

Im Bann der Netzwerke

Aufmerksamkeitsökonomie und subtile Steuerung in den Sozialen Medien

In den letzten Jahren haben sich Social-Media-Forschung bzw. Social-Media-Monitoring zunehmend dafür interessiert, wie die Sozialen Medien genutzt werden. Dabei haben sie immer mehr über Nutzungsdauer, -arten, und -motive gerade der großen, einflussreichen sozialen Netzwerke herausgefunden. Vor allem aber mögliche Folgen einer Fremdsteuerung der Nutzerinnen und Nutzer – beispielsweise ein neues Verständnis von Gemeinschaft und Sozialität – wurden aus verschiedenen Perspektiven diskutiert und führten zu Zuschreibungen wie „Facebook-Gesellschaft“¹ oder „Generation Facebook“.² Lassen sich gesellschaftliche Veränderungen in den Sozialen Netzwerken tatsächlich verstärken? Inwieweit dirigieren die Plattformen Aufmerksamkeit systematisch und subtil, ausgerichtet an kybernetischen Prinzipien? Der erste Teil des Titels spielt an auf das viel beachtete Werk „Im Bann der Plattformen“ von Geert Lovink (2017), der zweite auf die FfF-Konferenz von 2018, wo sich die Vorträge und Workshops aus verschiedenen Perspektiven mit „Gestaltungsfreiheiten und Machtmustern soziotechnischer Systeme“ beschäftigten. Insgesamt ergibt sich ein kritischer Blick auf maßgebliche Auswirkungen der viel genutzten Sozialen Medien an der Schnittstelle zwischen Soziologie und Informatik.

Subtile Aufforderungen zum Kommunizieren

Will man Überwachungslogiken und deren Konsequenzen in den Sozialen Medien aufzeigen, kann es hilfreich sein, zu den Anfängen der Sozialen Medien zurückzublicken: Da war das *Web 2.0*, anfangs als *Mitmachnetz* bezeichnet und ob der demokratischen Partizipationsmöglichkeiten von verschiedenen Seiten bejubelt. Selbstdarstellung, Inszenierung, Profilbildung und Vergleiche mit anderen waren mit hochgeladenen Daten und ein paar Klicks möglich. Zugleich machte die Kritik an den neoliberalen Geschäfts- und Profitstrategien rund um das *Web 2.0* deutlich, dass es Konzernen wie Google um Datenabschöpfung in großem Stil ging. Im Mittelpunkt des *Web 2.0* stand zunächst der *User-generated Content*: seine leichte, massenhafte Verbreitung und die Idee des *Prosumers* waren geeignet, Aufmerksamkeit zu generieren und Erlebnisse mitzuteilen. Technisch wurde das *Web 2.0* zu den Sozialen Netzwerken weiterentwickelt. Den Möglichkeiten zur Selbstdarstellung und Vernetzung – im *Web 2.0* wie in den Sozialen Medien heute – lagen bzw. liegen stets subtile Aufforderungen zum Kommunizieren zugrunde. Die Partizipation dabei „impliziert immer den gleichen Zwang zur ‚Anschließen‘; sie forciert mit der Ausrichtung der Netze zugleich die *Obligationen des Sichanschießen-müssens* [sic] und damit die Weise der Kommunikation, von der nicht abgewichen werden kann.“³ Voyeurismus und ständig auf Postings, Kommentare, Likes und Dislikes zu reagieren, halten einerseits den Fluss der Kommunikation am Laufen und verhindern andererseits – mit Blick auf die Nutzer – ein Gefühl des Ausgeschlossenenseins. Auf Seiten der Plattform-Betreiber hingegen geht es um eine Optimierung der Programmarchitektur, die sogleich wiederum auf die Benutzer zurückwirkt. So verfolgen Facebook und andere Plattformen eine kybernetisch orientierte, Stimmung beeinflussende „Optimierung der Kommunikationsströme, an die jeder sich nicht nur anschließen kann, sondern *muss*, ja *geradezu nicht anders kann als sich anzuschließen* und sich in ihre Netze zu verspinnen.“⁴ Die ursprünglich aus der Psychologie kommenden, viel diskutierten „Affordance“-Strategien im Social Web können aus mediensoziologischer Sicht verstanden werden als unmerklich *sanfte* Aufforderungen zum Kommunizieren – denn „gute Hirten führen *sanft*“, wie der Soziologe Ulrich Bröckling mit Blick auf Verhaltensführungs- und „Menschenregierungskünste“⁵ weitsichtig dargelegt hat.

