



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

Privatsphäre im Internet

Untersucht am Fallbeispiel Facebook

Verfasser

Emanuel Pröll Bakk.phil.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. Phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt.
Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt.
Studienblatt:

Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Mag. Dr. Gerit Götzenbrucker

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	2
I. Theoretischer Teil	
1. Soziale Netzwerk Seiten	6
2. Theoretische Ansätze	7
2.1. Öffentlichkeit und Privatsphäre	8
2.1.1. Definition Privatsphäre	8
2.1.2. Historische Entwicklung der Privatsphäre	9
2.1.3. Aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen der Privatsphäre	13
2.2. Rollentheorie	17
2.3. Privacy Paradoxon	20
2.4. Soziale Netzwerk Seiten als vernetzte Öffentlichkeiten	22
2.5. Untersuchung der Stiftung Warentest	25
2.6. Weitere Forschungen zu Sozialen Netzwerk Seiten	28
3. Vom ARPA Net zum Social Web	30
3.1. Entstehung des Internets	30
3.2. Verbreitung	31
3.3. Web 2.0.	31
3.4. Social Software	33
4. Eine kritische Analyse der Sozialen Netzwerk Seite Facebook	34
4.1. Entstehung von Facebook	34
4.2. Aktuelle Daten und Fakten	34
4.3. Funktionen von Facebook	36
4.3.1. Profil	36
4.3.2. Freundesliste	36
4.3.3. Fotos und Videos	38
4.3.4. Pinnwand-Einträge	38
4.3.5. Chat	39
4.3.6. Persönliche Nachrichten	39
4.3.7. Gruppen	39
4.3.8. Seiten	43
4.3.9. Veranstaltungen	43
4.4. Problematische Informationen auf Facebook	44
4.5. Facebook-Bestimmungen	45
4.5.1. Die Facebook-Grundsätze	45
4.5.2. Erklärung der Rechte und Pflichten	46
4.5.3. Facebook-Datenschutzrichtlinie	50
4.6. Schwachstellen	57
4.6.1. Privatsphäre-Einstellungen	57
4.6.2. Falsche Freunde	59
4.6.3. Technische Schwachstellen	59
4.7. Gefahren bei der Verwendung von Facebook	60
4.7.1. Staat	60
4.7.2. Unternehmen	61
4.7.3. Andere Individuen	62

II. Empirischer Teil

5. Hypothesen	65
6. Online-Fragebogen	67
6.1. Zielgruppe und Stichprobengröße	67
6.2. Aufbau des Fragebogens	67
7. Auswertung	72
8. Hypothesen-Prüfung	90
9. Facebook-User: ehrlich und unvorsichtig	98
10. Privatsphäre im Internet	101
Literaturverzeichnis	105
Abbildungsverzeichnis	111
Anhang	113

„Wie teuflisch ist Facebook?“

Kurier, 26. September 2010

„Facebook: Die Gefahr schlummert auf der Pinnwand“

Kronen Zeitung, 24. November 2010

„Einbrecher spionieren Opfer über Facebook aus“

Der Standard, 14. September 2010

„Scheidungsanwälte schnüffeln gerne auf Facebook“

Kronen Zeitung, 30. Juni 2010

„Was auf Facebook ist, ist öffentlich“

Kurier, 27. September 2010

„So gefährlich sind facebook & Co“

News, 6. Mai 2010

Einleitung

In den Medien ist in letzter Zeit viel zu lesen über die Gefahren von Sozialen Netzwerk Seiten. Besonders die Privatsphäre der User scheint bedroht zu sein. Früher war die Frage nach der Privatsphäre, zumindest in den westlichen Demokratien, recht einfach zu beantworten. Außer gegenüber staatlichen Stellen, wie dem Finanzamt oder der Polizei, konnte jeder Bürger frei entscheiden, welche Informationen er mit wem teilen wollte. Und selbst den Überwachungsorganen waren beispielsweise durch das Fernmelde- bzw. Briefgeheimnis strenge gesetzliche Grenzen gesetzt. Natürlich wurden Informationen, die man mit anderen teilte, auch früher weitergegeben, doch notfalls konnte man sich immer auf ein Missverständnis berufen bzw. überhaupt leugnen, eine bestimmte Aussage gemacht zu haben. Mit dem Aufkommen der Computertechnologie und anderen gesellschaftlichen Veränderungen wurde es in den letzten Jahrzehnten jedoch immer schwieriger, die eigene Privatsphäre zu schützen. Die technologischen Möglichkeiten gepaart mit einer zunehmenden Kultur der Offenheit, sorgen dafür, dass teilweise sehr private Informationen mit einer mehr oder weniger breiten Öffentlichkeit geteilt werden. Eine wesentliche Rolle bei dieser Entwicklung spielten in den vergangenen Jahren Soziale Netzwerk Seiten (kurz: SNS). Während sich das Internet in seiner Anfangsphase dadurch auszeichnete, dass es eine zumindest scheinbar anonyme bzw. pseudonyme Kommunikation ermöglichte, brachten diese Seiten viele Leute dazu, unter ihrem richtigen Namen im Internet zu kommunizieren.

Innerhalb weniger Jahre haben sich diese Sozialen Netzwerk Seiten, insbesondere Facebook, als ein wichtiger Bestandteil des sozialen Lebens etabliert. Besonders unter jungen Leuten sind Soziale Netzwerk Seiten sehr beliebt, wie ständig steigende Nutzungszahlen beweisen. In Österreich, wie auch weltweit, ist Facebook.com nach der Suchmaschine von Google die am zweithäufigsten besuchte Internetseite (vgl. alexa.com, Top Sites; Abgerufen am 30.07.2010). Diese große Beliebtheit wirft natürlich die Frage auf, weshalb diese Seite für die User so attraktiv ist, d.h. nach dem Nutzen, welchen Rezipienten daraus ziehen. Soziale Netzwerk Seiten können dabei helfen, bestehende soziale Kontakte zu pflegen und neue Bekanntschaften zu schließen. Bei der Nutzung dieser Services werden aber jede Menge teilweise sehr private Informationen preisgegeben. Während der Großteil vergleichsweise harmlos ist, werden von manchen

Nutzern aber auch Informationen veröffentlicht, welche als durchaus problematisch zu betrachten sind. Diese reichen von politischen Einstellungen über religiöse Ansichten bis hin zu Statusmeldungen zur eigenen Gesundheit oder kompromittierenden Fotografien. Solche Informationen sind für (potentielle) Arbeitgeber, die Werbeindustrie, andere Privatpersonen und unter Umständen auch für staatliche Überwachungsorgane von Interesse und sollten daher vor einem Zugriff durch Unbefugte geschützt werden.

In der vorliegenden Arbeit soll untersucht werden, inwieweit Facebook den Schutz der Privatsphäre unterstützt und welche Schwachstellen es gibt. Es stellt sich zudem die Frage, ob sich die User der möglichen Gefahren dieser sozialen Netzwerke bewusst sind und welchen Stellenwert der Schutz der Privatsphäre für sie hat. Überwiegen die Vorteile, die sich aus diesen Communitys ergeben, eventuelle Bedenken? Eine weitere wichtige Frage ist, welche konkreten Daten von den Usern veröffentlicht werden und für wen diese von Interesse sein könnten.

Da Soziale Netzwerk Seiten erst seit wenigen Jahren derart populär sind, ist es notwendig, sich wissenschaftlich mit diesem Phänomen zu beschäftigen. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht sind derartige Angebote zudem besonders interessant, da die Rezipienten selbst zu den Produzenten der Medieninhalte bzw. Nutzerinhalte werden, sie werden zu sogenannten Prousern (Producer und User).

Das Ziel dieser Arbeit ist es keinesfalls, diese neue Art von Medium in der Tradition der kulturkritischen Perspektive zu verteufeln oder irgendwelche Horrorszenarien auszumalen. SNS haben zweifellos einen Nutzen für ihre Mitglieder und sind für viele schon nicht mehr aus dem Alltag wegzudenken, dennoch ist wie bei allen anderen Medien ein bewusster und kritischer Umgang gefordert. Diese Arbeit soll dazu beitragen, indem sie die Gefahren für die Privatsphäre offenlegt und Hinweise liefern soll, ob bzw. wie man sich als Nutzer von SNS davor schützen kann.

Forschungsfragen

Die Forschungsfragen, die der vorliegenden Arbeit zugrunde liegen, sind wie folgt:

- Welchen Stellenwert hat die Privatsphäre für die Nutzer von Sozialen Netzwerk Seiten?
- Wie gut sind Informationen auf Sozialen Netzwerk Seiten gegen Missbrauch geschützt?
- Welche Gefahren ergeben sich aus der Veröffentlichung von privaten Informationen?
- Welche Informationen werden von den Nutzern auf Facebook preisgegeben?
- Sind sich die User der Gefahren für die Privatsphäre bewusst?
- Welchen Nutzen ziehen User aus der Preisgabe privater Informationen?

Aufbau der Arbeit

In Kapitel 1 werden zunächst die grundlegenden Charakteristika von Sozialen Netzwerk Seiten erläutert, um den Forschungsgegenstand besser zu verstehen. Dabei wird auch auf die Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu anderen Kommunikationsformen im Internet eingegangen.

In Kapitel 2 werden die theoretischen Grundlagen für diese Arbeit dargestellt. Zunächst soll geklärt werden, wie sich die Privatsphäre geschichtlich entwickelt hat. Zudem soll das Verhältnis zur Öffentlichkeit, welches sich im Laufe der Zeit immer wieder gewandelt hat, untersucht werden und dabei auch auf aktuelle gesellschaftliche Entwicklungen eingegangen werden. Weiters werden in diesem Kapitel verschiedene Theorien und Forschungsergebnisse vorgestellt, welche für eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesem Thema von Bedeutung sind. Die soziologische Rollentheorie hilft dabei, viele Probleme zu verstehen, welche in Zusammenhang mit Facebook auftreten. Daneben werden einige aktuelle Forschungsarbeiten vorgestellt, welche sich mit Sozialen Netzwerk Seiten beschäftigen.

Kapitel 3 der Arbeit beleuchtet die Entwicklung des Internets. Dabei werden vor allem jene Voraussetzungen dargestellt, welche nötig waren, um die heutigen Internetdienste, wie Soziale Netzwerk Seiten, zu ermöglichen.

In Kapitel 4 wird schließlich Facebook als Forschungsgegenstand dieser Arbeit detailliert vorgestellt. Neben der geschichtlichen Entwicklung und aktuellen Daten werden auch die verschiedenen Funktionen der weltweit erfolgreichsten Sozialen Netzwerk Seite beschrieben. Weiters werden jene Dokumente, welche die Beziehung zwischen Facebook und seinen Usern regeln, unter die Lupe genommen. Ein weiterer Teil dieses Kapitels beschäftigt sich mit den verschiedenen Schwachstellen bei Facebook, welche die Privatsphäre der User gefährden können. Zudem wird gezeigt, dass derartige Gefährdungen sowohl vom Staat, von privaten Unternehmen, als auch von anderen Individuen ausgehen können.

In Kapitel 5 werden jene Hypothesen vorgestellt, welche im empirischen Teil der Arbeit mit Hilfe eines Online-Fragebogens überprüft werden.

In Kapitel 6 wird dargestellt, wie die empirische Forschung für diese Arbeit durchgeführt wurde. Dazu wird der verwendete Online-Fragebogen detailliert beschrieben, ebenso wie die Zielgruppe, an der die Untersuchung durchgeführt wurde.

In Kapitel 7 werden die Ergebnisse der Online-Befragung präsentiert, bevor in Kapitel 8 schließlich die Hypothesen überprüft werden.

Die Ergebnisse werden in Kapitel 9 nochmals zusammengefasst und in Kapitel 10 wird schließlich das Fazit zum Thema Privatsphäre im Internet gezogen.

1. Soziale Netzwerk Seiten (SNS)

Um sich der Thematik zu nähern, ist es zunächst einmal notwendig, zu definieren, was Soziale Netzwerk Seiten überhaupt sind. Boyd und Allison beschreiben diese in ihrer Arbeit „Social network sites: Definition, history, and scholarship“ als internetbasierte Services, welche es Individuen ermöglichen

- ein öffentliches oder halb-öffentliches Profil in einem begrenzten System zu erstellen,
- eine Liste von anderen Usern, mit denen sie in Verbindung stehen, anzulegen und
- diese Liste sowie die Listen von anderen Usern innerhalb des Systems anzusehen bzw. nachzuverfolgen.

(vgl. Danah M. Boyd, Nicole B. Allison 2007)

Neben diesen grundlegenden Charakteristika bieten die SNS unterschiedliche Tools an, um mit den „Freunden“ zu kommunizieren, beispielsweise via Mail, Chat, Pinnwand-Einträgen, etc. Zudem dienen sie dazu, sich selbst darzustellen, zum Beispiel durch die Einbindung von Fotos oder Videos. Für Christian Fuchs stellt ebendiese Einbindung verschiedenster Medien, Kommunikations- und Informationstechnologien ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal zu anderen Internetdiensten dar und er plädiert deshalb für den Ausdruck ISNS, Integrated Social Networking Sites (vgl. Fuchs 2009, S.18).

In dieser Arbeit wird dennoch der Ausdruck Soziale Netzwerk Seiten (SNS) verwendet, da sich der Begriff im allgemeinen Sprachgebrauch durchgesetzt hat und zudem beispielsweise auch in klassischen Internetforen die Möglichkeit besteht, Videos, Audiofiles oder Fotos einzubinden, wodurch diese Multimedialität eben kein Unterscheidungsmerkmal der SNS gegenüber anderen Internetdiensten darstellt.

Es existieren mittlerweile viele verschiedene SNS, wobei Facebook in Österreich das beliebteste Netzwerk ist, wie sich an den Nutzerzahlen und Pageviews ablesen lässt. (vgl. alexa.com, Top Sites; Abgerufen am 30.07.2010) Auch der Umstand, dass die beiden nächstbeliebtesten SNS, mySpace und studiVZ sinkende Nutzerzahlen haben, während Facebook ungebremsst weiter wächst, rechtfertigt die Beschränkung auf dieses Netzwerk.

2. Theoretische Ansätze

Die Grundlage für den theoretischen Teil dieser Arbeit sind jene sozialwissenschaftlichen Theorien, welche sich mit dem Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit beschäftigen. Wichtige Vertreter sind hierbei Jürgen Habermas und Richard Sennett. Anhand ihrer Theorien soll zunächst geklärt werden, wie sich die Trennung von Öffentlichkeit und Privatheit in der Vergangenheit vollzogen hat und wie diese beiden Felder heute zueinander stehen.

Soziologische Theorien, welche die menschlichen Beziehungen anhand der jeweils zugeschriebenen sozialen Rollen analysieren, können dabei helfen, viele Probleme, welche in Zusammenhang mit Facebook auftreten, zu verstehen und werden deshalb in dieser Arbeit näher beleuchtet.

Daneben soll auch auf aktuelle Arbeiten zurückgegriffen werden, welche sich speziell mit der Thematik „Soziale Netzwerk Seiten“ auseinandersetzen. Hierbei ist besonders das „Privacy Paradoxon“, welches von Susan Barnes formuliert wurde, von sehr großer Bedeutung. Das Paradoxon besteht darin, dass Personen einerseits sehr viele Informationen auf Sozialen Netzwerk Seiten preisgeben, aber dennoch prinzipiell an der Wahrung ihrer Privatsphäre interessiert sind. (vgl. Barnes 2006, o.S.)

Ein weiterer wichtiger Ansatz stammt von Danah Boyd, welche Soziale Netzwerk Seiten als „networked publics“, also vernetzte Öffentlichkeiten versteht. (vgl. Boyd 2011, o.S.)

Eine interessante Untersuchung wurde auch von der Stiftung Warentest durchgeführt, die 10 verschiedene Soziale Netzwerk Seiten eingehend auf ihre Sicherheit geprüft hat. (Test 2010, S. 40 - 45)

Um zu verstehen, welche Voraussetzungen für das Entstehen von Sozialen Netzwerk Seiten notwendig waren, wird im theoretischen Teil zudem kurz die Geschichte des Internets beleuchtet.

2.1. Öffentlichkeit und Privatsphäre

Bei einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung mit SNS erscheint es notwendig, zunächst das Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit zu untersuchen, da das Hauptproblem bei der Nutzung von derartigen Diensten die Vermischung dieser beiden Sphären darstellt.

„The private versus public boundaries of social media spaces are unclear. On the Internet, the illusion of privacy creates boundary problems.“ (Barnes 2006, o.S.)

So bieten Dienste wie Facebook einerseits Funktionen, welche hauptsächlich privater Natur sind, wie Chat oder persönliche Nachrichten, aber auch Funktionen, welche als öffentlich zu betrachten sind, wie Gruppen, Seiten oder Veranstaltungen (vgl. Kapitel).

2.1.1. Definition Privatsphäre

„Die Privatsphäre ist wie Sauerstoff – man weiß sie erst zu schätzen, wenn sie auf einmal nicht mehr da ist.“ (Ström 2003, S. 9)

Das Wort Privat leitet sich aus dem lateinischen „privare“ ab, was soviel wie beraubt, in diesem Fall der öffentlichen Wahrnehmung, bedeutet.

„Der Bereich, in dem eine Person selbst bestimmt (oder bestimmen können sollte), wem sie wann und warum welche Information über sich selbst zugänglich macht.“ (Lutz Prechelt, o.J., S. 2)

Obwohl das Konzept der Trennung in öffentlich und privat schon in der Antike diskutiert wurde, erlangte es erst durch die Veränderungen der Neuzeit an Bedeutung. Im Laufe der Zeit wurde dann der Schutz der Privatsphäre auch rechtlich abgesichert (Postgeheimnis, Fernmeldegeheimnis, etc.). Sogar in die Erklärung der Menschenrechte wurde von der UNO ein Artikel aufgenommen, welcher sich mit dem Schutz der Privatsphäre befasst:

„Artikel 12

Niemand darf willkürlichen Eingriffen in sein Privatleben, seine Familie, seine Wohnung und seinen Schriftverkehr oder Beeinträchtigungen seiner Ehre und seines Rufes ausgesetzt werden. Jeder hat Anspruch auf rechtlichen Schutz gegen solche Eingriffe oder Beeinträchtigungen.“ (Erklärung der Menschenrechte, 1948)

Im folgendem Kapitel möchte ich mich mit der historischen Entwicklung sowie den aktuellen Herausforderungen rund um das Thema Datenschutz und Privatsphäre befassen. Von besonderer Bedeutung ist hierbei die Betrachtung der Veränderungen, welche das Internet bewirkt, indem es einerseits ganz neue technische Möglichkeiten zur Überwachung geschaffen hat und andererseits Privatpersonen von reinen Nutzern zu mitgestaltenden Produzenten von Medien gemacht hat. Aber auch gesellschaftliche Veränderungen, wie z.B. die Angst vor Terroranschlägen, welche Auswirkungen auf das Verständnis und letztlich auch auf die rechtliche Ausgestaltung von Privatsphäre und Datenschutz haben, müssen in diese Überlegungen miteinbezogen werden.

2.1.2. Historische Entwicklung der Privatsphäre

Richard Sennett hat sich in seinem Buch „Verfall und Ende des öffentlichen Lebens“ sehr intensiv mit der Beziehung von Öffentlichkeit und Privatsphäre beschäftigt (Sennet 2008). Er sieht das Aufkommen der modernen Öffentlichkeit im 17. Jahrhundert mit der Entstehung der großen Städte wie Paris oder London (ebd. S. 102-106) und dem Anwachsen des Bürgertums (ebd. S. 114). In den zuvor bestimmenden dörflichen Strukturen bestand demnach nicht wirklich eine Öffentlichkeit, da sich alle Bewohner persönlich kannten. Das Bürgertum sah im öffentlichen Leben eine wichtige Erfahrung der Vielfalt, aber das Verhalten in der Öffentlichkeit war bestimmt durch einen gewissen Abstand von der Person des Handelnden, seinen Lebensverhältnissen und Bedürfnissen (ebd. S. 164). Diese Distanz zeigte sich auch in Äußerlichkeiten, denn mittels Perücken, Schönheitspflastern und formeller Kleidung wurden deren Träger regelrecht maskiert (ebd. 134ff) und zudem ermöglichten sie es, beispielsweise in den Kaffeehäusern Gespräche über öffentliche Themen zu führen, ohne dass man die persönlichen Hintergründe des Gegenübers kennen musste oder wollte. Da in den Kaffeehäusern über öffentliche Themen diskutiert wurde, trat bei diesen Gesprächen auch die gesellschaftliche Herkunft in den Hintergrund. *„Um den Fluß der Informationen so offen wie möglich zu halten, wurden alle Rangunterschiede zeitweilig außer Kraft gesetzt; jeder im Kaffeehaus hatte das Recht, jeden anderen anzusprechen, sich an jedem Gespräch zu beteiligen, gleichgültig, ob er die übrigen Teilnehmer kannte oder nicht, ob man ihn zum sprechen eingeladen hatte oder nicht. Es war unmanierlich, auf die gesellschaftliche Herkunft anderer zu sprechen zu kommen, wenn man sich im Kaffeehaus mit ihnen unterhielt, da dies den Gesprächsfluß hätte hemmen können.“* (ebd. S. 156)

Daher gab es zu dieser Zeit eine ganz klare Trennung zwischen der Privatsphäre und der Öffentlichkeit. Welch hohen Stellenwert die Privatsphäre zu dieser Zeit hatte, zeigt ein Ausspruch des englischen Parlamentsabgeordneten William Pitt aus dem Jahre 1736:

„Der ärmste Mensch darf in seiner Hütte der gesamten Staatsgewalt trotzen. Sein Haus mag baufällig sein, das Dach mag klappern, der Wind hindurchpfeifen, Sturm und Regen mögen eindringen – der König von England jedoch darf nicht eindringen; seine gesamten Streitkräfte dürfen es nicht wagen, über die Schwelle der zerfallenen Behausung zu treten.“ (William Pitt 1763, zit. nach Ström 2003, S.13)

Im Laufe der Zeit wurde diese Trennung aber immer unschärfer. Für Sennet besteht der Grund dafür darin, dass die Persönlichkeit immer stärker in die Öffentlichkeit drängte (vgl. ebd. S. 268). Während zur Zeit des Ancien Regime die Menschen hauptsächlich nach ihren Handlungen beurteilt wurden, führte die zunehmende Säkularisierung und Psychologiesierung dazu, dass die Menschen nach den hinter diesen Handlungen liegenden Motiven und damit nach dem Charakter bzw. seiner Persönlichkeit beurteilt wurden. Um seine Privatsphäre dennoch zu wahren, war der Einzelne fortan bestrebt, möglichst wenig über sich preiszugeben, während die anderen in immer subtileren Details nach Hinweisen auf den wahren Charakter suchten (vgl. ebd. S. 294). Diese Suche gipfelte schließlich in der Ethologie, der „Wissenschaft vom menschlichen Charakter, wie er sich aus dem Äußeren des Menschen ableiten lässt.“ (ebd. S. 301) Wenn sich aber schon aus der Art des Krawattenknotens auf den Charakter schließen lässt, wieviel wird dann erst in einer öffentlichen Rede von seinem wahren Charakter verraten. Durch die Angst, seine Schwächen zu offenbaren, wurde der „Public Man“ vom aktiv Handelnden zum Zuschauer degradiert (vgl. ebd. S. 346). *„Und dieser Zuschauer beteiligte sich nur insofern am öffentlichen Leben, als er darauf aus war, dieses öffentliche Leben zu beobachten.“* (ebd.) Nur mehr wenige Personen, wie z.B. Politiker oder Schauspieler, agierten aktiv in der Öffentlichkeit und wurden für diesen Mut verehrt. Doch auch bei diesen Akteuren wurde die Persönlichkeit zum dominierenden Faktor. *„Man begann, den Politiker danach zu beurteilen, ob er als Persönlichkeit ebenso überzeugend wirkte wie der Schauspieler auf der Bühne. Der Inhalt seiner politischen Überzeugungen trat zurück hinter dem Interesse, das die Leute an seiner Person und seinem Leben nahmen.“* (ebd. S.348) Dieser Umstand führte auch dazu, dass es für Personen von öffentlichem Interesse immer schwieriger wurde, ihr Privatleben vor der Öffentlichkeit zu schützen. (vgl. ebd. S. 374)

Durch das Vordringen der Persönlichkeit in die öffentliche Sphäre entwickelte sich laut Sennett eine „Intime Gesellschaft“. (vgl. ebd. 386f) *„In der intimen Gesellschaft werden alle gesellschaftlichen Erscheinungen, gleichgültig, wie anonym sie ihrer Struktur nach sind, personalisiert, damit sie überhaupt Bedeutung gewinnen. Politische Konflikte werden als Auseinandersetzungen zwischen politischen Figuren gedeutet; politische Führungskraft wird an der »Glaubwürdigkeit« und nicht an der Leistung des Politikers gemessen. Die eigene »Klassenzugehörigkeit« erscheint als Produkt des individuellen Durchsetzungsvermögens und nicht als Resultat gesellschaftlicher Determinierung.“* (ebd. S. 386)

In einer intimen Gesellschaft ist das eigene psychische Erleben der wichtigste Faktor. Soziale Beziehungen zu anderen scheinen nur möglich, wenn man sich gegenseitig die intimsten Gefühle offenbart. Diese Einstellung und die Angst vor der Anonymität führen dazu, dass sich die Gemeinschaften, denen man sich zugehörig fühlt, zunehmend einengen. (vgl. ebd. S. 460) Klassenzugehörigkeit oder Staatsbürgerschaft vermögen es nicht, dem einzelnen das Gefühl von Nähe und Wärme zu vermitteln, stattdessen zieht man sich in kleinere Gemeinschaften wie die Familie oder die Nachbarschaft zurück.

Soziale Netzwerk Seiten könnten diesen Trend noch wesentlich verstärken. Denn während in klassischen Medien auch Themen behandelt werden, welche eine gewisse gesamtgesellschaftliche Relevanz haben, bestehen die „Nachrichten“ auf Facebook hauptsächlich aus den Statusmeldungen von persönlich bekannten „Freunden“.

Durch die Massenmedien wie TV und Hörfunk wurde laut Sennett die Trennung in aktiv Handelnde und passive Zuschauer noch verstärkt, da damit dem Zuschauer auch die theoretische Möglichkeit genommen wurde, am öffentlichen Diskurs teilzunehmen. (vgl. ebd. 493f) Die Analyse von Sennett endet mit den eben genannten klassischen Massenmedien.

Ob Soziale Netzwerk Seiten dazu beitragen können, jene Art von Öffentlichkeit wiederherzustellen, in der es möglich ist, über gesellschaftlich relevante Themen zu diskutieren, oder ob sie zu einer weiteren Erosion von Öffentlichkeit beitragen, indem diese in kleine Gruppen zerfällt, wird sich erst weisen müssen.

Neben Sennett hat sich auch der deutsche Soziologe Jürgen Habermas sehr intensiv mit dem Thema Öffentlichkeit beschäftigt. In seinem Werk „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ beschreibt er den Aufstieg der Öffentlichkeit, den er ähnlich wie Sennett ab der Mitte des 17. Jahrhunderts sieht (vgl. Habermas 2001). Geprägt wurde diese Entwicklung laut Habermas vor allem durch drei Faktoren: Privateigentum, die bürgerliche Familie und die neuzeitliche literarische Kultur. Diese Faktoren ermöglichten es, eine kritische, bürgerliche Öffentlichkeit entstehen zu lassen.

Wie es für die neomarxistischen Vertreter der Frankfurter Schule üblich ist, sieht er den Grund für den Niedergang seit dem 19. Jahrhundert hauptsächlich in dem kapitalistischen System, welches durch die Entstehung der Kulturindustrie bzw. der Massenmedien eine Scheinöffentlichkeit produziert und das Publikum zum Verstummen brachte.

2.1.3. Aktuelle gesellschaftliche Entwicklung der Privatsphäre

Totalitäre Regime zielen immer darauf ab, möglichst alle Lebensbereiche ihrer Bürger zu kontrollieren. Während des NS-Regimes wurde die Privatsphäre daher weitestgehend eingeschränkt. Selbst im privaten Kreis durfte nicht über bestimmte Themen gesprochen werden, wenn diese nicht der offiziellen Parteilinie entsprachen. *„Zu diesem Zweck heiligte sie ein besonders infames Mittel, die „Denunziation“. An jedermann ergingen Appelle, jeden anzuzeigen, der sich gegen die Partei oder den nationalsozialistischen „Staat“, gegen Einzelpersonen oder das gesamte System mit Worten oder Taten gewandt hatte“* (Duchkowitch 2004, S. 80) Daher musste man sogar innerhalb der Familie stets aufpassen, was man sagte. *„So kam es gar nicht selten vor, dass Söhne, sich der Tragweite ihres Vorgehens gar nicht bewusst, gegen ihre Väter aussagten und diese damit in Einzelfällen sogar unters Fallbeil brachten.“* (ebd.)

Aufgrund dieser Erfahrungen wurden nach dem Zusammenbruch des NS-Regimes in Westdeutschland, aber auch in Österreich, weitgehende Maßnahmen ergriffen, um die Bürger vor der Bespitzelung durch den Staat und damit deren Privatsphäre zu schützen. Konkret äußerten sich diese Bemühungen im Post- und Fernmeldegeheimnis sowie in der Unverletzlichkeit der Wohnung. Jedermann sollte selbst bestimmen können, welche Informationen er preisgeben möchte. Das Misstrauen gegen den Staat war in Deutschland derart verbreitet und verfassungsrechtlich abgesichert, dass eine ursprünglich für das Jahr 1981 geplante Volkszählung im Jahr 1983 vom Bundesverfassungsgerichtshof mit dem Hinweis auf informationelle Selbstbestimmung untersagt wurde.

„Individuelle Selbstbestimmung setzt aber - auch unter den Bedingungen moderner Informationsverarbeitungstechnologien - voraus, daß dem Einzelnen Entscheidungsfreiheit über vorzunehmende oder zu unterlassende Handlungen einschließlich der Möglichkeit gegeben ist, sich auch entsprechend dieser Entscheidung tatsächlich zu verhalten. Wer nicht mit hinreichender Sicherheit überschauen kann, welche ihn betreffende Informationen in bestimmten Bereichen seiner sozialen Umwelt bekannt sind, und wer das Wissen möglicher Kommunikationspartner nicht einigermaßen abzuschätzen vermag, kann in seiner Freiheit wesentlich gehemmt werden, aus eigener Selbstbestimmung zu planen oder zu entscheiden. Mit dem Recht auf informationelle Selbstbestimmung wären eine Gesellschaftsordnung und eine diese ermöglichende Rechtsordnung nicht vereinbar, in der Bürger nicht mehr wissen können, wer was wann und bei welcher Gelegenheit über sie weiß. Wer unsicher ist, ob abweichende Verhaltensweisen jederzeit notiert und als Information dauerhaft gespeichert, verwendet oder weitergegeben werden, wird versuchen, nicht durch solche Verhaltensweisen aufzufallen. Wer damit rechnet, daß etwa die Teilnahme an einer Versammlung oder einer Bürgerinitiative behördlich registriert wird und daß ihm dadurch Risiken entstehen können, wird möglicherweise auf eine Ausübung seiner entsprechenden Grundrechte (Art. 8, 9

GG) verzichten. Dies würde nicht nur die individuellen Entfaltungschancen des Einzelnen beeinträchtigen, sondern auch das Gemeinwohl, weil Selbstbestimmung eine elementare Funktionsbedingung eines auf Handlungsfähigkeit und Mitwirkungsfähigkeit seiner Bürger begründeten freiheitlichen demokratischen Gemeinwesens ist. (...) Hieraus folgt: Freie Entfaltung der Persönlichkeit setzt unter den modernen Bedingungen der Datenverarbeitung den Schutz des Einzelnen gegen unbegrenzte Erhebung, Speicherung, Verwendung und Weitergabe seiner persönlichen Daten voraus. Dieser Schutz ist daher von dem Grundrecht des Art. 2 Abs. 1 in Verbindung mit Art. 1 Abs. 1 GG umfaßt. Das Grundrecht gewährleistet insoweit die Befugnis des Einzelnen, grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten zu bestimmen.“

(BVerfGE 65, 1 – Volkszählung;

URL: <http://www.servat.unibe.ch/law/dfr/bv065001.html#Rn152>)

Die Begründung des Gerichts kann als Plädoyer für die Privatsphäre verstanden werden und zeigt auch sehr schön auf, welche Probleme es mit sich bringen kann, wen man nicht weiß, wer welche Informationen über einen selber besitzt. Die Volkszählung konnte schließlich nach einigen Änderungen erst im Jahr 1987 stattfinden.

Während die Privatsphäre also rechtlich noch gut abgesichert war, ging der gesellschaftliche Trend ab Anfang der 90er Jahre des 20. Jahrhunderts dahin, dass Personen zunehmend freiwillig in Talkshows vor einem breiten Publikum ihre privatesten Details ausplauderten. Im Jahr 2000 wurde dann erstmals die Sendung „Big Brother“ im deutschen Fernsehen ausgestrahlt. Dabei verzichteten die Teilnehmer freiwillig komplett auf jede Art von Privatsphäre, denn im gesamten Wohncontainer waren Kameras und Mikrofone angebracht, die rund um die Uhr liefen. (vgl. Fernsehlexikon 2007; URL: <http://www.fernsehlexikon.de/446/big-brother/>; Abgerufen am 24.03.2010) Der vorläufige Höhepunkt der freiwilligen Selbstpreisgabe wurde schließlich im Jahr 2008 mit der Fernsehsendung „Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit“ erreicht. In dieser Show auf RTL 2 wurden den Kandidaten 21 äußerst intime Fragen gestellt, die sie im Beisein ihrer Familie und Partner beantworten mussten. Dieselben Fragen waren ihnen schon zuvor gestellt worden, während sie an einem Lügendetektor angeschlossen waren. Wer die 21 Fragen wahrheitsgemäß beantwortete, bekam dafür ein Preisgeld von € 25.000,-. (vgl. Fernsehlexikon 2008; URL: <http://www.fernsehlexikon.de/1646/die-wahrheit-und-nichts-als-die-wahrheit/>; Abgerufen am 24.03.2010) Die Kandidaten mussten beispielsweise folgende Fragen beantworten: „Haben Sie sich ihre Eltern jemals beim Sex vorgestellt?“, „Haben Sie schon einmal Ihr großes Geschäft in der Badewanne verrichtet?“ oder „Lieben Sie Ihre Schwestern gleich stark?“ (vgl. Milchjunkies o.J. <http://milch.junkies.ws/2008/01/28/die-wahrheit-und-nichts-als-die-wahrheit/>; Abgerufen am

24.03.2010)

„Ganz allgemein lässt sich feststellen, dass Privatangelegenheiten heute weitaus freizügiger öffentlich gemacht werden – bis hin zu intimen Details, deren Erörterung in früheren Zeiten selbst im privaten Kreis weitgehend tabu war. ... Private Homepages, Chatrooms, digitale Fotoalben und andere Internetangebote sind gerade deshalb erfolgreich, weil die Betroffenen möglichst freigiebig über ihr Privatleben berichten und damit ohne jeden Zwang ihre Persönlichkeitsprofile einer weltweiten Öffentlichkeit gegenüber offenbaren.“ (Schaar 2009, S. 22f)

Auch in rechtlicher Hinsicht begann in den 90er Jahren eine Erosion der Privatsphäre. In Österreich wurde im Jahr 1997 in Paragraph § 136 der Strafprozessordnung die optische und akustische Überwachung von Personen, der sogenannte „Lauschangriff“, erlaubt. (vgl. § 136 StPO)

Die Terroranschläge vom 11. September 2001 legitimierten dann weitere staatliche Maßnahmen, um die Privatsphäre der Bürger zu beschränken. So konstatiert Pär Ström, dass sich *„Nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 in den USA [...] das Gleichgewicht zwischen staatlicher Kontrolle und Schutz der Privatsphäre erheblich verschoben [hat Anm.]“* (Ström 2003, S. 15) Die Angst vor weiteren Terroranschlägen hat weltweit zu einer ganzen Reihe neuer Gesetze geführt, welche den Schutz der Privatsphäre aushöhlen. Eine dieser Regelungen ist beispielsweise die Richtlinie zur Vorratsdatenspeicherung der Europäischen Union, welche vorschreibt, dass alle Informationen über elektronische Kommunikation mindestens 6 Monate lang gespeichert werden müssen. Damit würde die staatliche Überwachung nicht mehr nur Verdächtige betreffen, sondern die gesamte Bevölkerung quasi unter Generalverdacht stellen.

Dass gerade die Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation 2002/58/EG das Grundrecht auf Privatsphäre aushöhlt, hat Johann Cas zu einem interessanten Vergleich veranlasst: *„Auf das Problem 'Alkohol am Steuer' übertragen, würde dies bedeuten, einen Zwang zum Alkoholkonsum für alle Autolenker einzuführen. Dabei würde darüber hinaus erwogen werden, die neue 'Promilleuntergrenze' zugleich anzuheben.“* (Cas 2004, S. 12)

Während diese Richtlinie in einigen Ländern schon umgesetzt wurde, haben Verfassungsgerichte in Deutschland und einigen anderen Staaten diese Richtlinie als verfassungswidrig aufgehoben. In Österreich wurde die Richtlinie bislang noch nicht in nationales Recht umgesetzt.

Manche Personen sehen die Privatsphäre mittlerweile überhaupt als eine überholte Idee an. So meinte Scott Mc Neally, Sprecher des Serverproduzenten Sun Microsystems, *„Die Privatsphäre gibt es sowieso nicht mehr – damit muss man sich halt abfinden“* (Scott Mc Neally, zit. nach. Ström 2003, S. 30)

Auch andere Zeitgenossen wie Eric Schmidt halten nicht viel von der Privatsphäre. In einem Interview mit dem US-amerikanischen Fernsehsender CNBC sagte er: *„Wenn es etwas gibt, von dem Sie nicht wollen, dass es irgendjemand erfährt, sollten Sie es vielleicht ohnehin nicht tun.“* (Eric Schmidt, zit. nach Stöcker 2009) Dieser Satz ist umso bedenklicher, als Eric Schmidt zu dieser Zeit CEO von Google war, dem Unternehmen, welches wohl die meisten privaten Daten der Welt besitzt.

2.2. Rollentheorie

Die Theorie der sozialen Rollen wurde im deutschsprachigen Raum besonders von Ralf Dahrendorf geprägt. Er kritisierte in seinem vielzitierten Werk „Homo Sociologicus“ (Dahrendorf 1974), dass sich der Großteil der soziologischen Theorien jeweils nur auf den Einzelnen oder die Gesellschaft als Ganzes bzw. auf gesellschaftliche Gruppen beziehen. (vgl. ebd. 15-20) Für Dahrendorf waren aber besonders jene Bereiche von Interesse, in denen der Einzelne mit der Gesellschaft in Verbindung tritt. *„Am Schnittpunkt des Einzelnen und der Gesellschaft steht homo sociologicus, der Mensch als Träger sozial vorgeformter Rollen.“* (ebd. S. 20)

Der Ansatz von Dahrendorf zielt darauf ab, die *„Einheit des Menschen aufzulösen in Elemente, aus denen menschliches Verhalten sich aufbaut, mit deren Hilfe es rationalisierbar wird.“* (ebd. S. 23) Wie andere wissenschaftliche Ansätze stellt die Rollentheorie damit kein Abbild der Wirklichkeit dar, sondern ist eine wissenschaftliche Konstruktion, welche dabei helfen kann, verschiedene Verhaltensweisen besser zu verstehen.

Auch wenn der Begriff der Rolle aus der Schauspielerei entlehnt ist, unterscheiden sich die sozialen Rollen grundlegend von der Rolle eines Schauspielers. Während ein Schauspieler seine Rolle spielt und diese nachher ablegen kann, so sind soziale Rollen ein integraler Bestandteil unserer Persönlichkeit und können nicht ohne Konsequenzen abgelegt werden. Im Gegensatz zum Schauspieler, der jeweils nur eine Rolle auf einmal spielt, haben wir zudem eine ganze Reihe sozialer Rollen gleichzeitig inne.

Soziale Rollen werden durch 3 Merkmale definiert:

- „1. Soziale Rollen sind gleich Positionen quasi-objektive, vom Einzelnen prinzipiell unabhängige Komplexe von Verhaltensvorschriften.*
- 2. Ihr besonderer Inhalt wird nicht von irgendeinem Einzelnen, sondern von der Gesellschaft bestimmt und verändert.*
- 3. Die in Rollen gebündelten Verhaltenserwartungen begegnen dem Einzelnen mit einer gewissen Verbindlichkeit des Anspruches, so daß er sich ihnen nicht ohne Schaden entziehen kann.“* (ebd. S. 35)

Die Theorie der sozialen Rollen geht davon aus, dass jeder Mensch Träger verschiedener Rollen ist. An diese Rollen sind dann jeweils bestimmte Erwartungen in Bezug auf Werte und Normen und damit an das Verhalten des Rollenträgers geknüpft. Diese unterscheiden sich in Muß-, Soll- und Kann-Erwartungen (ebd. S. 37-39). Von anderen Akteuren in der Gesellschaft wird das rollenkonforme Verhalten mittels Sanktionen belohnt bzw. bestraft.

„Es gibt positive und negative Sanktionen: Die Gesellschaft kann Orden verleihen und Gefängnisstrafen verhängen, Prestige zuerkennen und einzelne Mitglieder der Verachtung preisgeben“ (ebd. S. 36).

Muß-Erwartungen bilden den harten Kern der sozialen Rollen, sie sind ausdrücklich definiert, in Gesetzen oder durch quasi-rechtliche Institutionen, und ihre Verbindlichkeit ist nahezu absolut. Verstößt man gegen Muß-Erwartungen, so ist mit negativen Sanktionen zu rechnen, während ihre Erfüllung nicht zu positiven Sanktionen führt. (ebd. S. 37f) Soll-Erwartungen sind ebenfalls verbindlich und hauptsächlich mit negativen Sanktionen verknüpft. Allerdings sichert man sich durch ihre Erfüllung die Sympathie seiner Mitmenschen, was eine Form positiver Sanktionen darstellt. (ebd. 38f)

Kann-Erwartungen sind mehr oder weniger freiwillig und hauptsächlich mit positiven Sanktionen, wie der Wertschätzung durch andere verbunden. In vielen Bereichen, wie der Berufssphäre oder anderen Organisationen ist die Erfüllung der Kann-Erwartungen allerdings eine Grundbedingung des Fortkommens. Werden Kann-Erwartungen nicht erfüllt, so können auch sie eine Form von negativen Sanktionen bewirken, nämlich die Geringschätzung durch Andere. (ebd. S. 39) Ralf Dahrendorf illustriert die verschiedenen Arten von Erwartungen am Beispiel eines Schatzmeisters von einem Fussballverein (ebd. S. 39):

Art der Erwartung	Art der Sanktion		Beispiel (Schatzm. d. 1. F.C. X-Stadt)
	positiv	negativ	
Muß-Erwartung	-	gerichtliche Bestrafung	ehrliches Finanzgebahren, usw.
Soll-Erwartung	(Sympathie)	sozialer Ausschluß	Aktive Teilnahme an allen Club-Veranstaltungen, usw.
Kann-Erwartung	Schätzung	(Antipathie)	Freiwilliges Sammeln von Geldern, usw.

Abb. 1: Rollenerwartungen und Sanktionen nach Dahrendorf

Rollenkonflikte

Da jeder verschiedene Rollen trägt, beispielsweise Sohn, Student, Mitarbeiter, und an diese Rollen auch noch unterschiedliche Rollenerwartungen von verschiedenen Bezugsgruppen gestellt werden, kann es zu Konflikten kommen. Wenn verschiedene Erwartungen divergieren und nicht alle Bezugsgruppen zufriedengestellt werden können, sind von diesen in ihrer Erwartung enttäuschten Bezugsgruppen Sanktionen zu erwarten. Je nach Art unterscheidet man dabei Intra-Rollen Konflikte und Inter-Rollen Konflikte. Bei ersteren tritt der Konflikt durch verschiedene Erwartungen bei der Ausübung einer Rolle auf. So erwarten Patienten von einem Arzt, möglichst gut behandelt zu werden, während die Krankenkassen von ihm erwarten, dass er diese möglichst kostengünstig behandelt. (vgl. ebd. S. 76).

Inter-Rollen Konflikte treten hingegen dort auf, *„wo auf eine Person mehrere Rollen mit widersprechenden Erwartungen entfallen.“* (ebd. S. 77)

Soziale Rollen und Facebook

Das Problem bei Sozialen Netzwerk Seiten wie Facebook ist, *„dass aktuelle SozialeNetzwerkePlattformen weitestgehend nur zur Abbildung einer sozialen Rolle geeignet sind, also z. B. »Student«, »Sohn/Tochter«, »Arbeitskollege«, »Familienvater/mutter« oder »ehemaliger Schulfreund«.*“ (Fraunhofer Institut 2008, S. 111)

Je mehr unterschiedliche Bezugsgruppen unter den Facebook „Freunden“ vertreten sind, desto größer wird die Wahrscheinlichkeit von Rollenkonflikten. So dürften die Erwartungen der Bezugsgruppen „Eltern, Professoren, Mitarbeiter oder Studienkollegen“ an einen berufstätigen Studenten divergieren. Facebook-Einträge über irgendwelche Alkohol-Eskapaden würden von den meisten Studienkollegen vermutlich als sympathisch betrachtet werden, während Eltern oder Arbeitgeber darüber wenig erfreut sein werden. Während man beim persönlichen Umgang in der Lage ist, verschiedene Erwartungen zu erfüllen, indem man je nach Gegenüber jene Aspekte seiner Persönlichkeit stärker betont, welche dessen Erwartungen entsprechen, kann auf SNS keine dementsprechende Unterscheidung gemacht werden. Wer als „Freund“ angenommen wurde, kann sich die selben Sachen ansehen, wie alle anderen „Freunde“ auch (ausgenommen private Nachrichten oder Chat).

Mittlerweile besteht auf Facebook die Möglichkeit, seine „Freunde“ in verschiedene Listen zu unterteilen und Inhalte für bestimmte Personen zu sperren bzw. nur für bestimmte Personen freizugeben. Inwieweit diese neuen Möglichkeiten auch von den Usern genutzt werden, wird im empirischen Teil erhoben.

2.3. Privacy Paradoxon

Die Theorie des Privacy Paradoxon wurde von Susan Barnes entwickelt (vgl. Barnes 2006). Durch die zunehmende Durchdringung des Alltags mit datenverarbeitenden Systemen werden ständig mehr Informationen über die Menschen gesammelt und besonders Jugendliche geben in SNS jede Menge privater Informationen preis. Dennoch sind viele Leute daran interessiert, dass ihre Daten nicht in die Öffentlichkeit gelangen. Hier zeigt sich für Barnes das Privacy Paradoxon „Adults are concerned about invasion of privacy, while teens freely give up personal information. This occurs because often teens are not aware of the public nature of the Internet.“ (vgl. Barnes 2006)

Diese Sichtweise greift aber noch zu kurz, da es zwischen Personen, die über den Zustand der Privatsphäre besorgt sind, den Erwachsenen, und Personen, die freiwillig persönliche Informationen preisgeben, den Teenagern, unterscheidet. In der Realität kann aber davon ausgegangen werden, dass diese beiden Aspekte auch in ein und derselben Person zu finden sind.

Auch Nutzer von SNS dürften prinzipiell daran interessiert sein, dass ihre Privatsphäre geschützt wird, obwohl sie persönliche Informationen auf SNS freiwillig preisgeben.

So beschreibt Barnes den Fall einer Studentin, die sich in einem Fernsehinterview besorgt über die Enthüllung persönlicher Informationen im Internet zeigte, gleichzeitig aber in ihrem Facebook Account ihre Adresse, Telefonnummer sowie Fotos ihres Sohnes veröffentlicht hatte (ebd.).

Alessandro Acquisti und Ralph Gross konnten in einer Untersuchung mit 294 Teilnehmern nachweisen, dass bei nicht-graduierten Studenten selbst starke Bedenken bezüglich der Privatsphäre diese nicht daran hindern, SNS beizutreten (vgl. Acquisti/Gross 2006, S. 12). Weiters zeigte sich, dass die Einstellung zum Thema Privatsphäre auch keinen Einfluß auf die Menge der veröffentlichten Informationen hat (ebd. S. 15).

