



Privatsphäre oder gläserne Freunde?

Tagung und LfM-Studie über Datenschutz in Sozialen Netzwerken

Die Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM) hat untersuchen lassen, ob und wie junge Nutzer sich, ihre Daten und ihre Privatsphäre in Sozialen Netzwerken schützen. Die Studie wurde am 29. Oktober in Düsseldorf erstmals vorgestellt. Im Rahmen einer Tagung diskutierten die Verantwortlichen der sozialwissenschaftliche Analyse mit weiteren Experten. Dabei erhielten etwa 200 Tagungsteilnehmer einen aktuellen Einblick in das Nutzungsverhalten von 12- bis 24-jährigen Mitgliedern von Social Communitys.

Etwa neunzig Prozent aller 15- bis 24-Jährigen sind Mitglieder bei Facebook, und die 15- bis 17-Jährigen in Social Communitys besonders aktiv. So lauten zwei der zentralen Ergebnisse, die **Prof. Dr. Dr. Michael Schenk** bei der Präsentation der neuen Studie vorstellte. Um zu ermitteln, wie sich 12- bis 24-jährige Internetnutzer in sozialen Netzwerken verhalten, befragten Mitarbeiter der Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung im vergangenen Herbst online 1.301 repräsentativ ausgewählte Community-Mitglieder. Etwa vierzig Prozent der Befragten gaben an, ihr Profil mindestens einmal wöchentlich zu aktualisieren. Fast jeder zweite der Jugendlichen und jungen Erwachsenen hatte auch mobil Zugang zum Internet und zu sozialen Netzwerken.

Die meisten Community-Mitglieder nutzen ihr Netzwerk eher passiv: Sie lesen fremde Beiträge oder schauen sich Fotos an. Bei den Motiven für eine Mitgliedschaft wurden vor allem Unterhaltung und Beziehungspflege angegeben, während Information und Selbstdarstellung eine geringere Rolle spielen als angenommen. **Julia Niemann**, Mitarbeiterin der Forschungsstelle für Medienwirtschaft und Kommunikationsforschung, berichtete in Düsseldorf, beim Umgang mit der eigenen Privatsphäre ließen sich drei Nutzertypen unterscheiden: Die „Vieloffenbarer“ zeigten ein „aktives, aber wenig intimes“ Kommunikationsverhalten, die „Wenig-offenbarer“ verhielten sich eher passiv und veröffentlichten kaum eigene Inhalte, und die „Privatsphäre-Manager“ seien die aktivsten, hätten einen großen Kontaktkreis, der allerdings nur aus ihnen bekannten Personen bestehe. Aus Sicht der Medienforscher verhalten sich die Privatsphäre-Manager im Umgang mit persönlichen Daten am besten. Der größte Aufklärungsbedarf in Bezug auf den verantwortungsvollen Umgang mit privaten Informationen und Bildern herrsche bei den 15- bis 17-Jährigen, die zugleich auch die aktivste Altersgruppe in sozialen Netzwerken bildeten, berichtete Medienforscher Schenk. Vor allem Netzwerk-Neulinge mit formal niedriger Bildung müssten über einen verantwortungsbewussten Umgang mit Privatsphäre-Einstellungen und den (Urheber-)Rechten Dritter aufgeklärt werden.



92 Prozent der jungen Nutzer von Social Communitys geben ihren richtigen Vornamen an, 75 Prozent auch den Nachnamen. Ähnliche hohe Werte ermittelten die Wissenschaftler auch für die Angabe des Geschlechts (94%), des Geburtsdatums (82%), von Interessen und Hobbys (73%) sowie für das Veröffentlichen eines Profil-Fotos (80%). E-Mail-Adresse (46%) und vereinzelt sogar Anschrift und Telefonnummer (4%) werden oft ebenfalls mitgeteilt. Selbst intime Informationen wie die über die eigene sexuelle Orientierung (29%), die Religion (20%) und politische Einstellung (19%) werden veröffentlicht. Die Hohenheimer Wissenschaftler stellten aber auch fest, dass junge Nutzer inzwischen vorsichtiger mit Privatsphäre-Einstellungen und der Preisgabe persönlicher Daten umgehen. Etwa vierzig Prozent der Befragten glaubten, dass die Netzwerk-Anbieter Daten ein Dritte weitergeben. Jedoch war nur etwa jedem zweiten bewusst, dass die eigenen Daten für die Werbung genutzt werden. Etwa 15 Prozent teilten mit, sie hätten schon einmal negative Erfahrungen mit Viren, technischen Problemen, Mobbing, sexueller Belästigung oder dem Kontrollverlust über eigene Daten oder Fotos gemacht.