Nudging und der Wert von Entscheidungen im Neoliberalen

Die auf Richard H. Thaler und Cass Sunstein zurückgehende Analyse der *Nudging*-Psychologie aus dem Jahre 2008 ist nur ein Beispiel für ausgefeilte subtile Verhaltenssteuerung mit oder ohne digitale Technologien. Die zu Steuernden sollen in eine gewünschte Richtung, zum erwünschten Verhalten geführt werden, aber eben *nicht* durch Zwang, argumentative Überzeugung, Überredung(skünste) oder auffälliges Drängen, sondern durch *sanftes* Anstupsen (Stupser = nudge) – in Form von algorithmengesteuerten Verlockungen, Anstoßen und Impulsen. Indem die *Entscheidungsarchitektur* und der *Handlungsrahmen* innerhalb der Kommunikations- und Entscheidungsprozesse entsprechend gesetzt oder modifiziert werden, soll die Wahrscheinlichkeit erhöht werden, dass sich Menschen verhalten wie erwartet.⁶ Analog zu *Big Data* ist hier oft auch von *Big Nudging* die Rede. Rainer Mühlhoff konkretisiert dies mit Blick auf die Schnittstelle soziotechnischer Systeme: „Nudges operieren dazu über das Design [...]: Das ist die räumliche grafische und interaktive Logik, in der Auswahloptionen präsentiert und aufbereitet werden.“⁷ Die Nutzer, die schließlich eine der Optionen wählen, sollen den (hohen) Wert ihrer eigenen Entscheidung mitbekommen, die ihnen erleichtert wurde. Hinter diesem *Wert* steckt jedoch vielmehr eine auf die binäre 0-1-Struktur zurückgehende, algorithmische „Entscheidungslogik“, wie Dieter Mersch hervorhebt: „Vernetzte Kommunikation ist in diesem Sinne entscheidungslogisch ‚gebündelte‘ bzw. ‚abgerichtete‘ Kommunikation“.⁸ Kritiker machen auf die enge Verschränkung des Stupsens mit Wettbewerbsstrukturen und somit auf die neoliberale Anschlussfähigkeit aufmerksam. Letztlich sind die smarten Geräte zum Self-Tracking und Körper-Monitoring Teil der Vergleichs- und Optimierungsprozesse in einer neoliberal zugerichteten Gesellschaft. Das Numerische der Geräte, Ist-, Soll- und Vergleichswerte können als kybernetische *Nudging*-Elemente verstanden werden: Die algorithmisch verstärkten Ambitionen, bestimmte Soll-Werte zu schaffen, sind Ansporn („Nutzer x hat bereits den Wert Y erreicht“), sich überzeugen (stupsen) zu lassen, um ebenfalls den Wert Y zu erreichen. Dabei stellen die Sozialen Netzwerke durch ihre Vernetzung und Reichweite die Plattformen dar, ohne die ein solcher Vergleich nicht möglich wäre. Permanent Daten über die Plattformen preiszugeben, heißt für die Nutzerinnen und Nutzer zugleich, sich selbst zu ver-

markten – nach vorgegebenen Regeln der neoliberalen Marktlogik. Um zu ihrem Wohl *gestupst* zu werden, d. h. auch, „um zu den begehrten sozialen Belohnungen vorgelassen zu werden, [wird] verlangt, daß Sie *sich selbst als Ware konzipieren*: als Produkte, die ‚aufmerksamkeitsstark‘ sind, die *Nachfrage* wecken und *Kunden* anziehen.“⁹ Die Sozialen Medien haben sich seit dem Web 2.0 auf diese Marktregeln nicht nur eingelassen, sondern sie so weit internalisiert und technisch implementiert, dass sie zu veritablen (Optimierungs-)Räumen für das neoliberale, sich selbst vergleichende und freiwillig unterordnende „unternehmerische Selbst“¹⁰ geworden sind. Zu Räumen, in denen *Wert* weniger als *wertvoll* für die Nutzer zu verstehen ist, sondern immer mehr im Sinne der Gewinnoptimierung von Datenkonzernen und letztlich als Anpassung.