Barnes kommt zu dem Schluss, dass SNS von den Usern nicht als öffentliche Räume wahrgenommen werden. *„Students wanted to keep information private, but did not seem to realize that Facebook is a public space.“* (Barnes 2006)

Einen der Gründe hierfür sieht Barnes in der intimen Atmosphäre vor dem Computer. *„Sitting at home alone typing into a computer may feel like a private exchange“* (Barnes 2006). Ein weiterer Grund dürfte sein, dass die User von SNS einen Großteil der Online-Freunde auch aus dem realen Leben kennen und man daher das Gefühl hat, seine persönlichen Informationen nur mit Leuten zu teilen, die man ohnehin kennt. Doch dem ist nicht so: *„Sharing their personal information on social networking sites is not only sharing with online friends. Parents, future employers, and university officials can also read journal entries“* (Barnes 2006).

2.4. Soziale Netzwerk Seiten als vernetzte Öffentlichkeiten

Danah Boyd charakterisiert Soziale Netzwerk Seiten als "networked publics" (Boyd 2011, S. 39), also vernetzte Öffentlichkeiten. Networked publics sind gleichzeitig der durch die Technologie zur Verfügung gestellte Raum als auch die sich in diesem Raum entwickelnden Gemeinschaften. Networked publics erfüllen für die Benutzer viele Funktionen anderer Arten von Öffentlichkeiten. Da "networked publics" aus Bits bestehen, ergeben sich durch deren spezifische Eigenschaften ganz neue Möglichkeiten zur Interaktion (vgl. ebd.). Die Eigenschaften von Bits haben grundlegende Auswirkungen auf die Kommunikation (ebd. S. 46). Boyd beschreibt diese folgendermaßen:

Persistence

„Online expressions are automatically recorded and archived“ (vgl. ebd. S. 46f)

Face-to-Face Kommunikation ist in der Regel flüchtig und wird nur in den wenigsten Fällen aufgezeichnet. Online Inhalte werden dagegen meist standardmäßig gespeichert, was allein schon mit der Architektur des Internets zusammenhängt. Meist ist es zwar möglich, diese Inhalte zu löschen, durch die standardmäßige Speicherung sind Online Inhalte aber tendenziell dauerhafter als Face to Face Kommunikation. (vgl. ebd. S. 46f) Pär Ström schildert in seinem Buch „Die Überwachungsmafia“ den Fall eines Mannes, der in jungen Jahren im Gefängnis saß. Er schrieb damals für die Gefängniszeitung einige Artikel, welche von der Suchmaschine Google erfasst wurden. Wenn nun der Name dieses Mannes bei Google eingegeben wird, erscheinen diese Artikel in den Suchergebnissen. Dies bereitete ihm schon einige Probleme bei der Wohnungs- und Arbeitssuche (vgl. Ström 2003, S. 199f).

Reblicability

„Content made out of bits can be duplicated“ (vgl. Boyd 2011, S. 47)

Da Bits einfach und theoretisch endlos kopiert werden können sind derartige Kopien inhärent für "networked publics". Da Bits zudem einfach manipuliert werden können, ist oft nicht mehr zwischen dem Original und der manipulierten Kopie zu unterscheiden. (ebd.) Dieses Problem ist vor allem bei digitalen Fotografien von Bedeutung, da diese mit Hilfe von Bildbearbeitungsprogrammen derart gut verändert werden können, dass diese Veränderungen für Laien nicht ersichtlich sind.

Scalability

„The potential visibility of content in networked publics is great“ (vgl. ebd. S. 48)

Das Internet bietet zwar jedem die Möglichkeit, Inhalte einem großen potentiellen Publikum zu präsentieren. Dies bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass diese Inhalte auch von vielen Rezipienten konsumiert werden. (vgl. ebd. S. 48)

Searchability

„Content in networked publics can be accessed through search“ (ebd.)

Aufgrund der großen Masse an Online Inhalten werden laufend bessere Suchalgorithmen entwickelt. Dadurch ist es möglich, bestimmte Inhalte leicht zu finden (vgl. ebd. S. 48). Während Suchmaschinen wie Google schon jetzt quasi sämtliche textbasierte Inhalte durchforsten, laufen auch Bemühungen, visuelle Inhalte automatisch zu klassifizieren und damit durch Suchen zugänglich zu machen. In einer nicht allzu fernen Zukunft wird es möglich sein, mit Gesichtserkennungsprogrammen gezielt nach Bildern einer bestimmten Person zu suchen, ohne dass diese dafür mit bestimmten Schlagworten versehen sein müssen.

Neben den speziellen Eigenschaften von Bits führen Networked Publics laut Boyd auch zu veränderten Dynamiken in der sozialen Umwelt. Diese sind wie folgt:

Invisible Audiences

„Not all audiences are visible when a person is contributing online, nor are they necessarily co-present“ (ebd. S. 50)

Wie bereits angesprochen sind Online Inhalte für ein potentiell großes Publikum zugänglich, da es weder räumliche noch zeitliche Beschränkungen gibt. Für die Produzenten von Online Inhalten ist das Publikum aber meist nicht sichtbar. Da das Publikum ganz entscheidend dafür ist, ob bestimmte Inhalte angemessen und relevant sind, richten die Produzenten ihre Botschaften an ein *„imagined“* Publikum (ebd. S. 50). D.h. die Produzenten konstruieren in ihrem Kopf ein bestimmtes Bild von jenen Personen, welche die Inhalte rezipieren werden.

Collapsed contexts

„The lack of spatial, social, and temporal boundaries makes it difficult to maintain distinct social contexts“ (ebd.)

Da es wesentlich vom Publikum abhängt, wie ein bestimmter Inhalt verstanden wird, wird dieser üblicherweise auf dieses abgestimmt. In "networked publics" ist es aber schwierig, die verschiedenen Publika zu trennen. (vgl. auch Soziale Rollen, Kapitel 2.2.)

Zur Veranschaulichung des Problems beschreibt Boyd den Fall des schwarzen Bürgerrechtlers Stokely Carmichael. Bei seinen Reden stimmte er seine Rhetorik auf die Hautfarbe des jeweils anwesenden Publikums ab. Als er sich dann mittels Fernsehen und Radio an ein breiteres Publikum wandte, musste er sich jedoch entscheiden, welche Gruppe er primär ansprechen wollte. Er entschied sich dafür, sich verstärkt an das schwarze Publikum zu richten und löste damit bei seinen weißen Zuhörern Befremden aus. (Boyd 2011, S. 50)

Genau dieses Problem tritt eben auch bei Networked Publics auf. Die Inhalte werden auf das „imagined“ Publikum ausgerichtet, jedoch sind diese Inhalte meist auch für Rezipienten aus anderen sozialen Kontexten zugänglich und können von diesen leicht missverstanden bzw. falsch interpretiert werden.

- **The blurring of public and private:**

„Without control over context, public and private become meaningless binaries, are scaled in new ways, and are difficult to maintain as distinct.“ (ebd. S. 51)

Durch soziale Netzwerk Seiten werden die Grenzen zwischen öffentlich und privat immer unschärfer. Dies war auch schon bei den traditionellen Medien so, insbesondere bei Boulevard Medien, welche das Privatleben der Stars öffentlich machen. Bei sozialen Netzwerk Seiten betrifft dieses Problem jedoch nicht nur eine kleine Gruppe, sondern die breite Masse. Dies bedeutet nicht, dass die Privatsphäre als Konzept ausgedient hat, jedoch müssen die Grenzen neu definiert werden. Zudem werden Werkzeuge benötigt, welche den Leuten die Kontrolle über ihre Informationen zurückgeben.

2.5. Untersuchung der Stiftung Warentest

Stiftung Warentest führte im Zeitraum von September 2009 bis zum Jänner 2010 eine Untersuchung an zehn deutschsprachigen sozialen Online-Netzwerken durch. (SchülerVZ, StudiVZ, Jappy, lokalisten, wer-kennt-wen, Xing, Steyfriends, Facebook, LinkedIn und MySpace). (Test 2010, S. 40-45) Untersucht wurden dabei Organisation und Transparenz, der Umgang mit Nutzerdaten, die Datensicherheit, die Nutzerrechte, der Jugendschutz und Mängel in den AGBs.

Organisation und Transparenz

Im Bereich Organisation und Transparenz wurde das Datenschutzmanagement mittels Auskunftersuchen, Anträgen auf Korrektur, Löschung oder Sperrung, sowie die Ansprechbarkeit des Datenschutzbeauftragten getestet. Hier erhielt Facebook die Note „mangelhaft“. Ebenso bei der Überprüfung der Datenschutzerklärung. Positiv sahen die Tester hingegen die Einstellmöglichkeiten. Insgesamt erhielt Facebook für den Bereich Organisation und Transparenz die Note „ausreichend“. (vgl. ebd. S. 43)

Umgang mit Nutzerdaten

Hier wurde die Zulässigkeit der Datenverarbeitung, die Angemessenheit der Protokolldaten, die Weitergabe von Daten an Dritte sowie die Datenlöschung untersucht. Nachdem die Zulässigkeit der Datenverarbeitung bei Facebook nicht gegeben war, konnte in dieser Kategorie kein besseres Gesamturteil als „mangelhaft“ mehr erreicht werden. Die Angemessenheit der Protokolldaten wurde mit „befriedigend“ und die Weitergabe von Daten an Dritte mit „mangelhaft“ bewertet. Dafür wurde der Umfang und die Benutzerfreundlichkeit bei der Datenlöschung mit „gut“ bewertet. (vgl. ebd.)

Datensicherheit

Hier wurden technische Maßnahmen zum Schutz der Daten sowie der Registrierungs- und Anmeldevorgang beleuchtet. Auffallend war hierbei, dass die Login-Daten bei allen getesteten Netzwerken zwar vom Computer verschlüsselt übertragen werden, wenn man hingegen von einem mobilen Endgerät auf seinen Account zugreift, entfällt die Verschlüsselung, obwohl es sich um dieselben sensiblen Daten handelt. In beiden Kategorien wurde Facebook mit „befriedigend“ bewertet. Zudem führte Stiftung Warentest mit Einwilligung der Anbieter eine Sicherheitsprüfung durch, bei der versucht wurde,

unberechtigten Zugriff auf ein Testkonto zu erlangen. Leider verweigerte Facebook, neben drei anderen Netzwerken, diesen Test. Bei den vier Netzwerken, die diesem Test zugestimmt haben, traten erhebliche Mängel zu Tage. Bei Jappy und Stayfriends, wäre es den Testern möglich gewesen, jedes beliebige Nutzerkonto zu übernehmen. Bei lokalisten und wer-kennt-wen zumindest jene Konten, die durch ein zu einfaches Passwort geschützt sind (ebd. S. 40f). Aufgrund der Weigerung, diesem Sicherheitstest zuzustimmen, wurde Facebook bei der Datensicherheit insgesamt mit „mangelhaft“ bewertet. (vgl. ebd. S. 43)

Nutzerrechte

In dieser Kategorie wurden unter anderem die Verfügungs- und Nutzerrechte bewertet. Besonders die Abtretung der Rechte an den veröffentlichten Inhalten, wie Texten und Bildern, war den Testern bei Facebook ein Dorn im Auge. *„Du gibst uns eine nicht-exklusive, übertragbare, unterlizensierbare, unentgeltliche, weltweite Lizenz für die Nutzung jeglicher IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest“* (ebd. S. 45) Weiters wurde die Überwachung und Schlichtung bei Konflikten getestet und auch hier hat Facebook nur die Note „mangelhaft“ bekommen. Insgesamt hat Facebook in der Kategorie Nutzerrechte von allen getesteten Netzwerken am schlechtesten abgeschnitten.

Jugendschutz

In dieser Kategorie wurde der Schutz vor jugendgefährdenden Inhalten, das Jugendschutzmanagement und die Informationen für Eltern geprüft. In dieser Kategorie wurde Facebook mit „ausreichend“ bewertet. (vgl. ebd. S.43)

Mängel in den AGB

Auch die Mängel in den AGB fielen bei Facebook sehr deutlich aus. Hier wurden die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der Anbieter von einem juristischen Sachverständigen darauf geprüft, ob sie unwirksame Klauseln beinhalten und den Kunden dadurch benachteiligen. Bei Facebook wurde besonders die schon unter Nutzerrechten erwähnte Abtretung der Rechte an den veröffentlichten Inhalten kritisiert. (ebd. S. 45) Insgesamt wurden die Mängel in den AGB von Facebook als „sehr deutlich“ klassifiziert, was die schlechtestmögliche Bewertung darstellt.

Gesamturteil

Insgesamt erhielt Facebook die Bewertung „erhebliche Mängel“, wie insgesamt vier der getesteten Netzwerke. Am besten schnitten in dieser Untersuchung die beiden Online-Netzwerke schülerVZ und studiVZ mit der Beurteilung „einige Mängel“ ab. (vgl. ebd. S.42f)

2.6. Weitere Forschungen zu Sozialen Netzwerk Seiten

Da sich soziale Netzwerke erst in den vergangenen paar Jahren richtig etabliert haben, existieren besonders im deutschsprachigen Raum noch wenige Forschungsarbeiten zu diesem Thema. Daher wird in dieser Arbeit hauptsächlich auf Forschungsergebnisse aus den USA zurückgegriffen werden.

Alessandro Acquisti und Ralph Gross konnten in einer Untersuchung mit 294 Teilnehmern nachweisen, dass bei nicht-graduierten Studenten selbst starke Bedenken bezüglich der Privatsphäre diese nicht daran hindern, SNS beizutreten (vgl. Acquisti/Gross 2006, S. 12). Weiters zeigte sich, dass die Einstellung zum Thema Privatsphäre auch keinen Einfluß auf die Menge der veröffentlichten Informationen hat (ebd. S. 15). Zudem zeigte die Studie, dass 77% der Teilnehmer die Facebook-Datenschutz-Richtlinie nicht gelesen hatten und auch wenig darüber wussten, für welche Zwecke ihre Daten verwendet werden (ebd. S. 18). Erstaunlicherweise zeigte sich, dass Personen, welche angegeben haben, die Richtlinien gelesen zu haben, auch nicht mehr wussten als die Nicht-Leser.

Die Forschung zum Thema SNS beschäftigt sich aber auch mit den Gründen für die Nutzung derartiger Dienste. Diese zu kennen ist wichtig, um zu verstehen, wieso die Nutzer so viele Informationen preisgeben. Der Hauptgrund SNS zu nutzen besteht in der Pflege des Sozialkapitals, wobei die Aufrechterhaltung bestehender Sozialkontakte den Hauptnutzungsgrund darstellt und wichtiger zu sein scheint als das Knüpfen von neuen Kontakten (vgl. Fuchs 2009, S. 115). Hierin liegt sicherlich ein wichtiger Grund für den lockeren Umgang mit privaten Daten: Man kennt die meisten Menschen, mit denen man auf SNS befreundet ist, aus dem richtigen Leben, und daher erscheint es kaum problematisch, Daten Online zu stellen, welche diesen Freunden ohnehin schon bekannt sind.

Eine weitere Studie mit 286 amerikanischen College-Studenten an der Michigan State University hat gezeigt, dass Studenten, welche Facebook nutzen, mehr Sozialkapital ansammeln als solche, die Facebook nicht nutzen. Besonders beim sogenannten „Bridging Capital“, d.h. eher lockeren Beziehungen war ein deutlicher Zusammenhang mit der Facebook-Nutzung sichtbar (vgl. Ellison/Steinfeld/Lampe 2007). In ebendieser Studie wurde auch gezeigt, dass Facebook nach einem Umzug häufig genutzt wird um mit den alten Freunden in Kontakt zu bleiben, sogenanntes „Maintained Social Capital“ (ebd.).

Eine groß angelegte Studie zum Thema soziale Netzwerke und Privatsphäre wurde von Christian Fuchs an der Universität Salzburg durchgeführt (vgl. Fuchs 2009). Er befragte Studenten mittels eines Online-Fragebogens über die Nutzung von Sozialen Netzwerken, was sie über deren Geschäftsbedingungen wissen und wie sie grundsätzlich zum Thema Überwachungsstaat eingestellt sind. Um die Einstellungen zum Überwachungsstaat zu messen, hat Fuchs den „Surveillance Critique Index“ entwickelt, welcher auch in dieser Arbeit verwendet werden soll. Daher wird dieser im empirischen Teil näher vorgestellt.

An der Befragung nahmen insgesamt 702 Personen teil, wovon 674 Fragebögen in die Analyse einbezogen wurden. In Bezug auf Facebook zeigt diese Studie, dass nur 34,1 % der befragten Studenten gut oder sehr gut darüber informiert sind, was Facebook mit ihren Daten alles machen darf (vgl. ebd. S. 113). Zudem zeigte sich, dass Studenten auf Facebook ein weniger kritisches Verhalten an den Tag legen als beispielsweise bei der Seite StudiVZ (vgl. ebd.). Es ist jedoch anzumerken, dass diese Studie von Oktober bis Dezember 2008 durchgeführt wurde. Damals war Facebook zumindest im deutschsprachigen Raum noch relativ neu, was das mangelhafte Wissen über diese Plattform erklären könnte. Mittlerweile wurden in den unterschiedlichsten Medien eine Vielzahl von Artikeln über Facebook veröffentlicht und es ist davon auszugehen, dass das Wissen darüber mittlerweile größer ist. Weiters zeigte die Studie, dass jene Testpersonen, welche angaben, die Nutzungsbedingungen von Facebook gelesen zu haben, dennoch nicht signifikant mehr über Facebook wussten. Dieses Ergebnis wurde auch schon bei der zuvor beschriebenen Studie von Acquisti und Gross (vgl. Acquisti/Gross 2006, S. 18) erzielt und soll in der vorliegenden Arbeit nochmals überprüft werden.

3. Vom ARPANET zum Social Web

Im folgenden Kapitel wird kurz die bisherige Entwicklung des Internets nachgezeichnet. Im Sinne der Sozialwissenschaft liegt der Fokus hierbei auf den angebotenen Diensten und der gesellschaftlichen Verbreitung. Auf technische Details wird daher verzichtet.

3.1. Entstehung des Internets

Ende der 50er Jahre des 20. Jahrhunderts wurde vom amerikanischen Verteidigungsministerium die Advanced Research Projects Agency (ARPA) gegründet. Diese Agentur förderte zahlreiche wissenschaftliche Projekte, welche im Dienste der Landesverteidigung standen. (vgl. Musch 1997, S. 15) 1962 wurde von der ARPA das Information Processing Techniques Office (IPTO) ins Leben gerufen, welches die Förderung der noch jungen Computertechnik zum Ziel hatte. Ende der 60er Jahre begannen dann Bestrebungen, die über die gesamten USA verstreuten ARPA-Rechenzentren miteinander zu vernetzen. Dies hatte unter anderem ökonomische Gründe, da es damit ermöglicht werden sollte, dass verschiedene Forschungseinrichtungen die Rechenkapazität der wenigen vorhandenen Großrechner nutzen konnten und somit nicht für jede Einrichtung ein eigener Rechner angeschafft werden musste. (ebd. S. 20) Um auch beim Ausfall eines Knotenpunktes funktionsfähig zu bleiben, wurde es von Beginn an als dezentrales Netzwerk geplant. (ebd., S. 18) Zudem sollte es das ARPA NET ermöglichen, dass Computer unterschiedlicher Hersteller miteinander kommunizieren können, was bis dahin nicht möglich war. (ebd. S. 20) Ende des Jahres 1969 wurden schließlich die ersten vier Rechenzentren miteinander verbunden und schon 1971 war das ARPA NET auf mehr als 30 verbundene Rechenzentren angewachsen. (ebd.) Ursprünglich waren vor allem zwei Dienste für das ARPA NET vorgesehen: Telnet, zur Fernsteuerung anderer Rechner und FTP (File Transfer Protocol) zur Übertragung von Dateien. (ebd. S. 21) E-Mail war ursprünglich nur zur Verwaltung des Netzes gedacht, doch schon kurz nach der Veröffentlichung des ersten Mail Programms im Jahr 1971 wurde dies zum weitaus beliebtesten Dienst. (ebd.) Zeitgleich mit dem ARPA NET entstanden auch andere Datennetze wie das SATNET oder das kommerzielle TYM NET. (ebd. S. 24f) Um die verschiedenen Netze untereinander zu verbinden, wurde ein einheitliches Protokoll (TCP/IP) entwickelt, welches für die korrekte Übertragung der Datenpakete sorgte. Durch die Verbindung der verschiedenen Netze entstand Mitte der 70er Jahre das ARPA-Internet, welches später nur noch Internet genannt wurde. (ebd. S. 25f)

3.2. Verbreitung

Bis Ende der 70er Jahre des 20. Jahrhunderts war die Benutzung des Internets auf Universitäten und Forschungseinrichtungen der ARPA beschränkt. 1978 wurde dann das USENET ins Leben gerufen, und dieses ermöglichte erstmals auch Personen, die an keinem ARPA-Projekt beteiligt waren, den Zugang ins Internet. (ebd., S. 26) Das USENET war als eine Art schwarzes Brett konzipiert und stellte damit einen Vorläufer der beliebten Internetforen dar. Mit diesen Entwicklungen veränderte sich das Internet von einem rein auf Datenaustausch ausgerichteten Netz zu einem Medium für soziale Interaktion. Im Jahr 1988 entstand mit dem Internet Relay Chat erstmals auch die Möglichkeit zur synchronen Kommunikation im Internet. Doch erst mit der Entwicklung des World Wide Webs durch Tim Burners Lee im Jahr 1989 wurde das Internet massentauglich. Das revolutionäre am World Wide Web war die Möglichkeit, Hyperlinks auf Dateien anderer Server zu setzen, sowie die Benutzung mittels eines Webbrowsers. Damit war es erstmals möglich, ohne besondere Computerkenntnisse das Internet zu benutzen. Im Jahr 1996 löste das World Wide Web schließlich FTP als datenintensivsten Dienst ab (ebd. S. 31)

3.3. Web 2.0

In den letzten Jahren ist eine Vielzahl an neuen Internetdiensten entstanden, bei denen die Pflege und der Aufbau von Sozialen Beziehungen im Mittelpunkt steht. Gleichzeitig sind auch Begriffe wie „Web 2.0“, „Social Web“ oder „Social Software“ aufgetaucht, welche versuchen, diese neuartigen Möglichkeiten des Internets zu beschreiben.

Der Begriff „Web 2.0“ wurde vom Verleger Tim O'Reilly 2004 im Rahmen eines Brainstormings geprägt. Dabei sollten jene Prinzipien der Firmen herausgearbeitet werden, welche nach dem Crash der „New Economy“ im Internet erfolgreich sind. (vgl. Alby 2007, S.15)

Der Begriff „Web 2.0“ lehnt sich an die Bezeichnung für verschiedene Softwareversionen an, welche in der Regel mit Ziffern gekennzeichnet werden. Bei kleineren Verbesserungen wird dabei die hintere Ziffer (Level-Nummer) erhöht, bei einer grundlegenden Veränderung die vordere (Release-Nummer), wobei die Level-Nummer wieder auf Null gesetzt wird. (vgl. ebd. S. 17)

Was genau unter Web 2.0 zu verstehen ist bzw. ob es ein solches überhaupt gibt, ist selbst unter Fachleuten heftig umstritten. Ein wesentlicher Punkt ist jedenfalls, dass die Nutzer stärker in die Gestaltung des Internets mit sogenanntem „User Generated Content“ einbezogen werden. Diese Möglichkeit hängt ganz wesentlich mit der Entwicklung der Technik zusammen. Waren zu Beginn des Internets noch weitreichende Kenntnisse der Programmiersprachen notwendig, um Internetseiten zu gestalten, so ist dies heute selbst für Personen mit nur sehr geringen Computerkenntnissen möglich.

Noch einfacher ist es für User, eigene Inhalte auf vorhandenen Internetseiten wie Youtube, Facebook, Wikipedia etc. zu posten. Diese Seiten stellen kaum eigene Inhalte ins Netz, sondern bedienen sich fast ausschließlich am „User Generated Content“.

Damit das „Web 2.0“ in seiner jetzigen Form funktioniert, waren für Tom Alby drei grundlegende Voraussetzungen notwendig (vgl. Alby 2007, S. 2):

Zugangsgeschwindigkeit

Mitte der 90er Jahre wären viele Dienste, die heute im Internet selbstverständlich sind, allein schon aufgrund der niedrigen Zugangsgeschwindigkeit kaum denkbar gewesen. Damals waren Modems mit einer Geschwindigkeit von 14.400 bps (Bit per Second) Standard (vgl. ebd. S.4). Mit einem derartigen Gerät hätte das Herunterladen eines Youtube-Videos oder eines Audiofiles mit 5 Megabyte im Idealfall 50 Minuten gedauert. Da auch Bilder verhältnismäßig große Dateien sind, waren zur damaligen Zeit die meisten Websites hauptsächlich textbasiert. Ab 1995 wurden in Deutschland dann über ISDN-Anschlüsse Geschwindigkeiten von bis zu 128 KB pro Sekunde erreicht und das 1999 eingeführte DSL brachte es auf mehr als 786 KB.

Zugangskosten

Parallel zum Anstieg der Zugangsgeschwindigkeit sanken die Nutzungskosten für das Internet dramatisch. Wer 1996 täglich eine Stunde Online sein wollte, musste dafür umgerechnet beinahe € 180,- zahlen, während sich die Preise ab dem Jahr 2000 um die € 20,- bewegten. (vgl. ebd. S. 7) Aktuell bietet die Telekom Austria unlimitiertes Internet bereits ab € 29,90 pro Monat. (vgl. <http://www.telekom.at/site/produkte/internet/>; Abgerufen am 24.03.2011)

Entwicklung der Nutzer

Durch die sinkenden Zugangskosten verbringen die Leute heute mehr Zeit im Internet. Dadurch eignen sie sich mehr Kompetenzen im Umgang mit ebendiesem an. Zudem ist auch das Vertrauen in das Internet gestiegen. (vgl. Alby 2007, S. 10-12)

3.4. Social Software

Während sich der Begriff Web 2.0 hauptsächlich auf die aktive Mitwirkung der Rezipienten bezieht und mittlerweile für einen großen Teil der Angebote im Internet gilt, ist der Begriff „Social Software“ enger gefasst.

Der Begriff „Social Software“ wird von Hajo Hippner folgendermaßen definiert:

- *„webbasierte Anwendungen,*
- *die für Menschen*
- *den Informationsaustausch, den Beziehungsaufbau und die Kommunikation*
- *in einem sozialen Kontext unterstützen.“* (Hippner 2006, S. 7)

4. Eine kritische Analyse der Sozialen Netzwerk Seite Facebook

4.1. Entstehung von Facebook

Facebook wurde im Februar 2004 von Mark Zuckerberg und seinen Mitgründern Dustin Moskovitz, Chris Hughes und Eduardo Saverin unter dem Namen „Thefacebook.com“ als eine Art Online-Jahrbuch für Harvard Studenten ins Leben gerufen. (vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>; Abgerufen am 25.03.2010) Offenbar hatte er die Seite innerhalb von nur einer Woche programmiert und innerhalb der ersten 4 Tage hatten sich bereits 650 Studenten registriert. (vgl. Tabak 2004, o.S.) Bereits im März desselben Jahres wurde Facebook auch auf die Universitäten Yale, Stanford und Columbia ausgeweitet. (vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>; Abgerufen am 25.03.2010) Im Dezember 2004 hatte Facebook schon beinahe eine Million aktive User. (vgl. ebd.) Im Mai 2005 wurde Facebook mit 12,7 Millionen Dollar Venture Kapital von Accel Partners ausgestattet und umfasste schon mehr als 800 Universitäten. (vgl. ebd.) Im August 2005 wurde das Unternehmen von „Thefacebook.com“ offiziell in Facebook umbenannt. Nachdem ab September 2005 auch Highschool Networks aufgenommen wurden, kamen ab Oktober 2005 auch internationale Bildungseinrichtungen hinzu. Im September 2006 wurde Facebook schließlich für die gesamte Öffentlichkeit freigegeben. Im August 2007 wurde die Facebook-Plattform gestartet, die es auch externen Entwicklern ermöglichte, Applikationen für Facebook zu entwickeln. Seit März 2008 ist Facebook auch in deutscher Sprache verfügbar. (vgl. ebd.)

4.2. Aktuelle Daten und Fakten

Mittlerweile hat es Facebook geschafft, zur 2. beliebtesten Internetseite, weltweit und auch in Österreich, zu werden (vgl. alexa.com, Top Sites in Austria; Abgerufen am 30.07.2010). Es gibt 500 Millionen aktive Nutzer, wovon sich die Hälfte täglich einloggt. (vgl. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>; Abgerufen am 25.03.2010) Das momentan am stärksten wachsende Mitgliedersegment sind User über 35 Jahren. Facebook ist in Österreich die mit Abstand verbreitetste Soziale Netzwerk Seite. Mittlerweile sind 2.105.800 Österreicher auf Facebook vertreten, was 25,65% der Gesamtbevölkerung entspricht. Allein im ersten Halbjahr 2010 ist die Zahl der österreichischen Mitglieder um 42,21% gestiegen. (vgl. <http://www.thomashutter.com/index.php/2010/08/facebook-demographische-daten-fur-schweiz-deutschland-osterreich-per-31-07-2010/> Abgerufen am 25.08.2010)

Facebook Demographie D A CH

Österreich											
Alter	Total	Total	Total	Total	Zuwachs		Männer	Männer	Frauen	Frauen	
	01.01.10	31.05.2010	30.06.2010	31.07.2010	seit	Alter %	31.07.2010	%	31.07.2010	Frauen %	
13-17	285'240	401'420	409'960	416'480	1.59%	19.78%	197'040	47.31%	219'440	52.69%	
18-25	507'680	660'260	670'660	673'880	0.48%	32.00%	328'360	48.73%	345'520	51.27%	
26-34	380'040	500'460	506'880	506'920	0.01%	24.07%	252'260	49.76%	254'660	50.24%	
35-44	193'040	290'160	296'940	300'180	1.09%	14.25%	158'740	52.88%	141'440	47.12%	
45-54	79'860	131'940	135'460	138'800	2.47%	6.59%	70'980	51.14%	67'820	48.86%	
55-63	22'800	40'760	43'080	44'000	2.14%	2.09%	22'940	52.14%	21'060	47.86%	
64- x	12'100	22'740	24'220	25'540	5.45%	1.21%	15'480	60.61%	10'060	39.39%	
Total	1'480'760	2'047'740	2'087'200	2'105'800	0.89%		1'045'800	49.66%	1'060'000	50.34%	
Zuwachs seit 01.01.2010					42.21%		Penetration		25.65%		

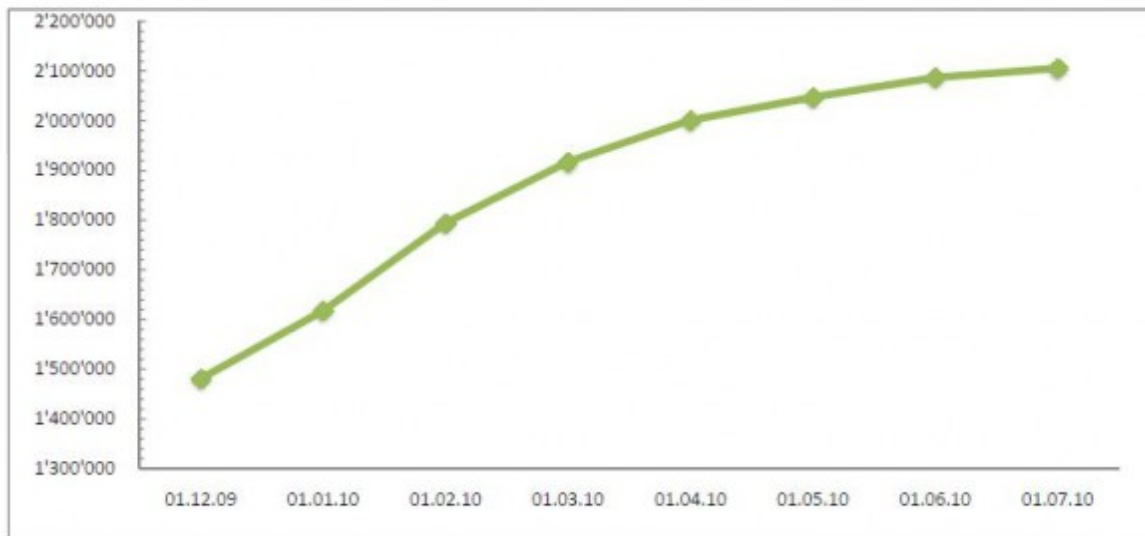


Abb. 2: Demographie und Anzahl der Österreichischen Facebook Nutzer

Obwohl mehr als 90% der österreichischen Facebook-Nutzer zwischen 13 und 44 Jahre alt sind, sind auch schon 25.540 Senioren ab 64 Jahren vertreten. In dieser Altersklasse gab es von Juni auf Juli 2010 die größte prozentuale Steigerung.

Finanziert wird Facebook über Werbeanzeigen. Für Unternehmen ist es sehr interessant auf Facebook zu werben, da die Zielgruppe mithilfe der von den Usern angegebenen Daten sehr genau eingeschränkt werden kann. So ist es möglich, die Zielgruppe für Werbeanzeigen nach Wohnort, Alter, Geschlecht und Interessen zu definieren.

Genaue Umsatzzahlen werden von Facebook nicht bekanntgegeben. Laut der Internetplattform www.horizont.net betrug der Umsatz in den ersten 9 Monaten des Jahres 2010 rund 1,2 Milliarden US-Dollar (vgl. www.horizont.net 2010, o.S.). Eine weitere wichtige Finanzierungsquelle sind Investoren, welche Anteile an Facebook kaufen.

4.3. Funktionen von Facebook

In diesem Kapitel werden die wichtigsten Bestandteile von Facebook näher erläutert.

4.3.1. Profil

Das eigene Profil ist die virtuelle Repräsentation der User. Um ein Profil auf Facebook zu erstellen muss der User seinen richtigen Namen, eine gültige E-Mail-Adresse, sein Geschlecht und sein Geburtsdatum angeben. Facebook verhindert dabei die Eingabe von Namen wie Hans Dampf oder Emanuel P., um die Nutzung unter einem Pseudonym zu erschweren. Dennoch ist es möglich, sich unter einem falschen Namen anzumelden, wobei man damit allerdings gegen die Nutzungsbedingungen von Facebook verstößt und damit das Risiko eingeht, dass das Profil gelöscht wird. Zusätzlich zu diesen eher allgemeinen Informationen, welche man bei quasi jedem Internetdienst angeben muss, besteht die Möglichkeit, seinem Profil noch jede Menge anderer Informationen hinzuzufügen. Dazu zählen die politische Einstellung, religiöse Ansichten, der momentane Beziehungsstatus, Namen von Familienmitgliedern, der berufliche Werdegang und noch vieles mehr. Aber nicht nur der User selbst, sondern auch andere Personen können, je nach Privatsphäre-Einstellungen, Inhalte zum Profil hinzufügen (vgl. Boyd 2011, S. 43).

4.3.2. Freundesliste

Auf jedem Facebook-Profil ist eine Liste einsehbar, in welcher sämtliche Freundschaften des jeweiligen Mitglieds angeführt sind. Da der Hauptzweck von Facebook darin besteht, sich mit seinen Freunden und Bekannten zu vernetzen, spielt die Freundesliste eine wichtige Rolle. Die Facebook-User haben durchschnittlich 130 Freunde. (vg. <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>; Abgerufen am 25.03.2010) Es ist jedoch zu beobachten, dass viele User wesentlich mehr Freunde haben und es beinahe eine Art Wettstreit gibt, wer mehr „Facebook-Freunde“ hat.

facebook

Suche

Startseite

Profil

Freunde finden

Konto



Pinnwand

Info

Fotos (2)

Notizen

Freunde

Freunde (93)

Hermann Pasche

Sarah Seiden

Radwan G

Yvonne König

Bianca Schmidt

Michael Freiwald

Julianne Ho

Anschell Mann

Das Flak Großfeld

Frederik Huber

Füge ein Banner zu deiner Webseite hinzu

Mani Egeal

Hat hier studiert: Uni Wien

Wohnt in Wien

In einer Beziehung

Aus Österreich

Geboren am 15. Oktober 1992

Füge Informationen über deine aktuelle Arbeitsstelle hinzu

Füge Sprachen hinzu, die du sprichst

Profil bearbeiten

Ausbildung und Beruf

Hochschule

Uni Wien

Teile deine Erlebnisse

Füge Informationen über deine Arbeit hinzu

Kunst und Unterhaltung

Musik

Russkaja

Rio Reiser / Ton Steine

Teile deine Interessen

Bücher hinzufügen

Filme hinzufügen

Fernsehsendungen hinzufügen

Spiele hinzufügen

Aktivitäten und Interessen

Sonstiges

PokerClubPoker, CHUCHU EXPRESS, Spektrum, Montecarlo Entertainment Group, Audimax Beratung in der Uni Wien - Die Uni brennt, www.poker-community.at, 1. Vorarlberger Poker Sport Verein - VPSV, The Las Vegas Drive Thru Wedding Chapel, Alter Kitz, Herz gegen Nazis, Landläger Magazin, Wiedensurfrühstück, Legales Poker in Österreich, denn Poker ist kein Glücksspiel, CityPoker Wien, ClubPoker und 20 weitere

Allgemeines

Interessiert an

Frauen

Beziehungsstatus

In einer Beziehung

Geschlecht

Männlich

Netzwerke

Uni Wien

Kontaktinformationen

E-Mail

manuelproell@gmx.at

Profil bearbeiten

Empfohlene Seiten

OPERA VAN JAVA (TRANS 7)

3.465.545 gefällt das.

Gefällt mir

Charlie Harper

gefällt er.

Gefällt mir

Gesponsert

Werbeanzeige erstellen

Book of Ra Online!

stargames.com

Jetzt sofort KOSTENLOS das echte Book of Ra online von zu Hause aus spielen!

Schon vorgesorgt?

Jetzt Gewinnspielfrage zum Volksbank Garantie-Sparen beantworten und €500 Startbonus gewinnen.

sportyGames

Gewinne ein Sokieba- oder Bassalo-Set. "Gefällt mir" anklicken. Am 7.7. werden die Preise ausgelost.

Gefällt mir · 74 Personen gefällt das.

Spiel ein neues röm.Spiel

Stelle ein Heer zusammen und vergrößere dein Reich! Versuche eines der besten Spiele auf Facebook! Spiel jetzt Glory of Rome!

Facebook © 2011 · Deutsch

Über uns · Werbung · Seite erstellen · Entwickler · Karrieren · Datenschutz · Impressum/Nutzungsbedingungen · Hilfe

Chat (6)

Abb. 3: Facebook-Profil

4.3.3. Fotos und Videos

Auf seinem Facebook-Profil ist es möglich, Fotoalben oder Videos zu veröffentlichen. Um zu verhindern, dass die Nutzer zu kompromittierende Fotografien hochladen, gibt es eine Regelung, die vorgibt, welche Arten von Fotos auf Facebook nicht erlaubt sind: *„Fotos, die Nacktheit, Drogenkonsum oder anderen anstößigen Inhalt zeigen, sind ebenso wenig gestattet, wie Fotos, die Gewalt darstellen oder eine einzelne Person oder eine Gruppe angreifen.“* (<http://www.facebook.com/help/?faq=14207>; Abgerufen am 25.03.2010) Bei Verstößen gegen diese Regelung wird Facebook nicht von selbst aktiv, was aufgrund der immensen Anzahl an Fotografien auch kaum möglich wäre, sondern nur, wenn sich andere Benutzer über die betreffende Fotografie beschweren.

Eine Gefährdung der Privatsphäre ergibt sich auch dadurch, dass die Möglichkeit besteht, andere Personen auf Fotos zu markieren. So kann es passieren, dass sogar wenn man selbst darauf achtet, keine kompromittierenden Fotos auf Facebook online zu stellen, dies von anderen Personen getan wird. Es ist zwar möglich, diese Markierungen nachträglich zu entfernen, was jedoch voraussetzt, dass man regelmäßig sein Profil aufruft. Hier wäre es wünschenswert, die Foto-Markierungen so zu gestalten, dass diese zuerst von der betreffenden Person genehmigt werden müssen, bevor sie anderen Personen angezeigt werden.

4.3.4. Pinnwand-Einträge

Die Pinnwand ist ein wichtiger Bestandteil des Facebook-Profiles. Hier können kurze Texte, Fotos, Videos, Veranstaltungen, Hyperlinks oder Informationen aus bestimmten Facebook-Anwendungen gepostet werden. Die zentrale Frage dabei lautet „Was machst du gerade?“ Die eigenen Pinnwand-Einträge werden den Facebook-Freunden als Neuigkeiten auf ihrer eigenen Startseite angezeigt und können von ihnen auch kommentiert werden. Zudem ist es möglich, direkt auf die Pinnwand von Freunden zu schreiben. Da je nach Privatsphäre-Einstellungen die Pinnwand-Einträge von allen Freunden oder sogar von allen Facebook-Nutzern eingesehen werden können, sollten auf der Pinnwand keine kritischen Informationen preisgegeben werden.

4.3.5. Chat

Die Chat-Funktion dient dazu, mit seinen Facebook-Freunden in Echtzeit zu kommunizieren. Im Facebook-Chat können nur Text und sogenannte „Emoticons“ verwendet werden. Da der Verlauf der Chat-Kommunikation nur von den beiden beteiligten Personen eingesehen werden kann und somit eine One-to-One Kommunikation darstellt, birgt die Verwendung der Chat-Funktion keine Gefahr für die Privatsphäre der Nutzer. Aus Sicht des Datenschutzes ist zudem positiv hervorzuheben, dass es selbst für die Beteiligten keine Möglichkeit gibt, beendete Chat-Gespräche nachzuvollziehen.

4.3.6. Persönliche Nachrichten

Persönliche Nachrichten auf Facebook funktionieren prinzipiell gleich wie andere bekannte E-Mail-Dienste. Neben Text und „Emoticons“ können in privaten Nachrichten auch Fotografien und Videos eingebaut werden. Private Nachrichten können an mehrere Empfänger gleichzeitig versendet werden, wobei jeder Empfänger auch die Namen der anderen Empfänger sieht. Hier wäre es wünschenswert, wenn eine Funktion eingebaut würde, welche es erlaubt, die Namen der anderen Empfänger zu verbergen, so wie dies bei den meisten herkömmlichen E-Mail-Programmen mit der BCC-Funktion möglich ist. Da private Nachrichten nur von den jeweiligen Empfängern gesehen werden und keine Möglichkeit für Dritte besteht, diese einzusehen, stellen private Nachrichten kein besonderes Problem für die Privatsphäre dar.

4.3.7. Gruppen

Jeder User hat die Möglichkeit auf Facebook eine Gruppe zu einem beliebigen Thema zu gründen. Eine Gruppe besteht aus einer Seite, welche im wesentlichen der Profilseite eines Users entspricht. Neben einer Pinnwand, Informationen und Fotos gibt es auf Gruppenseiten meist auch noch ein Diskussionsforum.

Die Gruppen können bezüglich der Privatsphäre bzw. der Mitgliedschaft unterschiedlich gestaltet werden.

- **„Offen:** Alle Facebook-Nutzer können offene Gruppen sehen und ihnen beitreten. Die Gruppe erscheint in Suchergebnissen und alle Inhalte (z.B. Fotos, Videos und Diskussionen) sind für alle Personen, welche die Gruppe betrachten, sichtbar.

- **Geschlossen:** Alle Facebook-Nutzer können den Namen und die Mitglieder einer geschlossenen Gruppe sehen. Allerdings können nur Gruppenmitglieder die Inhalte der Gruppe sehen.
- **Geheim:** Diese Gruppen können nicht mithilfe der Suche gefunden werden. Nicht-Mitglieder können keine Informationen über die Gruppe sehen, einschließlich des Namens und der Mitgliederliste der Gruppe. Der Name der Gruppe wird in den Profilen der Mitglieder nicht angezeigt.“ (<http://www.facebook.com/help/?page=982>; Abgerufen am 25.03.2010)

Es ist zwar möglich, die Privatsphäre-Einstellungen so zu setzen, dass im eigenen Profil nicht angezeigt wird, in welchen Gruppen man Mitglied ist. Das Problem ist jedoch, dass auf den Gruppen-Seiten alle Mitglieder der Gruppe aufgelistet werden.

Auf Facebook existieren mittlerweile unzählige Gruppen zu beinahe jedem Thema. Allein unter dem Stichwort „Universität Wien“ finden sich 112 Gruppen. (22.12.2009)

Der durchschnittliche Facebook User ist in 12 Gruppen Mitglied (<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics> (Abgerufen am 22.12.2009), was beweist, wie wichtig diese für Facebook Nutzer sind.

Gruppen bieten die Möglichkeit, dass eine Vielzahl von Benutzern Informationen untereinander austauschen können und stellen somit die weitestgehende Form von Öffentlichkeit in Facebook dar. Die Themen der Gruppen sind vielfältig und umfassen quasi alle Lebensbereiche. Viele dieser Gruppen beschäftigen sich auch mit politischen Themen. In Österreich finden sich bei einer Suche nach Gruppen mit den Keywords „SPÖ“, „ÖVP“ oder „FPÖ“ jeweils mehr als 100 Suchergebnisse. Diese beinhalten neben Gruppen von Unterstützern oder Ortsgruppen meist auch Gruppen von politischen Gegnern, wie beispielsweise "Wenn mein Kind mal FPÖ wählen sollte, habe ich bei der Erziehung versagt!". (vgl. <http://www.facebook.com/pages/Wenn-mein-Kind-mal-FP%C3%96-w%C3%A4hlen-sollte-habe-ich-bei-der-Erziehung-versagt/286262426721>; Abgerufen am 22.12.2010)

Bei aktuellen tagespolitischen Themen kommt es in jüngster Zeit oftmals zu einer Art Wettkampf der Gruppen, wer mehr Mitglieder hat. Bei der Besetzung der Universität Wien waren die beiden größten Gruppen „Audimax Besetzung in der Uni Wien - Die Uni brennt!“

(vgl. <http://www.facebook.com/unsereuni>; Abgerufen am 22.12.2010) mit 32.601 Fans, welche die Besetzung unterstützten, und „Studieren statt blockieren“ (vgl. <http://www.facebook.com/pages/Studieren-statt-Blockieren/161298391957>; Abgerufen am 22.12.2010) mit 28.742 Fans, welche die Besetzung ablehnten, beinahe gleich stark. Auch nach der Abstimmung über das Verbot von Minaretten in der Schweiz bildeten sich auf Facebook zwei riesige Gruppen, die sich für das Abstimmungsergebnis schämten (<http://www.facebook.com/group.php?gid=214623764186>; Abgerufen am 22.12.2010) bzw. nicht schämten. (vgl. <http://www.facebook.com/group.php?gid=227072672626>; Abgerufen am 22.12.2010).

Prinzipiell ist es durchaus zu begrüßen, wenn in der Öffentlichkeit über politische Themen diskutiert wird, da dies das Interesse an der Teilhabe am politischen Prozess fördern und damit der vielbeschworenen „Politikverdrossenheit“ eventuell entgegensteuern kann.

Dennoch muss sich der User bewusst sein, dass er durch die Mitgliedschaft und/oder Aktivitäten bei einer politischen Gruppe auf Facebook seine politischen Einstellungen einer mehr oder minder breiten Öffentlichkeit preisgibt. Bei folgendem Beispiel eines Facebook Users lässt sich anhand seiner Gruppenmitgliedschaften wohl ein sehr klares Bild seiner politischen Gesinnung gewinnen:

„FPÖ - Freiheitliche Presseagentur, Mohrenbräu Kellerbier, FPÖ-Freiheitliche Initiative gegen die Fristenlösung (Abtreibung), Gegen Linke Gewalt und Rot/Grüne Hetze, Wels wählt Wieser, NEIN zum EU-Beitritt der Türkei!/Non a l entrée de la Turquie en Europe, Familie Gottes, CHEF PARTIE, FPÖ - Freiheitliche Erweckungsbewegung, FPÖ - Freiheitliche Initiative zur sozialen Absicherung Österreichs, FPÖ - Freiheitliche Initiative gegen die Christenverfolgung, Österreicher sind die Besten, GEGEN KINDESMISSBRAUCH, Millionen gegen ZWANGSGEBÜHREN vom ORF, STOP CHILD PORNOGRAPHY, Mut zur Heimat - Wir für Dieter Egger, Radarkästen ausreissen - in den Fluss schmeissen“ (Ein Verweis auf das betreffende Profil bleibt hierbei aus, da dies die Privatsphäre der Person verletzen würde)

Eine genauere Untersuchung der in Facebook bestehenden politischen Gruppen wäre sehr interessant, würde jedoch den Rahmen dieser Arbeit sprengen.

Obwohl Facebook in Hinblick auf die Gruppen als öffentlicher Raum bezeichnet werden kann, unterliegt diese Art von Öffentlichkeit einer schwerwiegenden Einschränkung. Denn letztendlich entscheidet Facebook als privates Unternehmen darüber, über welche Themen diskutiert werden darf und worüber nicht. Bei der Gründung einer Gruppe gibt

Facebook zwar einen Hinweis, welche Art von Gruppen nicht toleriert werden, allerdings lässt dieser einen recht großen Interpretationsspielraum.