Medienforscher Schenk berichtete, meist werde nur „Belangloses oder was jeder wissen darf“ veröffentlicht. Dennoch lauern Gefahren: Fast die Hälfte der 12- bis 14-jährigen Nutzer (47%) hat bereits Inhalte online gestellt, ohne selbst daran ein Urheberrecht zu besitzen oder den Urheber um Erlaubnis gebeten zu haben. Noch problematischer aber scheint die Datenschutzproblematik: Zwar konnten bei der Befragung für eine Mehrheit der jungen Nutzer restriktive Datenschutzeinstellungen (48% „Wenigoffenbarer“ und 39% „Privatsphäre-Manager“) festgestellt werden, aber jeder siebte Befragte (14 Prozent „Vieloffenbarer“) verwendete recht offene Sicherheitseinstellungen. Die Privatsphäre-Optionen müssten insbesondere bei Facebook leichter auffindbar und übersichtlicher werden, forderte Julia Niemann.

Welche Risiken in sozialen Netzwerken lauern, machte bei der Tagung **Andrew Noack** deutlich. Der für den Bereich Geschäftsentwicklung zuständige Manager des IT-Sicherheitsspezialisten Sophos warnte vor Malware-Attacken, die sich hinter einem Like-Button verbergen könnten, und vor Computerviren, die in der Lage seien, in Netzwerken eigene Profile anzulegen. Facebook gelte noch immer als das unsicherste Netzwerk, konstatierte Noack. Die Nutzungsbedingungen und Datenverwendungsrichtlinien des Marktführers würden Nicht-Juristen überfordern. Negativ sei außerdem, dass bei Facebook für den Schutz der eigenen Daten und Privatsphäre die niedrigsten Sicherheitsstandards voreingestellt seien. Darüber hinaus seien Pseudonyme verboten und die Veröffentlichung von Namen und Profildfoto sei obligatorisch. Noack empfahl, bereits in den Schulen müssten Jugendliche auf potenzielle Risiken von sozialen Netzwerken hingewiesen werden.

Mehr Medienkompetenzförderung und eine Sensibilisierung von Jugendlichen in Bezug auf Datenschutz und -sicherheit empfahlen auch 13 Experten, die im Rahmen der LfM-Studie qualitativ befragt wurden. Sie warnten vor einem Kontrollverlust über eigene Daten und vor Cyber-Mobbing. Umso wichtiger sei es, junge Netzwerk-Nutzer über diese Dinge aufzuklären und zum Schutz der Privatsphäre anzuleiten.

Der letzte Teil der von der LfM in Auftrag gegebenen Studie besteht aus einem Rechtsgutachten der Projektgruppe für verfassungsverträgliche Technikgestaltung (provet) der Universität Kassel. Deren Geschäftsführerin **Dr. Silke Jandt** fasste die wichtigsten normativen Forderungen des Gutachtens zusammen. Wünschenswert seien eine zuverlässige Identifizierung und Altersverifikation sowie eine standardmäßige Einstellung aller Privatsphäre- und Sicherheitseinstellungen auf der jeweils höchstmöglichen Stufe. Außerdem sollte bei Minderjährigen auf die Angabe von Kontaktdaten wie Adresse oder Telefonnummer grundsätzlich verzichtet werden. Jegliche personalisierte Werbung müsse ausgeschlossen und bei der Abmeldung eines Nutzers die Löschung seiner personenbezogenen Daten aus dem kompletten Netzwerk sichergestellt werden. Jandt sagte, das alles könne die Politik nicht allein regeln. Vielmehr müssten auch die Anbieter „in die Pflicht genommen“ werden.