Aufmerksamkeit bündeln im Assessment-Center

Eine Metapher, um diese Räume genauer zu beschreiben, buchstabierte die Journalistin und Soziologin Carolin Wiedemann im Anschluss an Bröckling aus: das *Assessment-Center* als Ort für die umfassende numerische Vergleichbarkeit mit anderen und damit auch als Ort der Selbstdarstellung, -optimierung und -disziplinierung. Während Bröckling 2007 das Leben „als permanentes Assessment Center“¹¹ unter den Bedingungen eines neoliberalen Marktes analysiert, geht Wiedemann konkret auf das Unternehmerische der Sozialen Netzwerke ein. Sie analysiert das Interface, die damit verbundenen Möglichkeiten, sich im Rahmen eines möglichst kreativen „Selfbrandings“ sichtbar und bewertbar zu machen und kommt zu dem Schluss: so „führt auch Facebook das Verhalten der UserInnen, es strukturiert deren Handeln, indem es sie dazu anleitet, sich auf eine ganz bestimmte Art und Weise zu verhalten, bestimmte Aspekte des Selbst und [...] bestimmte Dinge zu äußern.“¹² Voraussetzung dafür ist zum einen das Ansammeln von Daten der Nutzer und zum anderen ein Lenken von Aufmerksamkeit auf bestimmte Inhalte und Quellen. Relevanzen müssen gesetzt und Bewertungen getroffen werden: Informationen werden auf eine bestimmte, dem bisherigen Profil einer Person angepasste Art und Weise registriert, algorithmisch weiterverarbeitet und entsprechend adressiert. Aus der *Like-Economy* ist längst eine umfassende Aufmerksamkeitsökonomie geworden, die nicht nur für das Geschäftsmodell von Facebook, sondern auch für die kommerziellen Strategien anderer Social-Network-Plattformen charakteristisch ist. Was der Architekt, Software-Entwickler und Stadtplaner Georg Franck 1998 in seinem Buch „Ökonomie

der Aufmerksamkeit“ beschrieben hat, ist heute durch die Sozialen Medien mehr denn je eingelöst: die von ihm in puncto Einschaltquoten, Auflagenstärke, SMS und e-mail analysierte „neue Währung Aufmerksamkeit“ radikalisiert sich in der Digitalität und *Disruption* der Sozialen Medien zu einer neoliberalen, algorithmischen Bindung, Lenkung, Konzentration und letztlich zum Nutzarmachen von Aufmerksamkeit. Die technischen Instrumente dafür: Big-Data-Techniken und Algorithmen.