„Gruppen, die Nacktheit oder drogenbezogene und andere grafische sowie sexuell zweideutige Inhalte enthalten, sind nicht gestattet. Ebenso sind Gruppen verboten, die Gewalt oder Angriffe auf Einzelpersonen sowie Personengruppen dulden bzw. fördern.“
(<http://www.facebook.com/help/?faq=116450945106915>; Abgerufen am 25.05.2011)

So wurde beispielsweise eine Gruppe für Massimo Tartaglia, welcher Silvio Berlusconi attackiert hatte, wegen der Verherrlichung von Gewalt gesperrt (vgl. Der Standard „Meinungsfreiheit, Facebook-Style“, 18.12.2009, S. 28). Damit übernimmt Facebook aber die schwierige Rolle, darüber zu entscheiden, was eine kritische, aber zu tolerierende Meinungsäußerung darstellt und wo diese Grenze überschritten wird. Eine derartige Entscheidung sollte in einem Rechtsstaat aber den Gerichten vorbehalten sein.

Im Zuge der Recherche wurde auf dem Facebook Blog auch die Beschwerde eines muslimischen Facebook Nutzers über die ungleiche Behandlung der verschiedenen Religionen gefunden.

*„When I joined Facebook, I received a message saying "Welcome", but when I used Facebook I found that Facebook's policy allows disrespecting the most beloved person to me, Prophet Mohammad, ...
...Below, we have listed 2 strong undebatable proofs for your double standards and discrimination favoring Jews and Christians while oppressing Muslims.*

1st Proof:

According to the Daily Mail newspaper, a Facebook's spokeswoman said that the 4 Islamic Facebook Pages were deleted only because it was using the quick invitations JavaScript code, and not because of the Islamic content. Well, let's see what the largest Christian Facebook Page is using, it's the very same JavaScript Code. ...

See, your 'Freedom of Speech' policy is available for everyone, except Muslims. Islamic Facebook Pages are deleted as soon as it gets big, while Christian Pages are left untouched, even when breaking the rules.

2nd Proof:

During the 'Everybody Draw Mohammed Day!' events you ignored millions of reports and complaints from Muslims about the 100,000+ Fans Facebook Page that was calling for that disrespectful event, while it took you only a few hours to delete a tiny Anti-Holocaust page (76 Fans) that might have hurt the feelings of Jews. (...)" (<http://blog.facebook.com/blog.php?post=409753352130>; Abgerufen am 22.08.2010)

Ob die Vorwürfe der Wahrheit entsprechen und welche Inhalte auf den angesprochenen Gruppen veröffentlicht wurden, kann im Nachhinein schwer nachvollzogen werden. Dennoch veranschaulicht dieses Beispiel sehr gut das Problem, dass sich ergibt, wenn ein privates Unternehmen über derart heikle Fragen wie die Meinungsfreiheit zu entscheiden hat.

Wenn sich der öffentliche politische Diskurs weiterhin ins Netz verschiebt, immerhin hat ja sogar Bundespräsident Heinz Fischer seine Wiederkandidatur im Internet bekannt gegeben, ist es auf jeden Fall problematisch, diese wichtigen Entscheidungen einem privaten Unternehmen zu überlassen.

4.3.8. Seiten

Facebook-Seiten sind sehr ähnlich aufgebaut wie Gruppen. Im Gegensatz zu Gruppen, die zu jedem beliebigen Thema gegründet werden können, dienen Seiten dazu, „um tatsächliche Personen der Öffentlichkeit, Künstler, Marken oder Organisationen darzustellen.“ (<http://www.facebook.com/help/?faq=13622>; Abgerufen am 22.08.2010) Seiten dürfen nur von offiziellen Vertretern erstellt werden. (vgl. ebd.)

Der Unterschied zu Gruppen ist allerdings eher theoretischer Natur, da es in der Praxis Seiten gibt, die per Definition eigentlich Gruppen sein müssten und umgekehrt. Auch die möglichen Gefahren sind bei Seiten mit denen von Gruppen identisch.

4.3.9. Veranstaltungen

Auf Facebook können Veranstaltungen angelegt werden, zu denen man seine Freunde einladen kann. Diese können dann die Teilnahme an dieser Veranstaltung bestätigen, absagen oder ihre Teilnahme offen lassen. Ähnlich wie bei den Gruppen und Seiten besteht hier die Problematik darin, dass man zwar Veranstaltungen, an denen man teilnimmt, auf dem eigenen Profil verbergen kann, auf der Seite der Veranstaltung jedoch stets alle eingeladenen Gäste aufgeführt werden und auch, ob sie teilnehmen werden oder abgesagt haben. Die wiederholte Teilnahme an bestimmten Veranstaltungen, z.B. bei Wahlkampfveranstaltungen oder Kampftrinker-Partys, lässt durchaus Rückschlüsse auf die betreffende Person zu. Ein weiteres Problem ergibt sich, wenn Personen ihre komplette Wohnanschrift auf Facebook veröffentlichen und ihre Teilnahme an einer Veranstaltung bestätigen. Sind diese Informationen nicht durch die Privatsphäre-Einstellungen geschützt, könnten sie Einbrechern hilfreiche Hinweise liefern.

4.4. Problematische Informationen auf Facebook

Viele der auf Facebook veröffentlichten Informationen erscheinen recht unproblematisch, aber je nach Kontext können auch scheinbar harmlose Informationen für Dritte interessant sein. Ein Beispiel hierfür wäre, wenn man auf seiner eigenen Pinnwand seinen Gesundheitszustand kommentiert (....liegt krank im Bett, ...hat die Grippe, etc.) um Beileidsbekundungen zu erhalten. Diese Information kann dann zum Problem werden, wenn man sich für einen Arbeitsplatz bewirbt und der potentielle Arbeitgeber mehrere solcher Meldungen findet, aus denen er den Schluss ziehen kann, dass die betreffende Person häufig krank ist. Prinzipiell ist jede Information, je nach Kontext, potentiell bedeutsam, im empirischen Teil wird jedoch nur auf jene Informationen näher eingegangen, deren Veröffentlichung ein offensichtliches Risiko birgt. Dazu zählen:

- Gesundheitszustand
- Trinkgewohnheiten
- Zufriedenheit bzw. Unzufriedenheit mit der Arbeit
- Mitgliedschaft in Gruppen mit religiösen, politischen oder sexuellen Inhalten
- Kompromittierende Fotografien
- Kontaktdaten (Telefonnummer, Adresse)

4.5. Facebook-Bestimmungen

Es gibt mehrere Dokumente, welche den Umgang von Facebook mit den Usern regeln. Für private Nutzer sind vor allem drei Dokumente von Bedeutung: Die Facebook-Grundsätze, die Erklärung der Rechte und Pflichten sowie die Facebook-Datenschutzrichtlinien. Daneben gibt es noch eine Reihe von Sonderregelungen, beispielsweise für Werbetreibende, für Anwendungsentwickler oder für die Erstellung von Seiten auf Facebook. Diese speziellen Regelungen betreffen den gewöhnlichen Nutzer kaum und werden in dieser Arbeit daher nicht behandelt.

4.5.1. Die Facebook-Grundsätze

Die Facebook-Grundsätze sind sehr allgemein formuliert und dienen als Grundlage für die konkreten Bestimmungen in der Erklärung der Rechte und Pflichten. In der Einleitung wird die angebliche Motivation für die Entwicklung von Facebook dargelegt:

„Wir entwickeln Facebook, um die Welt offener und transparenter zu machen, was unserer Meinung nach zu einem besseren gegenseitigen Verständnis und einer engeren Bindung führen wird. Facebook fördert Offenheit und Transparenz, indem es Einzelpersonen eine größere Mitsprache beim Austausch von Informationen und Herstellen von Verbindungen gibt. Bei der Verfolgung dieser Ziele lässt sich Facebook von bestimmten Grundsätzen leiten. Die Erfüllung dieser Grundsätze sollte lediglich durch gesetzliche und technologische Einschränkungen sowie die sich ändernden sozialen Normen beschränkt werden.“ (Facebook-Grundsätze, 2010).

Nach der Einleitung werden insgesamt 10 Grundsätze angeführt, nach denen Facebook funktionieren soll. Einer dieser Grundsätze wird mit „Eigentum und Kontrolle von Informationen“ betitelt. Darin wird ausgeführt, dass Personen im Besitz ihrer Informationen sein sollten und selber entscheiden, mit wem sie diese Informationen teilen. In der Erklärung der Rechte und Pflichten müssen die Nutzer hingegen einwilligen, dass sie Facebook eine umfassende Lizenz an ihren IP-Inhalten geben, was den Grundsätzen eigentlich widerspricht. Die kompletten Facebook-Grundsätze befinden sich im Anhang, weshalb in den folgenden Ausführungen auf eine gesonderte Zitation verzichtet wird.

4.5.2. Erklärung der Rechte und Pflichten

Diese Erklärung regelt die Beziehung zwischen Facebook und seinen Usern und beinhaltet die Rechte und Pflichten der beiden Vertragspartner. Somit stellt diese Erklärung die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Facebook dar. Die Erklärung gliedert sich in 18 Abschnitte und umfasst ausgedruckt 13 Seiten. In der folgenden Aufzählung wird nur auf einige Punkte eingegangen, die komplette Erklärung der Rechte und Pflichten befindet sich im Anhang.

1. Privatsphäre

Hier werden die Nutzer aufgefordert, die Facebook-Datenschutzrichtlinien zu lesen.

2. Der Austausch deiner Inhalte und Informationen

In Absatz 2 Ziffer 1 sichert sich Facebook eine umfassende Lizenz an sämtlichen von den Nutzern veröffentlichten Inhalten. „Für Inhalte, die unter die Rechte an geistigem Eigentum fallen, wie Fotos und Videos („IP-Inhalte“), erteilst du uns vorbehaltlich deiner Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen die folgende Erlaubnis: Du erteilst uns eine einfache, übertragbare, unterlizenzierbare, unentgeltliche, weltweite Lizenz für die Nutzung aller IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest („IP-Lizenz“). Diese IP-Lizenz endet, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto löschst, außer deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben sie nicht gelöscht.“ (Facebook 2010a, S. 1)

In Absatz 2 wird weiters darauf hingewiesen, dass nach dem Löschen von IP-Inhalten diese noch für eine angemessene Zeit in Sicherheitskopien vorhanden sind. Zudem werden die Nutzer darauf hingewiesen, dass bei der Privatsphäre-Einstellung „Alle“ diese Informationen für alle Personen, auch solche die nicht bei Facebook registriert sind, sichtbar sind.

3. Sicherheit

Absatz 3 beschäftigt sich mit der Sicherheit und es werden 12 Verpflichtungen für die Nutzer aufgezählt, wovon sich der Großteil auf Werbetreibende oder Hackerattacken bezieht. So ist es beispielsweise verboten, nicht genehmigte Werbekommunikation zu versenden oder Viren bzw. bösartige Codes auf Facebook hochzuladen. Einige dieser Verpflichtungen können aber auch als Verhaltensempfehlungen auf Facebook angesehen werden:

- „5. Du wirst keine Anmeldeinformationen einholen oder auf ein Konto zugreifen, das einer anderen Person gehört.*
- 6. Du wirst andere Nutzer weder tyrannisieren noch einschüchtern oder schikanieren.*
- 7. Du wirst keine Inhalte posten, die: verabscheuungswürdig, bedrohlich oder pornografisch sind, zu Gewalt auffordern oder Nacktheit oder Gewalt enthalten.*
- 10. Du wirst Facebook nicht verwenden, um rechtswidrige, irreführende, bösartige oder diskriminierende Handlungen durchzuführen.“*

4. Registrierung und Sicherheit der Konten

In diesem Absatz werden die Verpflichtungen bezüglich der Registrierung und der Sicherheit der Nutzerkonten aufgelistet. So ist es laut Absatz 4 Ziffer 1 verboten, falsche persönliche Informationen auf Facebook bereitzustellen. Weiters wird in Ziffer 5 die Verwendung von Facebook für unter 13-jährige untersagt. Auch registrierte Sexualstraftäter sind laut Ziffer 6 von der Nutzung von Facebook ausgeschlossen.

Diese Maßnahme ist einerseits zu begrüßen, um Jugendliche vor eventuellen Übergriffen zu schützen. Andererseits ist es aber wiederum problematisch, Straftäter, die ihre Strafe verbüßt haben, von der Verwendung eines derart verbreiteten Dienstes auszuschließen.

5. Schutz der Rechte anderer Personen

Hier werden hauptsächlich die Richtlinien zum Umgang bzw. Schutz von geistigem Eigentum erläutert. Zudem räumt sich Facebook hier das Recht ein, sämtliche Informationen zu entfernen „wenn wir der Ansicht sind, dass diese gegen die vorliegende Erklärung verstoßen.“

6. Handy

Hier wird darauf hingewiesen, dass bei der Verwendung von Facebook auf einem Handy Gebühren der Mobilfunkanbieter entstehen können. Zudem muss ein Wechsel der Telefonnummer innerhalb von 48 Stunden bei Facebook bekannt gegeben werden.

7. Zahlungen

Hier wird auf die Zahlungsbedingungen verwiesen.

Die Absätze 8, 9, 10, 11 und 12 betreffen nur Entwickler und Werbetreibende und werden im Rahmen dieser Arbeit daher nicht näher erläutert.

13. Änderungen

Hier behält sich Facebook das Recht vor, die Erklärung der Rechte und Pflichten zu ändern. Wenn diese Änderungen die Abschnitte 7,8,9 und 11 betreffen, werden die Nutzer drei Tage, bei allen anderen Änderungen 7 Tage im Voraus darüber informiert. Zudem wird auf die Seite „Site Governance“ verwiesen, auf der Kommentare zu geplanten Änderungen abgegeben werden können. In Ziffer 3 wird den Nutzern eine Art demokratisches Mittel angeboten, um Einfluss auf geplante Änderungen zu nehmen. Hinterlassen mehr als 7.000 User einen Kommentar auf der „Site Governance“ Seite, wird eine Abstimmung zwischen verschiedenen Alternativen durchgeführt. Wenn sich mehr als 30% der aktiven registrierten Nutzer, d.h. jene, die sich in den vergangenen 30 Tagen mindestens einmal eingeloggt haben, an einer solchen Umfrage beteiligen, so ist das Ergebnis für Facebook bindend. Angesichts von über 400 Millionen Nutzern und dem Umfang der Nutzungsbedingungen darf aber bezweifelt werden, dass sich jemals genügend Leute finden, um eine Änderung der Nutzungsbedingungen zu erzwingen.

In Absatz 13 Ziffer 4 wird dieses demokratische Element zudem weiter eingeschränkt: „Wir dürfen Änderungen aus rechtlichen oder administrativen Gründen oder zur Berichtigung einer falschen Aussage nach Benachrichtigung auch ohne die Möglichkeit von Kommentaren vornehmen.“ Das heißt, es liegt in der Entscheidung von Facebook, ob sie bestimmte Änderungen zur Debatte stellen möchten oder nicht.

14. Beendigung

In diesem Abschnitt wird festgelegt, dass Facebook für Nutzer gesperrt werden kann, welche „gegen den Inhalt oder den Geist dieser Erklärung“ verstoßen. Die Nutzer können ihre Konten auch selber löschen, wobei aber einige der Bestimmungen trotzdem ihre Gültigkeit behalten.

15. Streitfälle

Hier wird bestimmt, dass sämtliche Klagen oder Ansprüche nur vor einem Staats- oder Bundesgericht in Santa Clara County, Kalifornien, geltend gemacht werden können und nach kalifornischem Recht behandelt werden. Zudem wird die Haftung für Facebook auf 100 Dollar bzw. jenen Betrag, welchen man in den vergangenen 12 Monaten an Facebook bezahlt hat, begrenzt. Außerdem werden die Nutzer darauf aufmerksam gemacht, dass die Nutzung von Facebook auf eigenes Risiko erfolgt und der Dienst „ohne jegliche ausdrückliche oder konkludente Garantien“ bereitgestellt wird. Auch in Punkto Sicherheit wird klargestellt: „Wir garantieren die Sicherheit von Facebook nicht.“ (Erklärung der Rechte und Pflichten, o.S.)

16. Besondere Bestimmungen für Nutzer außerhalb der USA

In diesem Abschnitt gibt der Nutzer seine Zustimmung, „dass seine persönlichen Daten in die USA weitergeleitet und dort verarbeitet werden.“ (ebd.) Zudem wird die kommerzielle Nutzung für Anbieter aus Ländern, welche mit einem US Embargo belegt sind, ausgeschlossen.

Interessant ist, dass es in diesem Abschnitt spezielle Bestimmungen für Nutzer mit Wohnsitz in Deutschland gibt. Diese Bestimmungen stärken die Position der Nutzer, indem sie diese Erklärung deutschem Recht unterstellen und die Haftungsbeschränkung durch Facebook größtenteils aufheben. Zudem wird die unter Absatz 2 beschriebene Lizenz an den IP-Inhalten der Nutzer dahingehend eingeschränkt, „dass unsere Nutzung dieser Inhalte auf die Verwendung auf oder in Verbindung mit Facebook beschränkt ist.“ (ebd. 16.3.1.)

Auch bei den Änderungen der Nutzungsbestimmungen werden Nutzer aus Deutschland besser gestellt. Diese müssen 30 Tage, anstatt 3 bzw. 7 Tage wie bei anderen Nutzern, vor Inkrafttreten über die geplanten Änderungen informiert werden.

Deutschland hat damit definitiv eine Vorreiterrolle übernommen, was die Stärkung der Interessen der Bürger gegenüber Sozialen Netzwerk Seiten betrifft. Es wäre wünschenswert, wenn sich mehrere Staaten diesem Vorbild anschließen würden, um eine Verbesserung der mitunter fragwürdigen Bestimmungen zu erreichen.

4.5.3. Die Facebook-Datenschutzrichtlinie

Die komplette Facebook-Datenschutzrichtlinie befindet sich im Anhang, weshalb in den folgenden Ausführungen auf eine gesonderte Zitation verzichtet wird.

1. Einleitung

In der Einleitung der Facebook-Datenschutzrichtlinie wird festgehalten, dass Facebook durch das TRUSTe Privacy Seal Program lizenziert ist. TRUSTe ist eine Organisation, welche Internetangebote auf deren Datenschutz- und Sicherheitsvorschriften, sowie deren Umsetzung überprüft. Zudem übernimmt TRUSTe die Rolle eines Vermittlers in Streitfällen (<http://www.truste.com/index.html>). Zudem erfüllt Facebook auch die Safe-Harbor-Bestimmungen, welche von der Europäischen Union und dem US-Handelsministerium erarbeitet wurden.

Exkurs: Safe Harbor Bestimmungen

Die Ausarbeitung der Safe-Harbor-Bestimmungen wurde notwendig, nachdem die Europäische Union im Jahr 1998 die Richtlinie 95/46/EG (Datenschutzrichtlinie) erlassen hatte. In dieser Richtlinie wurde festgeschrieben, dass keine personenbezogenen Daten aus der EU an Länder übermittelt werden dürfen, welche über keine vergleichbaren Datenschutz-Standards verfügen. Da dies auf die USA definitiv zutrifft, musste eine Lösung gefunden werden, welche es US-amerikanischen Unternehmen erlaubt, dennoch personenbezogene Daten aus der EU zu verarbeiten. Zu diesem Zweck wurden die Safe-Harbor-Bestimmungen entwickelt. Dabei verpflichten sich Unternehmen, eine Reihe von Mindeststandards beim Umgang mit personenbezogenen Daten einzuhalten. Diese Unternehmen können dann um eine Zertifizierung ansuchen, welche es ihnen erlaubt, ebendiese Daten zu bearbeiten. Im Jahr 2000 wurden die Safe-Harbor-Bestimmungen von der Europäischen Union ratifiziert und sind seither gültig. (http://www.export.gov/safeharbor/eu/eg_main_018476.asp; Abgerufen am 22.03.2011)

Weiters wird in der Einleitung der Geltungsbereich der Facebook-Datenschutzrichtlinie festgelegt:

„Diese Datenschutzrichtlinien gelten für alle Aspekte von Facebook. Sie haben jedoch keine Gültigkeit für Körperschaften, die nicht Eigentum von Facebook sind oder von Facebook kontrolliert werden, wie Anwendungen und Webseiten, welche die Plattform verwenden.“

Durch diese Klausel schränkt Facebook den Geltungsbereich seiner eigenen Datenschutz-Richtlinie erheblich ein. Angesichts von mittlerweile Tausenden von Anwendungen und Webseiten, welche Facebook verwenden, ist es für die Nutzer kaum praktikabel, die Datenschutz-Richtlinien jedes einzelnen Anbieters zu lesen.

Weiters wird in der Einleitung geregelt, dass sich Kinder unter 13 Jahren nicht auf Facebook registrieren dürfen. Ab 13 Jahren darf man Mitglied werden, allerdings wird empfohlen, *„dass Minderjährige über 13 Jahren ihre Eltern um Erlaubnis bitten, bevor sie Informationen über sich im Internet preisgeben, ...“* (ebd.) Dass sich Jugendliche an diese Empfehlung halten, darf jedoch bezweifelt werden.

2. Informationen, die wir erhalten

Unter Punkt 2 werden die Informationen aufgeführt, welche Facebook von seinen Usern erhält. Neben den von den Usern bereitgestellten Daten, wie persönliche Informationen, Fotos, etc. werden von Facebook auch Daten gesammelt, welche bei der Interaktion mit Facebook anfallen. Solche Daten entstehen beispielsweise, wenn man einen Freund anstupst, einen Beitrag kommentiert oder einer Gruppe beitrifft. Zudem werden auch Informationen über die benutzten Zugangsgeräte gesammelt, wie der Browsertyp, der Standort, die IP-Adresse und die besuchten Seiten. Des weiteren verwendet Facebook sogenannte „Cookies“, welche auf dem Computer der Nutzer gespeichert werden und verschiedene Daten sammeln. Es wird zwar darauf hingewiesen, dass diese „Cookies“ mit Hilfe der Browsereinstellungen entfernt werden können, dies aber die Nutzungsmöglichkeiten von Facebook einschränken kann.

Weiters hat Facebook auch das Recht, in bestimmten Fällen Informationen von Dritten einzuholen. So erhält Facebook Informationen der Betreiber von Anwendungen und Webseiten, welche die Facebook-Plattform nutzen. Zudem darf Facebook von Werbepartnern Informationen darüber einholen, wie die Nutzer auf Werbeanzeigen reagiert haben. Die gesammelten Informationen werden innerhalb von 180 Tagen anonymisiert, sodass sie keinem bestimmten Nutzer mehr zugeordnet werden können.

Facebook sammelt auch Informationen, welche von anderen Nutzern veröffentlicht werden, beispielsweise wenn diese einen auf einem Foto markieren oder Details zur Art der Freundschaft angeben (z.B. in einer Beziehung mit ...).

In der vorangegangenen Fassung dieser Richtlinie hatte sich Facebook auch das Recht eingeräumt, persönliche Informationen nicht nur auf der eigenen Seite, sondern auch aus anderen Quellen, wie z.B. Zeitungen oder Blogs zu sammeln. Dieser Absatz fehlt jedoch in der aktuellen Fassung.

3. Informationen mit anderen auf Facebook mit anderen teilen (sic!)

Unter Punkt 3 werden die Funktionen der Privatsphäre-Einstellungen bzw. welche Daten für wen sichtbar sind erläutert. Der Name sowie das Profilbild sind stets für alle Personen sichtbar und dies kann auch in den Privatsphäre-Einstellungen nicht geändert werden. Facebook gibt aber immerhin den Hinweis, dass man sein Profilbild löschen sollte, wenn man sich dabei unwohl fühlt.

Bei den personenbezogenen Informationen, wie politische Einstellungen oder religiöse Ansichten, empfiehlt Facebook die Sichtbarkeit auf „Freunde von Freunden“ zu beschränken. Angesichts der Tatsache, dass ein User im Durchschnitt 130 Freunde hat (vgl. Facebook-Statistik 2010), bedeutet diese Einstellung, dass man diese doch sehr privaten Details mit knapp 17.000 Personen teilt.

Für „Von mir gepostete Beiträge“, wie Pinnwandeinträge oder hochgeladene Fotos können die Privatsphäre-Einstellungen individuell festgelegt werden. So ist es möglich, Beiträge nur bestimmten Personen zugänglich zu machen oder auch bestimmte Personen davon auszuschließen.

Bei „Verbindungen“ wird festgehalten, dass die gewählte Privatsphäre-Einstellung nur für die Sichtbarkeit im eigenen Profil gelten, nicht aber für das jeweils andere Profil, wie Freunde, Gruppen oder Seiten, mit dem man die Verbindung eingegangen ist.

Weiters werden noch einige andere Punkte angesprochen, welche bei der Auswahl der Privatsphäre-Einstellungen bedacht werden müssen. Unter anderem, dass, wenn Inhalte auf den Seiten von Freunden veröffentlicht werden, diese den Privatsphäre-Einstellungen des anderen Nutzers unterliegen oder dass Informationen, welche geteilt wurden, auch nach der Löschung bzw. Deaktivierung des eigenen Kontos noch sichtbar sein können.

4. Informationen die du mit Dritten teilst

In diesem Punkt wird aufgelistet, wer alles Zugang zu den verschiedenen Daten der Benutzer hat. Hier geht es vor allem um den Zugriff von Anwendungen oder Webseiten auf private Daten. Falls die entsprechenden Anwendungen oder Seiten nicht in den Privatsphäre-Einstellungen blockiert sind, bekommen diese, sobald sich ein Nutzer mit ihnen verbindet, die „allgemeinen Informationen“. Diese beinhalten den Namen, das Profilbild, Geschlecht, die Nutzerkennnummer, Verbindungen sowie Inhalte, bei denen die Privatsphäre-Einstellungen auf „Alle“ stehen. Mit Ausnahme der Freundesliste werden diese Daten auch weitergegeben, wenn sich ein „Freund“ mit einer dieser Anwendungen oder Webseiten verbindet. Zudem können „Freunde“ diesen Anwendungen oder Webseiten auch den Zugriff auf andere Daten ihrer „Freunde“ gewähren, jedoch nur insoweit sie selbst berechtigt sind, diese zu sehen. Diese Informationen dürfen aber nur in Verbindung mit dem entsprechenden Freund verwendet werden. Weiters werden die Nutzer darauf hingewiesen, dass sie sich über die Richtlinien Dritter informieren sollten, was angesichts von 550.000 Anwendungen und 250.000 verbundenen Webseiten (<http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>; Abgerufen am 25.03.2010) sehr schwierig sein dürfte.

Neben den gewöhnlichen Anwendungen und Webseiten gibt es auch vorab genehmigte Webseiten und Anwendungen Dritter, welche bei einem Besuch automatisch die allgemeinen Informationen von Facebook bekommen, wenn der Besucher zeitgleich bei Facebook angemeldet ist. Um von Facebook vorab genehmigt zu werden, müssen diese Anwendungen und Webseiten zuerst ein Zulassungsverfahren durchlaufen. Der User kann den Zugriff durch diese Seiten und Anwendungen erst im Nachhinein in den Privatsphäre-Einstellungen blockieren.

5. Verwendung deiner Informationen durch uns

Die gesammelten Informationen werden von Facebook auf unterschiedliche Weise verwendet. So überprüft Facebook anhand dieser Informationen, ob die Nutzungsbedingungen eingehalten werden, und kann bei Verdacht auf Verstöße bestimmte Funktionen für die betreffenden Nutzer vorübergehend oder dauerhaft sperren. Zudem nützt Facebook die angegebenen Kontaktinformationen, um sich mit den Nutzern in Verbindung zu setzen. Der wohl wichtigste Verwendungszweck der persönlichen Daten ist aber die Platzierung individuell abgestimmter Werbung. Dabei können sich Werbetreibende ihr Zielpublikum nach verschiedensten Kriterien auswählen (auch nach

solchen, die für niemanden einsehbar sind), erfahren dabei aber nicht, um wen es sich konkret handelt. Weiters werden die Informationen von Facebook genutzt, um umfeldorientierte Werbeanzeigen zu erstellen. Dabei werden persönliche Informationen in Werbeanzeigen für „Freunde“ platziert, um diese attraktiver zu gestalten. Diese Art der Verwendung von persönlichen Daten kann allerdings in den Privatsphäre-Einstellungen blockiert werden.

Es wird auch festgehalten, dass Facebook das Recht hat, Informationen, welche es von anderen Usern erhält, zur Ergänzung des Profils zu verwenden. Beispiele hierfür sind die Markierung auf einem Foto oder die Erwähnung in einer Statusmeldung. Die Nutzer haben zwar das Recht, diese Informationen wieder zu entfernen, allerdings wäre es im Sinne des Schutzes der Privatsphäre sinnvoller, wenn der User zuerst darüber informiert würde, dass Informationen über ihn gesammelt wurden und er der Veröffentlichung zustimmen müsste.

Im Falle des Todes eines Nutzers behält Facebook das Recht, dieses Konto aufrechtzuerhalten. Nur auf Antrag eines nächsten Angehörigen wird das entsprechende Profil geschlossen.

6. Weitergabe von Informationen durch uns

Hier wird zunächst darauf hingewiesen, dass es bei Facebook darum geht, Informationen unter Berücksichtigung der Privatsphäre-Einstellungen mit anderen auszutauschen.

„Wir geben deine Informationen an Dritte weiter, wenn wir der Auffassung sind, dass du uns die Weitergabe gestattet hast, damit wir unsere Dienste im Bedarfsfall anbieten können oder wenn wir aus rechtlichen Gründen dazu gezwungen sind.“ (ebd.)

Neben einigen Klauseln, welche die Weitergabe von Daten mit der Zustimmung durch den jeweiligen User regeln, gibt es auch eine Passage, welche sich mit der Weitergabe von Daten an Behörden und Gericht beschäftigt.

„Aufgrund von Vorladungen, Gerichtsentscheidungen oder anderen Anfragen (einschließlich Straf- und Zivilrechtsangelegenheiten) dürfen wir Informationen offenlegen, wenn wir in gutem Glauben der Meinung sind, dass ihre Offenlegung gesetzlich notwendig ist. (...) Dazu zählt u.a. die Weitergabe von Informationen an andere Unternehmen, Rechtsanwälte, Gerichte oder sonstige Behörden.“ (ebd.)

D.h. es ist keine gerichtliche Entscheidung notwendig, welche die Herausgabe der Daten fordert, sondern es reicht, wenn Facebook „in gutem Glauben der Meinung“ ist, dass diese gesetzlich notwendig ist. Dabei orientiert sich Facebook an „den lokalen gesetzlichen

Bestimmungen des betreffenden Landes, dessen Rechtssprechung der Nutzer unterliegt.“ (ebd.) Es wäre interessant zu wissen, wie Facebook verfährt, wenn beispielsweise eine Anfrage aus einem Land mit geringer politischer Freiheit kommt, die Facebook auffordert, die Daten von Usern preiszugeben, welche sich auf Facebook politisch engagieren.

7. Ändern oder Entfernen von Informationen durch dich

Hier wird darauf hingewiesen, wie Informationen auf Facebook durch die Nutzer geändert bzw. entfernt werden können und welche Einschränkungen es dabei gibt. Wenn ein Nutzer sein Konto deaktiviert, werden von Facebook alle Informationen weiterhin gespeichert und man kann von „Freunden“ weiterhin zu Veranstaltungen oder Gruppen eingeladen werden. Wenn man sich entscheidet, zu Facebook zurückzukehren, werden alle Informationen wiederhergestellt. Die Funktion zum Deaktivieren des Kontos ist in den Kontoeinstellungen zu finden. Wenn man diese Funktion auswählt, erscheint das Bild eines Freundes mit dem Hinweis, dass dieser einen vermissen wird. Zudem muss der Grund für die Deaktivierung angegeben werden.

Die Funktion zum kompletten Löschen des Kontos scheint nirgendwo auf und ist nur durch eine gezielte Suche im Hilfebereich zu finden.

Doch auch nach einer kompletten Löschung des Kontos werden nicht alle Informationen gelöscht. So verbleiben beispielsweise jene Informationen, die man auf den Profilen anderer Nutzer hinterlassen hat, allerdings wird die Verknüpfung mit dem Namen gelöscht.

„Darüber hinaus können wir bestimmte Informationen zur Vermeidung von Identitätsbetrug oder anderem missbräuchlichem Verhalten speichern, selbst wenn ihre Löschung beantragt wurde.“ (ebd.)

Diese bestimmten Informationen werden nicht näher definiert, sodass es im Ermessen von Facebook liegt, welche Informationen das sind. Zudem können gelöschte oder entfernte Daten für maximal 90 Tage in Sicherungskopien vorhanden sein. Auch von Nichtnutzern von Facebook können Daten anfallen, beispielsweise wenn deren E-Mail-Adresse von Facebook-Nutzern angegeben werden. In den Mails von Facebook ist aber immer ein Link enthalten, mit dem man diese Adresse wieder löschen kann.

8. Schutz der Informationen durch uns

Facebook schützt die Daten der User durch die Speicherung auf einem geschützten Server sowie durch die Verschlüsselung von sensiblen Daten wie Passwörtern oder Kreditkartennummern. Die Stiftung Warentest hat allerdings festgestellt, dass diese Verschlüsselung entfällt, wenn von einem mobilen Endgerät wie z.B. einem Mobiltelefon auf Facebook zugegriffen wird. (vgl. Kapitel 2.5.) Trotz verschiedener Sicherheitsmaßnahmen werden die Nutzer darauf hingewiesen, dass diese nicht unüberwindbar sind und Facebook keinerlei Haftung für die Sicherheit der Daten übernimmt.

„Obwohl wir dir die Möglichkeit bieten, den Zugriff auf deine Informationen über die Privatsphäre-Einstellungen einzuschränken, solltest du dir im Klaren sein, dass keine Sicherheitsmaßnahme perfekt oder unüberwindbar ist. (...) Wir können nicht garantieren, dass nur befugte Personen deine Informationen ansehen. Wir können nicht gewährleisten, dass Informationen, die du auf Facebook austauschst, nicht öffentlich zugänglich werden.“ (ebd.)

9. Sonstige Bestimmungen

Hier wird festgehalten, dass die Datenschutzrichtlinie nach dem in der Erklärung der Rechte und Pflichten festgehaltenen Prozedere, abgeändert werden kann. Zudem gibt der User hier die Zustimmung, dass seine Daten in die USA übertragen werden und dort verarbeitet werden dürfen.

4.6. Schwachstellen

Trotz zahlreicher Maßnahmen, um die Privatsphäre der User zu schützen, hat auch Facebook Schwachstellen, durch welche die persönlichen Daten in die falschen Hände gelangen können.

Diese Schwachstellen lassen sich unterscheiden in:

- **Mangelhafte Privatsphäre-Einstellungen**
- **Falsche Freunde**
- **Technische Schwachstellen**

4.6.1. Privatsphäre-Einstellungen

Facebook bietet seinen Mitgliedern umfangreiche Möglichkeiten, den Zugang zu seinen Daten auf bestimmte Benutzergruppen einzugrenzen. Es stellt sich jedoch die Frage, welcher Anteil der Benutzer den Aufwand auf sich nimmt, sämtliche Einstellungen auf einen höchstmöglichen Schutz der Privatsphäre zu ändern, denn momentan gibt es mehr als 40 Parameter, welche alle einzeln eingestellt werden müssen. Zudem können bestimmte Aktionen die Privatsphäre-Einstellungen komplett verändern. Wenn man beispielsweise einem neuen Netzwerk beitrifft, werden die Einstellungen dahingehend verändert, dass sämtliche Informationen für die Mitglieder dieses Netzwerkes sichtbar werden. Es wird zwar darauf hingewiesen, dass sich die Privatsphäre-Einstellungen womöglich geändert haben, es ist jedoch nicht wirklich benutzerfreundlich, wenn die unter Umständen rigiden Einstellungen automatisch gelockert werden und anschließend wieder einzeln verändert werden müssen (vgl. Fraunhofer Institut 2008, S. 82).

Prinzipiell gibt es bei den Privatsphäre-Einstellungen 5 verschiedene Optionen: nur ich, meine Freunde, Freunde von Freunden, Alle und Benutzerdefiniert bzw. andere. Es stehen aber nicht bei allen Parametern sämtlich Optionen zur Verfügung. Schon die Einstellung „Freunde von Freunden“ ist sehr unsicher, da diese Informationen bei durchschnittlich 130 Freunden pro Person, von bis zu 16.900 Personen eingesehen werden können. Bei „benutzerdefiniert“ bzw. „andere“ kann man die Privatsphäre-Einstellungen sehr individuell gestalten. So ist es möglich, Inhalte nur bestimmten Personen zugänglich zu machen oder Inhalte für einzelne Personen zu sperren.

Im Laufe der Zeit wurden die Möglichkeiten, um die Privatsphäre zu schützen, kontinuierlich weiterentwickelt. Die Standardeinstellungen wurden jedoch ständig weniger restriktiv, wie die folgenden Grafiken veranschaulichen. Waren im Jahr 2005 ausschließlich der Name, das Profilbild, das Geschlecht und die Netzwerke für alle

Facebook Nutzer sichtbar, so sind im Jahr 2010 sämtliche Informationen, mit Ausnahme des Geburtsdatums und der Kontaktdaten, für alle Internet-User ersichtlich, sofern die Standard-Privatsphäre-Einstellungen nicht verändert wurden.

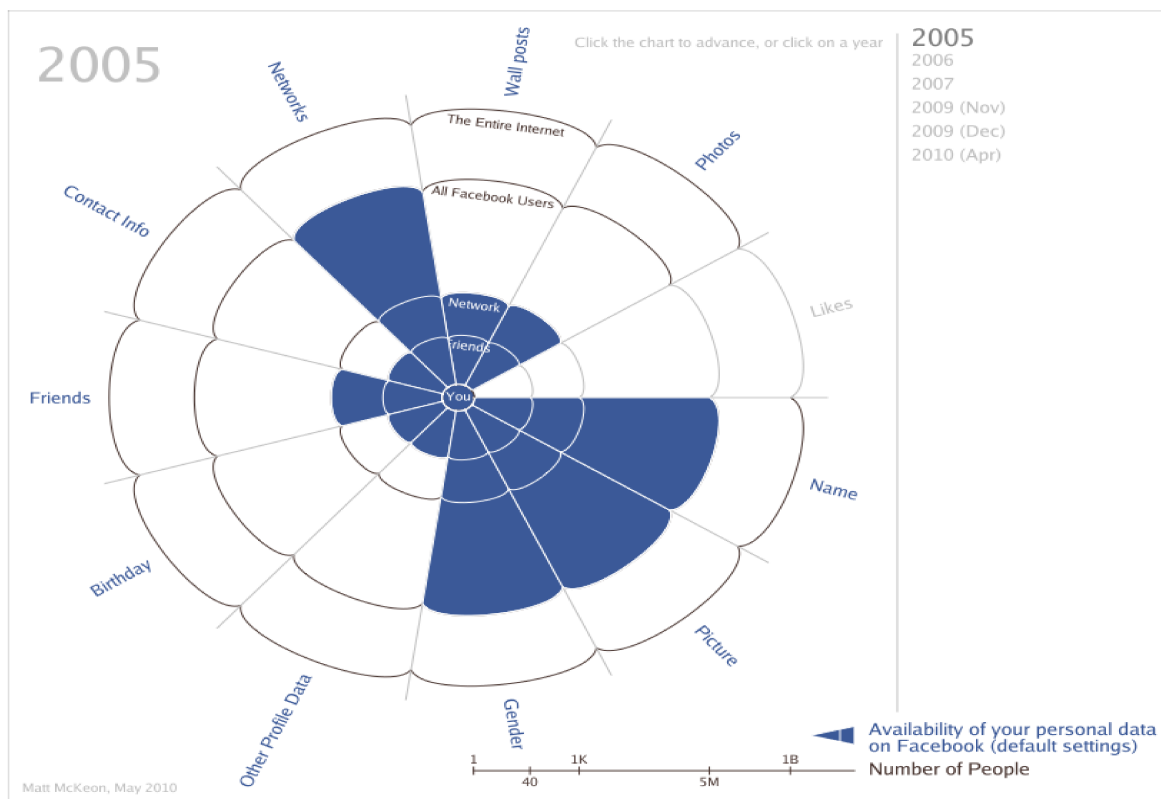


Abb. 4: Standard Privatsphäre-Einstellungen 2005

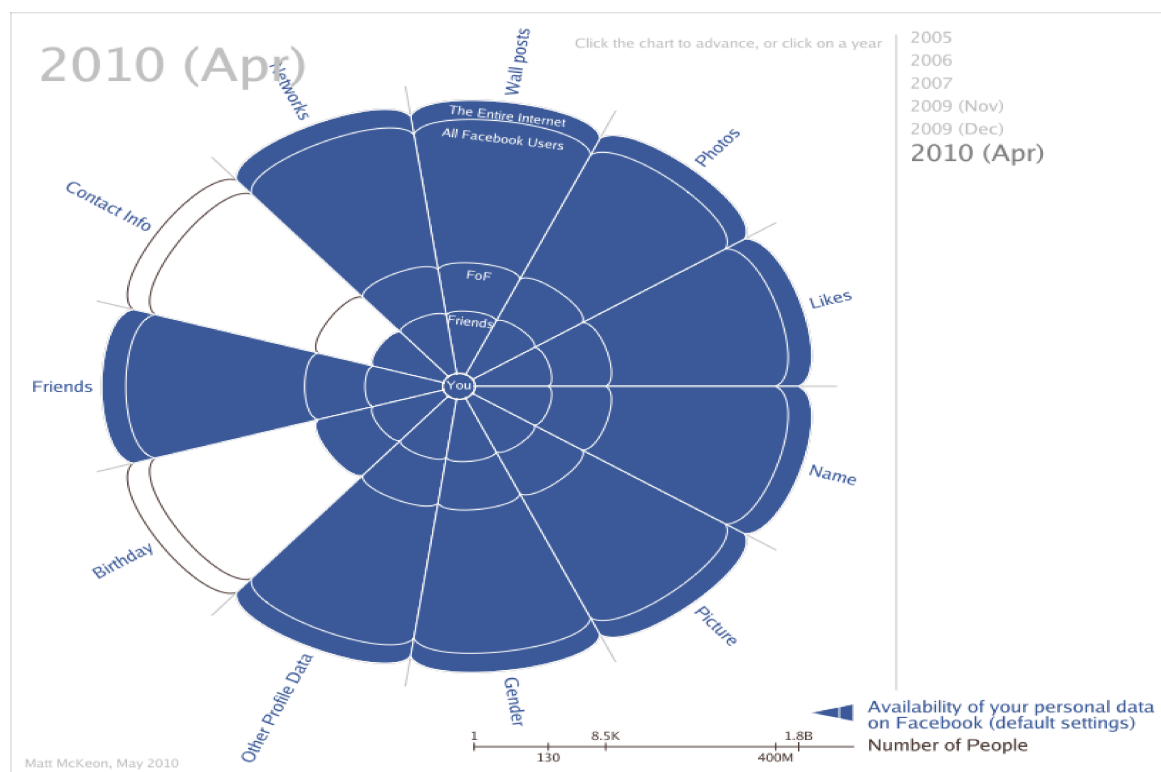


Abb. 5: Standard Privatsphäre-Einstellungen 2010 (April)

4.6.2. Falsche Freunde

Da der Sinn von SNS wie Facebook hauptsächlich darin besteht, Freundschaften zu pflegen, sind für Freunde in der Regel alle Informationen zugänglich. Daher sollte man darauf achten, dass nur solche Personen als Freunde akzeptiert werden, die man auch kennt. Da die Richtigkeit der Informationen von Facebook nicht geprüft wird, ist es jedoch möglich, Profile unter falschem Namen zu erstellen. So könnte sich beispielsweise ein Arbeitgeber ein Profil mit den Daten eines ehemaligen Mitarbeiters anlegen und so versuchen, von seinen Angestellten als „Freund“ akzeptiert zu werden. Problematisch erscheint auch, dass Werbepersönlichkeiten, wie z.B. „Der Inder“ oder „Der Hausverstand“ auf Facebook vertreten sind und von hunderten Usern als Freunde hinzugefügt werden. Es ist davon auszugehen, dass diese Profile professionell von Werbeagenturen betrieben werden und diese dadurch Zugang zu sämtlichen Daten von mit diesen Figuren befreundeten Usern haben.

4.6.3. Technische Schwachstellen

Während die anderen Schwachstellen durch einen bewussten und kritischen Umgang mit SNS vermieden werden können, stellt sich noch die Frage, inwieweit diese Netzwerke gegen Angriffe von Hackern gesichert sind. In Anbetracht dessen, dass ein einfaches Spionageprogramm, welches die Tastatureingaben protokolliert, ein sogenannter Keylogger, genügt, um sich Zugang zu einem Profil zu verschaffen, dürfte das Ausspionieren von Daten für technisch versierte Personen kein größeres Problem darstellen. Derartige Keylogger können durch das Herunterladen scheinbar harmloser Programme oder E-Mail-Anhänge sowie durch den Besuch von infizierten Websites auf den eigenen Computer gelangen (vgl. Ström 2003, 208-212). Auch in den Facebook Datenschutzbestimmungen wird darauf hingewiesen, dass Facebook nicht dafür garantieren kann, dass der Nutzerinhalt nicht von unbefugten Personen angesehen wird:

„...sei dir bitte bewusst, dass keine Sicherheitsmaßnahmen perfekt oder undurchdringlich sind. Wir können die Aktionen anderer Nutzer, mit denen du deine Seiten und Informationen teilst, nicht kontrollieren. Daher können und werden wir nicht garantieren, dass Nutzerinhalt, den du auf der Seite postest, nicht von unbefugten Personen angesehen wird. Für die Umgehung jeglicher Privatsphäre-Einstellungen oder Sicherheitsmaßnahmen der Seite sind wir nicht verantwortlich.“ (Facebook Richtlinien, o.J.)

4.7. Gefahren bei der Verwendung von Facebook

Pär Ström hat in seinem Buch „Die Überwachungsmafia“ die Bedrohungen aufgezeigt, die durch den Mißbrauch elektronischer Daten entstehen (vgl. Ström 2003, S.23).

Wer bedroht?	Staat	• Staatl. Überwachung • Erfassung politisch Andersdenkender	• Technische Spionage • Wirtschaftsspionage	• Technische, wirtschaftliche und militärische Spionage • Sabotage • Angriffe auf die IT
	Unternehmen	• Erfassung von Kunden • Überwachung der Mitarbeiter • Überprüfung von Anstellungsbewerbern	• Technische Spionage • Wirtschaftsspionage • Sabotage	• Politische Spionage
	Individuum	• Schädigung • Erpressung • Rufmord, böser Leumund (z.B. bei Scheidung)	• Schädigung • Erpressung • Diebstahl von Informationen • IT-Terrorismus	• Schädigung • Erpressung • Diebstahl von Informationen • IT-Terrorismus
		Individuum	Unternehmen	Staat
Wer ist bedroht?				

Abb. 6: Wer bedroht? Wer ist bedroht?

Für die vorliegende Arbeit ist besonders die erste Spalte von Bedeutung, welche die Bedrohungen für das Individuum betrifft. Die Bedrohungen für das Individuum lassen sich unterscheiden, je nachdem ob sie vom Staat, Unternehmen oder von anderen Individuen ausgehen.

4.7.1. Staat

Die Gefahren, welche vom Staat ausgehen, sieht Ström in der staatlichen Überwachung sowie in der Erfassung politisch Andersdenkender (ebd.). Da kaum jemand so dumm sein dürfte, in SNS über Straftaten oder geplante Terroranschläge zu berichten, ist im Zusammenhang mit SNS besonders die zweite Gefahr von Bedeutung. Auf Facebook haben politische Gruppen regen Zulauf und aus den verschiedenen Gruppenmitgliedschaften kann man bei einigen Usern eine sehr genaue Vorstellung über deren politische Einstellungen bekommen (vgl. Kapitel 4.3.7.). In Österreich und anderen

demokratischen Rechtsstaaten dürfte der Staat wenig an der politischen Einstellungen seiner Bürger interessiert sein, so lange sich diese im legalen Rahmen bewegen. Kritisch ist es für Bürger von Regimen, welche abweichende politische Meinungen nicht tolerieren. Es wird zwar häufig der Nutzen sozialer Medien für oppositionelle Gruppierungen in Form von verbesserten Kommunikationsmöglichkeiten betont, dabei ist jedoch zu beachten, dass ebendiese Medien auch dazu benutzt werden können, um die Mitglieder solcher Gruppen ausfindig zu machen. Wie die jüngsten Beispiele aus Ägypten oder Tunesien zeigen, sind soziale Netzwerke für Protestbewegungen tatsächlich wichtige Kommunikationsmittel, wenn sich der Staat jedoch bedroht fühlt, werden bestimmte Seiten oder gleich das ganze Internet lahmgelegt.

