

US-Datensammler

Big Brother Inc., die Gewinnmaschine

Von *Matthias Streitz*

Er ist kaum bekannt, aber obszön profitabel: Der US-Konzern ChoicePoint sammelt persönliche Daten von Abermillionen Bürgern, verkauft sie an das FBI, das US-Justizministerium und diverse Großkonzerne. Vor der Skandalwahl im Jahr 2000 half er, Floridas Wählerliste zu "reinigen". Nun hat er halb Südamerika gegen sich aufgebracht.

Alpharetta - Zumindest in Mexiko ist der Name ChoicePoint neuerdings den meisten Menschen ein Begriff. Leitartikler zetern in ihren Zeitungsspalten, in Radiosendungen schimpfen Hörer über die Arroganz der Amerikaner. Innenminister Santiago Creel wittert gar einen "kriminellen Akt" - und verspricht strenge Ermittlungen gegen die Helfer des US-Konzerns.

Die Nation zürnt, weil ChoicePoint für 250.000 US-Dollar das komplette mexikanische Wählerregister mit Daten von fast 60 Millionen Bürgern erworben hat. Die Regierung wusste allem Anschein nach von nichts, der Deal lief heimlich über private Mittler. ChoicePoint verkaufte die Informationen dann für weitaus respektablere Summen an das US-Justizministerium und andere offizielle US-Stellen weiter. Die Datensätze sollen neben Namen und Adressen auch Steuer- und Passnummern und Informationen über Blutgruppen enthalten.

Der Konzern aus Alpharetta im US-Staat Georgia ist damit in den wohl größten Fall von Datenhandel in der Geschichte Lateinamerikas verwickelt. Denn zusätzlich hat ChoicePoint in den vergangenen 18 Monaten klammheimlich Daten vieler Millionen Bürger aus Argentinien, Brasilien, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Kolumbien, Nicaragua und Venezuela nach Washington verkauft. Die Gringos im Norden dürften über so manchen illegalen Einwanderer bald mehr wissen, als ihm recht ist.

Jeden Tag bis zu 40.000 neue Datensätze

Die spektakulären Deals werfen ein Schlaglicht auf eine Branche, die davon lebt, Geheimnisse zu lüften, selbst aber gern geheimnisvoll bleibt: Datensammler und -vermarkter mit synthetischen Namen wie PeopleWise oder eben ChoicePoint. In Zeiten der Angst vor Terroristen, kriminellen Elementen, Bilanzfälschern und vorsichtshalber auch dem eigenen Nachbarn, blüht das Geschäft. ChoicePoint benötigte zuletzt über 100 Terabyte Speicher, um seine Datenfülle zu verwalten, mehr als 4000 Mitarbeiter verteilen sich auf 40 Standorte in den gesamten USA. Die ChoicePoint-Aktie, Anfang 2000 noch 20 Dollar wert, kostet inzwischen 35.

In der Regel interessiert sich der Boom-Konzern indes nicht für Bananenbauern aus Costa Rica, sondern für die 290 Millionen Bewohner seines Heimatmarktes USA. Vorzugsweise für solche, die mal eine Versicherungsrechnung nicht bezahlten, Autounfälle verursachten oder sich Schwerwiegenderes zuschulden kommen ließen. Zwei von fünf amerikanischen Top-Konzernen haben bei ChoicePoint schon Informationen gekauft, zum Beispiel über Kunden, Mitarbeiter oder Möchtegern-Mitarbeiter. Manch einer verlor seinen Job, weil - ChoicePoint sei dank - auf einmal diese Sache mit den Bullen und dem Joint in der Uni-Zeit wieder ans Tageslicht kam.

Zweiter Teil: "Die USA sind für Datenmissbrauch das, was die Karibik für Geldwäsche ist."



ChoicePoint-Website, Anlaufstelle für Patrioten und Paranoiker: "Böse Dinge passieren auch guten Menschen"



AF

Demonstration nach der Zitter-Wahl 2000: Lieber ein paar Leute zu viel von der Wählerliste streichen als zu wenige

Mit der Nachfrage wächst auch das Angebot. Schon jetzt habe man online Zugriff auf 17 Milliarden amtliche Datensätze, prahlt der ChoicePoint-Jahresbericht. Tag für Tag kämen bis zu 40.000 Sätze allein aus staatlichen Quellen hinzu. ChoicePoint bedient sich bei Kreditauskunfteien, Kfz-Zulassungsstellen, in Wählerlisten und Telefonbüchern. Durch den "Patriot Act" gewann man gar Zugriff auf bestimmte Bankdaten. Neben Großkonzernen stöbern auch das FBI und andere Polizeistellen gegen Bezahlung in Datenbanken mit Namen wie AutoTrack, KnowX und ScreenNow. Bei der Suche nach den Heckenschützen, die im Herbst Washington terrorisierten, griff die Polizei auch auf ChoicePoint-Daten zu.

Derlei Einsätze und der 11. September gestatten den Schnüffelfirmen, sich selbst als große Patrioten zu feiern. Wer die Internet-Seite des Konzerns ansteuert, wird von einer flatternden US-Flagge begrüßt. So gut gefiel den Designern das Motiv, dass sie gleich vier Varianten anbieten: Ein Klick auf den Refresh-Button, und eine neue Flagge erscheint. Firmenchef Derek Smith preist gerne den eigenen Gemeinsinn: "ChoicePoint will durch den verantwortungsvollen Umgang mit Informationen eine sichere und gefahrenärmere Gesellschaft schaffen."

