



Der FSM-Verhaltenskodex für Betreiber von Social Communities im Spannungsfeld zwischen Jugend- schutz und Datenschutz

Sandra Walter, Justitiarin, Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM)

Im März 2009 verabschiedeten die reichweitenstärksten deutschen Social Community-Betreiber VZnet Netzwerke Ltd., Lokalisten Media GmbH und wer-kennt-wen.de GmbH unter dem Dach der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) einen Verhaltenskodex¹, der den Jugendschutz, Datenschutz und Verbraucherschutz in den deutschen Angeboten der beteiligten Anbieter deutlich verbessert.

Dieser Verhaltenskodex ist das jüngste Beispiel einer Reihe von Branchenstandards, die von der FSM initiiert wurden. Die FSM arbeitet seit 12 Jahren aktiv an der positiven Gestaltung und zukunftsorientierten Weiterentwicklung des Jugendmedienschutzes und ist die einzige nach dem Jugendmedienschutzstaatsvertrag anerkannte Einrichtung der Freiwilligen Selbstkontrolle für Telemedien in Deutschland. In den vergangenen Jahren haben viele Mitgliedsunternehmen zusammen mit der FSM auf freiwilliger Basis Verhaltenskodizes entwickelt, um die Belange des Jugendschutzes bei Suchmaschinen, im Mobilfunk, in Chatdiensten, im Teletext und bei Social Communities noch intensiver zu verfolgen.

Von den vereinbarten Regelungen des Verhaltenskodex für Social Communities profitieren derzeit ca. 30 Millionen Nutzer von schuelerVZ.net, studivZ.net, meinVZ.net, lokalisten.de und wer-kennt-wen.de. Der Unterzeichnung vorausgegangen waren mehrere Monate intensiver Beschäftigung mit dem Thema in einer FSM Arbeitsgruppe. Die Anbieter und die FSM entwickelten dabei, ungeachtet der wettbewerblichen Stellung der Unternehmen, Branchenstandards für Social Communities, die in vielen Regelungen über die gesetzlichen Verpflichtungen hinausgehen.

Das Ergebnis ist der **„Verhaltenssubkodex für Betreiber von Social Communities bei der FSM“**, ein 17-seitiges Dokument mit mehr als 50 fixierten

Sandra Walter

Rechtsanwältin und seit 2002 Justitiarin der Geschäftsstelle der FSM. Zu ihren Tätigkeiten gehörte u.a. die langjährige Arbeit als Beauftragte der FSM Beschwerdestelle. Seit 2008 verantwortet sie den Bereich Web2.0 und hat die Erarbeitung des Verhaltenskodex für Social Communities geleitet. Beisitzerin der BPJM ist Sandra Walter seit 2005.



Einzelmaßnahmen.

Der Untertitel „Jugendschutz und Datenschutz in Social Communities“ weist schon deutlich daraufhin, dass neben den natürlich fokussierten Jugendschutzaspekten auch Datenschutzfragen involviert sind.

Innerhalb des Verhaltenskodex werden zunächst allgemeine Grundsätze für den Betrieb der Dienste festgelegt - hier sind beispielsweise umfangreiche Regelungen über Aufklärungsmaßnahmen zu erwähnen. Zudem werden auch konkrete Vorgaben zur Gestaltung der einzelnen Dienste gemacht, so zum Beispiel für die Erstellung von Profilen in der Community oder zum Upload von Daten. Im Folgenden wird beispielhaft erläutert, welche jugendschutzrechtlichen Grundsätze den Verhaltenskodex ausmachen. Darüber hinaus werden die Aspekte diskutiert, die auch den Belangen des Datenschutzes Rechnung tragen bzw. die sich in einem Spannungsverhältnis mit dem Datenschutz befinden.

Ein typischer Konfliktpunkt zwischen Datenschützern und Jugendschützern besteht in der Frage der Nutzung von Social Communities unter realem Namen oder anonym bzw. pseudonym. Während sich Datenschützer für die anonyme oder pseudonyme Nutzung aussprechen, sehen Jugendschützer in der Nutzung von Klarnamen Vorteile für den Schutz Minderjäh-