4.7.2. Unternehmen

Unternehmen bedrohen einerseits die Privatsphäre von Kunden durch die genaue Erfassung ihres Kaufverhaltens, als auch die ihrer (potentiellen) Mitarbeiter, durch deren verstärkte Überwachung (ebd.).

In den vergangenen Monaten wurde in der Presse über mehrere Fälle berichtet, in denen Personen ihren Arbeitsplatz aufgrund von Aktivitäten auf SNS verloren haben. Besondere Aufmerksamkeit der Medien fand ein Fall in England, bei dem eine Mitarbeiterin auf Facebook über ihren Job gelästert hatte. *„Ich hasse meinen Job. Mein Chef ist so ein Vollidiot. Die ganze Zeit will er, dass ich total unnötige Aufgaben erledige, nur um mich zu ärgern.“* (zit. nach Zirm 2010) Spektakulär war der Fall, da der angesprochene Chef ein Facebook-Freund der Mitarbeiterin war und dieser seinerseits die Kündigung dann auch gleich auf Facebook verkündete. *„Hi. Du hast anscheinend vergessen, dass du mich als Freund eingetragen hast. Was du als total unnötige Aufgaben bezeichnest, ist nun mal dein Job. Und für den zahle ich dir Geld. Du hast aber auch vergessen, dass du noch zwei Wochen Probezeit hast. Morgen brauchst du nicht vorbeikommen. Ich sende dir deine Kündigung gern per Post zu. Und, ja, ich meine das ernst.“* (ebd.) Eine Angestellte des Schweizer Versicherungsunternehmens „Nationale Suisse“ wurde gekündigt, weil sie während eines Krankenstandes auf Facebook aktiv war. Die Angestellte hatte sich aufgrund einer Migräne krank schreiben lassen, da es ihr nicht möglich sei, am Bildschirm zu arbeiten. Während die Mitarbeiterin eine systematische Überwachung vermutete, beteuerte das Unternehmen, dass die Facebook-Aktivität nur zufällig von einem anderen Mitarbeiter entdeckt wurde (vgl. Riegler 2009).

Das Schweizer Online Magazin „20 Minuten“ hat den Arbeitsrechtsexperten Dr. Matthias Häuptli befragt, inwieweit es Unternehmen erlaubt ist, ihren Mitarbeitern in sozialen Netzwerken nachzuspionieren. (vgl. Steier 2009)

„Soweit es sich um öffentliche Profile handelt oder die Betroffenen ihr Profil anderen Mitarbeitern zugänglich gemacht haben, ist das aus Sicht des Datenschutzes unbedenklich. Man sollte sich darum gut überlegen, wem man was zugänglich macht. Es verhält sich damit nicht anders, als wenn man Kollegen im persönlichen Gespräch etwas erzählt und diese es dem Vorgesetzten berichten.“ (Häuptli, in Steier 2009)

Die Gleichstellung mit einem persönlichen Gespräch ist meines Erachtens nicht zulässig. Im Gegensatz zu einem persönlichen Gespräch, welches normalerweise nicht protokolliert wird, können Äußerungen auf Facebook von Dritten nachvollzogen werden, sei es durch einen Screenshot oder dadurch, dass sie die Zugangsdaten von einem der Beteiligten bekommen. Anders als beim persönlichen Gespräch ist es somit kaum möglich, die Äußerungen zu leugnen oder sich auf ein Missverständnis zu berufen.

Während die Entlassung eines Mitarbeiters aufgrund von Einträgen in sozialen Netzwerk Seiten eines handfesten Vertrauensbruchs bedarf, könnten bei Bewerbern schon wesentlich harmlosere Einträge die Entscheidung über deren Aufnahme zu ihren Ungunsten beeinflussen.

Neben der Überwachung ihrer Mitarbeiter sind viele Unternehmen auch daran interessiert, möglichst detaillierte Kundenprofile zu erstellen, um ihre Marketingaktivitäten gezielt ausrichten zu können.

4.7.3. Andere Individuen

Auch Privatpersonen können persönliche Informationen missbräuchlich verwenden, um anderen zu schaden. Diese Schädigungen reichen von Rufmord oder bösem Leumund bis hin zu Mobbing oder Erpressung. International bekannt geworden ist ein Fall von Mobbing auf der Sozialen Netzwerk Seite MySpace. Die Mutter einer Teenagerin soll eine ehemalige Freundin ihrer Tochter auf MySpace so lange belästigt haben, bis sich diese erhängt hat. Die 49-jährige hatte sich einen falschen Account bei MySpace angelegt, indem sie sich als ein Junge ausgab, welcher sich für das Opfer interessierte. Nach wochenlangem Kontakt soll sie das Mädchen schließlich mit dem Kommentar *"Die Welt*

wäre ohne Dich ein besserer Ort" in den Selbstmord getrieben haben. Der Fall kam vor Gericht, allerdings nicht wegen Mobbings, sondern weil die Täterin mit dem falschen Account gegen die Nutzungsbedingungen von MySpace verstoßen hat (vgl. Schwan, 2008). Nach einer Verurteilung in der ersten Instanz wurde das Urteil von einem Bundesrichter aufgehoben, da kaum jemand die Nutzungsbedingungen der Anbieter gründlich lese und beherzige und dieses Urteil zudem jeden kriminalisiert hätte, der sich im Internet unter einem falschen Namen registriert. (vgl. Möck, 2009) Im Jahr 2008 wurde eine Teenagerin in Großbritannien zu drei Monaten Jugendhaft verurteilt, da sie auf Facebook ein anderes Mädchen mit dem Tod bedroht hatte. Zudem wurde ihr untersagt, innerhalb der nächsten 5 Jahre mit dem Opfer in Kontakt zu treten oder Kommentare über sie im Internet zu verfassen (vgl. Zeit Online, 2009).

Im Februar 2010 wurde der 19-jährige Anthony S. zu 15 Jahren Haft wegen Erpressung verurteilt. Er hatte sich auf Facebook als Mädchen ausgegeben, um so an Nacktfotos seiner Klassenkameraden zu kommen. Diese hatte er dann benutzt, um mit der Drohung der Veröffentlichung seine Mitschüler zum Sex zu zwingen (Musil/Kaden 2010).

Auch für Kriminelle könnten einige Informationen auf Facebook-Profilen von Interesse sein. Wenn Nutzer Informationen über ihre Wohnadresse sowie Veranstaltungen, welche sie besuchen werden, oder den Umstand, dass sie sich gerade im Ausland befinden, öffentlich zugänglich machen, bietet das Einbrechen theoretisch die Möglichkeit, geeignete Objekte für ihre Taten zu finden. Die Internetseite <http://pleaserobme.com/> machte auf dieses spezielle Problem aufmerksam, indem sie gezielt derartige Informationen, die öffentlich zugänglich waren, zusammengetragen hat. Da es niemals die Intention dieser Seite war, dass Leute wirklich ausgeraubt werden, wurden diese Informationen mittlerweile wieder entfernt.

II. Empirischer Teil

5. Hypothesen

Die folgenden 9 Hypothesen sollen im empirischen Teil der Arbeit mit Hilfe eines Online-Fragebogens geprüft werden.

H 1.0. Das Wissen über Facebook hat keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 1.1. Je größer das Wissen über Facebook, desto weniger kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

H 2.0. Das Wissen über Facebook hat keinen Einfluss auf die Privatsphäre-Einstellungen der Nutzer.

H 2.1. Je größer das Wissen über Facebook, desto restriktiver werden die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt.

H 3.0. Die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat hat keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 3.1. Je kritischer die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat, desto weniger kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

H 4.0. Die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat hat keinen Einfluss auf die Privatsphäre-Einstellungen der Nutzer.

H 4.1. Je kritischer die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat, desto restriktiver werden die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt.

H 5.0. Die Menge der auf Facebook preisgegebenen Informationen hat keinen Einfluss auf die Anzahl der Facebook-Freunde.

H 5.1. Je mehr Informationen auf Facebook preisgegeben werden, desto größer ist die Anzahl der Facebook-Freunde.

H 6.0. Das Alter hat keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 6.1. Je älter die User sind, desto weniger kritische Informationen werden angegeben.

H 7.0. Die Privatsphäre-Einstellungen haben keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 7.1. Je restriktiver die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt sind, desto mehr kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

H 8.0. Die formale Bildung hat keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 8.1. Je höher die formale Bildung, desto weniger kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

H 9.0. Die formale Bildung hat keinen Einfluss auf die Privatsphäre-Einstellungen.

H 9.1. Je höher die Bildung, desto restriktiver werden die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt.

6. Online-Fragebogen

Um das Verhalten der User auf Facebook sowie deren Wissen und Meinung zum Thema Datenschutz bzw. Privatsphäre zu untersuchen, wird ein Online-Fragebogen verwendet. Der Online-Fragebogen bietet sich für diese Untersuchung an, da die Untersuchungsteilnehmer dadurch auch die Möglichkeit haben, parallel auf ihr Facebook-Profil zuzugreifen, um beispielsweise die Fragen zu ihren Privatsphäre-Einstellungen beantworten zu können. Erstellt wurde der Fragebogen auf der Internetseite www.soscisurvey.de und anschließend mit der Statistik-Software SPSS ausgewertet. Das Ziel ist es, verschiedene Kennzahlen zu berechnen, welche Aufschluss über die Einstellung zum Datenschutz, das Wissen über Datenschutz, die Facebook Privatsphäre-Einstellung, sowie die Menge an kritischen Informationen geben. Diese Kennzahlen sollen dann mit den demographischen Daten und untereinander in Beziehung gesetzt werden.

6.1. Zielgruppe und Stichprobengröße

Die Grundgesamtheit der Untersuchung sind prinzipiell alle Facebook-User über 18 Jahre mit Wohnsitz in Österreich. Da Studenten bei Facebook sehr stark vertreten sind, werden diese auch in der Stichprobe einen wesentlich Anteil ausmachen. Im Gegensatz zu den meisten anderen vorliegenden Studien sollen jedoch auch andere Gesellschaftsschichten in Bezug auf ihr Verhalten auf Facebook untersucht werden. Denkbar wäre, dass beispielsweise Personen mit geringerer Bildung weniger Bedenken in Hinblick auf Datenschutz und Privatsphäre aufweisen. Die Untersuchungsteilnehmer sollen mittels einer Gruppe auf Facebook sowie durch E-Mails gewonnen werden. Das Sample sollte dabei mindestens 200 Personen umfassen.

6.2. Aufbau des Fragebogens

Filterfragen

Die ersten beiden Fragen sind Filterfragen um Personen, welche nicht in die Zielgruppe gehören, auszusondern. Frage 1 gilt der Mitgliedschaft bei Facebook, während bei Frage 2 nach einem Wohnsitz in Österreich und einem Mindestalter von 18 Jahren gefragt wird. Beide Fragen können nur mit Ja oder Nein beantwortet werden. Wenn ein Teilnehmer eine der Fragen mit Nein beantwortet, wird er automatisch zum Ende des Fragebogens weitergeleitet.

Soziodemographische Daten

Zunächst werden die soziodemographischen Daten Alter (Frage 3), Geschlecht (Frage 4) und Bildungsgrad (Frage 5) erhoben. Beim Bildungsgrad gab es folgende Antwortmöglichkeiten: „Pflichtschule“, „Lehre“, „Berufsbildende mittlere Schule“, „Matura“ oder „Universität/FH/Pädak“. Die soziodemographischen Daten sind nötig, um in weiterer Folge Zusammenhänge mit den anderen Ergebnissen herzustellen. Beispielsweise, ob der Bildungsgrad einen Einfluss auf die Einstellung zum Thema Datenschutz hat oder ob das Alter einen Einfluss auf die Menge der veröffentlichten Informationen hat.

Facebook Nutzung

In Frage 6 wird die Nutzungshäufigkeit erhoben, d.h. wie oft sind die User auf Facebook aktiv. Es gibt 5 vorgegebene Antwortmöglichkeiten: mehrmals täglich, einmal täglich, mehrmals pro Woche, einmal pro Woche oder seltener.

Menge der preisgegebenen Informationen

Bei den Fragen 7 bis 15 wird untersucht, welche Informationen von den Usern auf Facebook preisgegeben werden. Da es recht detaillierte Fragen sind, werden die Teilnehmer zuvor aufgefordert, ihr Facebook-Profil zu öffnen. Dazu ist im Fragenbogen ein Hyperlink eingebaut, der die Facebook-Startseite in einem separaten Browser-Tab öffnet.

Zunächst werden die Teilnehmer gefragt, unter welchem Namen sie auf Facebook registriert sind (Frage 7). Die möglichen Ausprägungen sind „Realer, vollständiger Name“, „Spitzname bzw. realer, aber unvollständiger Name“ oder „Phantasiename“.

In Frage 8 wird gefragt, ob die Teilnehmer einen Wohnort (8a) und eine Adresse (8b) angegeben haben und ob diese Angaben der Wahrheit entsprechen. Die Antwortmöglichkeiten waren demnach: „wahrheitsgemäß“, „nicht wahrheitsgemäß“ oder „nicht angegeben“.

Nach dem selben Muster ist auch Frage 9 aufgebaut, jedoch wird hier nach dem „Beziehungsstatus“ (9a), „politischen Einstellungen“ (9b) und „religiösen Ansichten“ (9c) gefragt.

Bei Frage 10 wird erhoben, ob die Teilnehmer mit ihrem richtigen Geschlecht auf Facebook registriert sind.

Frage 11 beschäftigt sich mit Pinnwandeinträgen. Es wird danach gefragt ob die Teilnehmer schon Pinnwandeinträge verfasst haben, ...

- ... die sich auf Ihren Gesundheitszustand beziehen (z.B. liege krank im Bett)? (11a)
- ... in denen Sie sich negativ über ihre Arbeit oder Ausbildung geäußert haben? (11b)
- ... die Auskunft über Ihren Alkoholkonsum geben (z.B. habe einen Kater)? (11c)
- ... die eine politische Partei oder einen Politiker zum Inhalt haben? (11d)

Die möglichen Antworten bei Frage 11 sind „Ja“, „Nein“ und „Weiß ich nicht“.

Die Fragen 12 und 13 haben Fotografien zum Thema. Zunächst wird nach der konkreten Anzahl der Fotografien auf Facebook gefragt (Frage 12). In Frage 13 sollen die Teilnehmer angeben, ob sie Fotografien auf Facebook haben, die sie beim Alkoholkonsum oder alkoholisiert zeigen.

Die Fragen 14 und 15 behandeln Gruppenmitgliedschaften auf Facebook. Bei Frage 14 sollen die Teilnehmer die genaue Anzahl der Gruppen angeben, in denen sie Mitglied sind. Bei Frage 15 werden die Mitgliedschaft in Gruppen mit politischen (15a), religiösen (15b) oder sexuellen (15c) Inhalten abgefragt.

Freunde auf Facebook

Die Fragen 16 bis 20 beschäftigen sich mit den „Facebook-Freunden“. Zunächst wird nach der konkreten Anzahl der „Facebook-Freunde“ gefragt (Frage 16). Bei Frage 17 wird danach gefragt, wie viele dieser Freunde man persönlich kennt. Die Antwortmöglichkeiten sind: „Alle“, „Fast Alle (mind. 90%)“, „Den Großteil (mehr als 70%)“, „Mehr als die Hälfte“ und „Weniger als die Hälfte (unter 50%)“. In der nächsten Frage wird danach gefragt, ob sich Politiker (18a) oder Werbepersönlichkeiten (z.B. der Hausverstand, der Inder, etc.) (18b) unter ihren „Facebook-Freunden“ befinden. Ob die Freundesliste in verschiedene Listen unterteilt ist, soll mit Frage 19 geklärt werden. In der letzten Frage dieses Themenkomplexes sollen die Teilnehmer beantworten, von welchen Personengruppen sie eine Freundschaftseinladung annehmen würden bzw. schon angenommen haben (Frage 20). Die Personengruppen sind „Partner“ (20a), „Freunde“ (20b), „Eltern“ (20c), „Arbeitskollegen“ (20d), „Arbeitgeber“ (20e) oder „Fremde“ (20f). Die Antwortmöglichkeiten sind: „Habe ich bestätigt“, „würde ich bestätigen“ oder „würde ich nicht bestätigen“. Diese Frage ist besonders interessant, da sich daraus ableiten lässt, wie vertraulich die Daten sind, welche auf Facebook preisgegeben werden.

Einstellung zum Thema Datenschutz

Hier wird die allgemeine Einstellung der Nutzer zum Thema Datenschutz bzw. Überwachung ermittelt. Angelehnt an die in Kapitel 2.6. beschriebene Arbeit von Christian Fuchs (Fuchs, 2009) soll dabei der „Surveillance Critique Index“ ermittelt werden. Dazu werden den Untersuchungsteilnehmern folgende 5 Statements vorgelegt, die sie auf einer 6-stufigen Skala beurteilen können (von „Ich stimme überhaupt nicht zu“ bis „Ich stimme völlig zu“):

- a) Wer nichts zu verbergen hat, muss keine Angst vor Überwachung haben!
- b) Ich denke, Facebook geht verantwortungsvoll mit meinen Daten um!
- c) In Österreich ist man durch Gesetze gut vor staatlicher Überwachung geschützt!
- d) Unternehmen haben ein großes Interesse an meinen persönlichen Daten!
- e) Die staatliche Überwachung hat seit den Terroranschlägen vom 11. September 2001 zugenommen! (angelehnt an Fuchs 2009, S. 47)

Wissen über Facebook

Hier wird erhoben, ob die User die „Erklärung der Rechte und Pflichten“ (Frage 22) bzw. die „Datenschutzerklärung“ (Frage 23) von Facebook gelesen haben. Die möglichen Antworten sind jeweils: „Ja, vollständig“, „Ja, teilweise“ oder „Nein“. Im Anschluss sollten die Teilnehmer folgende Statements nach ihrem Wahrheitsgehalt beurteilen (Frage 24):

- Meine persönlichen Daten werden auf Facebook nur so lange gespeichert, bis ich diese lösche! (24a)
- Facebook sammelt und speichert alle meine Nutzerdaten (wie anstupsen, besuchte Seiten, etc.)! (24b)
- Werbekunden auf Facebook bekommen das Recht, alle persönlichen Informationen über mich zu sammeln! (24c)
- Facebook darf meine Daten uneingeschränkt weitergeben! (24d)
- Facebook bekommt eine Lizenz an allen von mir veröffentlichten Inhalten (24e)

Die möglichen Antworten sind „Stimmt“, „Stimmt nicht“ oder „Weiß ich nicht“. Die Statements 24b und 24e entsprechen der Wahrheit, während die Statements 24a, 24c und 24d nicht zutreffend sind.

Privatsphäre-Einstellungen auf Facebook

In diesem Teil des Fragebogens geht es darum zu erheben, inwieweit die von Facebook gebotenen Möglichkeiten, um seine Privatsphäre zu schützen, genutzt werden. Dazu werden in Frage 25 die Privatsphäre-Einstellungen für folgende Informationen abgefragt:

- a) Mein Status, meine Fotos und meine Beiträge
- b) Familie und Beziehungen
- c) Fotos und Videos, in denen ich markiert bin
- d) Religiöse Ansichten und politische Einstellungen
- e) E-Mail-Adressen und IM
- f) Telefonnummern und Anschrift

Die möglichen Ausprägungen für diese Informationen sind „Alle“, „Freunde von Freunden“, „Nur Freunde“ oder „Andere“.

Ganz ähnlich aufgebaut ist Frage 26. Hier werden die Privatsphäre-Einstellungen für folgende Felder abgefragt:

- a) Möglichkeit, auf Facebook nach mir zu suchen
- b) Sichtbarkeit meiner Freundesliste
- c) Sichtbarkeit der Informationen zu meiner Ausbildung und Arbeit
- d) Sichtbarkeit meiner Interessen und Seiten

Die Ausprägungen sind die selben wie bei Frage 25, jedoch fehlt die Ausprägung „Andere“.

Anhand dieser 10 Parameter soll schließlich eine Kennzahl berechnet werden, welche Aufschluss darüber gibt, wie restriktiv bzw. offen diese Einstellungen insgesamt gesetzt sind.

7. Auswertung

Der Online-Fragebogen wurde mit Hilfe der Open Source Software „Soscisurvey“ erstellt. Er war vom 18. Juni bis zum 14. Juli 2010 unter der Domain <https://www.soscisurvey.de/facebook-survey/> zu erreichen. Um Personen zum Ausfüllen des Fragebogens zu bewegen, wurde ausschließlich Facebook verwendet.

Insgesamt wurde der Fragebogen von 867 Personen komplett ausgefüllt. Die ersten beiden Fragen (Frage 1 und Frage 2) waren Filterfragen, welche dazu dienten, Personen, die nicht der Zielgruppe entsprechen (kein Facebook Account, unter 18 Jahre, kein Wohnsitz in Österreich) auszusondern. 458 Personen entsprachen dabei nicht der Zielgruppe. Da bei Frage 3 nach dem konkreten Alter gefragt wurde und es trotz der Filterfrage einige Minderjährige gab, wurden diese auch aussortiert, ebenso wie eine Person, die als Alter 104 Jahre angegeben hat, sowie eine Person, welche sich offensichtlich nur durchgeklickt hatte, ohne eine Frage zu beantworten. Schließlich blieben daher 384 Fragebögen, welche in die Auswertung einfließen.

Da es den Teilnehmern freistand, einzelne Fragen nicht zu beantworten, ist die Fallzahl von Frage zu Frage unterschiedlich und wird in der Auswertung immer angegeben.

Soziodemographische Daten

372 Teilnehmer haben ihr Alter angegeben. Dieses liegt zwischen 18 und 51 Jahren, der Durchschnitt liegt bei 25,33 Jahren. Während sich bisherige Studien meist auf Studenten beschränkten (vgl. Fuchs 2009, Acquisti/Gross 2006), wurden in der vorliegenden Arbeit alle Bildungsschichten miteinbezogen. Dadurch kann ein umfassenderes Bild gewonnen werden, da Studenten nur einen Bruchteil der Bevölkerung repräsentieren und aufgrund ihres hohen Bildungsniveaus vermutlich reflektierter mit Facebook umgehen als niedrigere Bildungsschichten. Folgende Grafik zeigt die Verteilung der verschiedenen Bildungsabschlüsse in der Stichprobe.

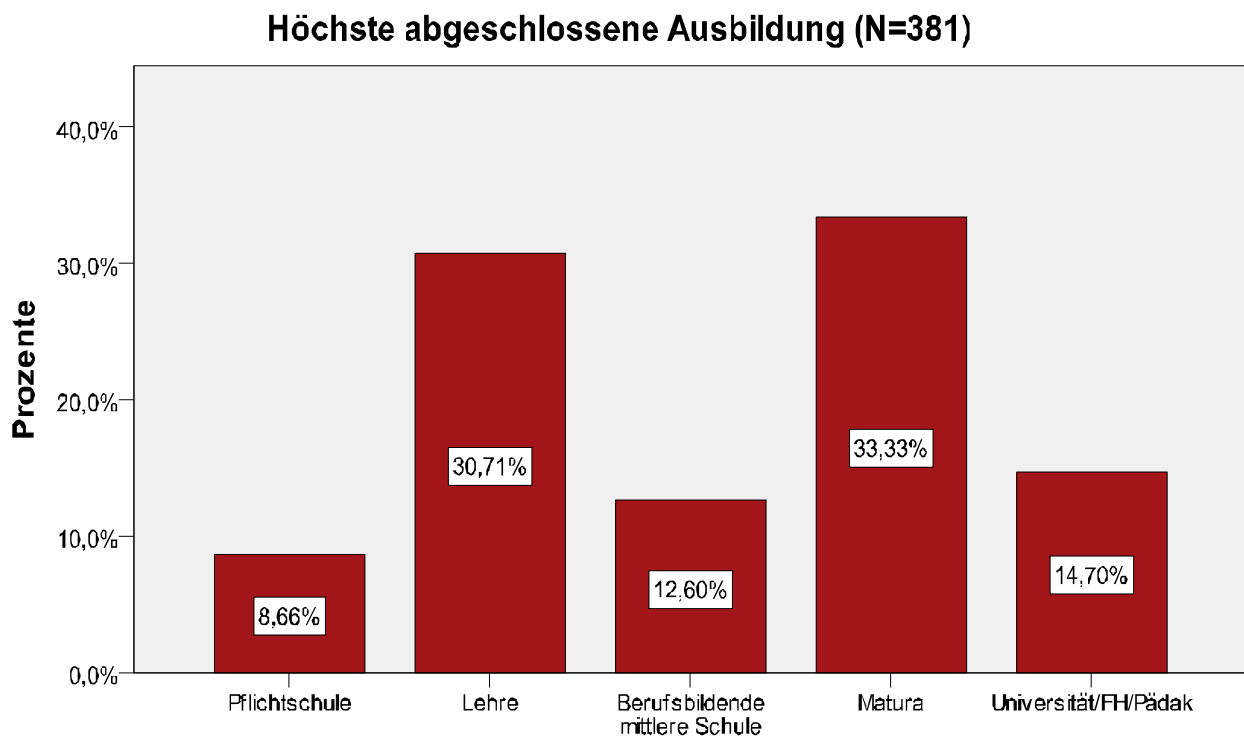


Abb. 7: Diagramm Höchste abgeschlossene Ausbildung

Im Verhältnis zur österreichischen Gesamtbevölkerung sind in der vorliegenden Studie Pflichtschulabgänger deutlich unterrepräsentiert, während Maturanten und Akademiker deutlich überrepräsentiert sind (vgl. Statistik Austria, 2007).

Die Verteilung der Geschlechter ist mit 54,2% (weiblich) zu 45,8% (männlich) einigermaßen ausgeglichen.

Facebook-Nutzung

Dass Facebook einen hohen Stellenwert genießt und ein wichtiger Teil des täglichen Lebens ist, lässt sich an der Nutzungshäufigkeit erkennen. Der überwiegende Teil der Befragten nutzt Facebook mehrmals täglich (55,87%) oder zumindest einmal täglich (25,85%). Nur einmal wöchentlich oder seltener aktiv sind nur 3,66% der Befragten.

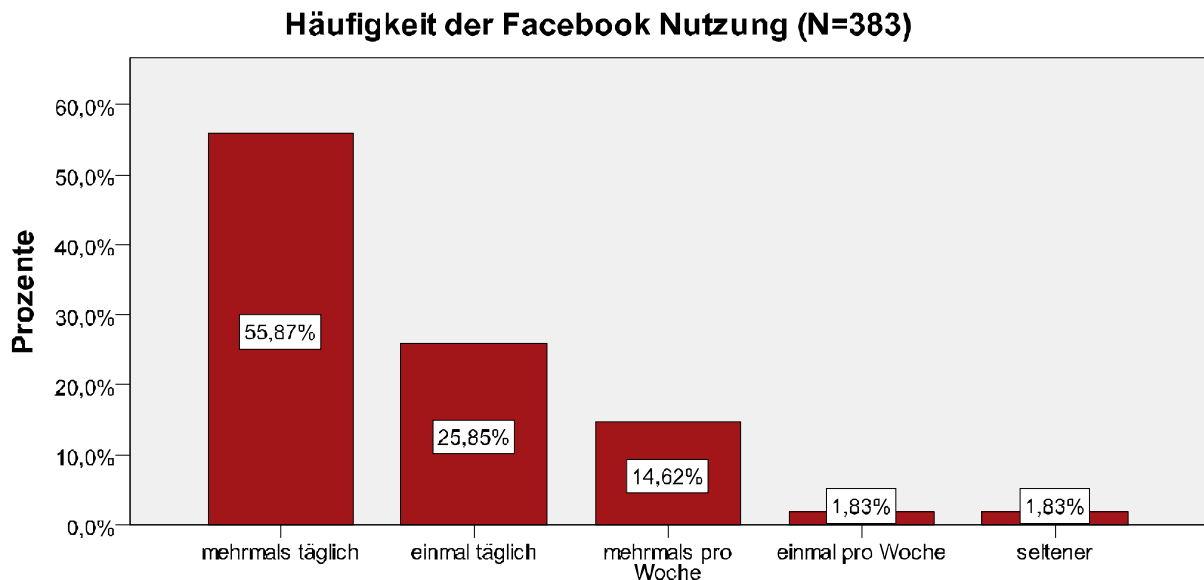


Abb. 8: Diagramm: Häufigkeit der Facebook Nutzung

Da sämtliche Untersuchungsteilnehmer über Facebook gewonnen wurden, stellt sich natürlich die Frage inwiefern dieses Ergebnis repräsentativ ist, da Leute, die Facebook öfters nutzen, natürlich auch eher auf den Fragebogen aufmerksam wurden.

Angegebene Informationen

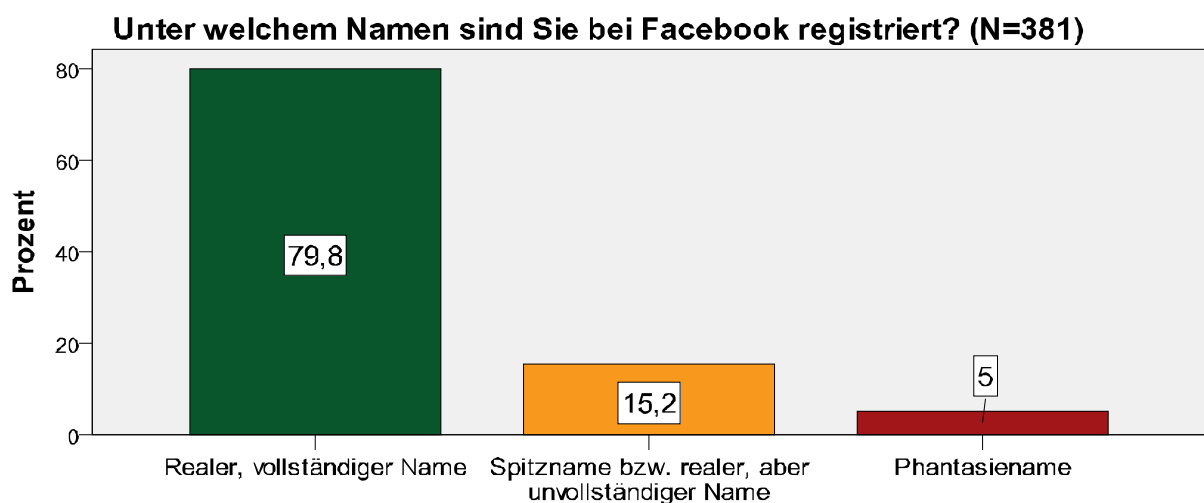


Abb. 9: Diagramm: Namen auf Facebook

Während es bei früheren Formen von sozialer Interaktion im Internet, wie z.B. bei klassischen Webforen, üblich war, unter einem Pseudonym zu kommunizieren, wird bei Facebook meist der reale, vollständige Name angegeben. Dies hängt vermutlich damit zusammen, dass es bei Facebook hauptsächlich darum geht, sich mit real bekannten Menschen zu vernetzen. Würden sich alle oder der Großteil der Personen unter einem falschen Namen registrieren, wäre dies kaum möglich. Allerdings ist mittlerweile in persönlichen Gesprächen auch schon die Frage nach dem Facebook-Namen üblich. Zudem würde eine Registrierung unter einem falschen Namen einen Verstoß gegen die „Erklärung der Rechte und Pflichten“ bedeuten und könnte im Extremfall sogar zur Löschung des Facebook-Accounts führen. (vgl. Erklärung der Rechte und Pflichten)

Haben Sie ihre Adresse auf Facebook angegeben?

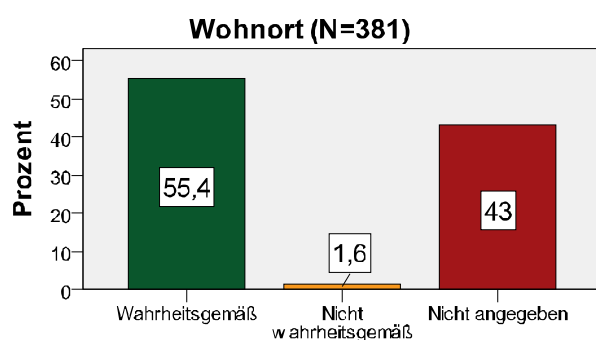


Abb. 10: Diagramm: Wohnort

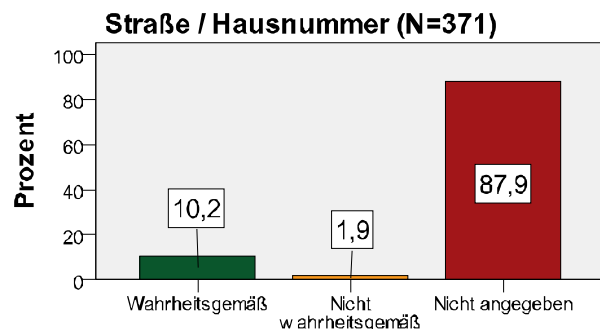


Abb. 11: Diagramm: Adresse

Der Wohnort wird von mehr als 55,4% der befragten Personen wahrheitsgemäß angegeben. Nur 1,6% machen eine nicht wahrheitsgemäße Angabe und 43% haben überhaupt keinen Wohnort angegeben. Schon bei der genauen Adresse, d.h. Straße und Hausnummer, sind die Leute wesentlich vorsichtiger und nur 10,2% geben diese wahrheitsgemäß an. 87,9% machen hingegen keine derartige Angabe. Auffallend ist der mit 1,9% wieder sehr geringe Anteil an Personen, welche nicht wahrheitsgemäße Angaben machen.

Welche der folgenden Felder haben Sie wie angegeben?

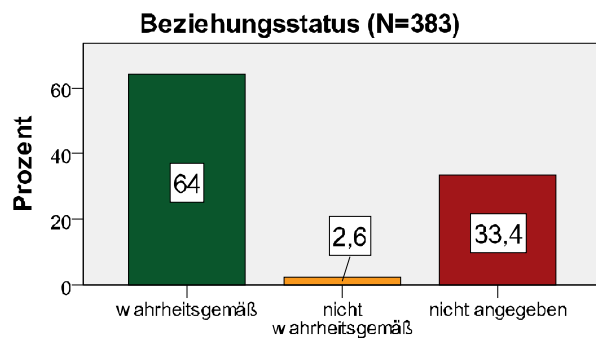


Abb. 12: Diagramm: Beziehungsstatus

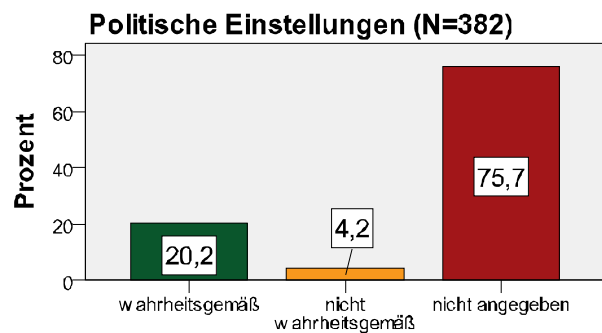


Abb. 13: Diagramm: Politische Einstellungen

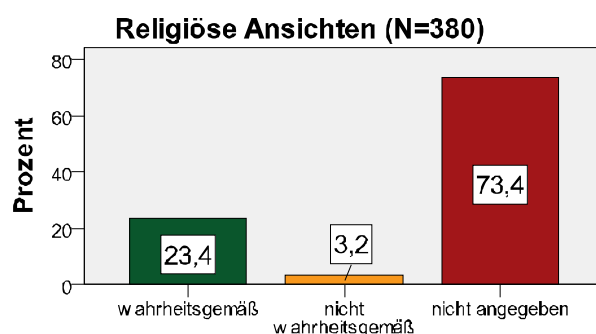


Abb. 14: Diagramm: Religiöse Ansichten

Während der Beziehungsstatus von beinahe zwei Dritteln (64%) der Befragten wahrheitsgemäß angegeben wird, werden so heikle Informationen wie die religiösen Ansichten und die politische Einstellung nur von einer Minderheit angegeben. Doch immerhin 20,2% offenbaren auf Facebook ihre wahre politische Einstellung und sogar 23,4% ihre religiösen Ansichten. Auffallend ist auch bei diesen Fragen wiederum der geringe Anteil an Personen, welche nicht wahrheitsgemäße Angaben machen.

Sind Sie mit ihrem richtigen Geschlecht auf Facebook registriert?

Diese Frage zeigte, dass Facebook nicht genutzt wird, um mit seiner Identität zu spielen. Nur 2 Personen (0,5%) haben angegeben, nicht mit ihrem richtigen Geschlecht registriert zu sein.

Haben Sie auf Ihrer Pinnwand jemals Beiträge veröffentlicht ...

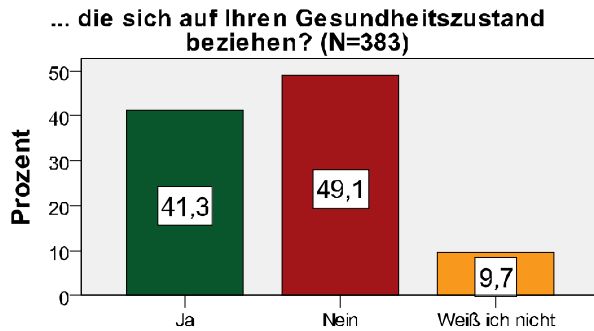


Abb. 15: Diagramm: Pinnwand Gesundheit

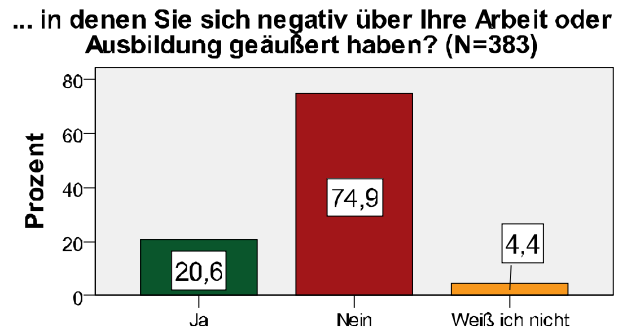


Abb. 16: Diagramm: Pinnwand Arbeit/Ausbildung

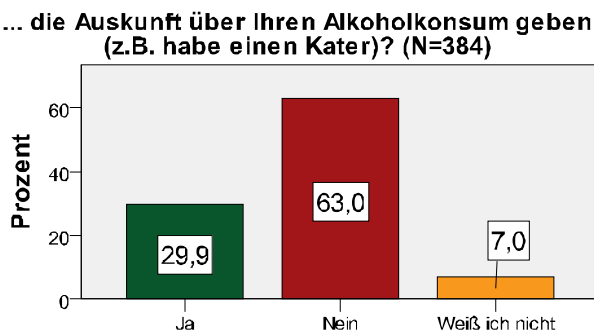


Abb. 17: Diagramm: Pinnwand Alkoholkonsum

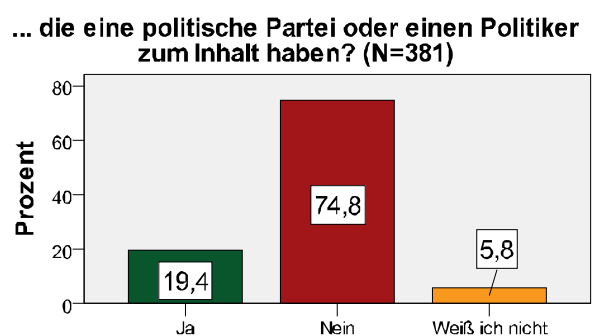


Abb. 18: Diagramm: Pinnwand Politik

Statusmeldungen auf der eigenen Pinnwand gehören zu den häufigsten Aktivitäten auf Facebook. Während die meisten dieser Meldungen recht harmlos sind, gibt es doch auch problematische Einträge. 41,3% der Befragten haben beispielsweise schon ihren Gesundheitszustand kommentiert und weitere 9,7% wissen nicht, ob sie schon einen derartigen Eintrag gemacht haben. Ein einzelner derartiger Eintrag stellt kein Problem dar, wird allerdings häufiger über körperliche Beschwerden berichtet, könnte dies auf einen potentiellen Arbeitgeber abschreckend wirken. Ähnlich verhält es sich mit Äußerungen über den Alkoholkonsum. Immerhin 29,9% gaben an, schon Pinnwandeinträge verfasst zu haben, welche Auskunft über den Alkoholkonsum geben. Negative Äußerungen über ihre Arbeit oder Ausbildung haben schon 20,6% der Befragten auf ihrer Pinnwand getätigt. Wie gefährlich derartige Einträge sein können, beweisen einige Fälle, in denen Personen ihre Arbeit verloren haben, weil sie sich auf Facebook negativ über ihren Arbeitgeber geäußert haben (vgl. Kapitel 4.4.). Pinnwandeinträge, welche einen Politiker oder eine politische Partei zum Inhalt haben, wurden schon von 19,4% der Befragten verfasst.

Fotografien

Die befragten Personen haben durchschnittlich 58,72 Fotos auf ihrem Facebook-Profil (N=355). Bei Frage 16 wurden die Teilnehmer gefragt, ob sie Fotos auf ihrem Facebook-Profil haben, die sie beim Alkoholkonsum bzw. alkoholisiert zeigen. Insgesamt beantworteten 30,2% diese Frage mit „Ja“. Es zeigten sich jedoch deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Bei den weiblichen Testpersonen hatten nur 24,15% derartige Fotos auf ihrem Profil, während es bei den Männern 37,14% waren.

Haben Sie Fotos auf ihrem Facebook-Profil die Sie beim Alkoholkonsum bzw. alkoholisiert zeigen? (N=384)

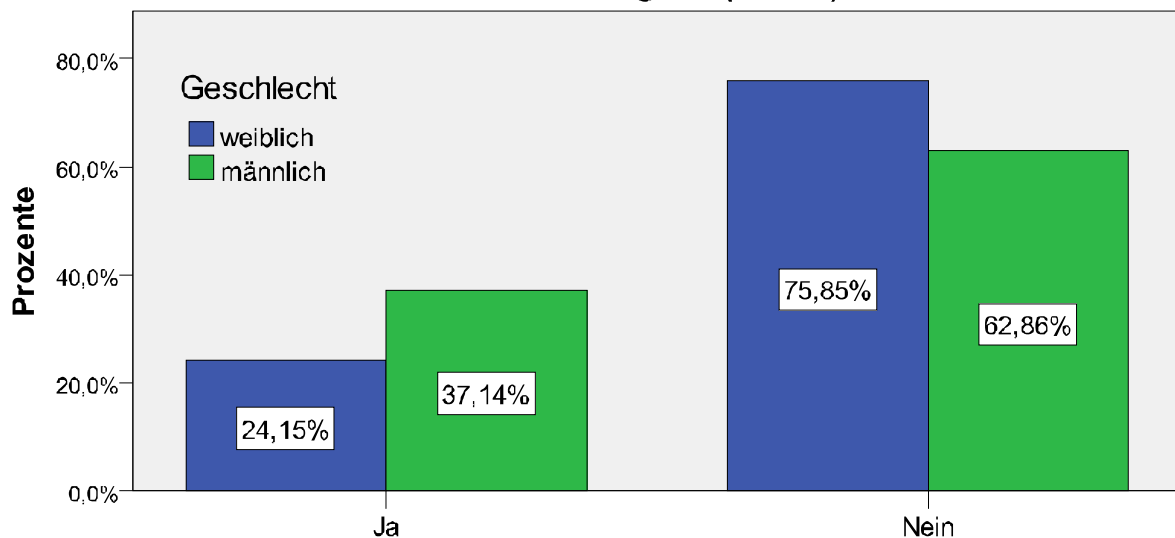


Abb. 19: Diagramm: Alkohol-Fotos nach Geschlecht

Auch hier ergibt sich aus einem einzelnen derartigen Bild normalerweise kein Problem. Wenn jemand aber auf jedem zweiten Foto sturzbetrunken ist, könnte dies sehr wohl negative Konsequenzen haben.

Gruppen

Durchschnittlich waren die Befragten Mitglied in 84,41 Gruppen. 13,2% sind Mitglied in Gruppen mit religiösem Inhalt (N=380), 29,6% in solchen mit sexuellem Inhalt (N=379) und 47,2% in Gruppen mit politischen Inhalten (N=381).

Sind Sie Mitglied in Gruppen mit ...

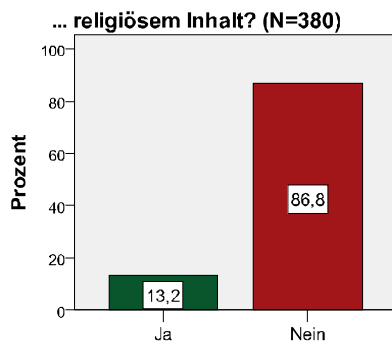


Abb. 20: Diagramm:
Religiöse Gruppen

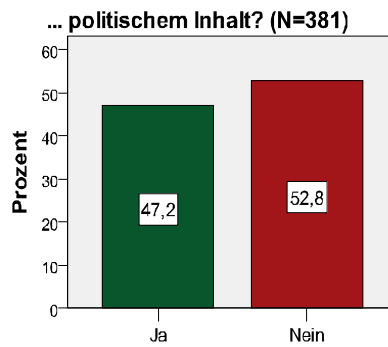


Abb. 21: Diagramm:
Politische Gruppen

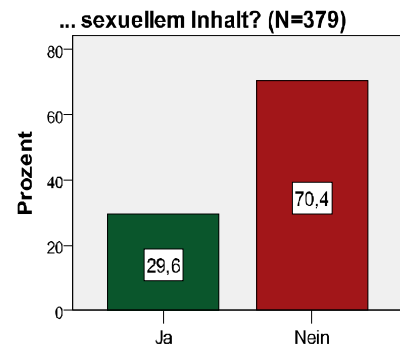


Abb. 22: Diagramm:
Sexuelle Gruppen

Auffallend ist die hohe Anzahl an Personen, welche auf Facebook Mitglied in politischen Gruppen sind. Während nur 20,2% ihre politische Einstellung auf Facebook wahrheitsgemäß angegeben haben (Frage 9c), ist beinahe die Hälfte in politischen Gruppen vertreten. Wie in Kapitel 4.3.7. aufgezeigt, kann aus der Mitgliedschaft in verschiedenen politischen Gruppen durchaus auch ein Rückschluss auf die politische Einstellung der Personen gezogen werden. Einerseits ist es zu begrüßen, dass sich die Leute für Politik interessieren, allerdings können diese Informationen, beispielsweise bei der Jobsuche, durchaus problematisch sein. Ähnliches gilt auch für Gruppen mit religiösen Inhalten. 13,2% der Befragten gaben an, Mitglied in einer derartigen Gruppe zu sein. Auch Gruppen mit sexuellen Inhalten sind beliebt, immerhin 29,6% gaben an, bei einer solchen Gruppe dabei zu sein.

Freunde

Die Teilnehmer haben zwischen 0 und 2150 Facebook-Freunde, der Durchschnitt liegt bei 208,35 Facebook-Freunden. 37,76% haben angegeben, dass sie alle ihre Facebook-Freunde persönlich kennen und weitere 44,27%, dass sie mindestens 90% kennen. Immerhin 7,82% der Befragten kennen weniger als 70% ihrer Facebook-Freunde persönlich.

