


**CHRISTIAN SCHERG**

Christian Scherg ist Gründer und Geschäftsführer der REVOLVERMÄNNER® GmbH sowie Managing Director (Digital Strategy) der REPUTATION ADVICE GmbH. Mit über 15 Jahren Medienefahrung gehört er zu den Pionieren und Vordenkern des strategischen Reputationsmanagements sowie zu den führenden Online-Strategie-Beratern für Politik, Management und global agierende Unternehmen. Scherg ist Freier Dozent an diversen Instituten und Hochschulen (bspw. für den Studiengang „Reputation Management“ an der Quadriga Hochschule Berlin). In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung entwickelt er gemeinsam mit Reputationsforscher Prof. Dr. Dietmar Fink (Fachhochschule Bonn/Rhein-Sieg, University of Oxford) innovative Konzepte zur Messung der Online-Reputation von Branchen und Unternehmen. Christian Scherg ist Autor des Buches „Rufmord im Internet“. Aktuell arbeitet er an einer Publikation zu dem Thema „CEO-Positionierung im Web 2.0“.

Weitere Veröffentlichung: „Tyrannie der Masse oder Schwarm-Intelligenz? Politische Willensbildung in der virtuellen Welt“ in: „Partizipation – neue Herausforderung für die Kommunikation“. Seine Expertise in allen Online-Fragen ist regelmäßig in Zeitungs-, Radio- & Fernsehinterviews gefragt. Insbesondere zum Thema Cybermobbing ist er häufig gefragter Experte u.a. bei Beckmann, Chip, FOCUS, Frankfurter Allgemeine, n-tv, SPIEGEL, WISO.



## Wie rette ich meinen GUTEN RUF?

*Der Europäische Gerichtshof hat in einem aufsehenerregenden Urteil Europas Bürgern das „Recht auf digitales Vergessen“ zugestanden. Sie können nunmehr von Suchmaschinen wie GOOGLE verlangen, Links im Internet auf personenbezogene Daten zu entfernen, wenn sie sich durch diese in ihren Grundrechten verletzt fühlen. Ein Gespräch mit CHRISTIAN SCHERG der Revolvermänner® GmbH.*

—> Interview: DR. HENNING VON BOEHMER —> Foto: CREAM DIGITAL PICTURES

*„Trotz des Urteils sollten sich gerade Privatpersonen weiter aktiv mit Ihrer Online-Reputation auseinandersetzen.“*

*Christian Scherg, Geschäftsführer der Revolvermänner® GmbH*

# Th

*err Scherg, gilt dieses Recht für jeden EU-Bürger oder nur für Privatpersonen, nicht aber für Unternehmen und deren Manager und auch nicht für „Personen des öffentlichen Lebens“?*

Ja, schlechte Aussichten für Uli Hoeneß und Markus Lanz: Das Urteil des Europäischen Gerichtshofes betrifft in der Tat ausnahmslos Privatpersonen, über die sich veraltete oder unzutreffende Daten im Netz befinden.

*Was muss ich vortragen, um die Links erfolgreich entfernen zu lassen? Muss ich einen Schaden nachweisen und ist es von Bedeutung, ob die in den Ursprungsseiten enthaltenen Berichte wahr oder unwahr sind?*

Die Entscheidung des EuGH entzündet entgegen der oftmals mißverständlichen Berichtserstattung keine Fackel für die Wahrheit, sondern ist im Bereich Datenschutz zu verorten. Geklagt hatte ein Spanier, über den man in der Google-Suche auch 15 Jahre nach einer Zwangspfändung seines Hauses einen Artikel zu dem Thema finden konnte. Die Fakten stimmen, doch der Mann hat mit Erfolg ein „Recht auf Vergessen“ eingefordert, weil die dargestellten Informationen keinen aktuellen Bezug mehr hatten.