Bei der abschließenden Podiumsdiskussion, die vom Westdeutschen Rundfunk aufgezeichnet wurde (siehe Programmhinweis unten), betonte LfM-Direktor **Dr. Jürgen Brautmeier**, die Anbieter von Netzwerken müssten die Nutzungsbedingungen und ihr Geschäftsmodell verständlicher und transparenter machen. Auch der nordrhein-westfälische Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit, **Ulrich Lepper**, kritisierte, es gebe zu wenige Schutzvorkehrungen von Seiten der Anbieter. „Der Einzelne weiß kaum, was mit den Daten geschieht“, stellte der NRW-Datenschutzbeauftragte fest. Die zentrale Frage sei, wer welche Daten zu welchem Zweck wo und wie lange nutze. Facebook etwa sammle sogar Daten von Nicht-Mitgliedern. „Wir verarbeiten diese Daten, geben sie aber nicht an Dritte weiter“, versicherte **Dr. Gunnar Bender**. Der Director Public Policy der Facebook Germany GmbH betonte aber auch, weil das Geschäft von Irland aus organisiert werde, müsse sich Facebook nicht an deutsches Datenschutzrecht halten. „Das wäre aber gesellschaftlich wünschenswert, um eine Vertrauensbasis zu schaffen“, erwiderte LfM-Direktor Brautmeier. Auch Ulrich Lepper appellierte an den Facebook-Vertreter, „selbstverständliche Datenschutz-Basics“ zu akzeptieren.

„Nutzer müssen geschützt werden, bevor neue Geschäftsmodelle ausprobiert werden“, beanstandete Jürgen Brautmeier die Facebook-Strategie, immer wieder neue Services – wie zuletzt etwa die Gesichtserkennung – zu starten und diese nur dann zu stoppen, wenn Datenschützer einschreiten. Zugleich wies der LfM-Direktor auf den großen Gruppendruck hin, den Facebook erzeuge. Jugendliche könnten es sich deshalb gar nicht mehr erlauben, sich dem weltweit größten sozialen Netzwerk zu verweigern, ohne sozial ausgegrenzt zu werden. **Thomas Floß**, der den Arbeitskreis „Datenschutz geht zur Schule“ des Bundesverbandes der Datenschutzbeauftragten Deutschlands leitet, forderte, Facebook sollte in einen intensiveren Dialog mit den Jugendlichen treten. So könnte aufgeklärt und nach Problemen mit der Community gefragt werden. Schließlich gelte, dass Kinder und Jugendliche die komplexen Nutzungsbedingungen nicht lesen würden. Würden sie aber darüber aufgeklärt, so berichtete Floß von entsprechenden Kursen, dann führe dies dazu, dass etwa achtzig Prozent ihre Sicherheitseinstellungen anschließend veränderten.

„Kinder und Jugendliche merken, dass da einige Dinge nicht richtig laufen“, urteilte am Ende Medienwissenschaftler Schenk. Familie, Jugendeinrichtungen und Schulen müssten deshalb verstärkt für Medienkompetenz sorgen. Auch Facebook-Vertreter Bender forderte, in den Schulen müsse Aufklärung mündige Nutzer schaffen. Die Frage, wer welche Daten der Facebook-Nutzer wie (lange) zu welchem Zweck verarbeitet, ließ Bender in der knapp einstündigen Diskussion indes unbeantwortet.

Dr. Matthias Kurp

Die Diskussion zum Thema „Meine Daten, deine Daten, unsere Daten? Zwischen Selbstoffenbarung und Schutz: Herausforderungen für einen zeitgemäßen Datenschutz“ wird voraussichtlich am Sonntag, 4. November, ab 19.05 Uhr in der Reihe Kulturpolitisches Forum bei WDR 3 ausgestrahlt.

Die neue LfM-Studie ist im Buchhandel erhältlich:

Michael Schenk, Julia Niemann, Gabi Reinmann, Alexander Roßnagel (Hrsg.): Digitale Privatsphäre. Heranwachsende und Datenschutz auf sozialen Netzwerkplattformen. Berlin (Vistas), 2012. Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Medien NRW (LfM), Band 71, ISBN 978-3-89158-577-1, 25,- €.

Eine Zusammenfassung der Studie steht [hier](#) zum Download bereit.

Die wissenschaftlichen Ergebnisse sind in einer Kompaktversion zusammengefasst und auf eine leichtere Lesbarkeit ausgerichtet worden. Die neue LfM-Kompaktstudie wendet sich gezielt an Multiplikatoren, Pädagogen und sonstige Interessierte und steht ebenfalls zum [Download](#) bereit.