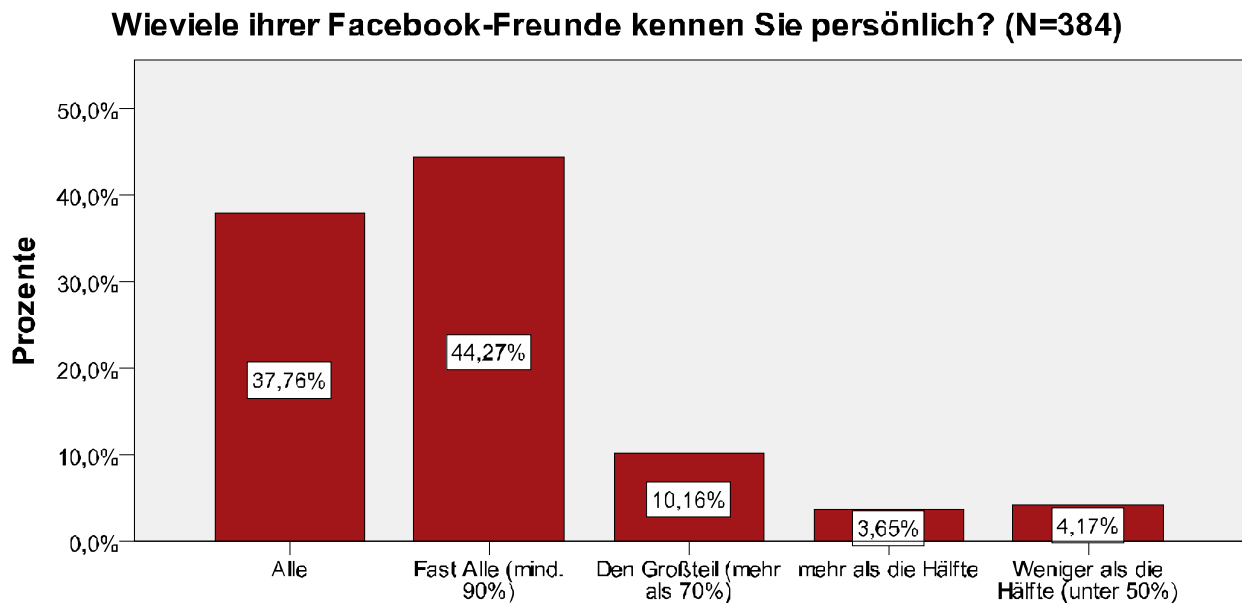


Abb. 23: Diagramm: Prozentsatz der persönlich bekannten Facebook-Freunde

Die Möglichkeit, Facebook-Freunde in unterschiedliche Listen (z.B. beruflich, privat) zu unterteilen, nutzen erst 25,7% der Befragten (N=382). 21,3% haben mindestens einen Politiker unter ihren Facebook-Freunden (N=380) und 11,3% eine Werbepersönlichkeit (z.B. der Inder, der Hausverstand) (N=379).

Die Frage, von wem die Befragten eine Freundschaftseinladung annehmen würden bzw. schon angenommen haben und wen sie ablehnen würden, brachte folgendes Ergebnis: Eine Freundschaftsanfrage von einem Freund würde niemand ablehnen, vom Partner immerhin 0,8%, von Arbeitskollegen 7,4%, von den Eltern 12%, vom Arbeitgeber 43% und von Fremden 78,1%. Die letzten beiden Ergebnisse sind doch etwas überraschend.

Obwohl in den Medien schon über einige Fälle berichtet wurde, wo Personen ihren Arbeitsplatz aufgrund von Meldungen auf Facebook verloren haben, würden trotzdem 41,9% der Befragten eine Freundschaftsanfrage von ihrem Arbeitgeber annehmen und weitere 15,1% haben dies schon getan. Aber natürlich könnte die Ablehnung einer Freundschaftsanfrage des Arbeitgebers ebenfalls problematisch sein.

78,1% haben angegeben, dass sie Freundschaftsanfragen von Fremden nicht bestätigen würden, aber dennoch kennen nur 37,92% alle ihre Facebook-Freunde persönlich.

Von welchen der folgenden Personengruppen würden Sie eine Freundschaftseinladung bestätigen bzw. haben Sie schon bestätigt?

	Partner	Freunde	Eltern	Arbeitskollegen	Arbeitgeber	Fremde
Habe ich bestätigt	56,0%	93,2%	36,3%	57,8%	15,1%	9,9%
Würde ich bestätigen	42,3%	6,8%	51,7%	34,8%	41,9%	12,0%
Würde ich nicht bestätigen	0,8%	0,0%	12,0%	7,4%	43,0%	78,1%
N=	383	383	375	379	372	375

Abb. Tabelle: Bestätigung von Freundschaftseinladungen

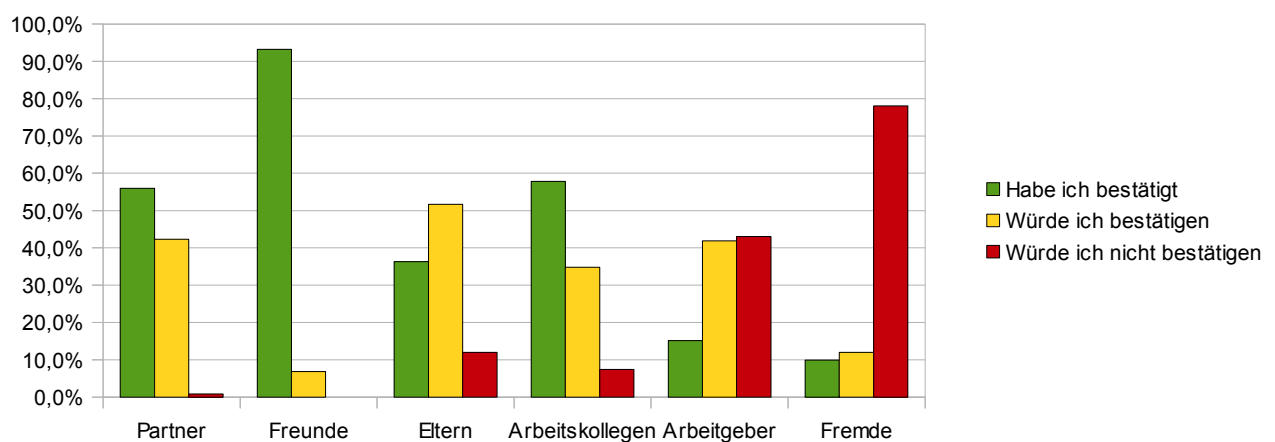


Abb. Diagramm: Bestätigung von Freundschaftseinladungen

Surveillance Critique Index

In Anlehnung an die Studie von Christian Fuchs wurde auch in dieser Studie der Surveillance Critique Index ermittelt (vgl. Fuchs 2009, S. 56). Mit diesem Index soll gemessen werden, inwiefern die Probanden kritisch gegenüber Überwachung eingestellt sind. Hierzu wurde die Zustimmung bzw. Ablehnung zu 5 Statements zu diesem Thema auf einer 6-stufigen Skala abgefragt. Die Statements von Fuchs wurden für diese Arbeit sinngemäß vom Englischen ins Deutsche übersetzt (Frage 21a-e).

Der Surveillance Critique Index berechnet sich nach folgender Formel:

$$\text{Surveillance Critique Index} = (6 - \text{VALUE}(\text{Frage 21a})) + (6 - \text{VALUE}(\text{Frage 21b})) + (6 - \text{VALUE}(\text{Frage 21c})) + \text{VALUE}(\text{Frage 21d}) - 1 + \text{VALUE}(\text{Frage 21e}) - 1$$

Surveillance Critique Index	Typisierung
0 - 5	unkritisch gegenüber der Überwachungsgesellschaft
6 - 10	kaum kritisch gegenüber der Überwachungsgesellschaft
11 - 15	leicht kritisch gegenüber der Überwachungsgesellschaft
16 - 20	eher kritisch gegenüber der Überwachungsgesellschaft
21 - 25	kritisch gegenüber der Überwachungsgesellschaft

Abb. 24: Tabelle: Typisierung Surveillance Critique Index

Folgende Tabelle zeigt die Verteilung der unterschiedlichen Typen:

Surveillance Critique Index (N=382)

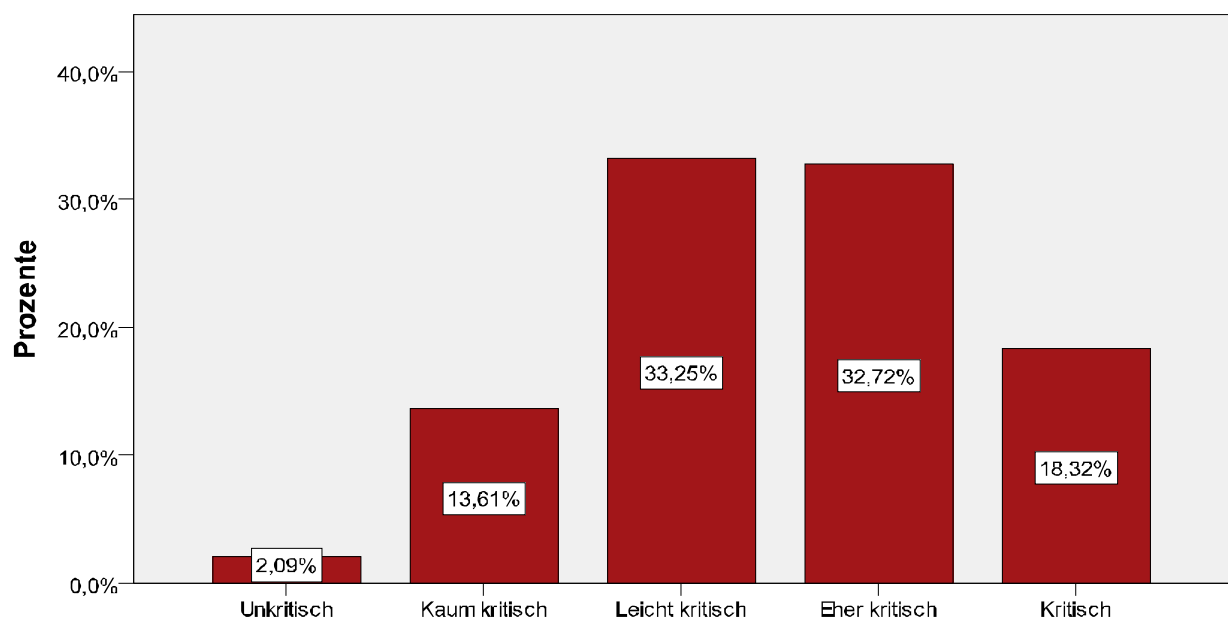


Abb. 25: Diagramm: Surveillance Critique Index

Während bei der Untersuchung von Fuchs überhaupt keine Testperson in die Kategorie „unkritisch“ fiel, waren es bei der vorliegenden Untersuchung immerhin 8 Personen (2,09%). Bei Fuchs fielen 67,4% der Probanden in die beiden Kategorien „eher kritisch“ und „kritisch“, während dieser Wert bei der vorliegenden Untersuchung nur 51,04% beträgt. Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass bei Fuchs nur Studenten an der Umfrage teilgenommen haben, während bei dieser Untersuchung das Bildungsniveau breit gestreut ist. Wenn man die einzelnen Bildungsgruppen betrachtet, ergibt sich ein differenziertes Bild. Personen mit einem Universitäts-, FH- oder PÄDAK-Abschluss sind zu 71,4% „eher kritisch“ oder „kritisch“ eingestellt, während dies nur auf 35,1% der Personen mit Lehre bzw. 47,5% der Personen mit Pflichtschulabschluss zutrifft.

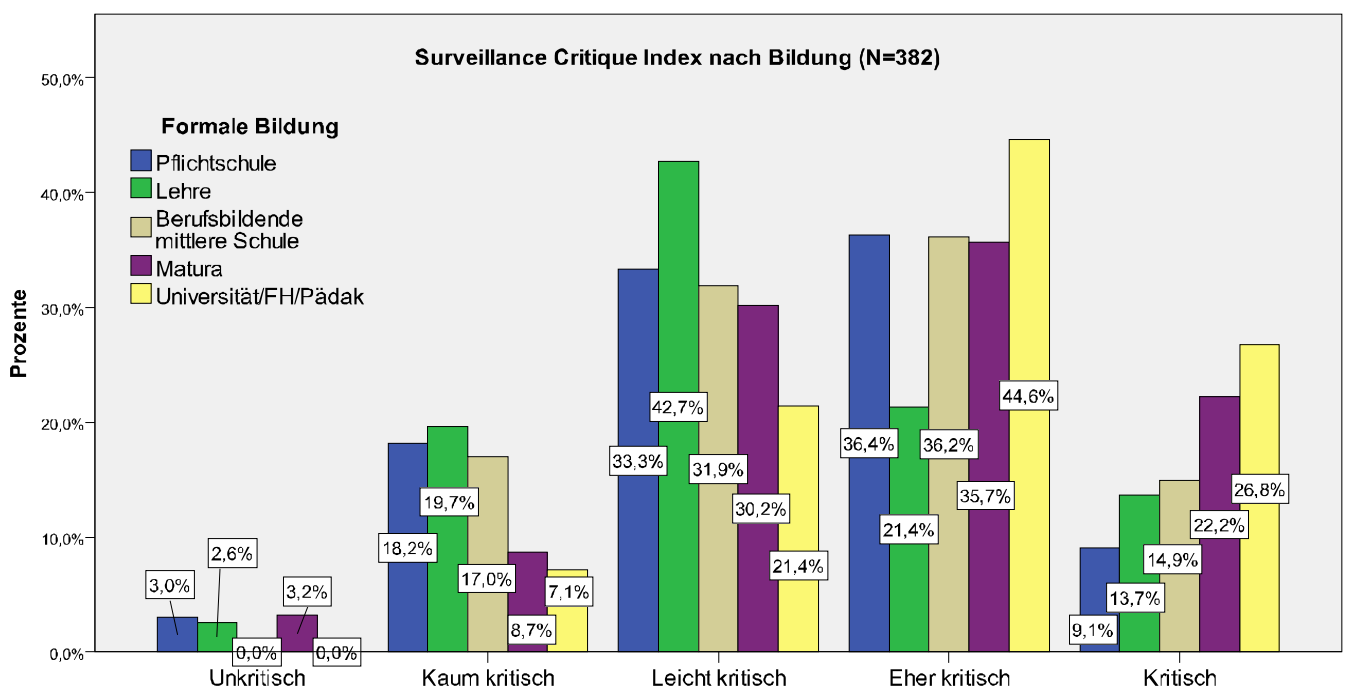
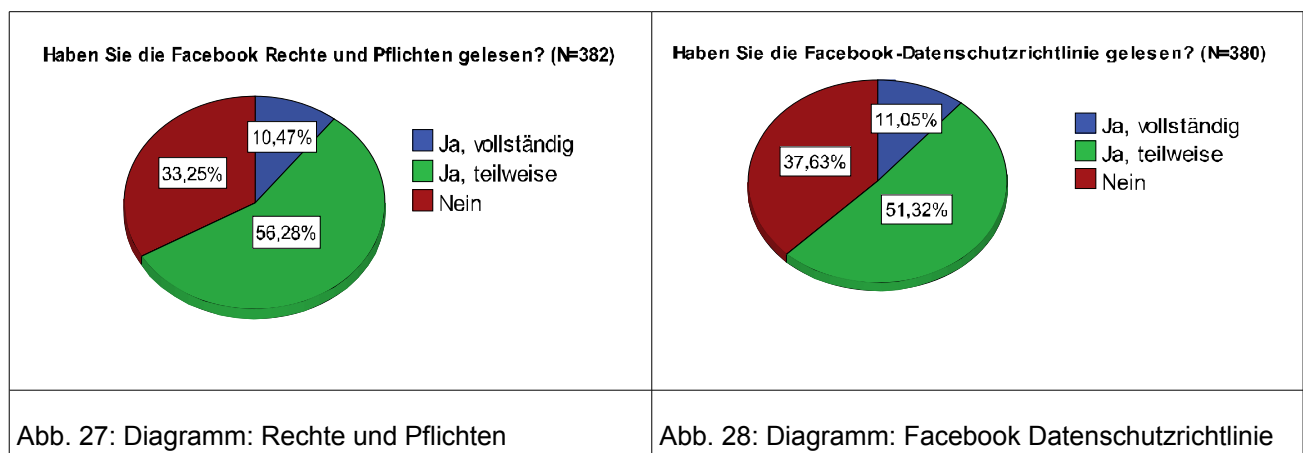


Abb. 26: Diagramm: Surveillance Critique Index nach höchster abgeschlossener Ausbildung

Es besteht ein signifikanter positiver Zusammenhang zwischen der Bildung und dem Surveillance Critique Index.

Wissen zum Thema Facebook

In diesem Abschnitt des Fragebogens wurden die Teilnehmer befragt, ob sie die Rechte und Pflichten sowie die Facebook-Datenschutzrichtlinie durchgelesen haben. Die Lektüre dieser beiden Dokumente wäre dringend notwendig um zu wissen, was Facebook mit den eigenen persönlichen Daten machen darf.



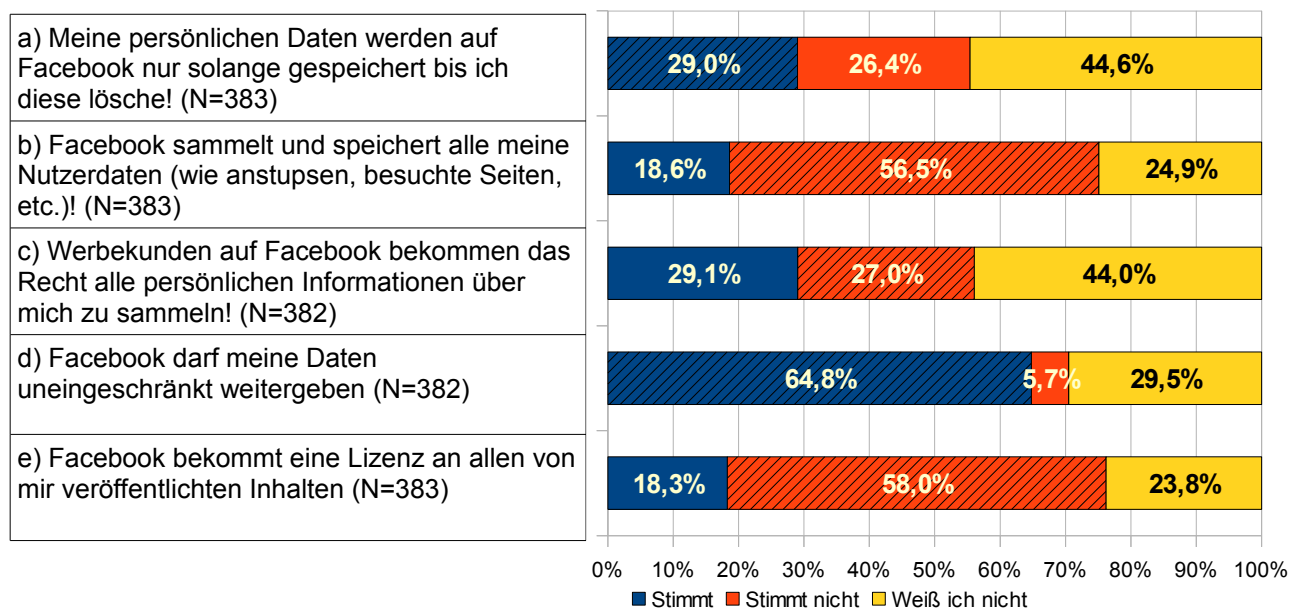
Wie die obigen Grafiken zeigen, hat jeweils die Mehrheit der Befragten angegeben, diese Dokumente teilweise gelesen zu haben. Aber nur 10,47% (Rechte und Pflichten) bzw. 11,05% (Facebook-Datenschutzrichtlinie) der Befragten haben sie vollständig gelesen. Diese Zahlen lassen den Schluss zu, dass sich zwar ein Großteil der Nutzer für diese Dokumente interessierten, es jedoch aufgrund des Umfangs und/oder der recht komplizierten Formulierung nicht schaffen, diese komplett durchzulesen.

Bei Frage 24 wurden den Teilnehmern 5 Statements vorgelegt, welche die Rechte von Facebook betreffen, und diese sollten sie nach ihrem Wahrheitsgehalt bewerten. Alternativ hatten sie auch die Möglichkeit „Weiß ich nicht“ auszuwählen. Für jede richtige Antwort gab es einen Punkt, für jede falsche Antwort bzw. „Weiß ich nicht“ null Punkte. Die Punkte wurden zusammengezählt und durch die Anzahl der Statements (5) dividiert. Dadurch ergibt sich eine Zahl zwischen 0 (keine richtige Antwort) und 1 (alle Antworten richtig). Das arithmetische Mittel dieser Zahl liegt bei der Stichprobe bei 0,47. Nur 11 Personen bzw. 2,9% haben alle fünf Statements richtig eingeschätzt, während 38 Personen bzw. 9,6% mit allen ihren Antworten falsch lagen.

Folgende Tabelle zeigt die Verteilung der einzelnen Werte:

Wissen über Facebook		
	Häufigkeit	Prozent
,00	37	9,6
,20	49	12,8
,40	114	29,7
,60	124	32,3
,80	49	12,8
1,00	11	2,9
Gesamt	384	100,0

Abb. 29: Tabelle: Wissen über Facebook



Die richtige Antwort ist jeweils schraffiert!

Abb. 29: Tabelle: Wissen über Facebook

Interessanterweise scheint die Lektüre der Rechte und Pflichten bzw. der Datenschutzrichtlinie beinahe keinen Einfluss auf das Wissen über Facebook zu haben, wie die folgenden Tabellen zeigen. So wussten Personen, welche angegeben haben, diese nicht gelesen zu haben, praktisch gleich viel, wie jene, die diese teilweise oder vollständig gelesen haben.

Rechte und Pflichten gelesen?	Mittelwert Wissen über Facebook
Ja, vollständig	0,48
Ja, teilweise	0,47
Nein	0,46

Abb. 30: Tabelle: Auswirkung der Rezeption der „Rechte und Pflichten“ auf das Wissen über Facebook

Datenschutzrichtlinie gelesen?	Mittelwert Wissen über Facebook
Ja, vollständig	0,49
Ja, teilweise	0,48
Nein	0,45

Abb. 31: Tabelle: Auswirkung der Rezeption der „Datenschutzrichtlinie“ auf das Wissen über Facebook

Für diesen Umstand bieten sich nach Meinung des Autors zwei Erklärungsmöglichkeiten an: Entweder haben einige Personen fälschlicherweise angegeben, die Dokumente gelesen zu haben oder die Dokumente sind für juristische Laien zu kompliziert geschrieben.

Privatsphäre-Einstellungen

Insgesamt wurden im Fragebogen die Einstellungen bei 10 Parametern der Privatsphäre-Einstellungen abgefragt. Um verschiedene Typen zu bilden, werden die Antworten dieser 10 Fragen in einer Kennzahl zusammengefasst. Diese wurde nach folgender Formel berechnet*:

$$\text{Privatsphäre-Kennzahl} = (((\text{VALUE}(\text{Frage } 25a)-1)/3) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 25b)-1)/3) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 25c)-1)/3) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 25d)-1)/3) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 25e)-1)/3) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 25e)-1)/3)) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 26a)-1)/2) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 26b)-1)/2) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 26c)-1)/2) + ((\text{VALUE}(\text{Frage } 26d)-1)/2)) / 10$$

* Bei Frage 25 waren 4 unterschiedliche Ausprägungen möglich, bei Frage 26 waren 3 unterschiedliche Ausprägungen möglich!

Somit kann die Privatsphäre-Kennzahl einen Wert zwischen 0 (sehr unsicher) und 1 annehmen (sehr sicher). Anschließend wurde eine Typisierung vorgenommen:

Privatsphäre-Kennzahl	Privatsphäre-Typ
0,00 – 0,25	unsicher
0,26 – 0,50	eher unsicher
0,51 – 0,75	eher sicher
0,76 – 1,00	sicher

Abb. 32: Tabelle: Typisierung Privatsphäre-Einstellungen

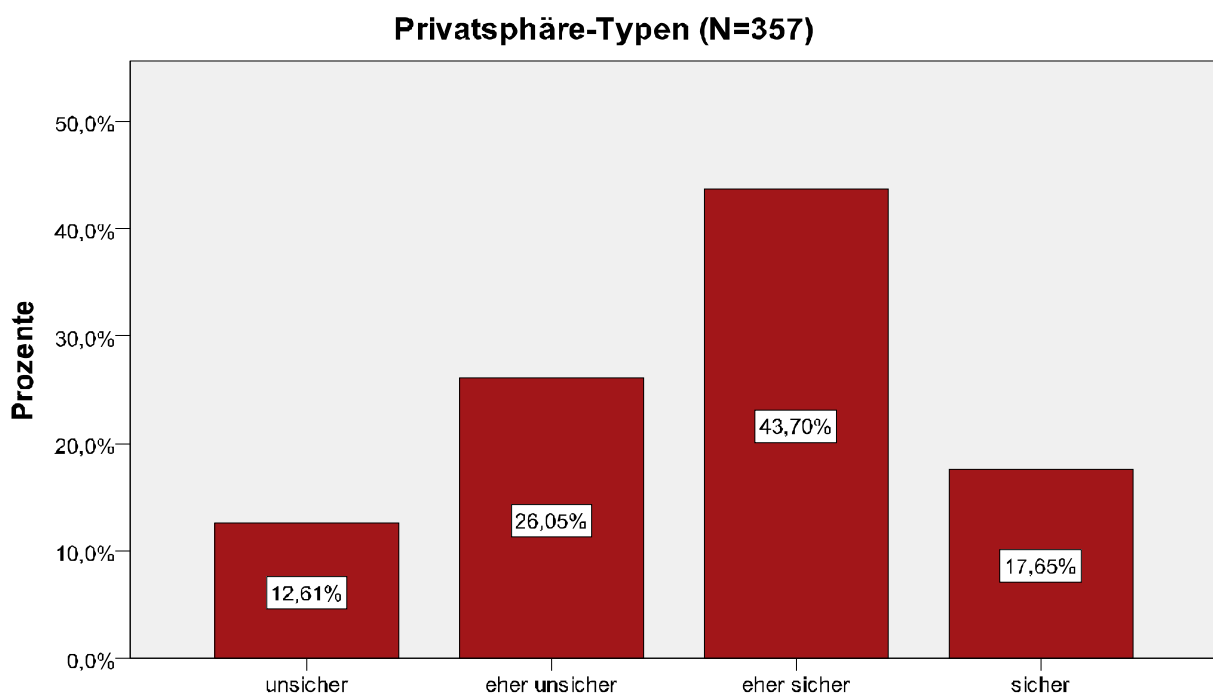


Abb. 33: Diagramm: Privatsphäre-Typen

Es zeigt sich, dass nur 17,65% in die Gruppe mit sicheren Privatsphäre-Einstellungen fallen. Der größte Teil der Nutzer (43,7%) hat die Privatsphäre-Einstellungen immerhin auf eher sicher gesetzt. 26,05% haben eher unsichere Privatsphäre-Einstellungen und 12,61% der Befragten haben unsichere Einstellungen.

Menge der kritischen Informationen

Um die Menge der angegebenen Informationen mit anderen Werten vergleichbar zu machen, wird auch hierfür eine Kennzahl errechnet. Dazu werden nur jene Informationen verwendet, welche ein offensichtliches Risikopotential haben. Neben den im Profil veröffentlichten Daten (Beziehungsstatus, genaue Adresse, religiöse Ansichten und politische Einstellungen) werden auch sensible Pinnwandeinträge sowie die Mitgliedschaft in religiösen, politischen oder sexuellen Gruppen und das Vorhandensein von Fotografien, die einen beim Alkoholkonsum oder alkoholisiert zeigen, als kritische Informationen gewertet.

Nicht berücksichtigt werden der Wohnort, das Geschlecht, unter dem man registriert ist, und die Art des Namens.

Für jede Profil-Information die wahrheitsgemäß angegeben wurde, gibt es 1 Punkt, wenn das Feld nicht oder nicht wahrheitsgemäß angegeben wurde, 0 Punkte. Bei den Pinnwandeinträgen gibt es für jede mit „Ja“ beantwortete Frage 1 Punkt. Dabei wurden jene Personen aussortiert, welche „Weiß ich nicht“ angegeben haben. Bei den Gruppen wurde für die Mitgliedschaft in religiösen, politischen und sexuellen Gruppen ebenfalls jeweils 1 Punkt verteilt. Einen weiteren Punkt gibt es noch, wenn Fotos vorhanden sind, die einen beim Alkoholkonsum oder alkoholisiert zeigen. Somit sind maximal 12 Punkte möglich.

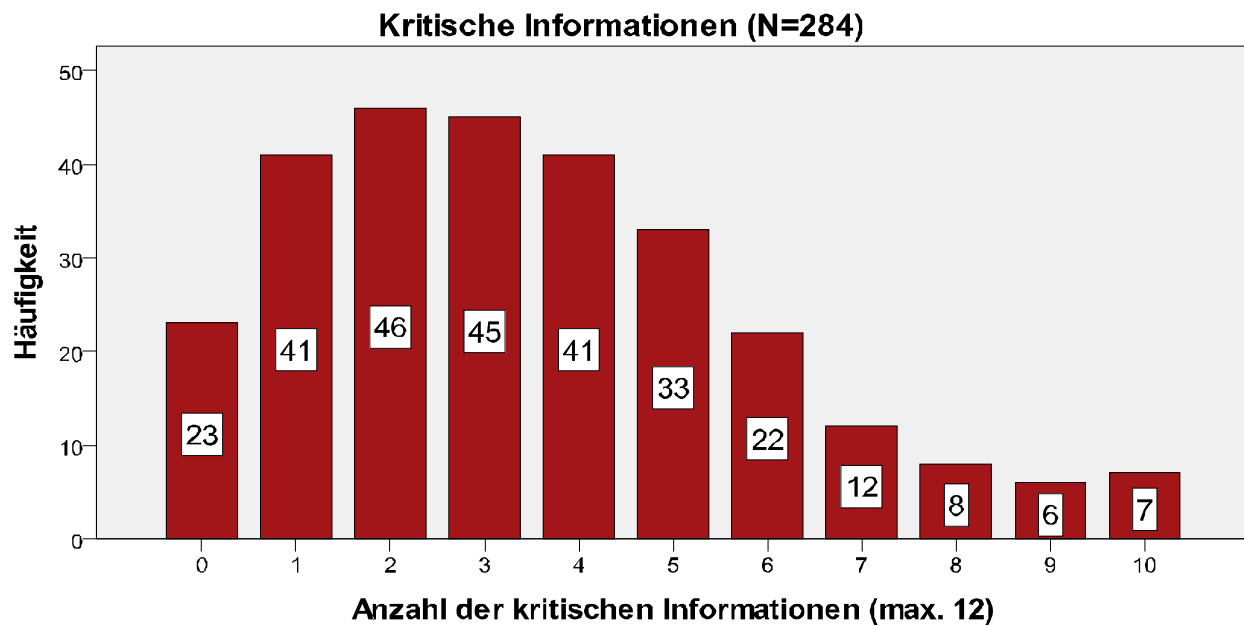


Abb. 34: Diagramm: Anzahl der kritischen Informationen

Nur 23 (8,1%) der befragten Personen haben keine einzige der abgefragten kritischen Informationen preisgegeben. 206 Personen (72,5%) haben zwischen einer und fünf kritische Informationen auf ihrem Facebook-Profil und immerhin 55 Personen (19,4%) haben 6 oder mehr kritische Informationen veröffentlicht. Ob diese kritischen Informationen ein Risiko darstellen, hängt natürlich von den Privatsphäre-Einstellungen der jeweiligen Person ab.

8. Hypothesen Prüfung

H 1.0. Das Wissen über Facebook hat keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 1.1. Je größer das Wissen über Facebook, desto weniger kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

Es besteht kein signifikanter Zusammenhang zwischen dem Wissen über Facebook und der Menge der kritischen Informationen ($r = 0,026$, $p=0,663$). Die Hypothese H 1.1. konnte daher nicht verifiziert werden und die Nullhypothese muss als gültig angenommen werden.

Korrelationen

		Anzahl kritischer Informationen	Wissen über Facebook
Anzahl kritischer Informationen	Korrelation nach Pearson	1	0,026
	Signifikanz (2-seitig)		0,663
	N	284	284

Abb. 35: Korrelation: Anzahl kritischer Informationen und Wissen über Facebook

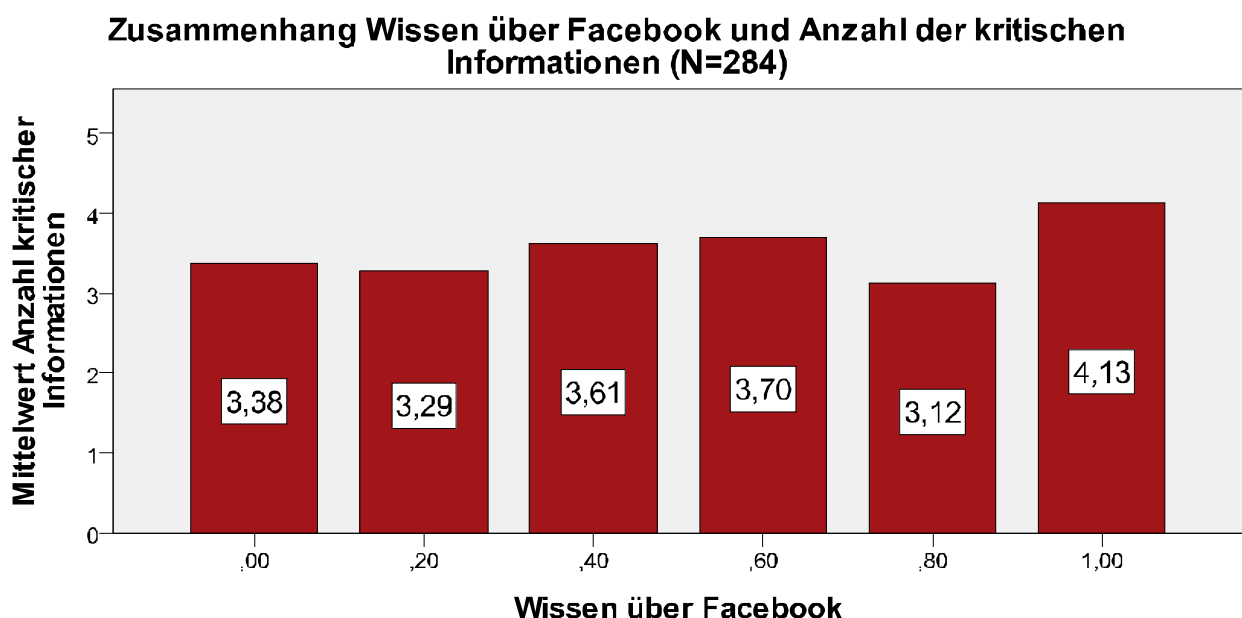


Abb. 36: Diagramm: Zusammenhang Anzahl kritischer Informationen und Wissen über Facebook

H 2.0. Das Wissen über Facebook hat keinen Einfluss auf die Privatsphäre-Einstellungen der Nutzer.

H 2.1. Je größer das Wissen über Facebook, desto restriktiver werden die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt.

Korrelationen

		Wissen über Facebook	Privatsphäre-Einstellungen
Wissen über Facebook	Korrelation nach Pearson	1	,082
	Signifikanz (2-seitig)		,119
	N	384	362

Abb. 37: Korrelation: Privatsphäre-Einstellungen und Wissen über Facebook

Das Wissen über Facebook hat keinen signifikanten Einfluss auf die Privatsphäre Einstellungen ($r = 0,082$, $p=0,119$). Daher muss auch hier die Nullhypothese als gültig angenommen werden.

H 3.0. Die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat hat keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 3.1. Je kritischer die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat, desto weniger kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

Auf hier konnte kein signifikanter Zusammenhang festgestellt werden. ($r = 0,012$, $p=0,847$)

Korrelationen

		Surveillance Critique Index	Anzahl kritischer Informationen
Surveillance Critique Index	Korrelation nach Pearson	1	0,012
	Signifikanz (2-seitig)		0,847
	N	382	283

Abb. 38: Korrelation: Surveillance Critique Index und Anzahl kritischer Informationen

H 4.0. Die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat hat keinen Einfluss auf die Privatsphäre-Einstellungen der Nutzer.

H 4.1. Je kritischer die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat, desto restriktiver werden die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt.

Die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat hat einen eindeutigen Einfluss auf die Privatsphäre Einstellungen ($r = 0,191$; $p = 0,000$). Hypothese 4.1. kann daher als gültig angenommen werden.

Korrelationen

		Privatsphäre-Einstellungen	Surveillance Critique Index
Privatsphäre Einstellungen	Korrelation nach Pearson	1	0,191**
	Signifikanz (2-seitig)		0
	N	362	360

**. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abb. 39: Korrelation: Surveillance Critique Index und Privatsphäre-Einstellungen

Zusammenhang Surveillance Critique Typen und Privatsphäre Einstellungen (N=360)

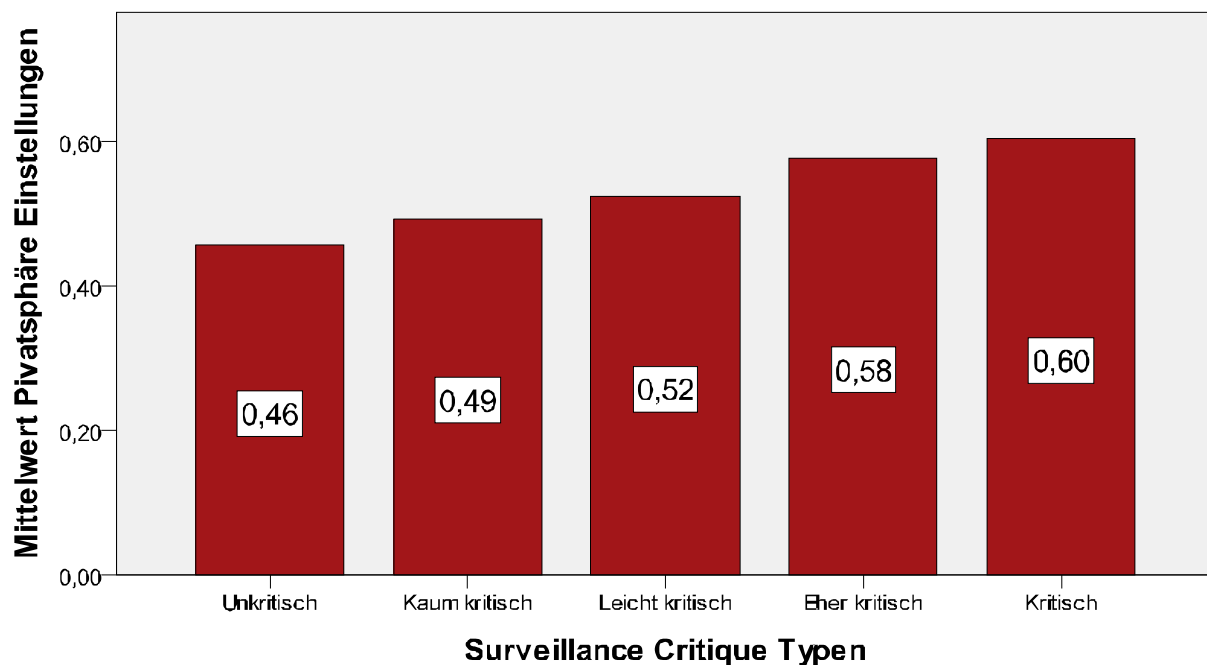


Abb. 40: Diagramm: Zusammenhang Surveillance Critique Index und Privatsphäre-Einstellungen

H 5.0. Die Menge der auf Facebook preisgegebenen Informationen hat keinen Einfluss auf die Anzahl der Facebook-Freunde.

H 5.1. Je mehr Informationen auf Facebook preisgegeben werden, desto größer ist die Anzahl der Facebook-Freunde.

Hier zeigt sich ein eindeutiger Zusammenhang ($r=0,203$, $p=0,001$), d.h. es kann die Hypothese 5.1. bestätigt werden. Leider kann in der vorliegenden Arbeit nicht geklärt werden, in welche Richtung diese Korrelation funktioniert, d.h. ob mehr Freunde dazu führen, mehr kritische Informationen offenzulegen oder umgekehrt mehr kritische Informationen zu mehr Freunden führen.

Korrelationen

		Anzahl kritischer Informationen	Anzahl Facebook-Freunde
Anzahl kritischer Informationen	Korrelation nach Pearson	1	,203**
	Signifikanz (2-seitig)		0,001
	N	284	274

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abb. 41: Korrelation: Anzahl kritischer Informationen und Anzahl Facebook-Freunde

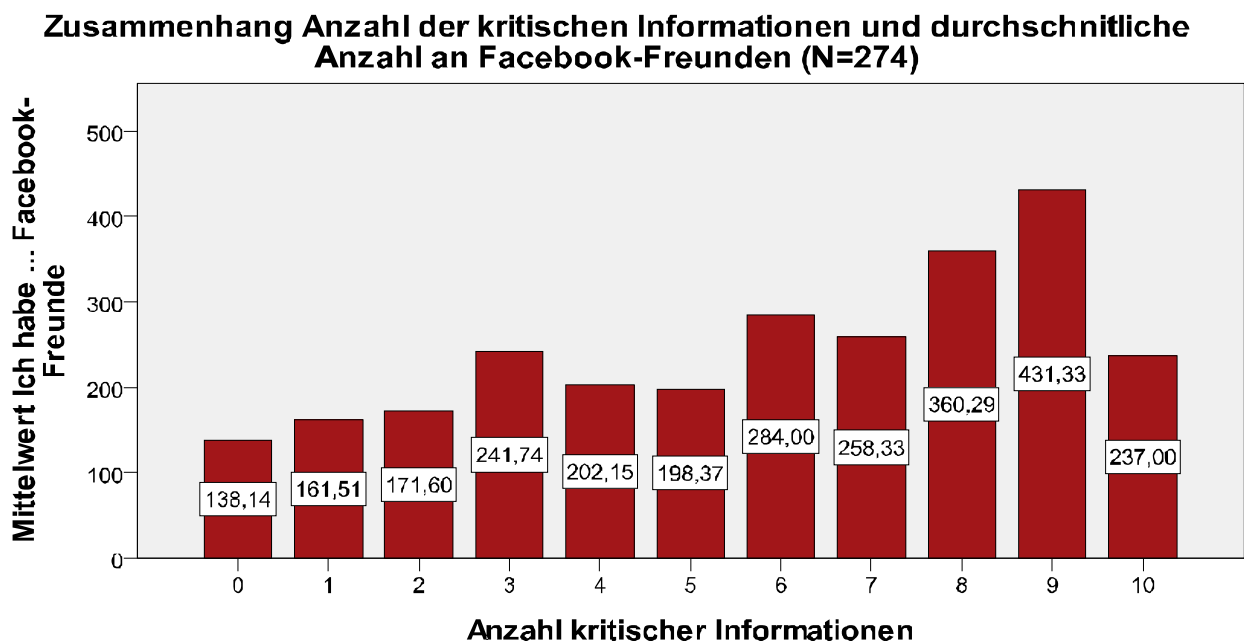


Abb. 42: Diagramm: Zusammenhang Anzahl kritischer Informationen und Anzahl Facebook-Freunde

H 6.0. Das Alter hat keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 6.1. Je älter die User sind, desto weniger kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

Korrelationen

		Alter	Anzahl kritischer Informationen
Alter	Korrelation nach Pearson	1	-0,135*
	Signifikanz (2-seitig)		0,024
	N	371	277

*. Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,05 (2-seitig) signifikant.

Abb. 43: Korrelation: Alter und Anzahl kritischer Informationen

Das Alter hat einen signifikanten Einfluss auf die Anzahl der preisgegebenen Informationen. Es gibt eine leicht negative Korrelation ($r = -0,135$, $p = 0,024$), was bedeutet, dass ältere Personen tendenziell weniger kritische Informationen preisgeben. Daher kann die Hypothese 5.1. als bestätigt angesehen werden.

Folgende Grafik zeigt, wie viele kritische Informationen in verschiedenen Altersklassen angegeben wurden:

Zusammenhang Altersklassen und Anzahl der kritischen Informationen (N=277)

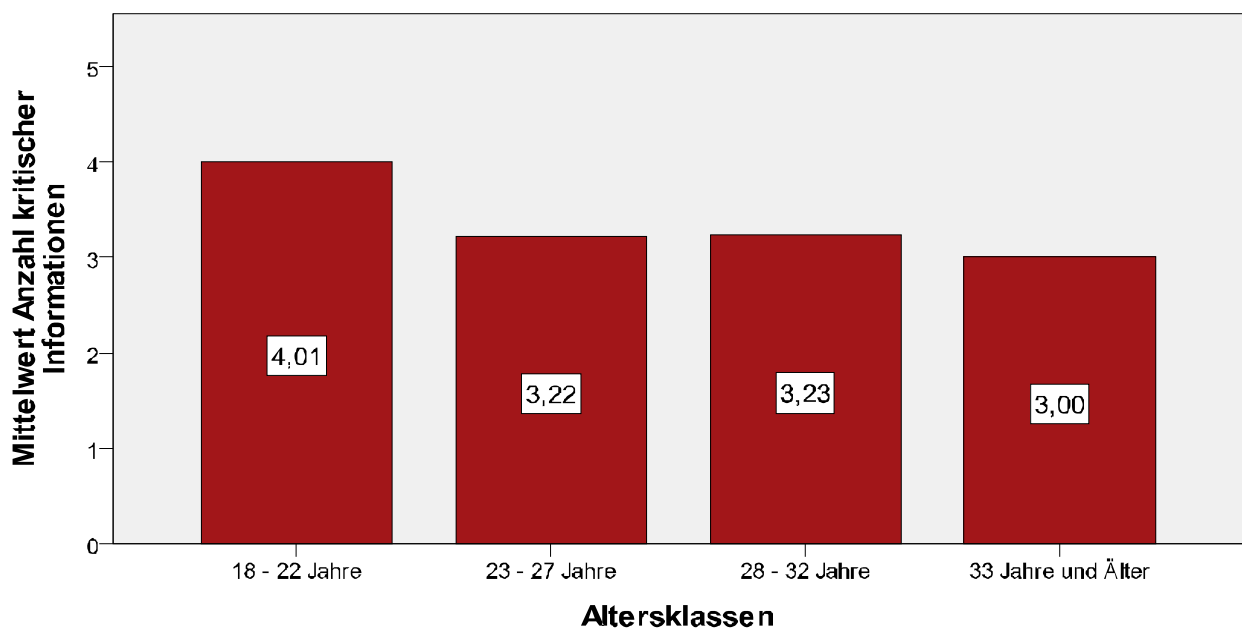


Abb. 44: Diagramm: Zusammenhang Altersklassen und Anzahl kritischer Informationen

H 7.0. Die Privatsphäre-Einstellungen haben keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 7.1. Je restriktiver die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt sind, desto mehr kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

Da keine der beiden Hypothese bestätigt werden kann, muss die Nullhypothese als gültig betrachtet werden. Es gibt zwar eine leichte negative Korrelation (-0,077), allerdings ist diese nicht signifikant ($p=0,209$).

Korrelationen

		Anzahl kritischer Informationen	Privatsphäre Einstellungen
Anzahl kritischer Informationen	Korrelation nach Pearson	1	-0,077
	Signifikanz (2-seitig)		0,209
	N	284	266

Abb. 45: Korrelation: Privatsphäre-Einstellungen und Anzahl kritischer Informationen

Vergleicht man die Privatsphäre Einstellungen mit der durchschnittlichen Anzahl an kritischen Informationen, zeigt sich jedoch, dass die Gruppe mit den sichersten Privatsphäre-Einstellungen deutlich weniger Informationen preisgibt.

Zusammenhang Privatsphäre Einstellungen und Anzahl kritischer Informationen (N=266)

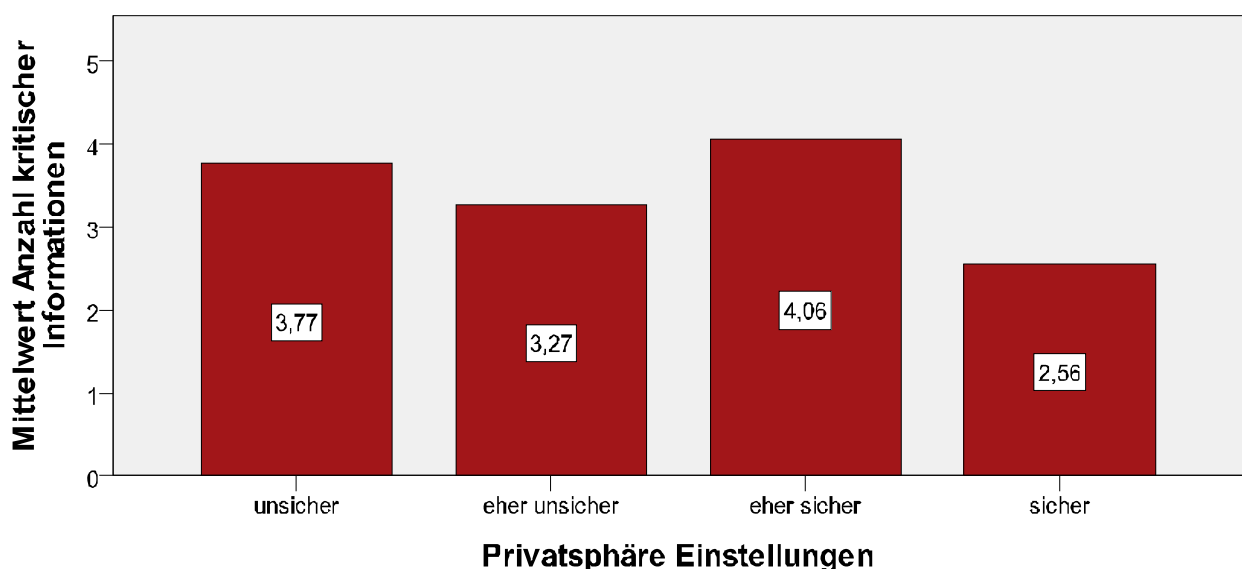


Abb. 46: Diagramm: Zusammenhang Privatsphäre-Einstellungen und Anzahl kritischer Informationen

H 8.0. Die formale Bildung hat keinen Einfluss auf die Anzahl der kritischen Informationen, die auf Facebook angegeben werden.