riger. Durch das Agieren unter dem realen Namen werden Hemmschwellen aufgebaut, sich in der Community sozial inadäquat zu verhalten. Ferner werden durch die Maßnahme die positive Atmosphäre und auch die soziale Selbstkontrolle innerhalb der Plattform gestärkt. Darüber hinaus wissen Minderjährige genauer, mit wem sie es in der Social Community kommunizieren und möglichen pädophil veranlagten Personen wird es in Folge der Authentizität eines Netzwerks erschwert, Kontakt zu Minderjährigen aufzunehmen. Grundsätzlich läuft eine strikte anonyme Nutzung auch dem generellen Konzept eines Netzwerkes – nämlich der Auffindbarkeit von und der Interaktion zwischen realen Personen – zuwider. Aus diesen Erwägungen entschieden sich die in der FSM vereinigten Anbieter in dem Verhaltenskodex für die stärkere Betonung des Jugendschutzes und damit für eine Förderung der Nutzung von Social Communities unter realem Namen. Eine anonyme Nutzung wird durch die Plattformen jedoch nicht sanktioniert, so dass auch den Vorgaben des Datenschutzes Rechnung getragen wird.

Eine ganz zentrale Regelung des Verhaltenskodex ist die Verpflichtung der Nichtauffindbarkeit von Profilen der unter 16-Jährigen durch externe Suchmaschinen. Diese Einstellung ist auch durch die Nutzer nicht veränderbar. Mit dieser Maßnahme werden Informationen, die jüngere Nutzer über sich in der Community preisgeben, sehr effektiv geschützt. Leider ist diese Maßnahme bei vielen sozialen Netzwerken kein Standard, die Mitglieder der FSM besetzen hier eine Vorreiterposition.

Weiterhin ist im Verhaltenskodex geregelt, dass der Auslesbarkeit von Profildaten über 16-Jähriger durch Suchmaschinen widersprochen werden kann. Jedoch gehen in der gelebten Praxis alle drei beteiligten Anbieter von Social Communities in diesen wichtigen Punkten bereits über den Verhaltenskodex hinaus und gestalten ihr Produkt noch abgeschlossener, als die Selbstverpflichtung fordert: Sie schließen eine Auffindbarkeit aller Nutzerprofile durch externe Suchmaschinen generell aus.

Zudem ist geregelt, dass bei Nutzern unter 14 Jahren standardmäßig strengere Privatsphäreinstellungen

vorliegen, so dass die Profildaten grundsätzlich nur für Freunde sichtbar sind und eine weitergehende Freischaltung nur aktiv durch den Nutzer selbst erfolgen kann. Aus Gesichtspunkten des Jugendschutzes sind die unter 14-Jährigen einerseits besonders schutzwürdig. Andererseits stellt eine generelle Nichtauffindbarkeit das Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung von Minderjährigen, aber auch das Entstehen und Bestehen von zwischenmenschlicher Vernetzung in Social Communities, in Frage.

Um die Nutzer zu befähigen selbst aktiv zu werden, verpflichten sich die Betreiber der Communities dazu, eine deutlich sichtbare Ignorierfunktion gegenüber anderen Nutzern und eine Meldfunktion für regelwidriges Verhalten vorzuhalten. Außerdem besteht die Verpflichtung, eine deutlich wahrnehmbare Möglichkeit zur Löschung des Nutzerprofils anzubieten und mit der Abmeldung dann automatisch Fotos, Videos und weitere vom Nutzer hochgeladene Dateien zu entfernen. Durch diese Maßnahme greift die Vermutung, dass das Internet nichts vergisst, für die beteiligten Communities nicht.

Die Maßnahmen zur konkreten Gestaltung der einzelnen Dienste innerhalb der Community werden durch Aufklärungsmaßnahmen zur besseren Sichtbarkeit der Regelungen flankiert und darüber hinaus wird die Aufklärung als zentrales Element zur Sensibilisierung der Nutzer begriffen.

Diese Beispiele zeigen deutlich, dass sich der Jugendmedienschutz und der Datenschutz nicht grundsätzlich ausschließen, sondern sich in einer fruchtbaren Zusammenarbeit gegenseitig ergänzen können. In Fällen, in denen die Rechtsgüter divergierende Maßnahmen von den Anbietern fordern, wird versucht eine praxistaugliche Lösung zum Wohle des Nutzers zu entwickeln, die beiden Rechtsgütern Rechnung trägt.

¹Abrufbar unter www.fsm.de/de/Web_2_0

²Siehe Beschluss des Düsseldorfer Kreises der Datenschutzbeauftragten vom 17./18.April 2008 unter <http://www.datenschutz-berlin.de/content/deutschland/duesseldorfer-kreis> bzw. http://www.datenschutz-berlin.de/attachments/487D__seldorfer_Kreis_April_2008_Datenschutzkonforme_Gestaltung_sozialer_Netzwerke.pdf?1212737975