Von der katholischen Kirche gesegnet

Tatsächlich ist die Angst vor realen und imaginären Gefahren für ChoicePoint ein guter Geschäftstreibstoff. 1997 vom Konzern Equifax abgespalten, wächst das Unternehmen stürmisch. Mehr als 30 kleinere Konkurrenten hat ChoicePoint bislang übernommen, darunter eine Sparte der legendären Detektivfirma Pinkerton's. Die Umsätze, 1997 noch unter 500 Millionen Dollar, schwollen 2002 auf beinahe 800 Millionen an. In fast allen Bereichen arbeitet ChoicePoint nahezu obszön profitabel - in der schlechtesten von drei Geschäftssparten lag die operative Marge bei 22,5 Prozent.

Traditionell bedient der Konzern vor allem Versicherungen, die Kfz- oder Gebäudeschutzpolicen verkaufen. Nach einem Daten-Check kann der Vertreter beurteilen, ob der Kunde Unfälle oder Zahlungsausfälle verschweigt. Inzwischen erzielt ChoicePoint aber im Geschäft mit Staat und Unternehmen, die etwa Bewerberbiographien prüfen lassen, fast 40 Prozent seiner Erlöse. Die Marketing-Sparte, das dritte Konzernstandbein, vermarktet Adressen an Firmen, die gezielt Werbepost verschicken. Mit dem Kauf der Firma Total eData erwarb ChoicePoint auch 30 Millionen E-Mail-Adressen mitsamt Namen und Anschrift ihrer Besitzer.

Unter dem Markennamen ChoiceTrust beliefert der expansionsfreudige Konzern neuerdings auch Privatleute, die gerne wüssten, ob der neue Mieter ein Filou oder die Köchin eine Kinderschänderin ist. Zur Werbung breitet der Konzern Horror-Anekdoten aus. In Kalifornien, heißt es da, habe ein Teppichreiniger mit krimineller Vergangenheit die 24-jährige Frau eines Pfarrers missbraucht und ermordet: "Schlimme Dinge passieren auch guten Leuten." Selbst die katholische Kirche gehört seit dem Herbst zu ChoicePoints Kunden. Nach mehreren Skandalen wollen die Bischöfe vermeiden, vorbestrafte Pädophile einzustellen.

Demokraten und andere "Kriminelle"

Daran, dass die Big Brother AGs in den USA floriieren, ist paradoxerweise ein Datenschutzgesetz schuld. Der "Privacy Act", 1974 unter dem Eindruck der Nixon-Ära beschlossen, untersagt Behörden, Daten zu sammeln, die nicht unmittelbar ihre Arbeit betreffen. Private Datensammler hingegen laufen an einer langen Leine. Der US-Datenschützer Chris Hoofnagle schimpft deshalb: "Die USA sind für Datenmissbrauch das, was die Karibik für die Geldwäsche ist."



Reuters

Heckenschützen John Allen Muhammad und Sohn John Lee Malvo: Bei der Fahndung kam auch die ChoicePoint-Datenbank AutoTrack zum Einsatz

Risikolos ist das Schnüffelgeschäft trotzdem nicht, zu anfällig bleibt es für Skandale. So rutschte ChoicePoint nach der Präsidentschaftswahl, die George W. Bush an die Macht brachte, nur knapp am PR-Gau vorbei. Der Infomakler Database Technologies (DBT), Mitte 2000 von ChoicePoint geschluckt, war zuvor von der Regierung des Bush-Bruders Jeb beauftragt worden, die Wählerkartei in Florida von Straftätern zu "reinigen". Verurteilte Kriminelle dürfen laut Staatsverfassung nicht wählen, haben es aber mitunter trotzdem getan - die Bürgermeisterwahl in Miami 1997 war deshalb annulliert worden. Seit dem Auftrag kämpft ChoicePoint gegen den Vorwurf, zu eng mit Bushs Republikanern verhandelt zu sein.

DBT erstellte vor der Abstimmung zwei Listen mit mehren Tausenden möglichen Ganoven, die an die Wahlaufseher verteilt wurden. Die Mehrzahl der Genannten war nicht kriminell, überproportional viele waren schwarz - und damit wahrscheinlich Anhänger der Demokraten. Weil die Listen absurd viele Fehler enthielten, weigerten sich zahlreiche Wahlaufseher aber, die Verdächtigen aus den Registern zu streichen - für

ChoicePoint im Nachhinein ein Glück. Dass die Liste die Zitterwahl zu Bushs Gunsten entschied, ist jedenfalls unwahrscheinlich, irreführende Wahlzettel und andere Fehler wogen schwerer.

Hallo, spricht dort der Präsident?

In den kommenden Monaten könnten ChoicePoints Südamerika-Deals eine neue, noch größere Konzernkrise heraufbeschwören. Zumindest in Kolumbien und Mexiko stehen den örtlichen Lieferanten - ihre Namen sind bisher unbekannt - wohl Anklagen ins Haus. Der US-Konzern selbst beteuert, man habe nichts Illegales getan, weder nach US- noch nach lateinamerikanischen Gesetzen. Die Mittelsmänner habe man gar schriftlich verpflichtet, sich ans nationale Recht zu halten. Juristen streiten noch, ob das ausreicht, ChoicePoint selbst vor einer Anklage in den USA zu schützen.

Am weitesten fortgeschritten scheinen die Ermittler in Nicaragua: In Managua durchwühlte die Polizei bereits zwei Firmen, die ChoicePoint mit Daten versorgt haben sollen. Die Ermittler haben allen Grund, besonders ehrgeizig zu sein, denn in Nicaragua gingen die Datensammler besonders hemmungslos ans Werk. Mitsamt Strafregistern und Kreditkartendaten über die Landesbürger erwarb der US-Konzern auch die Handynummer des Staatspräsidenten Enrique Bolanas.

URL:

<http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,247596,00.html>

© SPIEGEL ONLINE 2003

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der SPIEGELnet GmbH