H 8.1. Je höher die formale Bildung, desto weniger kritische Informationen werden auf Facebook angegeben.

Es zeigt sich ein ganz eindeutiger Zusammenhang zwischen der formalen Bildung und der Anzahl kritischer Informationen ($r = -0,239$, $p = 0,000$). Je höher das Bildungsniveau ist, desto weniger kritische Informationen werden preisgegeben. Daher kann die Hypothese 8.1. bestätigt werden.

		Anzahl kritischer Informationen	Formale Bildung
Anzahl kritischer Informationen	Spearman-Rho	1	-0,241**
	Signifikanz (2-seitig)		0,000
	N	284	282

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abb. 47: Korrelation: Bildung und Anzahl kritischer Informationen

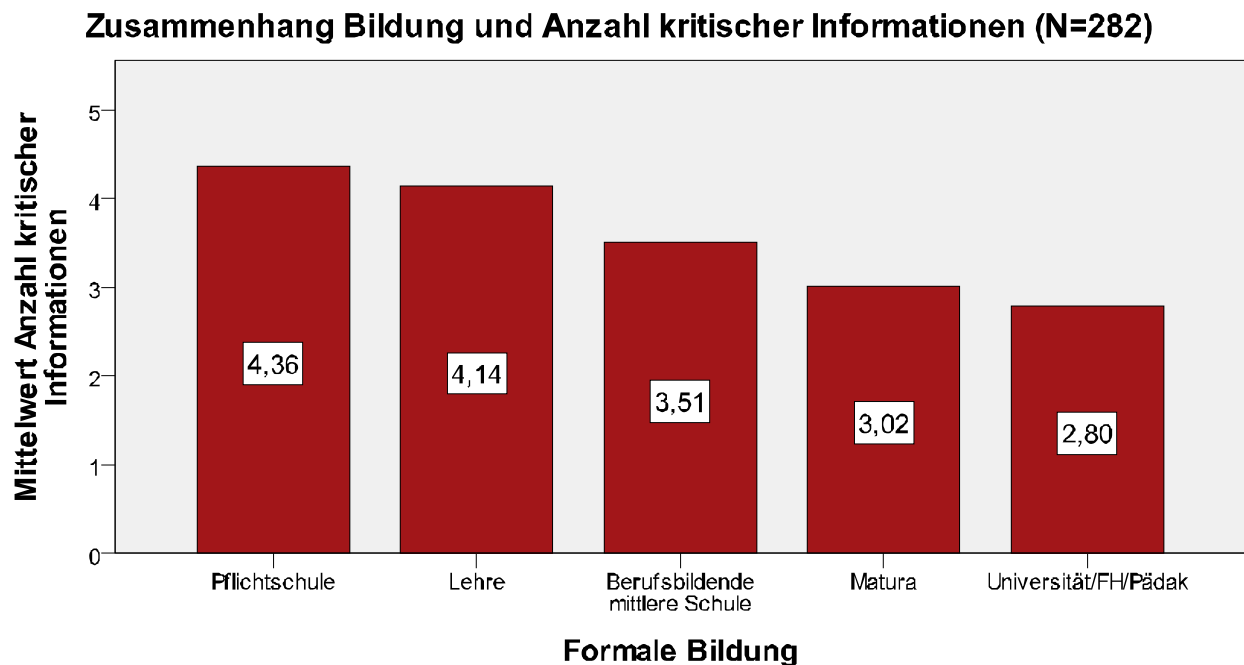


Abb. 48: Diagramm: Zusammenhang Bildung und Anzahl kritischer Informationen

H 9.0. Die formale Bildung hat keinen Einfluss auf die Privatsphäre-Einstellungen.

H 9.1. Je höher die Bildung, desto restriktiver werden die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt.

Zwischen der Bildung und den Privatsphäre-Einstellungen zeigt sich ein eindeutiger Zusammenhang ($r = -0,220$, $p = 0,000$). Personen mit höherer Bildung haben die Privatsphäre-Einstellungen durchschnittlich restriktiver gesetzt. Daher kann die Hypothese 9.1. bestätigt werden.

Korrelationen

		Formale Bildung	Privatsphäre Einstellungen
Formale Bildung	Spearman-Rho	1	0,211**
	Signifikanz (2-seitig)		0,000
	N	381	359

** . Die Korrelation ist auf dem Niveau von 0,01 (2-seitig) signifikant.

Abb. 49: Korrelation: Bildung und Privatsphäre-Einstellungen

Zusammenhang Bildung und Privatsphäre-Einstellungen (N=359)

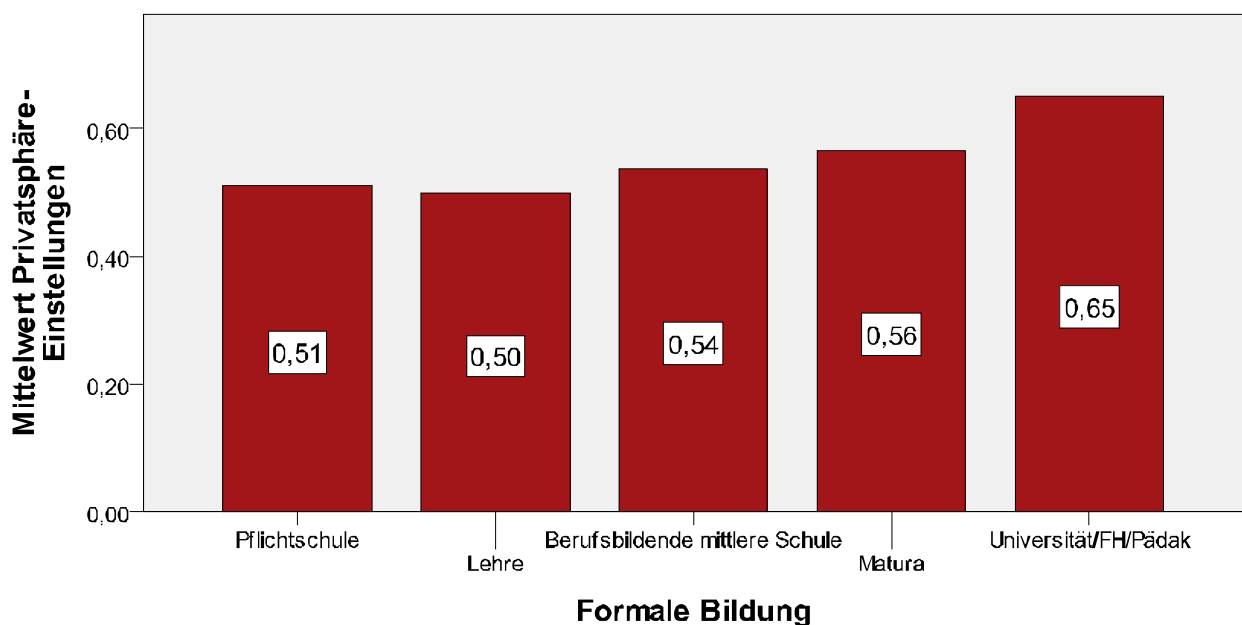


Abb. 50: Diagramm: Zusammenhang Bildung und Privatsphäre-Einstellungen

9. Facebook-User: ehrlich und unvorsichtig

Mit Hilfe des Online-Fragebogens konnte ein guter Überblick über die User von Facebook gewonnen werden. Durch die recht hohe Beteiligung mit 384 gültigen Fragebögen ist der Datenpool auch groß genug, um einigermaßen gut abgesicherte Ergebnisse zu erhalten. Im Gegensatz zu den meisten bisherigen Studien zum Thema sind die Teilnehmer sowohl vom Alter als auch von der höchsten abgeschlossenen Bildung breit gestreut.

Facebook ist mittlerweile für viele Leute ein wichtiger Bestandteil ihres sozialen Lebens. Mehr als 81% der befragten Personen beschäftigen sich mindestens einmal täglich aktiv damit. Bei einem durchschnittlichen Facebook-Freundeskreis von 208 Personen und der Mitgliedschaft in 84 Gruppen gibt es natürlich jeden Tag viele Neuigkeiten zu erfahren.

Nur 5% der Befragten sind bei Facebook unter einem Phantasienamen registriert, während die überwiegende Mehrheit (79,8%) ihren richtigen und vollständigen Namen angibt. Ein soziales Netzwerk, dessen Sinn es ist, mit bekannten Personen in Kontakt zu treten, kann natürlich nur auf diese Weise funktionieren. Allerdings wäre es auch möglich, nachdem man seinen Freundeskreis aufgebaut hat, den Namen zu ändern, um für Außenstehende nicht mehr auffindbar zu sein. Auch der momentane Beziehungsstatus (64%) und der Wohnort (55,4%) werden von der Mehrheit wahrheitsgemäß angegeben. Vorsichtiger sind die Personen hingegen bei der genauen Adresse, den politischen Einstellungen und den religiösen Ansichten, welche von deutlich weniger Personen angegeben werden. Wenn aber bestimmte Informationen angegeben werden, so entsprechen diese in der Regel auch der Wahrheit. Nur 1,6% (Wohnort) bis 4,2% (politische Einstellungen) der Befragten haben auf Facebook nicht wahrheitsgemäße Angaben gemacht.

Besonders auf der Pinnwand, einem der wichtigsten Bestandteile von Facebook, werden von vielen Usern kritische Informationen angegeben. So haben schon 41,3% der Befragten über ihren Gesundheitszustand berichtet und 29,9% über ihren Alkoholkonsum. Zudem haben sich 20,6 Prozent negativ über ihre Arbeit bzw. Ausbildung geäußert und 19,4% haben schon Statusmeldungen mit politischen Inhalten veröffentlicht.

Im Durchschnitt hatten die befragten Personen 58,72 Fotos auf Facebook. 30,2% gaben an, dass Fotos darunter sind, welche sie beim Alkoholkonsum oder alkoholisiert zeigen, wobei sich hier ein deutlicher Unterschied zwischen den Geschlechtern zeigte (männlich: 37,14%; weiblich: 24,15%) .

Auch in Gruppen sind die Befragten sehr aktiv. Durchschnittlich ist jeder User in 84,41 Gruppen Mitglied und wie in Kapitel 4.3.7. aufgezeigt, lassen diese Mitgliedschaften durchaus Rückschlüsse auf die jeweilige Person zu. 13,2% sind Mitglied in Gruppen mit religiösem Inhalt, 29,6% in solchen mit sexuellem Inhalt und 47,2% in Gruppen mit politischen Inhalten.

Die Befragten haben durchschnittlich 208,35 Facebook-Freunde. Der Großteil dieser Facebook-Freunde ist auch persönlich bekannt und nur knapp 18% der Befragten kennen weniger als 90% ihrer Facebook-Freunde persönlich. Dieser Umstand dürfte dafür verantwortlich sein, dass auf Facebook derart viele Informationen preisgegeben werden und diese zum Großteil auch der Wahrheit entsprechen. Die Möglichkeit, die Freunde in unterschiedlich Listen zu unterteilen, wird erst von 25,7% der Befragten genutzt, obwohl damit viele Rollenkonflikte vermieden werden könnten. Freundschaftseinladungen würde der Großteil der Untersuchungsteilnehmer von beinahe allen abgefragten Personengruppen annehmen. Sogar vom Arbeitgeber würden 57% der Befragten eine derartige Einladung bestätigen oder haben dies sogar schon getan. Nur von Fremden würde ein Großteil der Befragten eine Freundschaftseinladung ablehnen (78,1%).

Bei der Erhebung des Surveillance Critique Index zeigte sich, dass etwa die Hälfte der Befragten dem Überwachungsstaat eher kritisch (32,72%) oder kritisch (18,32%) gegenübersteht. Die andere Hälfte ist nur leicht kritisch (33,25%) oder kaum kritisch (13,61%) und 2,09% sind überhaupt unkritisch. Es zeigte sich jedoch, dass diese Werte je nach höchster abgeschlossener Ausbildung, deutlich variieren.

Die Frage ob sie die „Rechte und Pflichten“ bzw. die Datenschutzrichtlinie von Facebook gelesen haben, wurde von jeweils rund einem Drittel verneint. Diese jedoch komplett zu lesen haben nur 10,47% (Rechte und Pflichten) bzw. 11,5% (Datenschutzrichtlinie) geschafft, während sich die absolute Mehrheit mit der teilweisen Lektüre dieser Dokumente begnügte. In Bezug auf die Geschäftsbedingungen von Facebook wäre daher

dringend eine Vereinfachung notwendig. Selbst jene die angegeben haben, diese Dokumente gelesen zu haben, hatten kein signifikant höheres Wissen über die Rechte und Pflichten sowie die Datenschutzbestimmungen von Facebook. Hier wäre es dringend notwendig, den Usern eine Kurzversion dieser Dokumente, welche die wichtigsten Bestimmungen in einfachen Worten erklärt, zur Verfügung zu stellen.

Das Wissen über Facebook ist grundsätzlich nicht sehr hoch. So wählten bei der Beurteilung der Statements zwischen 23,8% und 44,6% der Befragten die Option „Weiß ich nicht“.

Es gibt zwei Faktoren, welche die Menge der kritischen Informationen signifikant beeinflussen, nämlich das Alter und der Bildungsgrad. Je älter die User sind und je höher die Bildung, desto weniger kritische Informationen werden veröffentlicht. Keinen Einfluss haben hingegen die Privatsphäre-Einstellungen, das Wissen über Facebook, sowie die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat (Surveillance Critique Index).

Die Privatsphäre-Einstellungen werden maßgeblich vom Surveillance Critique Index sowie von der formalen Bildung beeinflusst. Je kritischer die Einstellung zum Thema Überwachungsstaat und je höher die Bildung, desto restriktiver werden die Privatsphäre-Einstellungen gesetzt. Das Wissen über Facebook zeigte hingegen keinen Einfluss auf die Privatsphäre-Einstellungen.

Ein deutlicher Zusammenhang zeigte sich zwischen der Anzahl der Facebook-Freunde und der Anzahl der kritischen Informationen, welche auf Facebook veröffentlicht werden. Leider konnte nicht geklärt werden, in welche Richtung dieser Zusammenhang geht, d.h. ob mehr Freunde dazu führen, mehr kritische Informationen offenzulegen oder umgekehrt mehr kritische Informationen zu mehr Freunden führen.

10. Privatsphäre im Internet

„Die Privatsphäre gibt es sowieso nicht mehr – damit muss man sich halt abfinden“

(Scott Mc Neally, zit. nach. Ström 2003, S. 30)

Dieses Zitat von Scott Mc Neally klingt zwar sehr pessimistisch, in Zusammenhang mit Sozialen Netzwerk Seiten bzw. dem Internet überhaupt, muss man diesem traurigen Befund aber leider zustimmen.

Facebook bietet seinen Mitgliedern mittlerweile sehr umfassende Möglichkeiten, um deren Privatsphäre einigermaßen zu schützen. Diese Möglichkeiten wurden innerhalb der letzten eineinhalb Jahre auch ständig verbessert. So können Informationen mit Hilfe von Freundeslisten nur bestimmten Personen zugänglich gemacht werden, man kann Informationen vor einzelnen Leuten verbergen etc. Problematisch ist aber nach wie vor, dass die Privatsphäre-Einstellungen recht unübersichtlich sind und eine intensive Beschäftigung damit notwendig ist, um die passenden Einstellungen zu finden. Ein weiterer Kritikpunkt ist, dass Facebook die Standard Privatsphäre-Einstellungen im Laufe der letzten Jahre massiv gelockert hat. Auch die Nutzungsbedingen sowie die Datenschutz Bestimmungen müssten einfacher gestaltet werden, damit diese auch für Nicht-Juristen verständlich sind. Verbesserungswürdig ist Facebook zudem, was die Löschung der Daten angeht. Zudem besteht immer das Risiko, dass durch Hackerangriffe oder technische Sicherheitslücken die angegebenen Daten in die falschen Hände geraten.

Facebook wird ständig weiterentwickelt und neue Dienste werden eingeführt. Mit jedem neuen Dienst steigt auch die prinzipielle Gefahr für die Privatsphäre, da ständig mehr Informationen angegeben werden können. So wurde im Frühjahr 2011 der Dienst „Facebook-Places“ oder zu Deutsch einfach „Orte“ gestartet. Damit können jene User, die ein geeignetes Smartphone besitzen, mit einem Klick ihren aktuellen Aufenthaltsort auf Facebook teilen. Als ob das nicht schon genug wäre, können auch Facebook-Freunde, abhängig von den jeweiligen Privatsphäre-Einstellungen, angeben, an welchem Ort du dich gerade befindest. Eine eigene Anwendung ermöglicht es zudem Facebook-Freunde zu finden, welche sich in der Nähe aufhalten. (vgl. <http://www.facebook.com/places/>; Abgerufen am 21.06.2011) <http://www.facebook.com/help/?faq=223406984336119>

Eine weitere neue Funktion erlaubt es, Freunde auf Fotografien automatisch zu erkennen und zu markieren. Das Markieren von Freunden auf Fotos war zwar auch bisher schon möglich, allerdings war dies mit einigem Zeitaufwand verbunden. Wie die meisten Änderungen wurde auch dieses neue Feature im Vorfeld nicht groß angekündigt und bei den Privatsphäre-Einstellungen wurde es automatisch freigeschaltet. Die automatische Gesichtserkennung ist doch ein sehr bedenklicher Schritt, da Facebook zu diesem Zweck wohl ein Archiv mit unseren biometrischen Daten anlegen muss.

Aber auch ohne diese neuen Funktionen, lässt ein Facebook-Profil schon sehr weitreichende Rückschlüsse auf eine Person zu. So wurde in einer psychologischen Untersuchung geprüft, inwieweit sich von einem Profil auf Sozialen Netzwerk Seiten (in diesem Fall Facebook, StudiVZ und SchülerVZ) auf die sogenannten Big Five der Persönlichkeitseigenschaften (Extraversion, Verträglichkeit, Gewissenhaftigkeit, Neurotizismus und Offenheit für Erfahrungen) geschlossen werden kann (vgl. Stopfer/Back/Egloff 2010). Dazu wurden diese Persönlichkeitseigenschaften, durch Selbstauskunft und Fremdeinschätzung von engen Bekannten erhoben. Anschließend wurden Testpersonen gebeten, sich die Profile anzusehen und nur anhand derer die Persönlichkeit einzuschätzen. Dabei zeigte sich, abgesehen vom Neurotizismus, jeweils ein signifikanter Zusammenhang zwischen der Einschätzung anhand der Profile und dem tatsächlichen Selbst.

Das Problem für die Privatsphäre ist dennoch nicht Facebook an sich, sondern hauptsächlich der unreflektierte Umgang einiger Personen mit diesem neuen Medium. Wer sich über seinen Chef beschwert, während er diesen als Facebook-Freund akzeptiert hat oder wer Personen als Freunde akzeptiert, die er nicht kennt, ist in erster Linie selber schuld, wenn er dadurch Probleme bekommt.

Die wichtigste Regel im Umgang mit Sozialen Netzwerk Seiten wie Facebook lautet:

Geben Sie nur Informationen preis, welche, auch wenn sie die ganze Welt erfährt, unproblematisch sind.

Verglichen mit der Vielzahl an versteckten Daten, die bei jeder Nutzung von Computern bzw. des Internets anfallen, erscheinen die von den Benutzern produzierten Inhalte weniger problematisch als anfangs gedacht. Denn die Produktion dieser Inhalte setzt

zumindest eine mehr oder weniger bewusste Beschäftigung mit diesen voraus und die Nutzer sehen, was sie preisgeben. Sehr problematisch sind hingegen jene Daten, die ohne Wissen der Nutzer anfallen, denn wie im Privacy Paradoxon von Barnes beschrieben, erscheint das Internet für viele User als anonymer Raum und dementsprechend wenig wird darauf geachtet, was man darin macht. Während sich Personen auf Facebook so darstellen, wie sie von Außenstehenden gerne gesehen werden möchten, geben allgemeine Internet-Nutzungsdaten noch wesentlich mehr Informationen über die jeweiligen Personen preis. Der Grund, weshalb Datenschutzprobleme bei Facebook so sehr im Fokus der Öffentlichkeit stehen ist, dass diese Daten relativ einfach eingesehen werden können, während für das Auslesen von Nutzungsdaten technische Fertigkeiten nötig sind.

Scheinbar ist es vielen Menschen nicht bewusst, welch großen Teil unserer Privatsphäre wir durch die neuen Technologien aufgeben. Mit Hilfe unserer Mobiltelefone ist es möglich, genaue Bewegungsprofile zu erstellen und zudem zu ermitteln, mit wem wir wie oft und wie lange telefonieren. Unsere Internetdaten geben Preis welche Inhalte wir konsumieren und welche Informationen wir suchen. Auf Sozialen Netzwerk Seiten sind unsere sozialen Kontakte, Fotografien und viele andere private Informationen aufgelistet. Anhand dieser Vielzahl an Daten lässt sich ein sehr genaues Profil der betreffenden Person erstellen.

Grundsätzlich wird sich das Problem mit der Privatsphäre im Internet niemals komplett lösen lassen. Wie Danah Boyd in ihrem Artikel „Social Network Sites as Networked Publics“ darlegt, ist die Speicherung und Archivierung eine grundlegende Eigenschaft von Bits und damit von der computervermittelten Kommunikation im Allgemeinen (vgl. Kapitel 2.4.). Dass selbst beste Sicherheitstechnologien keinen wirksamen Schutz darstellen, beweist die Internetplattform „Wikileaks“, welche geheimste Dokumente von Militärs und Regierungen veröffentlicht. Zudem beweist die Hackergruppe „Anonymous“ derzeit gerade, dass praktisch keine Internetseite davor gefeit ist, gehackt zu werden. Bei derartigen Hackerangriffen werden regelmäßig auch sensible Kundendaten gestohlen.

Auch wenn es zunächst paradox erscheint, so können derartige Angriffe vielleicht sogar dabei helfen, die Privatsphäre im Internet künftig besser zu schützen. Denn erstens werden Unternehmen dadurch gezwungen ihre Daten besser abzusichern und zweitens schaffen sie bei den Konsumenten ein Problembewusstsein.

Die einzige Möglichkeit sich der Gefährdung der Privatsphäre durch die Computertechnologie komplett zu entziehen, wäre der gänzliche Verzicht darauf, was in der heutigen Realität wohl keine ernsthafte Option darstellt. Daher ist es wichtig, sich stets bewusst zu sein, dass das Internet, egal wie sehr es manchmal den Eindruck macht, keinesfalls einen privaten Raum darstellt. Vielmehr verhält es sich wie ein öffentlicher Raum, in dem man prinzipiell jederzeit beobachtet werden kann. Umso wichtiger wäre es, möglichst wenig private Informationen in diesen öffentlichen Raum zu tragen. Doch momentan geschieht eher das Gegenteil und es werden stets mehr Informationen aus dem realen Leben in das Internet eingespeist.

Die Hoffnung, dass Facebook von einer anderen Sozialen Netzwerk Seite, welche mehr Wert auf den Datenschutz und die Privatsphäre seiner User legt, abgelöst wird ist relativ gering. Der jüngste Herausforderer Google+ ermöglicht zwar eine einfachere Kategorisierung der verschiedenen Kontakte, dafür ist die Nutzung dieses Dienstes nur unter dem richtigen Namen möglich. Obwohl dies eigentlich auch bei Facebook der Fall ist, zeigte Google mit der Löschung einiger Accounts, dass sie auch gewillt sind, dies tatsächlich zu kontrollieren.

Neben der Gefährdung der Privatsphäre stellt Facebook nach Erachten des Autors eine noch größere Gefahr für die Öffentlichkeit dar. Wenn sich die öffentliche Kommunikation zusehends auf eine Plattform konzentriert, welche nach Gutdünken bestimmte Inhalte sperren oder löschen kann, dann ist nichts weniger als die Meinungsfreiheit in Gefahr.

Für die Kommunikationswissenschaft stellt Facebook jedenfalls eine große Herausforderung dar, denn in Zusammenhang mit diesem neuen Medium ergeben sich jede Menge interessante Fragestellungen. Die Forschung erweist sich jedoch als recht schwierig, da sich Facebook ständig weiterentwickelt und sich auch der Umgang der User mit diesem Medium ständig verändert.

Literatur:

Acquisti, Alessandro/Gross, Ralph (2006): Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. URL: <http://privacy.cs.cmu.edu/dataprivacy/projects/facebook/facebook2.pdf>; Abgerufen am 02.09.2009)

Allison, Nicole B. /Boyd, Danah M. (2007): Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11.

Barnes, Susan (2006): A privacy paradoxon – Social Networking in the United States. First Monday, Volume 11, Number 9 (URL: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1394/1312>; Abgerufen am 23.03.2009)

Boyd, Danah 2011: Social Network Sites as Networked Publics. In: Papacharissi, Zizi [Hrsg.] 2011: A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. New York: Routledge

Cas, Johann (2004): Privatsphäre – Ein Grundrecht ohne Schutz? In: ITA-News Dezember 2009; Institut für Technikfolgenabschätzung. S. 12 (URL: <http://www.itas.fzk.de/v/nta1/abstr/jcas04a.htm>; Abgerufen am 30.05.2009)

Dahrendorf, Ralf (1974) Pfade aus Utopia. Zur Theorie und Methode der Soziologie. München: Piper

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007): The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. In: Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4), Artikel 1. (URL: <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html> ; Abgerufen am 13.09.2009)

Facebook-Richtlinie (o.J.): (URL: <http://www.facebook.com/policy.php?ref=pf>; Abgerufen am 24.09.2009)

Fraunhofer-Institut (2008): Privatsphärenschutz in Soziale-Netzwerke-Plattformen. (URL: http://www.sit.fraunhofer.de/fhg/Images/SocNetStudie_Deu_Final_tcm105-132111.pdf)

Fuchs, Christian (2009): Social networking sites and the surveillance society. A critical case study of the usage of studivz, facebook, and myspace by students in Salzburg in the context of electronic surveillance. (URL: fuchs.icts.sbg.ac.at/SNS_Surveillance_Fuchs.pdf; Abgerufen am 20.11.2009)

Habermas, Jürgen (2001): Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Unveränd. Nachdr., 7. Auflage; Frankfurt am Main. Suhrkamp

Hogben, Giles (2007): ENISA Position Paper No. 1: Security Issues and Recommendations for Online Social Networks (URL: http://www.enisa.europa.eu/doc/pdf/deliverables/enisa_pp_social_networks.pdf)

Musch, Jochen (1997): Die Geschichte des Netzes: ein historischer Abriß. In: B. Batinić (1997), Internet für Psychologen. S. 15 - 37. Göttingen: Hogrefe

Papacharissi, Zizi [Hrsg.] 2011: A Networked Self. Identity, Community, and Culture on Social Network Sites. New York: Routledge

Rössler, Beate (2001): Der Wert des Privaten. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.

Schaar, Peter (2007): Das Ende der Privatsphäre: Der Weg in die Überwachungsgesellschaft. Bertelsmann

Sennett, Richard (2008): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Berliner Taschenbuch Verlags GmbH

Ström, Pär (2003): Die Überwachungsmafia. Das lukrative Geschäft mit unseren Daten. Wilhelm Heyne Verlag; Aktualisierte Taschenbuchausgabe 2006

Werthmann, Christoph (1998): Datenschutz im Internet. In: Hoeren, Thomas / Holznagel, Bernd (1998): Schriften zum Informations-, Telekommunikations- und Medienrecht. Band 1: Datenschutz und Multimedia. Münster: LIT Verlag. S. 201-225

Zeger, Hans (2008): Mensch, Nummer, Datensatz. Residenz Verlag, St. Pölten.

Zeger, Hans (2009): Paralleluniversum Web 2.0 – Wie Online-Netzwerke unsere Gesellschaft verändern. Kremayr & Scheriau

Zeitschriftenartikel

Hippner, Hajo (2006): Bedeutung, Anwendungen und Einsatzpotenziale von Social Software. In: HMD – Praxis der Wirtschaftsinformatik, Nr. 6, 2006, S. 6-16.

Riegler (2009): Kündigung nach Facebook-Besuch. In: Der Standard, 26. April 2009
<http://derstandard.at/o1240549869775/Schweiz-Kuendigung-nach-FacebookBesuch>;
Abgerufen am: 23.02.2010

Steier, Henning (2009): „Die Firma kotzt mich an“. In: 20 Minuten Online, 20. April 2009
URL: <http://www.20min.ch/digital/webpage/story/10992690>; Abgerufen am: 23.02.2010

Stopfer, Juliane / **Back**, Mitja / **Egloff**, Boris (2010) Persönlichkeit 2.0. In: DuD – Datenschutz und Datensicherheit, Volume 34, Ausgabe 7, S. 459 – 462

Schwan, Ben (2008): „Urteil in MySpace-Selbstmordfall: Lasche Strafe für Cyber-Mobbing“. In: TAZ, 28.11.2008 URL: <http://www.taz.de/1/netz/artikel/1/lasche-strafe-bei-cyber-mobbing/>; Abgerufen am: 23.02.2010

Test (2010): „Ungeschützt“. In: Test 04/2010, S. 40 – 45.

Zirm, Jakob (2010): ... lebt es sich nicht ungeniert. In: Die Presse, 21. März 2010, S. 18

Internet

Erklärung der Menschenrechte (1948):

URL: <http://www.ohchr.org/en/udhr/pages/language.aspx?langid=ger>; Abgerufen am 26.02.2011

Fernsehlexikon (2007): Big Brother; URL: <http://www.fernsehlexikon.de/446/big-brother/>; Abgerufen am 24.03.2010

Fernsehlexikon (2008): Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit; URL: <http://www.fernsehlexikon.de/1646/die-wahrheit-und-nichts-als-die-wahrheit/>; Abgerufen am 24.03.2010

Milchjunkies (o.J.): Die Wahrheit und nichts als die Wahrheit; URL: <http://milch.junkies.ws/2008/01/28/die-wahrheit-und-nichts-als-die-wahrheit/>; Abgerufen am 24.03.2010

Möcke, Frank (2009): „Straffreiheit für Cyber-Bullying“. In: Heise Online. Artikel vom 4. Juli 2009. URL: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Straffreiheit-fuer-Cyber-Bullying-189396.html>; Abgerufen am: 23.02.2010

Musil, Steven / Kaden, Jan (2010): 19-Jähriger wegen Erpressung über Facebook zu 15 Jahren Haft verurteilt. In: ZDNet.de. Artikel vom 25. Februar 2010. URL: http://www.zdnet.de/news/digitale_wirtschaft_internet_ebusiness_19_jaehriger_wegen_erp_ressung_ueber_facebook_zu_15_jahren_haft_verurteilt_story-39002364-41528005-1.htm; Abgerufen am: 16.04.2010

Prechelt, Lutz (o.J.): Vorlesung "Anwendungssysteme": Privatsphäre. URL: http://www.inf.fu-berlin.de/inst/ag-se/teaching/V-AWS-2010/31_Privatsphaere.pdf, Abgerufen am 15.04.2011

Statistik Austria (2007): Bevölkerung im Alter von 15 und mehr Jahren nach der höchsten abgeschlossenen Ausbildung und Geschlecht, 1951 bis 2001 URL: http://www.statistik.at/web_de/static/ergebnisse_im_ueberblick_bevoelkerung_nach_der_hoechsten_abgeschlossenen_a_022869.pdf; Abgerufen am 14.01.2010

Stöcker, Christian (2009): Google will die Weltherrschaft. In: Spiegel Online. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/0,1518,665813,00.html>; Abgerufen am 23.02.2011

Tabak, Alan J. (2004) Hundreds Register for New Facebook Website . URL: www.thecrimson.com/article.aspx?ref=357292; Abgerufen am 24.05.2010

www.horizont.net (2010): Goldman Sachs verschickt Finanzkennzahlen von Facebook / Umsatz von 1,2 Milliarden Dollar. URL: http://www.horizont.net/aktuell/digital/pages/protected/Goldman-Sachs-verschickt-Finanzkennzahlen-von-Facebook—Umsatz-von-1,2-Milliarden-Dollar_97263.html; Abgerufen am 26.02.2011

www.pleaserobme.com (o.J.): URL: <http://pleaserobme.com/>; Abgerufen am: 25.03.2010

Zeit Online (2009): Erste Verurteilung wegen Cyber-Mobbing. In: Zeit Online. Artikel vom 22.08.2009 URL: <http://www.zeit.de/online/2009/35/mobbing-facebook-grossbritannien>; Abgerufen am: 16.04.2009

Facebook

www.facebook.com;

- <http://www.facebook.com/press/info.php?timeline>; Abgerufen am 25.03.2010
- <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>; Abgerufen am 22.12.2009
- <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>; Abgerufen am 25.03.2010
- <http://www.facebook.com/help/?faq=14207>; Abgerufen am 25.03.2010
- <http://www.facebook.com/help/?page=982>; Abgerufen am 25.03.2010
- <http://www.facebook.com/pages/Wenn-mein-Kind-mal-FP%C3%96-w%C3%A4hlen-sollte-habe-ich-bei-der-Erziehung-versagt/286262426721>; Abgerufen am 22.12.2010
- <http://www.facebook.com/unsereuni>; Abgerufen am 22.12.2010
- <http://www.facebook.com/pages/Studieren-statt-Blockieren/161298391957>; Abgerufen am 22.12.2010
- <http://www.facebook.com/group.php?gid=214623764186>; Abgerufen am 22.12.2010
- <http://www.facebook.com/group.php?gid=227072672626>; Abgerufen am 22.12.2010
- <http://www.facebook.com/help/?faq=116450945106915>; Abgerufen am 25.05.2011
- <http://blog.facebook.com/blog.php?post=409753352130>; Abgerufen am 22.08.2010
- <http://www.facebook.com/help/?faq=13622>; Abgerufen am 22.08.2010
- <http://www.facebook.com/policy.php?ref=pf>; Abgerufen am 24.09.2009
- <http://www.facebook.com/terms.php>; Abgerufen am 22.03.2010
- <http://www.facebook.com/terms.php>; Abgerufen am 22.03.2010

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Rollenerwartungen und Sanktionen nach Dahrendorf; Quelle: Dahrendorf, 1974, S. 39

Abb. 2: Demographie und Anzahl der Österreichischen Facebook Nutzer; Quelle:

<http://www.thomashutter.com/index.php/2010/08/facebook-demographische-daten-fur-schweiz-deutschland-osterreich-per-31-07-2010/>; Abgerufen am 25.08.2010

Abb. 3: Facebook-Profil

Abb. 4: Standard Privatsphäre-Einstellungen 2005; Quelle: <http://mattmckeeon.com/facebook-privacy/>; Abgerufen am 25.08.2010

Abb. 5: Standard Privatsphäre-Einstellungen 2010 (April); <http://mattmckeeon.com/facebook-privacy/>; Abgerufen am 25.08.2010

Abb. 6: Wer bedroht? Wer ist bedroht? Quelle: Ström, 2003, S. 23

Abb. 7: Diagramm Höchste abgeschlossene Ausbildung

Abb. 8: Diagramm: Häufigkeit der Facebook Nutzung

Abb. 9: Diagramm: Namen auf Facebook

Abb. 10: Diagramm: Wohnort

Abb. 11: Diagramm: Adresse

Abb. 12: Diagramm: Beziehungsstatus

Abb. 13: Diagramm: Politische Einstellungen

Abb. 14: Diagramm: Religiöse Ansichten

Abb. 15: Diagramm: Pinnwand Gesundheit

Abb. 16: Diagramm: Pinnwand Arbeit/Ausbildung

Abb. 17: Diagramm: Pinnwand Alkoholkonsum

Abb. 18: Diagramm: Pinnwand Politik

Abb. 19: Diagramm: Alkohol-Fotos nach Geschlecht

Abb. 20: Diagramm: Religiöse Gruppen

Abb. 21: Diagramm: Politische Gruppen

Abb. 22: Diagramm: Sexuelle Gruppen

Abb. 23: Diagramm: Prozentsatz der persönlich bekannten Facebook-Freunde

Abb. 24: Tabelle: Typisierung Surveillance Critique Index

Abb. 25: Diagramm: Surveillance Critique Index

Abb. 26: Diagramm: Surveillance Critique Index nach höchster abgeschlossener Ausbildung

Abb. 27: Diagramm: Rechte und Pflichten

Abb. 28: Diagramm: Facebook Datenschutzrichtlinie

Abb. 29: Tabelle: Wissen über Facebook

Abb. 30: Tabelle: Auswirkung der Rezeption der „Rechte und Pflichten“ auf das Wissen über Facebook

Abb. 31: Tabelle: Auswirkung der Rezeption der „Datenschutzrichtlinie“ auf das Wissen über Facebook

Abb. 32: Tabelle: Typisierung Privatsphäre-Einstellungen

Abb. 33: Diagramm: Privatsphäre-Typen

Abb. 34: Diagramm: Anzahl der kritischen Informationen

- Abb. 35:** Korrelation: Anzahl kritischer Informationen und Wissen über Facebook
- Abb. 36:** Diagramm: Zusammenhang Anzahl kritischer Informationen und Wissen über Facebook
- Abb. 37:** Korrelation: Privatsphäre-Einstellungen und Wissen über Facebook
- Abb. 38:** Korrelation: Surveillance Critique Index und Anzahl kritischer Informationen
- Abb. 39:** Korrelation: Surveillance Critique Index und Privatsphäre-Einstellungen
- Abb. 40:** Diagramm: Zusammenhang Surveillance Critique Index und Privatsphäre-Einstellungen
- Abb. 41:** Korrelation: Anzahl kritischer Informationen und Anzahl Facebook-Freunde
- Abb. 42:** Diagramm: Zusammenhang Anzahl kritischer Informationen und Anzahl Facebook-Freunde
- Abb. 43:** Korrelation: Alter und Anzahl kritischer Informationen
- Abb. 44:** Diagramm: Zusammenhang Altersklassen und Anzahl kritischer Informationen
- Abb. 45:** Korrelation: Privatsphäre-Einstellungen und Anzahl kritischer Informationen
- Abb. 46:** Diagramm: Zusammenhang Privatsphäre-Einstellungen und Anzahl kritischer Informationen
- Abb. 47:** Korrelation: Bildung und Anzahl kritischer Informationen
- Abb. 48:** Diagramm: Zusammenhang Bildung und Anzahl kritischer Informationen
- Abb. 49:** Korrelation: Bildung und Privatsphäre-Einstellungen
- Abb. 50:** Diagramm: Zusammenhang Bildung und Privatsphäre-Einstellungen

Anhang

Fragebogen:

Dieser Fragebogen wurde im Rahmen einer Diplomarbeit am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien erarbeitet. Mit Ihrer Hilfe soll ein Einblick in den Umgang mit Facebook gewonnen werden! **Bitte lesen Sie alle Angaben genau durch und versuchen Sie möglichst alle Fragen wahrheitsgemäß zu beantworten.** Ihre Antworten dienen nur wissenschaftlichen Zwecken und sind **völlig anonym!** Auf dem Prüfstand stehen dabei verschiedene Hypothesen und nicht etwa die befragten Personen selbst.

Weiter

1. Sind Sie Mitglied bei Facebook?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

2. Haben Sie ihren Wohnsitz in Österreich und sind über 18 Jahre alt?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

Weiter

3. Wie alt sind Sie?

Ich bin ____ Jahre

4. Welches Geschlecht haben Sie?

- ☐ weiblich
- ☐ männlich

5. Welchen Bildungsabschluss haben Sie?

Bitte wählen Sie den höchsten Bildungsabschluss, den Sie bisher erreicht haben.

- ☐ Pflichtschule
- ☐ Lehre
- ☐ Berufsbildende mittlere Schule
- ☐ Matura
- ☐ Universität/FH/Pädak

6. Wie häufig beschäftigen Sie sich aktiv mit Facebook (Fotos hochladen, Chaten, Nachrichten lesen bzw. verfassen, Pinnwandeinträge lesen bzw. verfassen, etc.)?

- ☐ mehrmals täglich
- ☐ einmal täglich
- ☐ mehrmals pro Woche
- ☐ einmal pro Woche
- ☐ seltener

Weiter

Bei einigen Fragen, benötigen Sie Informationen aus Ihrem Facebook-Profil! Bitte öffnen Sie nun ihr Facebook-Profil in einem separaten Browserfenster bzw. Tab! Um Facebook in einem neuen Fenster zu öffnen, klicken Sie bitte [hier!](#)

7. Unter welchem Namen sind Sie bei Facebook registriert?

- ☐ Realer, vollständiger Name
- ☐ Spitzname bzw. realer, aber unvollständiger Name
- ☐ Phantasiename

8. Haben Sie ihre Adresse auf Facebook angegeben?

- | | wahrheitsgemäß | nicht wahrheitsgemäß | nicht angegeben |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| a) Wohnort | ☐ | ☐ | ☐ |
| b) Straße / Hausnummer | ☐ | ☐ | ☐ |

9. Welche der folgenden Felder haben Sie wie angegeben?

- | | wahrheitsgemäß | nicht wahrheitsgemäß | nicht angegeben |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| a) Beziehungsstatus | ☐ | ☐ | ☐ |
| b) Politische Einstellungen | ☐ | ☐ | ☐ |
| c) Religiöse Ansichten | ☐ | ☐ | ☐ |

10. Sind Sie mit Ihrem richtigen Geschlecht auf Facebook registriert?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

Weiter

11. Haben Sie auf Ihrer Pinnwand jemals Beiträge veröffentlicht ...

	Ja	Nein	Weiß ich nicht
a) ... die sich auf Ihren Gesundheitszustand beziehen(z.B. liege krank im Bett)?	☐	☐	☐
b) ... in denen Sie sich negativ über Ihre Arbeit oder Ausbildung geäußert haben?	☐	☐	☐
c) ... die Auskunft über Ihren Alkoholkonsum geben (z.B. habe einen Kater)?	☐	☐	☐
d) ... die eine politische Partei oder einen Politiker zum Inhalt haben?	☐	☐	☐

Weiter

12. Wieviele Fotos haben Sie in Ihrem Facebook-Profil?

____ Foto(s)

13. Haben Sie Fotos auf ihrem Facebook-Profil die Sie beim Alkoholkonsum bzw. alkoholisiert zeigen?

- ☐ Ja
☐ Nein

Weiter

14. In wievielen Gruppen sind Sie Mitglied?

Ich bin Mitglied in _____ Facebook-Gruppen

15. Sind Sie Mitglied in Gruppen mit ...

	Ja	Nein
a) ... religiösem Inhalt?	☐	☐
b) ... politischem Inhalt?	☐	☐
c) ... sexuellem Inhalt?	☐	☐

Weiter

16. Wieviele Freunde haben Sie auf Facebook?

Ich habe _____ Facebook-Freunde

17. Wie viele ihrer Facebook-Freunde kennen Sie persönlich?

- ☐ Alle
- ☐ Fast Alle (mind. 90%)
- ☐ Den Großteil (mehr als 70%)
- ☐ mehr als die Hälfte
- ☐ Weniger als die Hälfte (unter 50%)

18. Sind unter ihren Facebook-Freunden ...

- | | Ja | Nein |
|---|-----------------------|-----------------------|
| a) ... Politiker | ☐ | ☐ |
| b) ... Werbepersönlichkeiten (z.B. der Hausverstand, der Inder, etc.) | ☐ | ☐ |

19. Haben Sie ihre Facebook-“Freunde“ in verschiedene Listen unterteilt (z.B. beruflich, privat)?

- ☐ Ja
- ☐ Nein

20. Von welchen der folgenden Personengruppen würden Sie eine Freundschaftseinladung bestätigen bzw. haben Sie schon bestätigt?

- | | Habe ich bestätigt | Würde ich bestätigen | Würde ich nicht bestätigen |
|--------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|
| a) Partner | ☐ | ☐ | ☐ |
| b) Freunde | ☐ | ☐ | ☐ |
| c) Eltern | ☐ | ☐ | ☐ |
| d) Arbeitskollegen | ☐ | ☐ | ☐ |
| e) Arbeitgeber | ☐ | ☐ | ☐ |
| f) Fremde | ☐ | ☐ | ☐ |

Weiter

21. Bitte beurteilen Sie, inwieweit Sie den folgenden Aussagen zustimmen:

Ich stimme
überhaupt
nicht zu

Ich stimme
völlig zu

- | | | | | | | |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| a) Wer nichts zu verbergen hat, muss keine Angst vor Überwachung haben! | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| b) Ich denke Facebook geht verantwortungsvoll mit meinen Daten um! | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| c) In Österreich ist man durch Gesetze gut vor staatlicher Überwachung geschützt! | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| d) Unternehmen haben ein großes Interesse an meinen persönlichen Daten! | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |
| e) Die staatliche Überwachung hat seit den Terroranschlägen vom 11. September 2001 zugenommen! | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

Weiter

22. Haben Sie die Erklärung der Rechte und Pflichten von Facebook durchgelesen?

- ☐ Ja, vollständig
☐ Ja, teilweise
☐ Nein

23. Haben Sie die Facebook-Datenschutzrichtlinie durchgelesen?

- ☐ Ja, vollständig
☐ Ja, teilweise
☐ Nein

24. Bitte beurteilen Sie die folgenden Aussagen nach Ihrem Wahrheitsgehalt!

- | | Stimmt | Stimmt nicht | Weiß ich nicht |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| a) Meine persönlichen Daten werden auf Facebook nur solange gespeichert bis ich diese lösche! | ☐ | ☐ | ☐ |
| b) Facebook sammelt und speichert alle meine Nutzerdaten (wie anstupsen, besuchte Seiten, etc.)! | ☐ | ☐ | ☐ |
| c) Werbekunden auf Facebook bekommen das Recht alle persönlichen Informationen über mich zu sammeln! | ☐ | ☐ | ☐ |
| d) Facebook darf meine Daten uneingeschränkt weitergeben | ☐ | ☐ | ☐ |
| e) Facebook bekommt eine Lizenz an allen von mir veröffentlichten Inhalten | ☐ | ☐ | ☐ |

Weiter

Die folgenden Fragen beziehen sich auf Ihre Privatsphäre-Einstellungen auf Facebook!

Bitte gehen Sie in Ihrem Facebook Profil auf Konto -> Privatsphäre-Einstellungen

Weiter

25. Welche Privatsphäre-Einstellungen haben Sie bei den folgenden Feldern?

	Alle	Freunde von Freunden	Nur Freunde	Andere
a) Mein Status, meine Fotos und meine Beiträge	☐	☐	☐	☐
b) Familie und Beziehungen	☐	☐	☐	☐
c) Fotos und Videos, in denen ich markiert bin	☐	☐	☐	☐
d) Religiöse Ansichten und politische Einstellungen	☐	☐	☐	☐
e) E-Mail-Adressen und IM	☐	☐	☐	☐
f) Telefonnummern und Anschrift	☐	☐	☐	☐

Weiter

Nun klicken Sie bitte bei Allgemeine Informationen auf "Einstellungen anzeigen"

26. Welche Privatsphäre-Einstellungen haben Sie bei den folgenden Feldern?*

- | | |
|---|--|
| a) Möglichkeit auf Facebook nach mir zu suchen | |
| b) Sichtbarkeit meiner Freundesliste | |
| c) Sichtbarkeit der Informationen zu meiner Ausbildung und Arbeit | |
| d) Sichtbarkeit meiner Interessen und Seiten | |

* Hier gab es jeweils folgende Auswahlmöglichkeiten:

-Alle

-Freunde von Freunden

-Nur Freunde

Weiter

Wenn Sie über das Ergebnis der Befragung informiert werden möchten, können Sie hier

Ihre E-Mail-Adresse eingeben. Diese wird gesondert von den anderen Daten gespeichert und kann nicht mit Ihren Antworten verknüpft werden.

- ☐ Ich interessiere mich für die **Ergebnisse dieser Studie** und hätte gerne eine Zusammenfassung per E-Mail.

E-Mail-Adresse:

Weiter

Danke für Ihre Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für Ihre Mithilfe bedanken.

Fenster schließen

[Emanuel Pröll](#), [Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft](#), Universität Wien - 2010

Die Facebook-Grundsätze

Die Übersetzung dieses Dokuments ins Deutsche wird dir lediglich zur Information zur Verfügung gestellt. Sollte ein Widerspruch entstehen, so ist die englische Version dieses Dokuments (hier einsehbar) die einzige legal bindende Version. Zudem regelt diese deine Beziehung zu Facebook.