*Besteht nicht die Gefahr, dass bei einer Entfernung der Links der Verbraucher nicht mehr rechtzeitig vor Betrügnern und schwarzen Schafen gewarnt werden kann?*

Die Gefahr besteht tatsächlich – auch wenn wirtschaftliche Betrugsfälle oder strafrechtliche Vergehen laut Google von der Löschung ausdrücklich ausgenommen sind. Wobei diese Ausnahmen allerdings eine zweischneidige Sache sind: Hat nicht ein verurteilter Straftäter, der seine Strafe ordnungsgemäß

nach deutschem Recht verbüßt hat, damit ein Anrecht auf einen Neuanfang in der Gesellschaft? Und warum kann ein einschlägig bekannter Neonazi nach ein paar Jahren kritische Artikel, die ihm missfallen, aus seinen Suchergebnissen löschen? Was bedeutet das für den Umgang mit Kritik, wenn ich missliebige Artikel gleichsam eines Schönheitschirurgen einfach kosmetisch wegschneiden lassen kann, anstelle mir Gedanken über die Ursachen machen zu müssen? Wir laufen Gefahr in Punkto Meinungs- und Informationsfreiheit einen erheblichen Rückschritt zu machen, wenn wir diesem aktuellen „Lösch-Hype“ nicht mit viel Augenmaß begegnen und die Anwendungsgebiete nicht präzise definieren.

*Wie kann ich mich wehren, wenn die Suchmaschine ihren Sitz außerhalb der EU hat und dort andere Datenschutzgesetze gelten?*

Die relevantesten Suchmaschinen haben einen Sitz innerhalb der EU – noch. Durch das Urteil kann es allerdings durchaus dazu kommen, dass Google und Co. ihre europäischen Niederlassungen irgendwann schließen und nur noch von Ländern aus agieren, in denen der Datenschutz nicht so streng geregelt wird wie in Europa.

*Kann ich auch direkt gegen die Ursprungsseite (z.B. rufschädigende Zeitungsartikel oder Fotos) vorgehen und gelten dort andere Regeln? Was gilt für Facebook und ähnliche Social Media?*

Nein, durch das EuGH-Urteil können zwar Suchergebnisse entfernt werden, die Inhalte auf den jeweiligen Seiten bleiben davon jedoch vollkommen unberührt. Das bedeutet, wenn Sie auf einem Forum oder Blog

denunziert werden, der im Monat tausende Besucher hat, wird dieser Blog nicht mehr in den Ergebnissen zu Ihrer Person aufgeführt. Das Mobbing auf dem Blog geht allerdings unvermindert weiter und alle Besucher der Webseite bekommen es auch weiterhin mit. Deshalb ist es so wichtig die Wurzel – also den Eintrag selber – zu entfernen und nicht nur den Verweis in den Suchmaschinen zu löschen. Social Media-Portale wie Facebook und Twitter bieten standardisierte Wege, auf denen Inhalte gemeldet werden können, allerdings hat auch facebook eine Suchfunktion, die im Zuge des EuGH-Urteils sicherlich irgendwann auch nach ähnlichen Maßstäben geprüft werden wird.

*Wer hilft mir, um mein „Recht auf digitales Vergessen“ erfolgreich durchzusetzen?*

Professionelle Reputationsmanager wie die Revolvermänner® GmbH – wir haben uns seit Jahren mit Löschkriterien auseinandergesetzt und kennen aus Erfahrung die richtigen Argumente, um einen Löschantrag erfolgreich zu machen.

Trotz des Urteils sollten sich gerade Privatpersonen weiter aktiv mit ihrer Online-Reputation auseinandersetzen. Wir sollten uns bei allem Recht auf digitales Vergessen immer daran erinnern, dass wir in einem digitalen Informationszeitalter leben, in dem wir auch als Privatpersonen genau dort positiv sichtbar sein sollten, wo relevante Personen oder Unternehmen nach uns und unseren Qualitäten suchen. Nur wer zu seiner Person die richtigen Treffer liefert, kann auch für Kunden, Partner oder Personaler der „richtige Treffer“ sein.<