



## Keine nutzerspezifische Werbung in sozialen Netzwerken

Pressemitteilung von Lothar Bisky, 08. November 2007

**Die Online-Plattform Facebook hat gestern angekündigt, in allen vorhandenen Nutzerprofilen von über 50 Millionen registrierten Nutzerinnen und Nutzern personalisierte Werbung zuzulassen. Dabei sollen den bislang interessierten 60 Konzernen und Unternehmen sensible persönliche Daten der Nutzerinnen und Nutzer zur Verfügung gestellt werden. Neben Alter, Geschlecht, Hobbys, Wohnort, politischer Überzeugung, Lieblingsbüchern und Lieblingsfilmen umfassen die bereit gestellten Informationen auch den Bildungsstand und Hinweise auf persönliche Beziehungen. Dazu erklärt der medienpolitische Sprecher der Fraktion DIE LINKE, Lothar Bisky:**

Die totale Vermarktung der Nutzerinnen und Nutzer durch Anbieter von sozialen Netzwerken wie Facebook ist ein massiver Eingriff in die Privatsphäre. Die Nutzerinnen und Nutzer willigen in den meisten Fällen unbewusst, automatisch bei Anmeldung ihres Profils in die Verwertung ihrer Daten ein. Dadurch werden sie den reinen Werbeinteressen der

Unternehmen unterstellt. Anbieter solcher Netzwerke müssen national und international verpflichtet werden, ihre Nutzerinnen und Nutzer ausdrücklich über die Folgen und Gefahren der Preisgabe der persönlichen Daten aufzuklären.

Ferner müssen die Nutzerinnen und Nutzer auch die Möglichkeit haben, bestimmen zu können, ob und zu welchen Zwecken ihre persönlichen Daten von Dritten verwendet werden dürfen oder nicht. Die bisher von Facebook gemachten Zugeständnisse hinsichtlich der eingeschränkten Sichtbarkeit der Daten nur für registrierte „Freunde“, konterkarieren die Belange des Datenschutzes. Die Privatsphäre der Nutzerinnen und Nutzer und der Schutz persönlicher Daten dürfen nicht zu Gunsten der Totalvermarktung geopfert werden.

Aufgrund der rasant steigenden Nutzung von Web 2.0-Plattformen wie MySpace und StudiVZ und der Datensammelwut von Suchmaschinen-Betreibern wie Google oder Yahoo muss die Frage gestellt und diskutiert werden, ob die bestehenden Regelungen und Gesetze zum Datenschutz im Internet noch ausreichend sind und den Nutzerinnen und Nutzern einen effektiven Schutz gegen die kommerzielle Verwertung ihrer Privatsphäre bieten.