Kybernetische Fremdbestimmung: Feedback als Endlosschleife

Der niederländische Medientheoretiker und Netzaktivist Geert Lovink bezieht sich in seinen Abhandlungen immer wieder auf die frühe Kybernetik, insbesondere den Zweig der Soziokybernetik. Er wirft auf dieser Folie einen kritischen Blick auf die allgegenwärtige Software(gläubigkeit), die nicht nur vernetzend *smart things* in vielen Lebensbereichen hervorbringt, sondern „deren Echtzeit-Feedback viele Nutzer abhängig macht.“¹³ So ist neben dem subtilen Anreiz-Setzen durch Nudging auch das Feedback als Steuerungsmittel rund um die Sozialen Medien zu sehen. Wichtig für die Plattform-Betreiber ist es dabei wie erwähnt, die Kommunikation aufrecht zu halten. Nur so bleiben der kybernetische Regelkreis in Betrieb und Feedback als Rückmeldung konkret greifbar, in Form der mess-, bewert- und vergleichbaren Äußerungen oder Reaktionen (*Likes/Dislikes, Retweets, Following, Sharing, etc.*), die sich als „Pandorageschenk der Sofortbelohnung“ lesen lassen für gepostete Informationen über sich selbst oder unter dem Unterhaltungsaspekt als „Kultur der Sofortbefriedigung“¹⁴. Beobachtet und beobachtet werden, handeln und Erwartungen haben, agieren und Reaktionen darauf bekommen, mit anderen Worten: Als relevant für das Design der Benutzeroberfläche wird das vorgeschlagen, was – algorithmisch errechnet – eine Reaktion provozieren wird. In der Interaktionslogik der Sozialen Medien gilt das kybernetische Prinzip: Die „computerbasierten Systemschleifen vermehren die Selbstbeobachtungspositionen und die Archivierungstechniken und ermöglichen, dass sich die UserInnen in allen Stadien ihrer biografischen Selbstdarstellung gegenseitig beobachten können.“¹⁵ Letztlich steckt hinter dem Reagieren auf ein Posting wiederum ein durch die Architektur der Software ermöglichter *Nudge*. Mit jedem Klick wird dieser Regelkreis aufrechterhalten und somit die Aufmerksamkeits- und Reputationsökonomie genährt. Mit dem Ist-Soll-Abgleich kommen zwei weitere kybernetische Faktoren in den Blick:



Markus Reinisch

Markus Reinisch ist Lehrer an einer bayerischen Mittelschule. Er schreibt neben literaturdidaktischen und gesellschaftspolitischen Beiträgen kritisch zu Themen der Digitalisierung für verschiedene Zeitschriften. Vor allem die Prozesse an der Schnittstelle zwischen Bildung und Digitalisierung nimmt er unter die Lupe. Zuletzt sind einige Aufsätze zu Big Data- und zur Algorithmenkritik erschienen.

Beobachtung und Anpassung. Es sind die Logiken der „Feedbackschleifen und Technologien des (Selbst-)Monitorings, die kontinuierliche Anpassungen an sich ebenfalls kontinuierlich wandelnde Zielmarken ermöglichen sollen“¹⁶. Was sich in den 60er- und 70er-Jahren zum Erreichen der gesetzten Ziele (*Soll-Wert* im Regelkreis, beispielsweise beim Thermostat) technisch aufwändig gestaltete, ist heute mittels Personalisierungs-Algorithmus problemlos umzusetzen. Der Algorithmus wirkt und der Nutzer Sozialer Medien gibt – meist unbemerkt – „sein Selbstbestimmungsrecht an eine Technologie ab, die ihm einzig noch die Freiheit gewährt, ständig mit sich selbst verbunden zu sein, insofern er sich einer *unreflektierten Selbstkontrolle* unterwirft, die mit einer *reflektierten Außensteuerung* korrespondiert.“¹⁷

Identitätsbildungsprozesse: „culture of real identity“

Man muss bei einer Analyse der Wirkungen Sozialer Medien nicht gleich von einer generellen „programmatische[n] Reduzierung von Gesellschafts- auf Netzwerkkonzepte“¹⁸ ausgehen, aber dennoch kritisch fragen, inwieweit die skizzierten Entwicklungen Subjektbildungsprozesse beeinflussen und Konzepte von Sozialität in Frage stellen. In der Tat gehört die vielfältige Kommunikation auf Sozialen Netzwerken längst zu den komplexen Prozessen der Identitätsbildung im Netz. Nicht nur jugendliche Akteure suchen in den Sozialen Medien nach passenden Darstellungs- wie Ausdrucksformen und stoßen bei Facebook etwa auf den Anspruch, innerhalb einer „culture of real identity“¹⁹ Freundschaften aufbauen und pflegen zu können. Muss eine solche Freund- bzw. Gemeinschaft, die sich oft nur in der gemeinsamen Praxis der Mediennutzung zusammengehörig fühlt, nicht oberflächlich und substanzlos bleiben? Es ist geradezu das Gegenteil selbstbestimmter, eigenverantwortlich-reflektierter Identitätsbildung, wenn der Mensch auf Social-Media-Sites „nicht nur als unbewusst beeinflussbar, sondern in seinem Verhalten auch noch als statistisch modellierbar“²⁰ verstanden wird. Die Fremdbestimmung bzw. subtile Steuerung zeigt sich auch, wenn *social browsing* das Suchen von Freunden im Realen ablöst, wenn Freundinnen und Freunde nur noch als Teil oder Steuerung eines umfassenden Feedback-Systems gesehen werden. Und wenn Techniken wie Nudging zur Anhäufung von Sozialkapital – analog zur neoliberalen *Humankapitalisierung* – eingesetzt werden und ihre Wirkung zeigen. Ferner ist es bedenklich und belegt den kybernetischen Regelungseifer, wenn Facebook seine Nutzer auf subtile und „clevere Weise dazu bringt, wesentliche Klassifizierungen selbst vorzunehmen, indem sie einander als *Freunde* identifizieren. Eine sublimale Verschiebung der Semantik von *Freund* oder *Freundschaft* durch mächtige soziale Plattformen – mit weit reichenden Folgen nicht nur für den Prozess der Identitätsbildung.

