professor für Rechtswissenschaften an der Hochschule für Technik, Wirtschaft und Gestaltung (HTWG) in Konstanz. Zugleich ist er Datenschutzbeauftragter der Hochschule. Sein Spezialgebiet ist das IT-Recht und das Datenschutzrecht. Vor seiner Tätigkeit als Hochschullehrer arbeitete Strittmatter als Rechtsanwalt und als Leiter der Rechtsabteilung von IBM Deutschland. (td)

Ist es nicht maximal kundenfreundlich, dass Google, Facebook und WhatsApp kostenlos sind?

Doch, aber diese Dienste sind nur scheinbar kostenlos. Sie zahlen mit Ihren Daten. Jeder Nutzer ist für Facebook, Google oder WhatsApp einen be-

stimmten Geldbetrag wert. Das wird ja auch offen publiziert.

Sehen Sie in Facebook oder in Google eine größere Gefahr?

Meines Erachtens ist Google viel gefährlicher, weil es etwa 95 Prozent Marktdeckung bei der Suche und bei benachbarten Diensten eine große Abdeckung hat. Wenn ich Google Maps, Google Mail, Ihre Android-Daten und Ihre Suchabfragen kombiniere, habe ich ein recht gutes Bild Ihrer Gewohnheiten und Ihrer Persönlichkeit.

Warum sind die Unternehmen heutzutage so heiß auf unsere Daten?

Durch die Analyse von Daten kann ich menschliche Verhaltensweisen relativ präzise vorhersagen oder aber zum Beispiel Abläufe in der Produktion optimieren. Darin stecken lukrative Geschäftsmodelle. Dieses Thema haben viele Unternehmen aber auch der Staat entdeckt. Unternehmen, die sich die Daten-Analyse zum Geschäftsmodell gemacht haben, laufen oft hart an der Grenze zum Datenschutz.

Sollte der Staat Facebook und Google stärker regulieren?

Ich tue mich schwer mit Regulierungen. Die Technologie und die Geschäftsmodelle sind immer schneller als das Recht. Das geltende Recht kann sich gut mitentwickeln. Wettbewerb ist wirksamer als Regulierung.

Gehören meine Daten eigentlich mir, so wie mir mein Fahrrad oder mein Rucksack gehören?

Die Frage, ob Daten eigentumsfähig sind, wird gerade in der Rechtswissenschaft heiß diskutiert. Heute ist es so, dass die Unternehmen, welche Daten gesammelt haben, über diese zivilrechtlich zunächst einmal frei verfügen dürfen. Als Nutzer hat man da erst einmal keinen Herausgabeanspruch wie bei Gegenständen, die einem gehören.

Ist für Sie Datenschutz ein juristisches oder ein technisches Problem?

Weder noch. Es geht vor allem um Eigenverantwortung. Wir selbst sind doch Teil des Problems. Die persönliche Datenkultur ist für mich das Thema Num-

mer eins. Danach kommt die Technik und dann kommt erst der juristische Datenschutz.

Sind wir oft zu sorglos im Internet?

Ja. Man sollte nicht das gesamte Privatleben im Internet herausposaunen. Viele junge Leute sind allerdings mittlerweile relativ weit in der Technik des Verschleierns. Sie nutzen in den sozialen Netzwerken wie Facebook, Instagram oder bei Snapchat Alias-Namen.

Muss ich eigentlich beim Thema Datenmissbrauch vor dem Staat genau so viel Angst haben wie vor den großen Internetunternehmen?

Ich halte den Staat derzeit für relativ gut eingeehgt. In den 70er-Jahren während des RAF-Terrors hatten wir Angst vor dem Überwachungsstaat. Heute mache ich mir mehr Sorgen wegen der Datenmacht von Großkonzernen wie Google oder Facebook. Wenn der Staat auf deren Daten Zugriff erhielte, wäre das ein Problem.

FRAGEN: THOMAS DOMJAHN