Die Facebook-Grundsätze

Wir entwickeln Facebook, um die Welt offener und transparenter zu machen, was unserer Meinung nach zu einem besseren gegenseitigen Verständnis und einer engeren Bindung führen wird. Facebook fördert Offenheit und Transparenz, indem es Einzelpersonen eine größere Mitsprache beim Austausch von Informationen und Herstellen von Verbindungen gibt. Bei der Verfolgung dieser Ziele lässt sich Facebook von bestimmten Grundsätzen leiten. Die Erfüllung dieser Grundsätze sollte lediglich durch gesetzliche und technologische Einschränkungen sowie die sich ändernden sozialen Normen beschränkt werden. Daher stellen wir diese Grundsätze als Grundlage der Rechte und Pflichten derjenigen auf, die den Facebook-Service nutzen.

1. Freiheit zur Weitergabe und Verbindung

Personen sollte es freigestellt sein beliebige Informationen in jeglichem Medium und Format auszutauschen und sich mit jedem, sei es eine Person, eine Organisation oder ein Service, online zu verbinden, solange beide Seiten ihre Einwilligung dazu geben.

2. Eigentum und Kontrolle von Informationen

Personen sollten im Besitz ihrer Informationen sein. Es sollte ihnen freigestellt sein, diese mit beliebigen Personen zu teilen und an jeden beliebigen Ort mitzunehmen, einschließlich diese vom Facebook-Service zu entfernen. Personen sollte es freigestellt sein zu entscheiden mit wem sie ihre Informationen teilen und zum Schutz dieser Entscheidungen Privatsphäre-Einstellungen festzulegen. Diese Einstellungen können jedoch nicht die Art der Nutzung der Informationen durch Personen, die sie erhalten haben, einschränken, insbesondere außerhalb des Facebook-Services.

3. Freier Informationsfluss

Personen sollte es freigestellt sein, auf alle Informationen zuzugreifen, die ihnen durch andere zur Verfügung gestellt wurden. Personen sollten außerdem praktische Hilfsmittel haben, mit denen der Austausch dieser Informationen und der Zugriff darauf einfach, schnell und effizient ist.

4. Grundsätzliche Gleichstellung

Jede Person, sei es eine Einzelperson, ein Werbesponsor, ein Entwickler, eine Organisation oder eine andere Rechtsperson, sollte unabhängig von ihrer hauptsächlichen Beschäftigung innerhalb des Facebook-Services vertreten sein und Zugriff auf Verbreitung und Informationen haben. Es sollte ein einziger Satz von Grundsätzen, Rechten und Pflichten bestehen, die für alle Personen gelten, die den Facebook-Service nutzen.

5. Sozialer Wert

Personen sollte es freigestellt sein über ihre Identität und Kontakte Vertrauen aufzubauen und einen guten Ruf zu gewinnen. Ihre Präsenz beim Facebook-Service sollte nicht aus anderen Gründen entfernt werden als denjenigen, die in der Facebook-Erklärung der Rechte und Pflichten beschrieben werden.

6. Offene Plattformen und Standards

Personen sollten programmatische Benutzeroberflächen zur Weitergabe der ihnen verfügbaren Informationen und zum Zugriff darauf haben. Die Spezifikationen für diese Benutzeroberflächen sollten veröffentlicht werden und für jedermann verfügbar und zugänglich sein.

7. Grundsätzliches Serviceangebot

Personen sollten Facebook kostenlos nutzen können, um eine Präsenz aufzubauen, mit anderen Kontakt aufzunehmen und mit diesen Informationen auszutauschen. Jede Person sollte unabhängig von ihrem Grad der Teilnahme oder der Anzahl ihrer Beiträge den Facebook-Service nutzen können.

8. Gemeinwohl

Die Rechte und Pflichten von Facebook und den Personen, die Facebook nutzen, sollten in einer Erklärung der Rechte und Pflichten beschrieben werden, die nicht von den vorliegenden Grundsätzen abweichen

sollte.

9. Transparenz

Facebook sollte Informationen zu seinem Ziel, seinen Plänen, Richtlinien und Tätigkeiten öffentlich bereitstellen. Facebook sollte nach basisdemokratischem Muster ein Verfahren der Benachrichtigung mit anschließender Abgabe von Kommentaren einführen sowie einen Abstimmungsvorgang, um Beiträge und Diskurs zu Änderungen an den vorliegenden Grundsätzen oder an den Rechten und Pflichten zu fördern.

10. Eine Welt

Der Facebook-Service sollte geografische und nationale Grenzen überwinden und jedem Bürger dieser Welt zur Verfügung stehen.

Erklärung der Rechte und Pflichten

Diese Erklärung wurde auf Englisch (USA) verfasst. Bitte beachte, dass Abschnitt 16 einige Änderungen der allgemeinen Richtlinien für Nutzer außerhalb der USA enthält.

Letzte Überarbeitung: 22. April 2010

Impressum

Die Webseiten unter www.facebook.de und die auf diesen Seiten vorgehaltenen Dienste werden dir angeboten von:

Facebook Ireland Limited
Hanover Reach, 5-7 Hanover Quay, Dublin 2 Ireland
http://www.facebook.com/help/contact.php?show_form=impressum_contact

Vorstand:

Marc Andreessen, Jim Breyer, Donald Graham, Peter Thiel, Mark Zuckerberg

Facebook, Inc. ist eine nach dem Recht des Dublin, Ireland gegründete und registrierte Gesellschaft.
Registernummer: 462932.

Erklärung der Rechte und Pflichten

Die vorliegende Erklärung der Rechte und Pflichten („Erklärung“) beruht auf den Facebook-Grundsätzen und reguliert unsere Beziehung zu den Nutzern und anderen, die mit Facebook interagieren. Mit deiner Nutzung von Facebook oder dem Zugriff darauf stimmst du dieser Erklärung zu.

1. Privatsphäre

Deine Privatsphäre ist uns sehr wichtig. In unseren Datenschutzrichtlinien machen wir wichtige Angaben dazu, wie du Facebook zum Teilen von Inhalten mit anderen Nutzern verwenden kannst, und wie wir deine Inhalte und Informationen sammeln und verwenden können. Wir fordern dich auf die Datenschutzrichtlinien zu lesen und sie zu verwenden, um fundierte Entscheidungen zu treffen.

2. Der Austausch deiner Inhalte und Informationen

Dir gehören alle Inhalte und Informationen, die du auf Facebook postest. Zudem kannst du mithilfe deiner Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen kontrollieren, wie diese ausgetauscht werden. Ferner:

1. Für Inhalte, die unter die Rechte an geistigem Eigentum fallen, wie Fotos und Videos („IP-Inhalte“), erteilst du uns vorbehaltlich deiner Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen die folgende Erlaubnis: Du erteilst uns eine einfache, übertragbare, unterlizenzierbare, unentgeltliche, weltweite Lizenz für die Nutzung aller IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest („IP-Lizenz“). Diese IP-Lizenz endet, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto löschst, außer deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben sie nicht gelöscht.
2. Wenn du IP-Inhalte löschst, so werden sie auf eine Weise entfernt, die dem Leeren des Recyclingbehälters auf einem Computer gleichkommt. Allerdings sollte dir bewusst sein, dass entfernte Inhalte für eine angemessene Zeitspanne in Sicherheitskopien fortbestehen (für andere jedoch nicht zugänglich sind).
3. Wenn du eine Anwendung verwendest, stehen deine Inhalte und Informationen der Anwendung zur Verfügung. Wir verlangen, dass Anwendungen deine Privatsphäre respektieren. Deine Vereinbarung mit der Anwendung bestimmt, wie diese die Inhalte und Informationen nutzen, speichern und übertragen kann. (Weitere Informationen zur Plattform findest du in unseren Datenschutzrichtlinien und auf der Seite Über Plattform.)
4. Wenn du die Einstellung „Alle“ bei der Veröffentlichung von Inhalten oder Informationen verwendest, können alle Personen, einschließlich solcher, die Facebook nicht verwenden, auf diese Informationen zugreifen und sie verwenden und sie mit dir (d. h. deinem Namen und Profilbild) assoziieren.
5. Wir begrüßen grundsätzlich dein Feedback sowie deine Anregungen bezüglich Facebook. Du verstehst jedoch, dass wir diese verwenden können, ohne verpflichtet zu sein, dich dafür zu entschädigen (ebenso wie du nicht verpflichtet bist, uns diese anzubieten).

3. Sicherheit

Wir bemühen uns nach besten Kräften die Sicherheit von Facebook zu wahren, können diese jedoch nicht

garantieren. Wir benötigen dazu deine Hilfe. Dies umfasst die folgenden Verpflichtungen:

1. Du wirst keine nicht genehmigten Werbekommunikationen (beispielsweise Spam) auf Facebook versenden oder auf andere Art auf Facebook posten.
2. Du wirst mittels automatisierter Mechanismen (wie Bots, Roboter, Spider oder Scraper) keine Inhalte oder Informationen von Nutzern erfassen oder auf andere Art auf Facebook zugreifen, sofern du nicht unsere Erlaubnis hast.
3. Du wirst keine rechtswidrigen Strukturvertriebe, wie beispielsweise Schneeballsysteme, auf Facebook betreiben.
4. Du wirst keine Viren oder anderen bösartigen Code hochladen.
5. Du wirst keine Anmeldeinformationen einholen oder auf ein Konto zugreifen, das einer anderen Person gehört.
6. Du wirst andere Nutzer weder tyrannisieren noch einschüchtern oder schikanieren.
7. Du wirst keine Inhalte posten, die: verabscheuungswürdig, bedrohlich oder pornografisch sind, zu Gewalt auffordern oder Nacktheit oder Gewalt enthalten.
8. Du wirst keine externen Anwendungen entwickeln oder unterhalten, die alkoholspezifische oder andere für Minderjährige ungeeignete Inhalte (einschließlich Werbeanzeigen) enthalten, ohne entsprechende Altersbeschränkungen einzuhalten.
9. Ohne unsere schriftliche Einwilligung wirst du keine Wettbewerbe, Werbegeschenke oder Preisausschreiben („Werbeaktionen“) auf Facebook anbieten. Wenn wir unsere Einwilligung dazu geben, übernimmst du die vollständige Verantwortung für die Werbeaktion und wirst dich an unsere Richtlinien für Werbeaktionen und alle geltenden Gesetze halten.
10. Du wirst Facebook nicht verwenden, um rechtswidrige, irreführende, bösartige oder diskriminierende Handlungen durchzuführen.
11. Du wirst keine Handlungen durchführen, welche das einwandfreie Funktionieren von Facebook blockieren, überbelasten oder beeinträchtigen könnten, wie etwa Denial-of-Service Attacken.
12. Du wirst jegliche Verstöße gegen diese Erklärung weder unterstützen noch fördern.

4. Registrierung und Sicherheit der Konten

Facebook-Nutzer geben ihre wahren Namen und Daten an und wir benötigen deine Hilfe, damit dies so bleibt. Im Folgenden werden einige Verpflichtungen aufgeführt, die du bezüglich der Registrierung und der Wahrung der Sicherheit deines Kontos uns gegenüber eingehst:

1. Du wirst keine falschen persönlichen Informationen auf Facebook bereitstellen oder ohne Erlaubnis ein Profil für jemand anderes erstellen.
2. Du wirst nur ein persönliches Profil erstellen.
3. Wenn wir dein Konto sperren, wirst du ohne unsere Erlaubnis kein anderes Profil erstellen.
4. Du wirst dein persönliches Profil nicht zu deinem kommerziellen Nutzen verwenden (wie beispielsweise durch den Verkauf deiner Statusmeldung an Werbetreibende).
5. Du wirst Facebook nicht verwenden, wenn du unter 13 Jahre alt bist.
6. Du wirst Facebook nicht verwenden, wenn du ein registrierter Sexualstraftäter bist.
7. Deine Kontaktinformationen sind korrekt, und du wirst sie auf dem neuesten Stand halten.
8. Du wirst dein Passwort (oder deinen geheimen Schlüssel, wenn du Entwickler bist) nicht weitergeben, eine andere Person auf dein Konto zugreifen lassen oder anderweitige Handlungen durchführen, die die Sicherheit deines Kontos gefährden könnten.
9. Du wirst dein Konto (einschließlich einer von dir verwalteten Seite oder Anwendung) an niemanden übertragen, ohne vorher unsere schriftliche Erlaubnis einzuholen.
10. Wenn du einen Nutzernamen für dein Konto auswählst, behalten wir uns das Recht vor, diesen zu entfernen oder zurückzufordern, sollten wir dies als notwendig erachten (zum Beispiel, wenn der Inhaber einer Marke eine Beschwerde über einen Nutzernamen einreicht, welcher nicht dem echten Namen eines Nutzers entspricht).

5. Schutz der Rechte anderer Personen

Wir respektieren die Rechte anderer und erwarten von dir, dass du dies auch tust.

1. Du wirst keine Inhalte auf Facebook posten oder Handlungen auf Facebook durchführen, welche die Rechte einer anderen Person oder das Gesetz verletzen.
2. Wir können sämtliche Inhalte und Informationen, die du auf Facebook gepostet hast, entfernen, wenn wir der Ansicht sind, dass diese gegen die vorliegende Erklärung verstoßen.
3. Wir werden dir Hilfsmittel zur Verfügung stellen, mit denen du deine Rechte an geistigem Eigentum

schützen kannst. Mehr dazu erfährst du auf der Seite zum Melden von Beschwerden über eine Verletzung an geistigem Eigentum.

4. Wenn wir deine Inhalte entfernen, weil diese die Urheberrechte eines anderen verletzen, und du der Ansicht bist, dass es sich dabei um einen Fehler handelt, werden wir dir die Gelegenheit zu einer Gegendarstellung geben.

5. Wenn du wiederholt die Rechte an geistigem Eigentum anderer verletzt, werden wir gegebenenfalls dein Konto sperren.

6. Du wirst unsere Urheberrechte und Markenzeichen (einschließlich Facebook, die Facebook- und F-Logos, FB, Face, Poke, Wall und 32665) oder andere ähnliche und daher leicht zu verwechselnde Zeichen nicht ohne unsere schriftliche Erlaubnis verwenden.

7. Wenn du Informationen von Nutzern erfasst, dann wirst du Folgendes tun: Ihre Zustimmung einholen, klarstellen, dass du (und nicht Facebook) ihre Informationen sammelst, und Datenschutzrichtlinien bereitstellen, in denen du erklärst, welche Informationen du sammelst und wie du diese verwenden wirst.

8. Du wirst keine Ausweispapiere oder sensiblen finanziellen Daten auf Facebook posten.

9. Du wirst Personen, die keine Nutzer sind, ohne ihre Einverständniserklärung weder markieren noch ihnen E-Mail-Einladungen schicken.

6. Handy

1. Derzeit stellen wir unsere Handydienste kostenlos bereit. Beachte jedoch, dass die normalen Sätze und Gebühren deines Mobilfunkanbieters wie beispielsweise SMS-Gebühren weiterhin gelten.

2. Falls du deine Handynummer änderst oder deaktivierst, wirst du deine Kontoinformationen auf Facebook innerhalb von 48 Stunden aktualisieren, um sicherzustellen, dass deine Nachrichten nicht an die Person gesendet werden, die deine alte Nummer übernimmt.

3. Du gewährst alle notwendigen Rechte, damit Nutzer(auch über eine Anwendung) ihre Kontaktlisten mit grundlegenden Informationen und Kontaktinformationen, die für sie auf Facebook sichtbar sind, sowie ihren Namen und ihr Profilbild, synchronisieren können.

7. Zahlungen

Wenn du Zahlungen auf Facebook durchführst oder Facebook-Gutschriften verwendest, stimmst du unseren Zahlungsbedingungen zu.

8. Besondere Bestimmungen für geteilte Links

Wenn du unsere „Teilen“-Schaltfläche in deine Webseite integrierst, unterliegst du den folgenden zusätzlichen Bedingungen:

1. Wir erteilen dir die Erlaubnis die „Teilen“-Schaltfläche von Facebook zu verwenden, damit Nutzer Links oder Inhalte von deiner Webseite auf Facebook posten können.

2. Du erteilst uns und anderen Nutzern die Erlaubnis, derartige Links und Inhalte auf Facebook zu verwenden.

3. Du wirst keine „Teilen“-Schaltfläche auf einer Seite platzieren, deren Inhalte gegen die vorliegende Erklärung verstoßen würden, wenn sie bei Facebook gepostet werden.

9. Besondere Bestimmungen für Entwickler/Betreiber von Anwendungen und Webseiten

Falls du ein Entwickler oder Betreiber einer Plattform-Anwendung oder einer Webseite sein solltest, welche Connect („Anwendung“) oder die Plattform auf eine andere Weise verwendet (und nach deutschem Recht kein Verbraucher bist), dann gelten die folgenden Bedingungen für dich:

1. Du bist für deine Anwendung, dessen Inhalte und jegliche Verwendung der Plattform verantwortlich. Dies bedeutet auch, dass deine Anwendung oder die Nutzung der Plattform unsere Grundsätze und Richtlinien für Entwickler und unsere Werberichtlinien einhält.

2. Dein Zugriff auf Daten, die du von Facebook erhältst, sowie deren Verwendung ist auf Folgendes beschränkt:

1. Du wirst nur Daten anfordern, die du zum Betrieb deiner Anwendung benötigst.

2. Du wirst Datenschutzrichtlinien haben, die anderen Nutzern mitteilen, welche Nutzerdaten du verwenden wirst und auf welche Weise diese verwendet, angezeigt, weitergegeben oder übertragen werden.

3. Du wirst die Daten von Nutzern nicht auf eine Weise verwenden, anzeigen, weitergeben oder übertragen, die nicht mit deinen Datenschutzrichtlinien im Einklang steht.

4. Du wirst alle Daten von Nutzern, die du von uns erhältst, auf Aufforderung des jeweiligen Nutzers

löschen und einen Mechanismus zur Erstellung einer solchen Aufforderung durch den Nutzer bereitstellen.

5. Du wirst keine von uns über einen Nutzer erhaltenen Daten in Werbeanzeigen aufnehmen.

6. Du wirst die von uns erhaltenen Daten weder direkt noch indirekt an ein Werbenetzwerk, einen Werbeaustauschdienst, einen Datenvermittler oder ein sonstiges werberelevantes Toolset übertragen (oder diese Daten in Verbindung mit den Vorgenannten verwenden), selbst wenn ein Nutzer dieser Übertragung oder Verwendung zustimmt.

7. Wir können deinen Zugriff auf Daten einschränken.

8. Du wirst alle sonstigen Einschränkungen einhalten, die in unseren Grundsätzen und Richtlinien für Entwickler enthalten sind.

3. Du wirst uns keine Informationen übergeben, die du eigenständig von einem Nutzer oder dessen Inhalten erfasst hast, ohne dessen Einwilligung eingeholt zu haben.

4. Du wirst es den Nutzern leicht machen deine Anwendung zu entfernen oder die Verbindung dazu aufzuheben.

5. Du wirst den Nutzern die Kontaktaufnahme mit dir leicht machen. Wir dürfen deine E-Mail-Adresse auch an Nutzer und andere Personen weiterleiten, die behaupten, dass du ihre Rechte verletzt hast.

6. Du wirst für deine Anwendung eine Kundenbetreuung anbieten.

7. Du wirst weder Werbeanzeigen von Dritten noch Internetsuchfelder auf Facebook anzeigen.

8. Wir gewähren dir alle erforderlichen Rechte zur Verwendung des Codes, der APIs, der Daten und der Hilfsmittel, die du von uns erhältst.

9. Du wirst unseren Code, unsere APIs oder Hilfsmittel an niemanden verkaufen, übertragen oder eine Unterlizenz dafür erteilen.

10. Du wirst deine Beziehung zu Facebook anderen gegenüber nicht falsch darstellen.

11. Du kannst die Logos, die wir für Entwickler zur Verfügung stellen, verwenden oder eine Pressemitteilung oder eine sonstige öffentliche Stellungnahme herausgeben, solange du unsere Grundsätze und Richtlinien für Entwickler befolgst.

12. Wir können eine Pressemitteilung veröffentlichen, in der wir unsere Beziehung zu dir beschreiben.

13. Du wirst alle geltenden Gesetze einhalten. Insbesondere wirst du (falls zutreffend) Folgendes tun:

1. eine Richtlinie für das Entfernen von verletzenden Inhalten und die Kündigung der Konten von Wiederholungstätern aufstellen, die dem „Digital Millennium Copyright Act“ entspricht.

2. den Video Privacy Protection Act (US-Gesetz zum Videodatenschutz, kurz „VPPA“) befolgen und jede notwendige Einwilligung von Nutzern einholen, damit Nutzerdaten, die dem VPPA unterliegen, auf Facebook gemeinsam verwendet werden dürfen. Du versicherst, dass keine Offenlegung uns gegenüber in direktem Zusammenhang zu deinem gewöhnlichen Geschäftsverkehr steht.

14. Wir garantieren nicht, dass die Facebook-Plattform stets kostenlos sein wird.

15. Du gibst uns alle notwendigen Rechte, damit deine Anwendung auf Facebook funktionieren kann, einschließlich des Rechts, die uns von dir zur Verfügung gestellten Inhalte und Informationen in Nachrichtenflüsse, Profile und Meldungen über Handlungen von Nutzern zu integrieren.

16. Du gibst uns das Recht, Links zu deiner Anwendung zur Verfügung zu stellen, deine Anwendung einzurahmen sowie andere Inhalte, einschließlich Werbeanzeigen, zusammen mit deiner Anwendung anzuzeigen.

17. Wir können deine Anwendung, Inhalte und Daten zu jeglichem Zweck, einschließlich kommerziellen Zwecken (wie die Bereitstellung von Werbung für bestimmte Zielgruppen und die Indexierung von Inhalten für die Suche), analysieren.

18. Um zu gewährleisten, dass deine Anwendung sicher für die Nutzer ist, können wir sie überprüfen.

19. Wir können Anwendungen erstellen, die über ähnliche Funktionen und Dienstleistungen wie deine Anwendung verfügen oder anderweitig mit deiner Anwendung konkurrieren.

10. Über Werbung auf Facebook

Unser Ziel ist es Werbeanzeigen nicht nur für Werbetreibende sondern auch für dich wertvoll zu gestalten. Damit dies möglich ist, erklärst du dich mit Folgendem einverstanden:

1. Du kannst über deine Privatsphäre-Einstellungen einschränken, inwiefern dein Name und dein Profilbild mit kommerziellen oder gesponserten Inhalten verbunden werden können, die von uns zur Verfügung gestellt werden. Du erteilst uns die Erlaubnis, vorbehaltlich der von dir festgelegten Einschränkungen, deinen Namen und dein Profilbild in Verbindung mit diesen Inhalten zu verwenden.

2. Wir geben deine Inhalte und Informationen nicht ohne deine Zustimmung an Werbetreibende weiter.

3. Du verstehst, dass wir bezahlte Dienstleistungen und Kommunikationen möglicherweise nicht immer als

solche identifizieren.

11. Besondere Bestimmungen für Werbetreibende

Du kannst deine individuelle Zielgruppe ansprechen, indem du Werbeanzeigen auf Facebook oder unserem Herausgebernnetzwerk kaufst. Wenn du einen Auftrag über unser Online-Werbeportal („Auftrag“) erteilst, gelten die folgenden zusätzlichen Bedingungen für dich:

1. Wenn du einen Auftrag erteilst, wirst du uns die Art der Werbung, die du kaufen möchtest, den Betrag, den du ausgeben möchtest, sowie dein Gebot mitteilen. Wenn wir deinen Auftrag akzeptieren, zeigen wir deine Werbeanzeigen an, sobald Werbefläche verfügbar wird.
 2. Die Bezahlung für deine Aufträge erfolgt gemäß der Zahlungsbedingungen. Der von dir zu entrichtende Betrag wird auf der Grundlage unserer Nachverfolgungsmechanismen errechnet.
 3. Deine Werbeanzeigen müssen unsere Werberichtlinien erfüllen.
 4. Wir bestimmen die Größe, Platzierung sowie Positionierung deiner Werbeanzeigen.
 5. Wir können die Aktivität, die deine Werbeanzeigen erhalten, wie beispielsweise die Anzahl der Klicks, nicht garantieren.
 6. Wir können die Art der Interaktion anderer mit deinen Werbeanzeigen nicht kontrollieren und sind nicht für Klickbetrug oder andere unzulässige Handlungen verantwortlich, die sich auf die Kosten für die Schaltung von Werbeanzeigen auswirken. Wir verfügen jedoch über Systeme zur Erkennung und Filterung bestimmter auffälliger Aktivitäten. Weitere Informationen dazu findest du hier.
 7. Du kannst deinen Auftrag jederzeit über unser Online-Portal stornieren, jedoch kann es bis zu 24 Stunden dauern, bevor deine Werbeanzeige nicht mehr erscheint. Du bist für die Bezahlung dieser Werbeanzeigen verantwortlich.
 8. Unsere Lizenz zum Schalten deiner Werbeanzeige endet, nachdem wir deinen Auftrag abgeschlossen haben. Wenn Nutzer mit deiner Werbeanzeige interagiert haben, verstehst du jedoch, dass deine Werbeanzeige solange angezeigt werden kann, bis sie von den Nutzern gelöscht wird.
 9. Wir können deine Werbeanzeigen und die damit verbundenen Inhalte und Informationen zu Marketing- oder Werbezwecken verwenden.
 10. Du wirst ohne schriftliche Erlaubnis keine Pressemitteilung veröffentlichen oder öffentliche Erklärungen über deine Beziehung zu Facebook abgeben.
 11. Wir dürfen eine Werbeanzeige aus beliebigem Grund ablehnen oder entfernen.
- Wenn du Werbeanzeigen im Namen eines anderen schaltest, müssen wir sicherstellen, dass du die Erlaubnis dazu hast, wozu Folgendes gehört:
12. Du versicherst, dass du rechtlich dazu befugt bist den Werbetreibenden an diese Erklärung zu binden.
 13. Du erklärst dich damit einverstanden, dass wir dich verantwortlich machen können, falls der von dir vertretene Werbetreibende gegen diese Erklärung verstößt.

12. Besondere Bestimmungen für Seiten

Wenn du eine Seite auf Facebook erstellst oder verwaltest, stimmst du unseren Nutzungsbedingungen für Seiten zu.

13. Änderungen

1. Wir können diese Erklärung ändern und werden dich über die Facebook Site Governance-Seite darüber informieren und dir eine Möglichkeit zur Reaktion auf die entsprechende(n) Änderung(en) geben. Um zukünftig Informationen zu Änderungen an dieser Erklärung zu erhalten, werde ein Fan der Facebook Site Governance-Seite.
2. Bei Änderungen der Abschnitte 7, 8, 9 und 11 (Abschnitte über Zahlungen, Anwendungsentwickler, Webseitenbetreiber und Werbetreibende), werden wir dich mindestens drei Tage im Voraus benachrichtigen. Bei allen anderen Änderungen wirst du von uns mindestens sieben Tage im Voraus benachrichtigt. Alle Kommentare müssen ausnahmslos auf der Site Governance-Seite hinterlassen werden.
3. Wenn mehr als 7000 Nutzer einen Kommentar zu einer geplanten Änderung hinterlassen, erhältst du außerdem die Gelegenheit an einer Abstimmung teilzunehmen, bei der Alternativen vorgeschlagen werden. Das Ergebnis ist bindend für uns, wenn sich mehr als 30 Prozent der aktiven registrierten Nutzer (ab dem Benachrichtigungsdatum) an der Abstimmung beteiligen.
4. Wir dürfen Änderungen aus rechtlichen oder administrativen Gründen oder zur Berichtigung einer falschen Aussage nach Benachrichtigung auch ohne die Möglichkeit von Kommentaren vornehmen.

14. Beendigung

Wenn du gegen den Inhalt oder den Geist dieser Erklärung verstößt oder anderweitig mögliche rechtliche

Risiken für uns erzeugt, können wir die Bereitstellung von Facebook für dich ganz oder teilweise einstellen. Wir werden dich per E-Mail oder wenn du dich das nächste Mal für dein Konto anmeldest darüber informieren. Du kannst außerdem jederzeit dein Konto löschen oder deine Anwendung sperren. In all diesen Fällen wird diese Erklärung beendet, wobei die folgenden Bestimmungen ihre Gültigkeit beibehalten: 2.2, 2.4, 3-5, 8.2, 9.1-9.3, 9.9, 9.10, 9.13, 9.15, 9.18, 10.3, 11.2, 11.5, 11.6, 11.9, 11.12, 11.13 und 14-18.

15. Streitfälle

1. Du wirst sämtliche Ansprüche, Klagegegenstände oder Streitfälle („Anspruch“), die du uns gegenüber hast und die sich aus dieser Erklärung oder aus Facebook oder in Verbindung damit ergeben, ausschließlich vor einem Staats- oder Bundesgericht in Santa Clara County, Kalifornien, klären. Diese Erklärung sowie alle Ansprüche, die möglicherweise zwischen dir und uns entstehen, unterliegen den Gesetzen des Bundesstaates Kalifornien, unter Ausschluss der Grundsätze des Kollisionsrechts. Du erklärst dich damit einverstanden, dich bei einem Prozess über alle derartigen Ansprüche der personenbezogenen Zuständigkeit der Gerichte in Santa Clara County, Kalifornien, zu unterwerfen.

2. Wenn jemand einen Anspruch bezüglich deiner Handlungen, deiner Inhalte oder deiner Informationen auf Facebook gegen uns erhebt, wirst du uns von sämtlichen Schäden, Verlusten und Ausgaben (einschließlich angemessener Anwaltshonorare und Rechtskosten) schadlos halten.

3. WIR BEMÜHEN UNS FACEBOOK IN BETRIEB, FEHLERFREI UND SICHER ZU HALTEN, JEDOCH ERFOLGT DEINE NUTZUNG VON FACEBOOK AUF EIGENES RISIKO. WIR STELLEN FACEBOOK IM VORLIEGENDEN ZUSTAND („AS IS“) OHNE JEGLICHE AUSDRÜCKLICHE ODER KONKLUDENTE GARANTIE BEREIT, EINSCHLIESSLICH, JEDOCH NICHT BESCHRÄNKT AUF KONKLUDENTE GARANTIE DER MARKTGÄNGIGKEIT, EIGNUNG FÜR EINEN BESTIMMTEN ZWECK UND NICHT-VERLETZUNG DER RECHTE DRITTER. WIR GARANTIEREN DIE SICHERHEIT VON FACEBOOK NICHT. FACEBOOK IST NICHT VERANTWORTLICH FÜR DIE HANDLUNGEN, INHALTE, INFORMATIONEN ODER DATEN DRITTER UND DU ENTBINDEST UNS, UNSERE MITGLIEDER DES AUFSICHTSRATES/VORSTANDES, LEITENDEN ANGESTELLTEN, MITARBEITER UND VERTRETER VON JEDWEDER HAFTUNG FÜR ANSPRÜCHE UND SCHÄDEN JEGLICHER ART, OB BEKANNT ODER UNBEKANNT, DIE SICH AUS EINEM STREITFALL MIT DRITTEN ERGEBEN ODER DAMIT IN VERBINDUNG STEHEN. WENN DU EIN BÜRGER DES STAATES KALIFORNIEN BIST, VERZICHEST DU AUF DEINE RECHTE GEMÄSS CALIFORNIA CIVIL CODE §1542, DER FOLGENDES BESAGT: „EIN ALLGEMEINER VERZICHT ERSTRECKT SICH NICHT AUF DIE HAFTUNGSANSPRÜCHE, DIE DEM GLÄUBIGER NICHT BEKANNT SIND ODER VON DEREN EXISTENZ ZU SEINEN GUNSTEN ER ZUM ZEITPUNKT DER VERZICHTERKLÄRUNG NICHTS AHNT, UND DIE, WENN SIE IHM BEKANNT WÄREN, SEINE FORDERUNGEN AN DEN SCHULDNER NACHHALTIG BEEINFLUSST HABEN MÜSSTEN.“ WIR ÜBERNEHMEN DIR GEGENÜBER KEINE HAFTUNG FÜR ENTGANGENE GEWINNE ODER ANDERE FOLGESCHÄDEN, SPEZIELLE, INDIREKTE ODER BEILÄUFIG ENTSTANDENE SCHÄDEN, DIE SICH AUS DIESER ERKLÄRUNG ODER AUS FACEBOOK ODER IN VERBINDUNG DAMIT ERGEBEN, SELBST WENN WIR VON DER MÖGLICHKEIT DERARTIGER SCHÄDEN IN KENNTNIS GESETZT WURDEN. UNSERE GESAMTE HAFTUNG, DIE SICH AUS DIESER ERKLÄRUNG ODER AUS FACEBOOK ERGIBT, IST AUF EINHUNDERT US-DOLLAR (100 USD) ODER DEN BETRAG BEGRENZT, DEN DU IN DEN VERGANGENEN ZWÖLF MONATEN AN UNS ENTRICHTET HAST, JE NACHDEM, WELCHER BETRAG GRÖßER IST. DIE GELTENDEN GESETZE ERLAUBEN MÖGLICHERWEISE KEINE EINSCHRÄNKUNG ODER DEN AUSSCHLUSS DER HAFTUNG FÜR BEILÄUFIG ENTSTANDENE ODER FOLGESCHÄDEN, SODASS DIE OBEN GENANNT EINSCHRÄNKUNG BZW. DER OBEN GENANNT AUSSCHLUSS MÖGLICHERWEISE NICHT AUF DICH ZUTRIFFT. IN DIESEN FÄLLEN IST DIE HAFTUNG VON FACEBOOK AUF DEN GESETZLICH MAXIMAL ERLAUBTEN UMFANG BESCHRÄNKT.

16. Besondere Bestimmungen für Nutzer außerhalb der USA

Wir versuchen eine globale Gemeinschaft zu schaffen, deren Standards einheitlich sind und für alle Mitglieder gelten. Allerdings bemühen wir uns dabei auch die regionalen Gesetze zu berücksichtigen. Die folgenden Bestimmungen sind für Nutzer außerhalb der USA bindend:

1. Du bist damit einverstanden, dass deine persönlichen Daten in die USA weitergeleitet und dort verarbeitet werden.
2. Du wirst Facebook nicht für kommerzielle Zwecke (wie Werbung oder Zahlungen) nutzen oder eine Plattform-Anwendung sowie -Webseite betreiben, wenn du in einem Land lebst, das von den USA mit einem Embargo verhängt wurde, oder wenn du auf der Liste der „Specially Designated Nationals“ (SDN-Sanktionsliste) des US-Finanzministeriums geführt wirst.
3. Für Nutzer mit Wohnsitz in Deutschland:

1. Ziffer 2 gilt mit der Maßgabe, dass unsere Nutzung dieser Inhalte auf die Verwendung auf oder in Verbindung mit Facebook beschränkt ist.
2. Ziffer 15.1 wird ersetzt durch: Diese Erklärung unterliegt deutschem Recht.
3. Ziffer 15.3 wird ersetzt durch: Wir sind ausschließlich wie folgt haftbar: Wir haften unbeschränkt gemäß den gesetzlichen Bestimmungen (i) für Schäden die aus der Verletzung von Leben, Körper oder Gesundheit entstehen; (ii) bei Vorsatz; (iii) bei grober Fahrlässigkeit; und (iv) gemäß dem Produkthaftungsgesetz. Ohne dass dies das Vorstehende einschränkt haften wir für leichte Fahrlässigkeit nur im Falle der Verletzung einer „wesentlichen“ Pflicht aus diesem Vertrag. „Wesentliche“ Pflichten in diesem Sinne sind Pflichten, die für die Erfüllung des Vertrags nötig sind, deren Verletzung die Erreichung des Vertragszwecks in Frage stellen würde, und auf deren Einhaltung du daher regelmäßig vertrauen darfst. In diesen Fällen ist die Haftung beschränkt auf typische und vorhersehbare Schäden; in sonstigen Fällen besteht keine Haftung für leichte Fahrlässigkeit.
4. Abweichend von Ziffer 13 treten Änderungen 30 Tage nach dem Datum in Kraft, an dem wir über die geplanten Änderungen informiert haben. Wenn du die Änderungen nicht akzeptieren möchtest, musst du dein Konto löschen, und wenn du dies nicht tust, gilt das als Annahme der Änderungen. Wir werden dich in unserer die Änderungen ankündigenden E-Mail auf diese 30-Tages-Frist und ihre Bedeutung besonders hinweisen.

17. Definitionen

1. „Facebook“ umfasst alle Funktionen und Dienstleistungsangebote, die wir einschließlich über (a) unsere Webseite unter www.facebook.com und alle anderen mit der Facebook-Marke versehenen oder gemeinschaftlich vermarkteten Webseiten (einschließlich Unterdomains, internationaler und Handyversionen sowie Widgets); (b) unsere Plattform und (c) andere bereits bestehende oder künftig entwickelte Medien, Software (wie eine Symbolleiste), Geräte oder Netzwerke bereitstellen.
2. Mit „uns“, „wir“ und „unser(e)“ bezeichnen wir Facebook, Inc. oder, wenn du dich außerhalb der USA befindest, Facebook Ireland Limited.
3. Mit dem Begriff „Plattform“ wird ein Satz von Anwendungsprogrammierschnittstellen (API) und Diensten bezeichnet, über die andere, wie u. a. Anwendungsentwickler und Website-Betreiber, Daten von Facebook abrufen oder uns Daten bereitstellen können.
4. Mit „Informationen“ beziehen wir uns auf Fakten und andere Informationen über dich, inklusive Handlungen, die du durchführst.
5. Mit „Inhalten“ ist alles gemeint, was du auf Facebook postest, und das nicht durch die Definition von „Informationen“ abgedeckt wird.
6. „Daten“ bezeichnet Inhalte und Informationen, die Dritte von Facebook abrufen oder Facebook über die Plattform zur Verfügung stellen können.
7. Wenn uns Inhalte durch das Posten auf Facebook oder anderweitig zur Verfügung gestellt werden (wie beispielsweise durch die Nutzung einer Anwendung), so wird dies als „Posten“ bezeichnet.
8. „Verwenden“ bezieht sich auf das Verwenden, Kopieren, öffentliche Vorführen oder Anzeigen, Verbreiten, Modifizieren, Übersetzen und Erstellen von abgeleiteten Versionen.
9. „Aktive, registrierte Nutzer“ verweist auf Nutzer, die sich innerhalb der vergangenen 30 Tage mindestens einmal bei Facebook angemeldet haben.
10. Mit „Anwendung“ wird auf Anwendungen und Websites verwiesen, welche die Plattform und andere Systeme, die Daten von uns empfangen, verwenden oder darauf zugreifen.

18. Sonstiges

1. Diese Erklärung stellt die gesamte Vereinbarung zwischen den Parteien in Bezug auf Facebook dar und ersetzt alle zuvor getroffenen Vereinbarungen.
2. Wenn irgendein Abschnitt dieser Erklärung für nicht durchsetzbar erachtet wird, bleibt die Gültigkeit aller anderen Abschnitte davon unberührt.
3. Das Versäumnis von Facebook, eine Bestimmung dieser Erklärung durchzusetzen, stellt keinen Verzicht auf die jeweilige Bestimmung dar.
4. Alle Änderungen dieser Erklärung oder der Verzicht darauf müssen in schriftlicher Form erfolgen und von uns unterzeichnet werden.
5. Du wirst weder deine Rechte noch deine Pflichten gemäß dieser Erklärung ohne unsere Einwilligung an andere übertragen.
6. Sämtliche Rechte und Pflichten, die wir gemäß dieser Erklärung haben, sind durch uns in Verbindung mit einer Fusion, einer Akquisition, dem Verkauf von Vermögenswerten oder kraft Gesetzes oder anderweitig

frei abtretbar.

7. Kein Teil dieser Erklärung darf uns an der Befolgung der Gesetze hindern.

8. Diese Erklärung gewährt dritten Parteien keine Besitzrechte.

Du kannst zudem folgende Dokumente hinzuziehen:

- **Datenschutzrichtlinien:** Die Datenschutzrichtlinien legen dar, wie wir Informationen sammeln und verwenden.
- **Zahlungsbedingungen:** Diese zusätzlichen Bedingungen betreffen alle Zahlungen, die auf oder mithilfe von Facebook durchgeführt werden.
- **Über Plattform:** Diese Seite erläutert, was passiert, wenn du eine Anwendung einer dritten Partei zu deinem Konto hinzufügst oder Facebook-Connect verwendest. Unter anderem zeigt die Seite, wie Anwendungen auf deine Daten zugreifen und diese verwenden können.
- **Grundsätze und Richtlinien für Entwickler:** Diese Richtlinien skizzieren die Regeln, denen Anwendungen und Connect-Seiten unterliegen.
- **Werberichtlinien:** Diese Richtlinien skizzieren die Regeln, denen Werbeanzeigen auf Facebook unterliegen.
- **Richtlinien für Werbekampagnen:** Diese Richtlinien beinhalten die Regeln, welche zutreffen, wenn du zuvor eine schriftliche Zusage von uns erhalten hast, dass du Wettbewerbe, Wettspiele und andere Arten von Werbeaktionen auf Facebook anbieten darfst.
- **Melden von Beschwerden über Verletzungen geistigen Eigentums**
- **Einspruch gegen Beschwerden über eine Urheberrechtsverletzung**
- **Nutzungsbedingungen für Seiten**

Durch das Anklicken der folgenden Links kannst du auf die Erklärung der Rechte und Pflichten in verschiedenen Sprachen zugreifen:

- Französische Übersetzung (Français)
- Italienische Übersetzung (Italiano)
- Deutsche Übersetzung (Deutsch)
- Spanische Übersetzung (Español)

Facebook © 2010

Facebook-Datenschutzrichtlinien.

Letzte Überarbeitung: 22 April 2010

Die vorliegenden Richtlinien sind in acht Abschnitte gegliedert, zu denen du durch Anklicken der nachstehenden Links auch direkt gelangst:

1. Einleitung
2. Informationen, die wir erhalten
3. Informationen, die du mit Dritten teilst
4. Wie man Informationen mit anderen auf Facebook teilen
5. Verwendung deiner Informationen durch uns
6. Weitergabe von Informationen durch uns
7. Ansehen, Ändern oder Entfernen von Informationen durch dich
8. Schutz der Informationen durch uns
9. Sonstige Bestimmungen

1. Einleitung

Fragen. Solltest du Fragen oder Bedenken hinsichtlich unserer Datenschutzrichtlinien haben, dann wende dich bitte über diese Hilfeseite an unser Datenschutz-Team. Du kannst uns aber auch schreiben. Die Postanschrift lautet: 1601 S. California Avenue, Palo Alto, CA 94304.

TRUSTe Datenschutzprogramm. Facebook ist lizenziert durch das TRUSTe Privacy Seal Program (Datenschutzprogramm). Das bedeutet, dass unsere Datenschutzrichtlinien und -verfahren von TRUSTe geprüft wurden. TRUSTe ist eine unabhängige Organisation, deren Tätigkeitsschwerpunkt die Prüfung von Datenschutz- und Sicherheitsvorschriften und -verfahren auf Einhaltung ihrer strikten Programmvorgaben ist. Die vorliegenden Datenschutzrichtlinien gelten für die Webseite www.facebook.com. Das TRUSTe Datenschutzprogramm gilt nur für solche Informationen, die über diese Webseite gesammelt werden. Andere Informationen wie beispielsweise solche, die u. U. über von Facebook heruntergeladene Software erfasst werden, sind nicht Bestandteil dieses Programms.

Solltest du Beschwerden hinsichtlich unserer Richtlinien oder Vorgehensweisen haben, dann teile uns diese bitte entweder über diese Hilfeseite mit. Wenn du unsere Antwort nicht als zufriedenstellend ansiehst, kannst du dich an TRUSTe wenden.

Safe Harbor. Facebook hält sich des Weiteren an die Safe-Harbor-Bestimmungen des US-Handelsministeriums und der Europäischen Union. In Verbindung mit unserer Teilnahme an Safe Harbor haben wir uns damit einverstanden erklärt, sämtliche Streitigkeiten, die du mit uns in Bezug auf unsere Richtlinien und Verfahrensweisen hast, durch TRUSTe beizulegen. Unsere Zertifizierung kann auf der Safe Harbor-Website des US-Handelsministeriums eingesehen werden.

Geltungsbereich. Diese Datenschutzrichtlinien gelten für alle Aspekte von Facebook. Sie haben jedoch keine Gültigkeit für Körperschaften, die nicht Eigentum von Facebook sind oder von Facebook kontrolliert werden, wie Anwendungen und Webseiten, welche die Plattform verwenden. Durch die Nutzung von oder den Zugang zu Facebook erklärst du dich mit unseren hier dargelegten Datenschutzverfahren einverstanden.

Keine Entgegennahme von Informationen von Kindern unter 13 Jahren. Wenn du jünger als 13 Jahre alt bist, versuche bitte nicht dich für Facebook zu registrieren oder uns personenbezogene Daten über dich zur Verfügung zu stellen. Sollten wir feststellen, dass wir personenbezogene Informationen von einem Kind unter 13 Jahren gesammelt haben, werden wir diese Informationen schnellstmöglich löschen. Wenn du der Ansicht bist, dass wir im Besitz von Informationen von einem Kind unter 13 Jahren sind, wende dich bitte über diese Hilfeseite an uns.

Mitwirkung von Eltern. Wir empfehlen dringend, dass Minderjährige ab 13 Jahren ihre Eltern um Erlaubnis bitten, bevor sie Informationen über sich im Internet preisgeben, und wir möchten Eltern dazu anhalten, ihre Kinder in der sicheren Nutzung des Internet zu unterweisen. Materialien, die Eltern nützlich sein können, um mit ihren Kindern über den sicheren Gebrauch des Internets zu sprechen, befinden sich auf dieser Hilfeseite

hinterlegt.

2. Informationen die wir erhalten

Von dir bereitgestellte Informationen:

Informationen über dich selbst. Bei deiner Facebook-Registrierung gibst du deinen Namen, deine E-Mail-Adresse, dein Geschlecht und dein Geburtsdatum an. Während des Registrierungsvorgangs kannst du dich mit deinen Freunden, Schulen und Arbeitgebern verbinden. Du kannst außerdem ein Bild von dir hinzufügen. In manchen Fällen bitten wir dich aus Sicherheitsgründen oder zwecks Erbringung bestimmter Dienstleistungen um weitere Informationen. Sobald du dich registriert hast, kannst du weitere Informationen über dich zur Verfügung stellen, indem du dich zum Beispiel mit Folgendem verbindest: aktueller Wohnort, Heimatstadt, Familie, Beziehungen, Netzwerke, Aktivitäten, Interessen und Orte. Du kannst außerdem persönliche Informationen über dich angeben, wie zum Beispiel politische Einstellung und religiöse Ansichten.

Inhalte. Einer der vorrangigen Gründe, warum Menschen Facebook nutzen, ist der Wunsch, Inhalte mit anderen zu teilen. Das geschieht beispielsweise, wenn du deinen Status aktualisierst, Fotos hochlädst oder aufnimmst, Videos hochlädst oder aufzeichnest, einen Link mit anderen teilst, eine Veranstaltung erstellst, eine Gruppe gründest, einen Kommentar verfasst, etwas an die Pinnwand eines anderen schreibst, eine Notiz verfasst oder einer anderen Person eine Nachricht schickst. Falls du nicht möchtest, dass wir Metadaten speichern, die mit Inhalten verbunden sind, die du auf Facebook mit anderen teilst (beispielsweise Fotos), entferne diese Metadaten bitte, bevor du den Inhalt hochlädst.

Transaktionsbezogene Daten. Gegebenenfalls speichern wird die Einzelheiten über von dir auf Facebook durchgeführte Transaktionen oder Zahlungen. Wenn du nicht möchtest, dass wir die Kontonummer deiner Zahlungsquelle speichern, kannst du diese auf deiner Zahlungsseite entfernen.

Informationen über Freunde. Wir bieten Werkzeuge zum Importieren von Kontaktdaten an, mit denen du die Adressen deiner Freunde hochladen und deine Freunde auf Facebook finden sowie diejenigen Kontakte einladen kannst, die noch kein Facebook-Konto haben. Wenn du nicht möchtest, dass wir diese Informationen speichern, gehe bitte auf diese Hilfeseite. Wenn du uns dein Passwort mitteilst, mit dem diese Kontakte erneut abgerufen werden können, speichern wir dein Passwort nicht, nachdem du die Daten deiner Kontakte hochgeladen hast.