Vonnöten: Bildungsprozesse, die den Mediengebrauch reflektieren

So gilt es, die an der Schnittstelle zwischen Informatik und Soziologie aufgezeigten Entwicklungen der Fremdbestimmung und des paternalistischen *Anstupsens* bewusst zu machen,²¹ zum Beispiel im Rahmen von Lernprozessen in der Medien- und Informatikdidaktik. Nur so können Bildungsprozesse einen kri-

tischen Blick auf die Nutzung und Auswirkungen von Sozialen Medien ermöglichen und damit Anstöße – jenseits von Nudging-Strategien – geben, den eigenen Mediengebrauch zu reflektieren und die Möglichkeiten bzw. Arten der Steuerung zu verstehen. Zur Zielkategorie „Bildung in digitalen Welten“, die im Begriff ist, ältere medienpädagogische *Medienkompetenz*-Kategorien abzulösen, gehören schulartübergreifend wesentlich fünf Ziele:

1. sich seiner „digitalen Identität“ bewusst zu werden,
2. die Fremdsteuerung nachzuvollziehen und
3. dabei das Subtile dieser Steuerung zu durchschauen. Schließlich sollten die Einsichten
4. zur Erkenntnis führen, dass Kommunikations-, Lern- und Identitätsbildungsprozesse zwischen realweltlichen und netzbasierten Welten, zwischen Nähe und Distanz, „zwischen Tiefe und Seichtheit, Profundität und Oberflächlichkeit, Wärme und Coolness, Herzlichkeit und Flüchtigkeit“²² stattfinden.
5. In einem weiteren Schritt könnte es idealiter darum gehen, diese beiden Welten zueinander kritisch in Bezug setzen und daraus persönliche Konsequenzen zum Mediengebrauch ziehen zu können.

Das sind sicher ehrgeizige Ziele, doch wenn Nutzerinnen und Nutzer stattdessen auf die vorgegebenen Auswahloptionen der Sozialen Medien im Sinne einer behavioristischen Reiz-Reaktions-Struktur nur noch reagieren, dann sind sie von einem digital entmündigten (vgl. Mühlhoff), beliebig zu steuernden „Automatenmenschen“ (Eva Borst) in der Tat nicht weit entfernt.