Bei Deiner Interaktionen mit Facebook von uns gesammelte Informationen:

Informationen über Verhalten auf der Webseite. Wir verfolgen einige deiner Handlungen auf Facebook, beispielsweise, wenn du Verbindungen hinzufügst (auch wenn du einer Gruppe beitretest oder einen Freund/eine Freundin hinzufügst), ein Fotoalbum erstellst, ein Geschenk verschenkst, einen anderen Nutzer anstupst, zu erkennen gibst, dass dir ein Beitrag „gefällt“, an einer Veranstaltung teilnimmst oder eine Anwendung autorisierst. In manchen Fällen gilt es auch als Aktivität, wenn du uns Informationen oder Inhalte übermittelst. Wenn du zum Beispiel ein Video mit anderen teilst, dann kann es geschehen, dass wir zusätzlich zur Speicherung des tatsächlich hochgeladenen Inhalts auch die Tatsache protokollieren, dass du das Video mit anderen geteilt hast.

Zugriff auf Informationen von Zugangsgeräten. Wenn du über einen Computer, ein Handy oder ein anderes Gerät Zugriff auf Facebook zugreifst, sammeln wir u. U. von diesem Gerät Informationen über deinen Browsertyp, deinen Standort, deine IP-Adresse und die Seiten, die du besuchst.

Cookie-Informationen. Wir verwenden „Cookies“ (kleine Dateneinheiten, die wir für eine längere Zeitspanne auf deinem Computer, Handy oder anderen Geräten speichern), um die Nutzung von Facebook zu vereinfachen, unsere Werbung zu optimieren und dich sowie auch Facebook selbst zu schützen. So speichern wir beispielsweise mithilfe von Cookies deine Anmeldekennnummer (aber unter keinen Umständen dein Passwort), um dir die nächste Anmeldung bei Facebook zu erleichtern. Außerdem verwenden wir Cookies, um zu verifizieren, dass du bei Facebook angemeldet bist, und um zu wissen, wann du mit Anwendungen und Webseiten der Facebook-Plattform, unseren Widgets und „Teilen“-Schaltflächen sowie unseren Werbeanzeigen interagierst. Du kannst die Cookies über deine Browsereinstellungen entfernen oder blockieren, aber in manchen Fällen kann dies die Nutzungsmöglichkeiten von Facebook einschränken.

Von Dritten zur Verfügung gestellte Informationen:

Facebook-Plattform Uns gehören die Anwendungen und Webseiten nicht, welche du durch die Facebook-Plattform verwendest (wie Spiele und Hilfsmittel), und wir betreiben diese auch nicht. Wenn du dich mit einer Anwendung oder Webseite verbindest, welche die Plattform verwendet, erhalten wir von dieser Informationen, einschließlich darüber, welche Handlungen du durchführst. Um den Prozess des Knüpfens von Verbindungen zu personalisieren, kann es sein, dass wir in einigen Fällen bereits vor deiner Verbindung mit der Anwendung oder Webseite eine begrenzte Anzahl an Informationen erhalten.

Informationen von anderen Webseiten. Es ist uns gestattet, zusammen mit Werbepartnern und anderen Webseiten Programme einzurichten, mit denen diese uns Informationen mitteilen:

- Es ist uns gestattet, von Werbekunden Informationen darüber abzufragen, wie unsere Nutzer auf die von uns eingeblendeten Werbeanzeigen reagiert haben (und zu Vergleichszwecken, wie andere Nutzer, die diese Werbeanzeigen nicht gesehen haben, sich auf deren Webseiten verhalten haben). Dieser Datenaustausch, der gewöhnlich als „Besuchsaktionsauswertung“ bezeichnet wird, hilft uns bei der Messung der Wirksamkeit unserer Werbung und bei der Verbesserung der Qualität der eingeblendeten Werbeanzeigen.

- Es ist uns gestattet, Informationen darüber zu erhalten, ob du bestimmte Werbeanzeigen auf anderen Webseiten angesehen oder auf diese interaktiv reagiert hast oder nicht, um die Wirksamkeit dieser Werbeanzeigen zu messen.

Sollten wir in einem solchen Fall Daten erhalten, über die wir noch nicht verfügen, werden wir diese innerhalb von 180 Tagen „anonymisieren“, sie also nicht mehr mit einem bestimmten Nutzer in Verbindung bringen. Im Rahmen dieser Programme nutzen wir die Informationen ausschließlich so wie im untenstehenden Abschnitt „Verwendung deiner Informationen durch uns“ beschrieben.

Informationen von anderen Nutzern. Wir sammeln u. U. auch von anderen Facebook-Nutzern Informationen über dich, beispielsweise dann, wenn eine Freundin oder ein Freund dich auf einem Foto, in einem Video oder an einem Ort markiert, Freundschaftsdetails angibt oder auf eine Beziehung mit dir hinweist.

3. Informationen mit anderen auf Facebook mit anderen teilen.

In diesem Abschnitt wird erläutert, wie deine Privatsphäre-Einstellungen funktionieren und wie deine Informationen auf Facebook mit anderen geteilt werden. Du solltest stets die richtige Festlegung deiner Privatsphäre-Einstellungen bedenken, bevor du Informationen mit anderen auf Facebook teilst.

Name und Profilbild. Facebook ermöglicht es dir, andere Personen auf einfache Weise zu finden und mit ihnen in Verbindung zu treten. Aus diesem Grund gibt es für deinen Namen und für dein Profilbild keine Privatsphäre-Einstellungen. Wenn du dich unwohl dabei fühlst, anderen dein Profilbild zugänglich zu machen, solltest du es löschen (oder gar nicht erst einfügen). Du kannst außerdem festlegen, wer dich mithilfe der Suche auf Facebook oder in allgemein zugänglichen Suchmaschinen finden kann, indem du deine Sucheinstellungen entsprechend festlegst

Kontaktinformationen. Die Einstellungen für deine Kontaktinformationen [add links] bestimmen, wer auf Facebook mit dir Kontakt aufnehmen kann und für wen deine Kontaktinformationen wie zum Beispiel deine E-Mail-Adresse oder Telefonnummer(n) sichtbar sind. Bitte denke daran, dass keine dieser Informationen außer deiner E-Mail-Adresse erforderliche Daten sind und dass du deine E-Mail-Adresse niemandem offenbaren musst.

Personenbezogene Informationen. Die Einstellungen für deine personenbezogenen Daten legen fest, für wen Informationen wie zum Beispiel deine politischen Einstellungen oder deine religiösen Ansichten sichtbar sind, vorausgesetzt, dass du diese Informationen deinem Profil hinzugefügt hast. Wir empfehlen, dass du die „Freunde von Freunden“-Einstellung für diese Informationen verwendest.

Von mir gepostete Beiträge. Für jeden von dir geposteten Beitrag kannst du eine Privatsphäre-Einstellung auswählen, indem du den auf unserer Webseite vorhandenen Herausgeber verwendest. Ob du nun ein Foto

hochlädst oder eine Statusmeldung aktualisierst, du kannst bei der Erstellung des Beitrags genau einstellen, was für wen sichtbar ist. Halte nach dem Schloss-Symbol Ausschau, wenn du einen Inhalt veröffentlichst. Durch Anklicken des Schloss-Symbols wird ein Menü aufgerufen, mit dem du einstellen kannst, für wen dein Beitrag sichtbar ist. Wenn du zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Inhalts keine Einstellung auswählst, wird der Inhalt entsprechend der „Beiträge von mir“-Einstellung verfügbar gemacht

Verbindungen. Facebook ermöglicht es dir, praktisch mit allem und jedem eine Verbindung herzustellen, zu dem du Kontakt aufnehmen möchtest, angefangen von deinen Freunden und deiner Familie über die Stadt, in der du lebst, bis hin zu Restaurants, die du gerne besuchst, oder Bands und Kinofilme, die dir gefallen. Da es zweier Beteiligter bedarf, um eine Verbindung herzustellen, legen deine Privatsphäre-Einstellungen [add link] lediglich fest, für wen die Verbindung in deinem Profil sichtbar ist. Wenn du mit der allgemeinen Verfügbarkeit der Verbindung nicht einverstanden bist, solltest du die Verbindung gegebenenfalls entfernen (oder gar nicht erst einrichten)

Geschlecht und Geburtsdatum. Ergänzend zu deinem Namen und deiner E-Mail-Adresse, verlangen wir im Verlauf des Registrierungsverfahrens auch die Angabe deines Geschlechts und deines Geburtsdatums. So fragen wir dich beispielsweise nach deinem Geburtsdatum, um zu prüfen, ob du über 13 Jahre alt bist, damit wir deinen Zugriff auf nicht altersgerechte Inhalte und Werbeanzeigen besser einschränken können. Da es sich bei deinem Geburtsdatum und Geschlecht um zwingend erforderliche Angaben handelt, kannst du die Angaben hierzu nicht löschen. Du kannst dein Profil jedoch bearbeiten, um sämtliche (oder einen Teil) der Angaben in diesen Feldern dem Zugriff anderer Nutzer zu entziehen.

Sonstiges. Hier noch einige andere Dinge, die du beachten solltest:

- Einige der von dir geteilten Inhalte sowie deiner Handlungen erscheinen auf den Startseiten deiner Freunde sowie auf anderen Seiten, die sie besuchen.
- Wenn dich ein anderer Nutzer auf einem Foto, in einem Video oder an einem Ort markiert, kannst du die Markierung entfernen. Über deine Privatsphäre-Einstellungen kannst du zudem einschränken, wer in deinem Profil sehen kann, dass du in einem Beitrag markiert wurdest.
- Selbst nachdem du Informationen aus deinem Profil entfernt oder dein Konto gelöscht hast, können Kopien dieser Informationen an anderer Stelle noch insoweit sichtbar sein, als diese zuvor anderen zugänglich gemacht, in sonstiger Weise gemäß deiner Privatsphäre-Einstellungen weitergegeben, oder von anderen Nutzern kopiert oder gespeichert wurden.
- Dir ist bewusst, dass Informationen möglicherweise von anderen Nutzern kopiert oder weitergegeben werden können.
- Bestimmte Arten von Kommunikation mit anderen Nutzern können nicht entfernt werden. Dies gilt beispielsweise für Nachrichten.
- Wenn du Informationen in dem Profil eines anderen Nutzers veröffentlichst oder Beiträge von anderen Nutzern kommentierst, unterliegen diese Informationen den Privatsphäre-Einstellungen des anderen Nutzers.
- Wenn du über eine externe Quelle Informationen auf Facebook veröffentlichst (beispielsweise über eine Handy-Anwendung oder eine Connect-Webseite), solltest du die hierfür geltenden Privatsphäre-Einstellungen überprüfen, da diese von der betreffenden externen Quelle festgelegt werden.

Informationen für „Alle“. Für „Alle“ zugänglich gemachte Informationen sind öffentlich verfügbare Daten wie zum Beispiel dein Name, Profilbild und deine Verbindungen. Auf derartige Informationen kann beispielsweise jedermann im Internet zugreifen (auch Personen, die nicht bei Facebook angemeldet sind). Außerdem können diese Daten von Suchmaschinen Dritter indexiert sowie von uns und anderen ohne datenschutzbezogene Einschränkungen importiert, exportiert, weitergegeben und erneut weitergeleitet werden. Diese Informationen, einschließlich deines Namens und Profilbilds, können auch außerhalb von Facebook mit dir in Verbindung gebracht werden, zum Beispiel in allgemein zugänglichen Suchmaschinen oder wenn du andere Webseiten im Internet besuchst. Die standardmäßige Privatsphäre-Einstellung für bestimmte Arten von Informationen, die du auf Facebook veröffentlichst, ist „Alle“. Du kannst diese Standardvorgaben in deinen Privatsphäre-Einstellungen überprüfen und ändern. Wenn du für „Alle“

vorgesehene Inhalte, die du auf Facebook veröffentlicht hast, löschst, nehmen wir sie aus deinem Facebook-Profil, haben jedoch keine Kontrolle über ihre Nutzung außerhalb von Facebook.

Minderjährige. Wir behalten uns das Recht vor, bestimmte Schutzmaßnahmen für Minderjährige zu treffen (z. B. die Anzeige von altersgerechten Inhalten) und die Kommunikation sowie das Teilen von Inhalten zwischen Erwachsenen und Minderjährigen einzuschränken. Wir erkennen an, dass dies dazu führen kann, dass Minderjährige nur einen eingeschränkten Zugriff auf die Inhalte von Facebook haben.

4. Informationen, die du mit Dritten teilst.

Facebook-Plattform. Wie oben bereits erwähnt, sind die Anwendungen oder Webseiten, welche die Facebook-Plattform verwenden, weder Eigentum von Facebook noch werden sie von Facebook betrieben. Das bedeutet, dass du deine Facebook-Informationen für Personen außerhalb von Facebook verfügbar machst, indem du diese Anwendungen und Webseiten benutzt. Die Betreiber können erst dann auf Informationen über dich zugreifen, wenn sie den Bedingungen zugestimmt haben, die ihre Nutzung deiner Informationen einschränken (du kannst dich darüber in Abschnitt 9 unserer Erklärung der Rechte und Pflichten informieren). Zudem verwenden wir technische Mittel, um sicherzustellen, dass die Betreiber ausschließlich freigegebene Informationen einholen. Weitere Informationen zur Plattform erhältst du auf unserer „Über Plattform“-Seite

Herstellung einer Verbindung mit einer Anwendung oder Webseite. Wenn du eine Verbindung zu einer Anwendung oder Webseite herstellst, wird dieser der Zugang auf allgemeine Informationen über dich gestattet. Der Begriff „Allgemeine Informationen“ umfasst folgende Informationen von dir und deinen Freunden: Name, Profilbild, Geschlecht, Nutzerkennnummer, Verbindungen sowie alle Inhalte, die unter Verwendung der Privatsphäre-Einstellung „Alle“ mit anderen geteilt werden. Wir können zudem Informationen über den Standort deines Computers oder Zugangsgeräts und dein Alter Anwendungen und Webseiten zur Verfügung stellen, damit sie angemessene Sicherheitsmaßnahmen einführen und die Verbreitung von altersgemäßen Inhalten kontrollieren können. Wenn die Anwendung oder Webseite weitere Informationen anfordert, muss sie nach deiner Erlaubnis für die Bereitstellung dieser Informationen fragen.

Wir stellen dir Hilfsmittel bereit, damit du einstellen kannst, welchen der Anwendungen und Webseiten, die die Plattform verwenden, welche Informationen zugänglich gemacht werden. Du kannst beispielsweise auf der „Anwendungseinstellungen“-Seite oder den „Info“-Seiten der Anwendungen den Zugang bestimmter Anwendungen zu deinen Informationen blockieren. Du kannst auch deine Privatsphäre-Einstellungen benutzen, um einzuschränken, welche deiner Informationen für „Alle“ zugänglich sind.

Du solltest dich immer gut über die Richtlinien von Anwendungen und Webseiten Dritter informieren, um sicher zu sein, dass du mit deren Nutzungsmöglichkeiten deiner Informationen einverstanden bist. Wir können nicht garantieren, dass sie unseren Richtlinien folgen. Wenn du eine Anwendung oder Webseite findest, die gegen unsere Richtlinien verstößt, melde uns diesen Verstoß bitte auf dieser Hilfeseite. Wir werden dann entsprechende Maßnahmen ergreifen.

Wenn deine Freunde die Plattform nutzen. Wenn ein Freund/eine Freundin von dir eine Verbindung zu einer Anwendung oder Webseite herstellt, ist diese in der Lage, auf deinen Namen, dein Profilbild, Geschlecht, deine Nutzerkennnummer und auf sonstige Informationen zuzugreifen, die du für „Alle“ zugänglich gemacht hast. Sie ist außerdem in der Lage, auf deine Verbindungen zuzugreifen, nicht jedoch auf deine „Freunde“-Liste. Wenn du bereits mit der Webseite oder Anwendung verbunden bist (oder über ein separates Konto für die Webseite oder Anwendung verfügst), kannst du möglicherweise über die Anwendung oder Webseite mit Freunden in Kontakt treten. Wenn die Anwendung oder Webseite sonstige Inhalte oder Daten von dir (einschließlich deiner „Freunde“-Liste) anfordert, muss für den Datenzugriff die ausdrückliche Erlaubnis des betreffenden Freundes/der betreffenden Freundin eingeholt werden. Wenn dein Freund/deine Freundin diese ausdrückliche Erlaubnis zugunsten der Anwendung oder Webseite erteilt, kann diese im allgemeinen lediglich auf diejenigen Inhalte und Daten über dich zugreifen, zu denen auch dein Freund/deine Freundin Zugang hat. Darüber hinaus darf die Anwendung oder Webseite die betreffenden Inhalte und Informationen nur in Verbindung mit dem betreffenden Freund/der betreffenden Freundin verwenden. Wenn zum Beispiel ein Freund oder eine Freundin einer Anwendung Zugriff auf ein Foto gewährt, das du nur deinen Freunden zugänglich gemacht hast, kann diese Anwendung es deinem Freund/deiner Freundin ermöglichen, das Foto anzusehen oder auszudrucken, sie kann es jedoch nicht anderen Personen sichtbar machen.

Wir stellen dir eine Reihe von Hilfsmitteln zur Verfügung, um zu bestimmen und festzulegen, in welcher

Weise deine Daten zugänglich gemacht werden, wenn dein Freund oder deine Freundin eine Verbindung zu einer Anwendung oder Webseite herstellt. Du kannst zum Beispiel deine Privatsphäre-Einstellungen für Anwendungen verwenden, um die Möglichkeit der Bereitstellung deiner Daten durch deine Freunde zugunsten von Anwendungen oder Webseiten einzuschränken. Du kannst außerdem bestimmten Anwendungen oder Webseiten den Zugriff auf deine Daten verwehren. Du kannst deine Privatsphäre-Einstellungen [\[add link\]](#) verwenden, um den Zugriff deiner Freunde auf deine Daten individuell einzuschränken oder um einzuschränken, welche Informationen für „Alle“ zugänglich sind. Außerdem kannst du die Verbindung zu einem Freund oder einer Freundin aufheben, wenn du mit der Nutzung deiner Daten durch diesen Freund/diese Freundin nicht einverstanden bist.

Vorab genehmigte Webseiten und Anwendungen Dritter. Um dir die Möglichkeit zu geben, auch außerhalb von Facebook nützliche Erfahrungen im sozialen Bereich machen zu können, sind wir gelegentlich gezwungen, vorab genehmigten Webseiten und Anwendungen von Drittparteien, die sich auf die Facebook-Plattform stützen, allgemeine Daten über dich zur Verfügung zu stellen, wenn du diese besuchst (wenn du noch bei Facebook angemeldet bist). Wenn einer deiner Freunde eine von Facebook vorab genehmigte Webseite oder Anwendung besucht, wird diese deine allgemeinen Informationen nutzen, damit du und dein Freund/deine Freundin auch auf dieser Webseite in Kontakt miteinander treten könnt (vorausgesetzt, du verfügst ebenfalls über ein Konto bei dieser Webseite). In diesen Fällen verpflichten wir die betreffenden Webseiten und Anwendungen, ein Zulassungsverfahren zu durchlaufen und gesonderte Vereinbarungen mit uns abzuschließen, die dem Schutz deiner Daten dienen. Diese Vereinbarungen umfassen zum Beispiel Regelungen über den Zugriff auf deine allgemeinen Informationen und deren Löschung, und zwar einschließlich der Möglichkeit, die angebotene Erfahrung abzulehnen. Du kannst darüber hinaus etwaige Verbindungen zu von Facebook vorab genehmigten Webseiten und Anwendungen, die du besucht oder genutzt hast, hier [\[add link\]](#) entfernen. Du kannst zudem den Zugriff aller von Facebook vorab genehmigten Webseiten und Anwendungen auf deine allgemeinen Informationen, wenn du diese besuchst, hier [\[add link\]](#) blockieren. Wenn du dich von deinem Facebook-Konto abmeldest, bevor du eine von Facebook vorab genehmigte Anwendung oder Webseite aufrufst, hat diese keinen Zugriff auf deine Informationen. Eine vollständige Liste der von Facebook vorab genehmigten Webseiten kannst du auf unserer „Über Plattform“-Seite einsehen.

Exportieren von Informationen. Du (sowie alle, denen du Informationen zur Verfügung stellst) kannst mithilfe von Werkzeugen wie RSS-Feeds, Handy-Adressbüchern oder Funktionen zum Kopieren und Einfügen Informationen von Facebook sammeln und exportieren (und in einigen Fällen importieren), darunter auch deine Informationen sowie Informationen über dich. Wenn du deinen Freunden zum Beispiel deine Telefonnummer zugänglich machst, können sie gegebenenfalls Anwendungen Dritter benutzen, um diese Information mit dem Adressbuch auf ihrem Handy abzugleichen.

Werbeanzeigen. Gelegentlich nutzen die

Werbetreibenden, die ihre Werbeanzeigen auf Facebook platzieren, technische Hilfsmittel, um die Wirksamkeit ihrer Werbeanzeigen zu messen oder Werbeeinhalte nutzerspezifisch anzupassen. Du hast die Möglichkeit, die Platzierung von Cookies durch viele dieser Werbetreibenden hier abzulehnen. Darüber hinaus kannst du die Platzierung von Cookies durch Werbenetzwerke auch über deine Browsereinstellungen für Cookies einschränken oder verhindern.

Links. Beim Anklicken von Links auf Facebook verlässt du u. U. unsere Seite. Wir übernehmen keine Verantwortung für die Datenschutzverfahren anderer Webseiten und empfehlen dir, die Datenschutzerklärungen dieser Seiten zu lesen.

5. Verwendung deiner Informationen durch uns

Wir verwenden die von uns erfassten Daten, um dir ein sicheres, effizientes und individuelles Nutzungserlebnis zu bieten. Nachstehend findest du einige Erläuterungen, wie wir dabei vorgehen:

Zur Verwaltung des Dienstleistungsangebots. Wir verwenden die von uns erfassten Informationen, um dir unsere Dienstleistungen und Funktionen zur Verfügung zu stellen, diese Dienstleistungen und Funktionen zu analysieren, zu messen und zu optimieren und dir eine Kundenbetreuung anzubieten. Wir verwenden die Informationen, um potenziell rechtswidrige Handlungen zu unterbinden und die in unserer „Erklärung der Rechte und Pflichten“ verankerten Nutzungsbedingungen durchzusetzen. Wir arbeiten auch mit einer Vielzahl technischer Systeme zur Erkennung anomaler Aktivitäten und Prüfung von Inhalten, um Missbrauch wie Spam zu verhindern. Gelegentlich können diese Bemühungen dazu führen, dass bestimmte Funktionen

für einige Nutzer vorübergehend oder dauerhaft nicht zur Verfügung stehen.

Zur Kontaktaufnahme mit dir. Zur Übermittlung relevanter Informationen für den Dienst setzen wir uns ggf. von Zeit zu Zeit mit dir in Verbindung. Mit Ausnahme wichtiger Aktualisierungen kannst du auf der „Kontobenachrichtigungen“-Seite den Erhalt sämtlicher Mitteilungen ablehnen. Wir nehmen Inhalte, die du auf Facebook sehen kannst, ggf. in die von uns an dich gesendeten E-Mail-Nachrichten auf.

Zur Platzierung individuell abgestimmter Werbung. Ohne deine Zustimmung geben wir keine deiner Informationen an Werbetreibende weiter. (So würdest du uns beispielsweise deine Zustimmung erteilen, wenn wir deine Lieferadresse auf deinen Wunsch an einen Werbetreibender weiterleiten sollen, damit du ein kostenfreies Probeexemplar eines Produkts erhältst.) Wir geben Werbern die Möglichkeit, die Eigenschaften der Nutzer zu bestimmen, die ihre Werbeanzeigen sehen sollen. Wir dürfen die von uns erfassten nicht personenbezogenen Attribute (dazu gehören u. a. Informationen, die anderen Nutzern aufgrund deiner Entscheidung nicht angezeigt werden sollen, wie z. B. dein Geburtsdatum und andere sensible persönliche Informationen sowie Vorlieben) zur Auswahl der geeigneten Zielgruppe für derartige Werbung verwenden. So dürften wir dein Interesse für Fußball beispielsweise zur Anzeige von Werbung für Fußballzubehör verwenden, werden dem Zubehöranbieter jedoch nicht mitteilen, wer du bist. Die Kriterien, die Werbetreibende auswählen können, kannst du auf der „Werbung“-Seite einsehen. Zwar geben wir deine Informationen nicht ohne deine Zustimmung an Werbetreibende weiter, doch wenn du auf eine Werbeanzeige klickst oder anderweitig mit einer Werbeanzeige interagierst, kann der Werbetreibender ein Cookie in deinem Browser hinterlegen und feststellen, ob die Werbeanzeige seinen Auswahlkriterien entspricht.

Zur Platzierung von umfeldorientierten Werbeanzeigen. Gelegentlich kombinieren wir die von uns veröffentlichten Werbeanzeigen mit relevanten Informationen, die wir über dich und deine Freunde haben, um Werbeanzeigen für euch attraktiver und individueller zu gestalten. Wenn du beispielsweise eine Verbindung zu der Seite deiner Lieblingsband herstellst, können wir deinen Namen und dein Profilbild neben einer Werbeanzeige für diese Seite einblenden, die deinen Freunden angezeigt wird. Wir geben die in umfeldorientierten Werbeanzeigen sichtbaren personenbezogenen Informationen nur an den Freund oder die Freundin weiter, der/die die jeweilige Werbeanzeige sehen kann. Auf dieser Hilfeseite kannst du dich gegen die Verwendung deiner Informationen in umfeldorientierten Werbeanzeigen entscheiden.

Zur Ergänzung deines Profils. Wir dürfen Informationen über dich, die wir von anderen Facebook-Nutzern erfassen, zur Ergänzung deines Profils verwenden (wenn du beispielsweise auf einem Foto markiert oder in einer Statusmeldung erwähnt wirst). In diesen Fällen geben wir dir im Allgemeinen die Möglichkeit, den Inhalt zu entfernen (zum Beispiel kannst du eine Fotomarkierung von dir entfernen) oder die Sichtbarkeit des Inhalts in deinem Profil einzuschränken.

Zur Unterbreitung von Vorschlägen. Wir verwenden deine Profilinformationen, die von dir über unsere Importfunktionen importierten Adressen und andere relevante Informationen, damit du leichter mit deinen Freunden in Kontakt treten kannst. Dazu zählen auch Empfehlungen für dich und andere Nutzer, mit denen du auf Facebook Kontakt aufnimmst. Wenn zum Beispiel ein anderer Nutzer dieselbe E-Mail-Adresse wie du importiert, schlagen wir ggf. vor, dass ihr euch miteinander verbindet. Wenn du deine Sichtbarkeit in unseren Empfehlungen für andere Personen einschränken möchtest, kannst du deine Privatsphäre-Einstellungen für die Suche entsprechend anpassen, damit du im Zusammenhang mit unseren Empfehlungen nur in den von dir ausgewählten öffentlichen Sucheinträgen zu sehen bist. Du kannst auch Sperren für bestimmte Nutzer einrichten, damit sie weder dir empfohlen werden noch du ihnen vorgeschlagen wirst.

Damit dich deine Freunde leichter finden können. Wir gestatten es anderen Nutzern, Kontaktinformationen, die diese über dich haben, beispielsweise deine E-Mail-Adresse, zu verwenden, um dich unter anderem über den Kontaktimporter und mithilfe der Suche aufzufinden. Du kannst andere Nutzer daran hindern, deine E-Mail-Adresse zu verwenden, um dich aufzufinden, indem du deine Sucheinstellungen entsprechend anpasst.

Herunterladbare Software. Über bestimmte Softwareanwendungen und Applets (d. h. kleine Programme), die wir zum Herunterladen anbieten, wie z. B. unsere Browser-Symboleisten und Programme zum Hochladen von Fotos, werden Daten an uns übertragen. Wir dürfen solche Daten nicht offenlegen, wenn unsere Erfassung und Nutzung der Informationen unserer Meinung nach dem offensichtlichen Zweck der Anwendung entspricht, wie beispielsweise beim Erhalt von Fotos, wenn du unsere Funktion zum Hochladen von Fotos nutzt. Wenn es unserer Meinung nach nicht offensichtlich ist, dass wir solche Informationen sammeln oder verwenden, werden wir dir dies bei deiner ersten Bereitstellung der Informationen mitteilen,

damit du entscheiden kannst, ob du diese Funktion verwenden möchtest.

Konten im Gedenkzustand. Wenn wir über den Tod eines Nutzers benachrichtigt werden, dürfen wir das Konto dieses Nutzers zu seinem Gedenken aufrechterhalten. In solchen Fällen schränken wir den Profilzugriff auf bestätigte Freunde ein, damit Freunde und Verwandte im Gedenken an diesen Nutzer an seine Pinnwand schreiben können. Auf entsprechende, förmliche Anfrage der nächsten Angehörigen des verstorbenen Nutzers oder einen anderen rechtmäßigen Antrag können wir ein Konto schließen.

6. Weitergabe von Informationen durch uns

Bei Facebook geht es um den Informationsaustausch mit anderen — zum Beispiel mit Freunden und anderen Menschen in deiner Umgebung — unter Bereitstellung von Privatsphäre-Einstellungen, die du verwenden kannst, um den Zugriff anderer Nutzer auf bestimmte Informationen von dir einzuschränken. Wir geben deine Informationen an Dritte weiter, wenn wir der Auffassung sind, dass du uns die Weitergabe gestattet hast, damit wir unsere Dienste im Bedarfsfall anbieten können oder wenn wir aus rechtlichen Gründen dazu gezwungen sind. Zum Beispiel:

Wenn du eine Zahlung leistest. Wenn du auf Facebook mit anderen Transaktionen durchführst oder Zahlungen vornimmst, machen wir die Transaktionsdaten nur denjenigen Dritten zugänglich, deren Mitwirkung für die Durchführung der Transaktion notwendig ist. Wir verpflichten diese Drittparteien zuzustimmen, dass sie die Privatsphäre deiner Informationen beachten.

Wenn du Freunde zum Beitritt zu Facebook einlädst. Wenn du uns bittest, einen Freund oder eine Freundin zu Facebook einzuladen, senden wir ihm/ihr eine Nachricht in deinem Auftrag und unter Verwendung deines Namens. Die Einladung kann auch Informationen über andere Nutzer enthalten, die dein Freund oder deine Freundin möglicherweise kennt. Wir können zudem in deinem Namen zwei Erinnerungen an ihn/sie senden. Du kannst sehen, wer deine Einladungen angenommen hat, Erinnerungen verschicken und auf der Einladungsverlaufseite [add link] die E-Mail-Adressen deiner Freunde löschen. Wenn dein Freund/deine Freundin nicht möchte, dass wir seine/ihre Informationen speichern, werden wir diese ebenfalls auf seinen/ihren Antrag hin, der mithilfe dieser Hilfeseite einzureichen ist, entfernen.

Wenn du dich für die Weitergabe deiner Informationen an Marketing-Anbieter entscheidest. Du kannst dich für die Weitergabe von Informationen an Marketing- oder E-Commerce-Anbieter entscheiden, die nicht über Angebote auf unserer Webseite mit Facebook verknüpft sind. Diese Entscheidung liegt allein in deinem Ermessen. Ohne deine Zustimmung werden wir diesen Marketing-Anbietern deine Informationen nicht zur Verfügung stellen.

Damit dich deine Freunde leichter finden können. Standardmäßig stellen wir bestimmte, von dir in deinem Profil bekannt gegebene Informationen in Suchergebnissen auf Facebook zur Verfügung, damit dich deine Freunde leichter finden können. Über deine Privatsphäre-Einstellungen kannst du jedoch festlegen, wer einige dieser Informationen sehen kann, und wer dich mithilfe der Suchfunktion finden darf. Wir arbeiten auch mit E-Mail- und Instant-Messaging-Anbietern zusammen, damit deren Nutzer leichter erkennen können, welche ihrer Kontakte auch bei Facebook sind. Auf diese Weise können wir bei diesen Nutzern Werbung für Facebook machen.

Suchmaschinen Zugriff auf öffentlich zugängliche Informationen geben. Generell schränken wir den Zugriff von Suchmaschinen auf unsere Webseite ein. Wir können es diesen jedoch gestatten, auf Informationen zuzugreifen, die für „Alle“ freigegeben wurden (gemeinsam mit deinem Namen und Profilbild) sowie auf deine Profildaten, die für jedermann sichtbar sind. Du kannst die Sichtbarkeit einiger deiner Profildaten abändern, indem du deine Privatsphäre-Einstellungen [insert link] benutzt. Außerdem kannst du die Indexierung deines Profils durch Suchmaschinen verhindern, indem du entsprechende Vorgaben in deinen Sucheinstellungen machst.

Zur Verbesserung und Förderung unserer Dienstleistungen. Gelegentlich tauschen wir gesammelte Informationen mit Dritten aus, damit wir unseren Dienst verbessern oder fördern können. Dabei gehen wir allerdings so vor, dass sich kein einzelner Nutzer erkennen oder mit einer bestimmten Handlung sowie Information verknüpfen lässt.

Zur Erbringung unserer Dienstleistungen. Wir können Dienstleistern Informationen zur Verfügung stellen, damit wir die von uns angebotenen Dienstleistungen besser erbringen können. So können wir beispielsweise

die Hosting-Dienste von Dritten für unsere Webseite in Anspruch nehmen, Aktualisierungen über Facebook per E-Mail versenden, mehrfach genannte Informationen aus Nutzerlisten entfernen, Zahlungen verarbeiten oder Suchergebnisse sowie Links (einschließlich gesponserter Links) anbieten. Diese Dienstleister können u. U. für einen beschränkten Zeitraum auf deine persönlichen Informationen zugreifen. In diesem Fall schränken wir ihre Verwendung dieser Informationen jedoch mit geeigneten vertraglichen Mitteln und technischen Schutzmechanismen ein.

Damit wir für unsere Dienstleistungen werben können. Wir können Werbetreibende bitten, für unsere Dienste außerhalb von Facebook Werbeanzeigen zu schalten. Wir können sie bitten, diese Werbeanzeigen mit einem Cookie zu schalten, wobei wir jedoch keine anderen Informationen mit dem jeweiligen Werbetreibenden austauschen.

Damit wir gemeinschaftlich zu erbringende Dienstleistungen anbieten können. Wir können Dienstleistungen, wie beispielsweise Kleinanzeigen im Marktplatz auf Facebook, gemeinsam mit anderen Unternehmen anbieten. Bei Inanspruchnahme dieser Dienstleistungen durch dich dürfen wir deine Informationen zur leichteren Erbringung dieser Dienstleistung weitergeben. Bevor du diesen Dienst verwendest, geben wir jedoch die Identität des Partners und die Datenschutzrichtlinien des gemeinsamen Dienstleisters bekannt.

Damit wir auf rechtlich begründete Aufforderungen reagieren und den Eintritt von Schäden verhindern können. Aufgrund von Vorladungen, Gerichtsentscheidungen oder anderen Anfragen (einschließlich Straf- und Zivilrechtsangelegenheiten) dürfen wir Informationen offenlegen, wenn wir in gutem Glauben der Meinung sind, dass ihre Offenlegung gesetzlich notwendig ist. Dazu zählt u. a. die Beantwortung von Anfragen von Stellen außerhalb der USA, wenn wir in gutem Glauben der Meinung sind, dass ihre Beantwortung nach den lokalen gesetzlichen Bestimmungen des betreffenden Landes, dessen Rechtsprechung der Nutzer unterliegt, notwendig ist, und dass diese Anfragen im Einklang mit international anerkannten Standards stehen. Wir dürfen auch Informationen weitergeben, wenn wir in gutem Glauben der Meinung sind, dass ihre Offenlegung zur Vermeidung von betrügerischen oder anderen rechtswidrigen Handlungen, zur Vermeidung einer drohenden Körperverletzung oder zu unserem eigenen und zu deinem Schutz vor Personen notwendig ist, die gegen die in unserer Erklärung der Rechte und Pflichten verankerten Nutzungsbedingungen verstoßen. Dazu zählt u. a. die Weitergabe von Informationen an andere Unternehmen, Rechtsanwälte, Gerichte oder sonstige Behörden.

Übertragung beim Verkauf oder bei einer Änderung der Eigentumsverhältnisse. Bei einer Änderung der Eigentumsverhältnisse, d. h. einem Übergang des Eigentums am gesamten oder nahezu gesamten Unternehmen, dürfen wir deine Informationen an den neuen Eigentümer übertragen, damit der Betrieb des Dienstes fortgesetzt werden kann. In diesem Fall gelten für deine Informationen dieselben Verpflichtungen, die sich aus bereits erlassenen Datenschutzrichtlinien ergeben.

7. Ändern oder Entfernen von Informationen durch dich

Bearbeitung deines Profils. Durch Aufrufen deiner Profilseite und Klicken auf „Mein Profil bearbeiten“ kannst du deine Profilinformationen jederzeit ändern oder löschen. Die Informationen werden sofort aktualisiert.

Löschen von hochgeladenen Kontakten. Wenn du Adressen mithilfe unserer Importfunktion für Kontakte hochlädst, kannst du die Liste später auf dieser Hilfeseite löschen. Du kannst die E-Mail-Adressen von Freunden, die du zum Beitritt zu Facebook eingeladen hast, auf deiner Einladungsverlaufseite [add link] löschen.

Deaktivierung oder Löschung deines Kontos. Wenn du dein Konto nicht mehr verwenden möchtest, kannst du es deaktivieren oder löschen. Wenn du ein Konto deaktivierst, wird es anderen Nutzern zwar nicht mehr angezeigt, jedoch auch nicht gelöscht. Wir speichern deine Profilinformationen (Verbindungen, Fotos usw.), falls du dein Konto zu einem späteren Zeitpunkt reaktivieren möchtest. Viele Nutzer deaktivieren ihr Konto vorübergehend und bitten uns, ihre Informationen bis zu ihrer Rückkehr zu Facebook zu speichern. Du hast dann die Möglichkeit, dein Konto wieder zu aktivieren und dein Profil komplett wiederherzustellen. Wenn du ein Konto löschst, wird es dauerhaft von Facebook gelöscht. Du solltest dein Konto also nur löschen, wenn du dir sicher bist, dass du es nicht mehr reaktivieren möchtest. Du kannst dein Konto auf der „Kontoeinstellungen“-Seite deaktivieren oder auf dieser Hilfeseite löschen.

Beschränkungen hinsichtlich der Entfernung von Informationen. Selbst nach dem Entfernen von Informationen von deinem Profil oder Löschen deines Kontos werden Kopien dieser Informationen u. U.

weiterhin an anderer Stelle angezeigt, sofern sie mit anderen ausgetauscht, gemäß deinen Privatsphäre-Einstellungen übermittelt oder von anderen Nutzern kopiert oder gespeichert wurden. Dein Name wird jedoch nicht mehr mit diesen Informationen auf Facebook verknüpft. (Wenn du beispielsweise etwas im Profil eines anderen Nutzers veröffentlichst und dann dein Konto löschst, bleibt dieser Beitrag u. U. weiterhin bestehen, ist jedoch mit dem Namen „Anonymer Facebook-Nutzer“ verknüpft.) Darüber hinaus können wir bestimmte Informationen zur Vermeidung von Identitätsbetrug oder anderem missbräuchlichen Verhalten speichern, selbst wenn ihre Löschung beantragt wurde. Wenn du Anwendungen oder Webseiten Dritter Zugriff auf deine Informationen gewährt hast, dürfen diese über deine Informationen insoweit verfügen, als dies nach den für sie geltenden Nutzungsbestimmungen oder Datenschutzrichtlinien gestattet ist. Sie haben jedoch über unsere Plattform keinen Zugriff mehr auf die Informationen, nachdem du die Verbindung mit ihnen aufgehoben hast.

Sicherungskopien. Entfernte oder gelöschte Daten können für eine Dauer von max. 90 Tagen noch in Sicherungskopien vorhanden sein, stehen anderen jedoch nicht mehr zur Verfügung.

Kontaktdaten von Nichtnutzern. Wenn uns ein Nutzer deine E-Mail-Adresse bekannt gibt, du kein Facebook-Nutzer bist und deine Adresse gelöscht werden soll, kannst du dies auf dieser Hilfeseite tun. Ein entsprechendes Ersuchen kann jedoch nur für Adressen gestellt werden, die uns zum Zeitpunkt der Anfrage vorliegen und nicht für Adressen, die uns Nutzer zu einem späteren Zeitpunkt zur Verfügung stellen.

8. Schutz der Informationen durch uns

Wir bemühen uns nach besten Kräften, deine Informationen zu schützen. Hierfür benötigen wir jedoch deine Hilfe. Nähere Informationen zum Thema Sicherheit auf Facebook findest du auf der „Sicherheits“-Seite von Facebook.

Unsere Maßnahmen zum Schutz deiner Daten und Informationen. Wir speichern deine Kontoinformationen auf einem sicheren, durch eine Firewall geschützten Server. Wenn du vertrauliche Daten (wie z. B. Kreditkartennummern und Passwörter) eingibst, werden diese Informationen mithilfe der SSL-Technologie (Secure Socket Layer) von uns verschlüsselt. Wir nutzen außerdem automatische und soziale Möglichkeiten zur Erhöhung der Sicherheit. So prüfen wir beispielsweise Nutzer bzw. Konten auf betrügerisches oder anderweitig anomales Verhalten, können die Nutzung der Facebook-Funktionen als Reaktion auf missbräuchliche Verwendung einschränken, ungeeignete Inhalte oder Links zu illegalen Inhalten entfernen und Konten im Zuge von Verstößen gegen die in unserer Erklärung der Rechte und Pflichten verankerten Nutzungsbedingungen vorübergehend oder dauerhaft sperren.

Inhärente Risiken beim Informationsaustausch. Obwohl wir dir die Möglichkeit bieten, den Zugriff auf deine Informationen über die Privatsphäre-Einstellungen einzuschränken, solltest du dir darüber im Klaren sein, dass keine Sicherheitsmaßnahme perfekt oder unüberwindbar ist. Wir haben keine Kontrolle über die Handlungen von anderen Nutzern, mit denen du deine Informationen austauschst. Wir können nicht garantieren, dass nur befugte Personen deine Informationen ansehen. Wir können nicht gewährleisten, dass Informationen, die du auf Facebook austauschst, nicht öffentlich zugänglich werden. Wir übernehmen keine Haftung, wenn Dritte Privatsphäre-Einstellungen oder Sicherheitsmechanismen auf Facebook umgehen. Du kannst diese Risiken allerdings durch gängige Sicherheitsverfahren verringern, indem du ein starkes, nicht leicht zu entschlüsselndes Passwort festlegst und unterschiedliche Passwörter für verschiedene Dienste und eine aktuelle Virenschutzsoftware verwendest.

Meldung von Verstößen. Du solltest uns Sicherheitsverstöße auf dieser Hilfeseite melden.

9. Sonstige Bestimmungen

Änderungen. Wir können diese Datenschutzrichtlinien gemäß den in der Erklärung der Rechte und Pflichten von Facebook beschriebenen Verfahren ändern. Sofern nicht anders angegeben gelten unsere aktuellen Datenschutzrichtlinien für sämtliche in unserem Besitz befindlichen Informationen über dich und dein Konto. Wenn wir Änderungen an diesen Datenschutzrichtlinien vornehmen, werden wir dich durch eine Bekanntgabe hier und auf der „Facebook Site Governance“-Seite (Seite zur Regelung der Nutzung von Facebook) informieren. Du kannst sicherstellen, dass du derartige Mitteilungen erhältst, indem du ein Fan der „Facebook Site Governance“-Seite wirst.

Zustimmung zur Datenerfassung und -verarbeitung in den Vereinigten Staaten von Amerika. Durch die

Verwendung von Facebook stimmst du der Übertragung und Verarbeitung deiner persönlichen Daten in die bzw. den USA zu.

Begriffsbestimmungen. Die Begriffe „uns“, „wir“, „unser/unsere“, „Plattform“ und „Facebook“ haben die gleiche Bedeutung wie in der Erklärung über Rechte und Pflichten. Die Begriffe „Informationen“ und „Inhalte“ werden allgemeiner und austauschbarer verwendet als in der Erklärung der Rechte und Pflichten, sofern sie nicht durch den Kontext anderweitig eingeschränkt sind.

Abstract

Soziale Netzwerk Seiten haben sich in den letzten Jahren besonders bei jungen Menschen als fixer Bestandteil des sozialen Lebens etabliert. Bei der Nutzung dieser Seiten werden jede Menge private Informationen preisgegeben. Während der Großteil vergleichsweise harmlos ist, werden von manchen Nutzern aber auch Informationen veröffentlicht, welche als durchaus problematisch zu betrachten sind. Diese reichen von politischen Einstellungen über religiöse Ansichten bis hin zu Statusmeldungen zur eigenen Gesundheit oder kompromittierenden Fotografien.

Facebook ist die mit Abstand beliebteste Soziale Netzwerk Seite, weshalb sich die vorliegende Arbeit größtenteils auf diese Seite beschränkt. Es wird untersucht, inwieweit Facebook den Schutz der Privatsphäre unterstützt und welche Schwachstellen es gibt. Es stellt sich zudem die Frage, ob sich die User der möglichen Gefahren dieser sozialen Netzwerke bewusst sind und welchen Stellenwert der Schutz der Privatsphäre für sie hat.

Im theoretischen Teil wird dazu zunächst die historische Entwicklung der Privatsphäre nachgezeichnet. Zudem werden grundlegende Theorien und aktuelle Forschungsergebnisse zum Thema Soziale Netzwerk Seiten präsentiert. Danach wird der Forschungsgegenstand Facebook detailliert dargestellt.

Im empirischen Teil wird mit Hilfe eines Online-Fragebogens erhoben, welche Informationen von den Usern veröffentlicht werden, ob diese der Wahrheit entsprechen und wie gut diese Informationen durch die Privatsphäre-Einstellungen geschützt sind. Zudem wird auch das Wissen über Facebook untersucht und die grundsätzliche Einstellung zum Thema Überwachungsstaat abgefragt.

Die Untersuchung zeigte, dass die User viele durchaus kritische Informationen preisgeben und diese in der Regel auch der Wahrheit entsprechen. Zudem offenbarte sich ein deutlicher Mangel beim Wissen darüber, was Facebook mit diesen veröffentlichten Daten machen darf.

Abstract

Social networking sites have been established in recent years, particularly among young people, as an integral part of their social life. With the use of these sites a lot of private information is divulged. While the majority is relatively harmless, there is also many problematic information revealed. It ranges from political or religious attitudes to information about health or compromising photographs.

Facebook is by far the most popular social networking site, so the present work deals largely on this page. It examines how Facebook supports the protection of privacy. There also arises the question if the users of these social networks are aware of the danger and if privacy is important for them.

The theoretical part first traces the historical development of privacy. It also presents basic theories and current research results. Then Facebook, the object of research, is presented in detail.

In the empirical part a online questionnaire was used, to examine what information is published by the Facebook users and how well it is protected through the privacy settings. In addition, the Participants in the investigation where asked about their knowledge about Facebook and the general attitude about surveillance.

The study showed that users reveal quite a lot of critical information. In addition, the survey showed that there is a lack of knowledge about the rights of Facebook.

Lebenslauf

Emanuel Pröll, Bakk. phil,

Anschrift Theresiengasse 25-27/2b
1180 Wien

Kontakt Tel: 0660 6500 216
E-Mail: emanuelproell@gmx.at

**Persönliche
Informationen** Familienstand: Ledig
Staatsangehörigkeit: Österreich
Geburtsdatum: 19.10.1982

Ausbildung 1989 - 1993 Volksschule Rotkreuz Lustenau
1993 – 1997 Bundesrealgymnasium Dornbirn
1997 – 2002 Handelsakademie Bregenz
6. Juni 2002: Absolvierung der Matura mit ausgezeichnetem Erfolg

Seit Oktober 2004: Studium der Publizistik- und
Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien

März 2008: Abschluss des Bakkalaureat- und Beginn des
Magisterstudiums

Berufserfahrung September 2002 – Oktober 2003: Europäischer Freiwilligendienst in
der Organisation „La croisee des regards“ in Saumane/Frankreich;
Restaurierung eines alten Gehöfts mit französischen Jugendlichen
in Problemsituationen

April 2004 – September 2004: Angestellter beim Reiseveranstalter
Rhomberg Reisen; Verkauf und Organisation von Korsikareisen

Juli 2005 - August 2005: Praktikum in der Landesgeschäftsstelle
des AMS in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit

September 2006 - Juli 2007: Fachtutor am Institut der Publizistik-
und Kommunikationswissenschaft; Universität Wien

November 2007 – Dezember 2008: Redakteur beim Index-Verlag;
Datenpflege und Gestaltung des Termin Presse Dienstes

Mai 2009: Gründung der Community Media OG, Geschäftsführer
und Redakteur

Sprachkenntnisse Französisch: durch einjährigen Aufenthalt in Frankreich sehr gut in
Wort und Schrift
Englisch: gut in Wort und Schrift (Buisness English Certificate 2)
Spanisch: Grundkenntnisse