Anmerkungen

- 1 Simanowski, Roberto: *Facebook-Gesellschaft*. Berlin 2016
- 2 Leistert, Oliver/Röhle, Theo (Hg.): *Generation Facebook. Über das Leben im Social Net*. Bielefeld 2011
- 3 Mersch, Dieter: *Ordo ab chao – Order from Noise*. Zürich 2013, S. 49f., Hervorh. i. O.
- 4 Ebd., S. 81, Hervorheb. i. O.
- 5 Bröckling, Ulrich: *Gute Hirten führen sanft – Über Menschenregierungskünste*. Berlin 2017
- 6 Zu einer kurzen, kritischen Einführung in die Nudging-Theorie siehe z. B. Simanowski, Roberto: *Zauberformel Nudging – Die Marshmallowkultur oder das Pandorageschenk der Sofortbelohnung*. In: *Lette International* 125/2019, S. 27-31 und Bröckling, Ulrich: *Nudging: Gesteigerte Tauglichkeit, vertiefte Unterwerfung*. In: *Ders.* (vgl. Fußnote 5), S. 175-196
- 7 Mühlhoff, Rainer: *Digitale Entmündigung*. In: *Fiff-Kommunikation* 2/2019, S. 18-24, S. 19
- 8 Mersch (vgl. Fußnote 2), S. 65, Hervorh. i. O. Auch Simanowski (vgl. Fußnote 1) sieht eine „unentrinnbare Entscheidungslogik der Algorithmen“ (S.36) am Werk.
- 9 Bauman, Zygmunt/Lyon, David: *Daten, Drohnen, Disziplin. Ein Gespräch über flüchtige Überwachung*. Berlin 2014, S. 47
- 10 Bröckling, Ulrich: *Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform*. Frankfurt a. M. 2007

- 11 Ebd., S. 72
- 12 Wiedemann, Carolin: Facebook – das Assessment-Center der alltäglichen Lebensführung. In: Leistert/Röhle (vgl. Fußnote 2), S. 161-183, S. 163
- 13 Vgl. Lovink, Geert: Im Bann der Plattformen: Die nächste Runde der Netzkritik. Bielefeld 2017, S. 42
- 14 Simanowski (vgl. Fußnote 6), S. 27
- 15 Wiedemann (vgl. Fußnote 12), S. 176
- 16 Bröckling (vgl. Fußnote 6), S. 181
- 17 Borst, Eva: Der Automatenmensch. Zur Neutralisierung der Pädagogik im kybernetischen Kapitalismus. In: Bernhard, Armin u. a. (Hg.): Kritische Pädagogik. Eingriffe und Perspektiven, Heft 1 (2015), S. 39-62, S. 49f., Hervorh. i. O.
- 18 Nosthoff, Anna-Verena/Maschewski, Felix: "Democracy As Data"? Über Cambridge Analytica und die "moralische Phantasie". In: Blog

der Zeitschrift Merkur vom 06.02.2017, unter: <https://www.merkur-zeitschrift.de/2017/02/06/democracy-as-data-ueber-cambridge-analytica-und-die-moralische-phantasie/#more-5493> (Stand: 02.10.2019)

- 19 so der Facebook-Gründer, nachzulesen in der Zitate-Sammlung der Biografie von Mark Zuckerberg; zit. nach Simanowski (vgl. Fußnote 1), S. 22
- 20 Mühlhoff (vgl. Fußnote 7), S. 23
- 21 Zum Aspekt der Anpassung vgl. z. B. Eva Borst (vgl. Fußnote 17), S. 51: „Der Mensch wird zum informationsverarbeitenden Automaten, der gezwungen ist, sich seiner Umgebung anzupassen. Damit folgt er exakt den Regeln eines kybernetischen Systems. Er unterscheidet sich in nichts von einer selbstregulierten Maschine.“
- 22 Bauman/Lyon (vgl. Fußnote 9), S. 56



FfF e. V. – Pressemitteilung

Digitalisierung an Schulen – so nicht!

FfF kritisiert Digitalpakt mit Windows 10 und Office 365

29. November 2019 – Der Digitalpakt für Schulen wurde im Mai 2019 für ganz Deutschland – trotz seines Eingriffs in die Föderalisierung – im Rahmen der Strategie für Digitalisierung durch die Bundesregierung verabschiedet. Der Bund stellt hierfür über einen Zeitraum von fünf Jahren insgesamt fünf Milliarden Euro zur Verfügung, davon in dieser Legislaturperiode 3,5 Milliarden Euro.

Aufgrund des Charakters der Bundesmittel als Finanzhilfen bringen die kommunalen und privaten Schulträger bzw. Länder zusätzlich einen finanziellen Eigenanteil ein. Zusammengenommen stehen dann insgesamt mindestens 5,55 Milliarden Euro bereit. Rein rechnerisch bedeutet dies für jede der ca. 40.000 Schulen in Deutschland im Durchschnitt ein Budget von 137.685 Euro oder umgerechnet auf die derzeitigen 10 Millionen Schülerinnen und Schüler eine Summe von 500 Millionen Euro pro Finanzierungszeitraum.

erschieden in der FfF-Kommunikation,
herausgegeben von FfF e. V. - ISSN 0938-3476
www.fiff.de

Den Verantwortlichen, somit Schulträgern oder Schulen, steht es zunächst frei, wofür konkret sie diese Gelder zur Modernisierung der IT-Infrastruktur einsetzen. Bereits im laufenden Schuljahr 2019/2020 sollen diese Gelder abgerufen werden, um z. B. Tablets zu kaufen. Zum funktionstüchtigen Einsatz solcher Tablets ist oftmals noch ein schulinternes WLAN zu implementieren. Mit diesen Anschaffungen und dem dauerhaften Betrieb solcher Elemente einer IT-Infrastruktur sind die Mittel pro Schüler verbraucht. Eine Hardware ohne Software ist untauglich. Als Software-Lösung sollen Verträge mit Microsoft geschlossen werden. Den meisten Schulträgern oder Schulen wird eine Lizenz von Office 365 Education unter A1 angeboten, das „Rundum-Wohlfühlpaket“, welches mit dem genehmigten Digitalpakt bzw. realisierbaren Kosten für Schulen noch betrieben werden könnte. Umfassendere Lizenzen, wie A3 oder gar A5, mit denen Verantwortliche Software-Dienste konfigurieren könnten, sind jedoch aus Kostengründen wohl kaum vermittelbar.

Das FfF kritisiert diese Lizenz-Politik und fordert die datenschutzkonforme Verarbeitung der Daten von Schülerinnen und Schülern, die zumeist minderjährig sind. Warum wird hier nicht eine äquivalente Open-Source-Software-Lösung eingesetzt, wie sie z. B. von der Open Business Alliance [1] angeboten wird? Mit solchen Lösungen könnten deutsche Schulen und Institutionen

die Kontrolle über ihre Daten behalten, datenschutzkonforme Implementierungen leichter umsetzen und transparent die Datenschutzbestimmungen sicherstellen. Letzteres ist jedoch bei der im Rahmen der oben erwähnten Finanzierung verfügbaren Lösung mit Microsoft 365 unter A1 kaum bis gar nicht zu gewährleisten. Spezielle Regelungen in der Datenverarbeitungsrichtlinie (VO) anzuwenden, die aufbauend auf Artikel 8 DSGVO konkretisiert

Das FfF fordert Aufklärung, welche Interessen Microsoft verfolgt, denn die Deutsche Telekom AG hat die eigene deutsche Microsoft Cloud zum 31. August 2019 eingestellt. Das Treuhändermodell für Microsoft bei T-Systems ist damit ausgelaufen [2]. Microsoft wird ab 14. Januar 2020 für die Betriebssysteme auf den Servern 2008 und 2008 R2 den Support einstellen und die auf ihnen laufende Software statt dessen in ihre Cloud Azure migrieren, und damit auch alle Daten in Azure in den USA stellen [3]. Danach wird keine Kontrolle von Seiten deutscher Institutionen mehr möglich sein, und es besteht die Gefahr, dass Inhalts- und Verbindungsdaten ohne Wissen oder Genehmigung Betroffener auch an Schulen weiter gesammelt und per Gesetz an die NSA weitergegeben werden können. Solches hat Microsoft in anderen Zusammenhängen bereits getan [4].

Wie gefährlich die – schließlich lebenslang mögliche – Speicherung und Nutzung von Daten, Bildern, Medien- und App-Nutzung und alle Arten von Kommunikation für unsere Kinder ist, ist inzwischen hinlänglich bekannt geworden. Aber die Interessen und fundamentalen Rechte und Freiheiten von Kindern müssen vor allem auch an Schulen garantiert werden: Wenn ein hohes Risiko durch die Anwendung bzw. Umsetzung von Aufgaben im hoheitlichen Bereich durch IT-gestützte Prozesse in einer komplexen IT-Landschaft vorausgesetzt wird (die insbeson-