



## Lebenslänglich online

### Wie „Facebook“ unsere Gewohnheiten verändert

*Das soziale Netzwerk „Facebook“ sorgt fast täglich für Schlagzeilen. Die Kritik richtet sich vor allem gegen den Umgang mit den Daten der Nutzer. Vielen Nutzern scheint das egal zu sein. Dabei können sie einiges dafür tun, um sich vor Datenmissbrauch zu schützen.*

**W**eltweit sind 800 Millionen Menschen bei Facebook angemeldet. Eine Profilseite beim weltweit größten Netzwerk zu haben, gehört, vor allem für Jugendliche, dazu. Facebook hat in Deutschland seine Konkurrenten haushoch abgehängt. Die virtuelle Gemeinschaft „Studi VZ“, noch vor wenigen Jahren DAS Netzwerk für Schüler und Studenten, hat innerhalb eines Jahres neun Millionen Nutzer verloren. Dabei hatten gerade die Communities der VZ-Gruppe gute Noten im Jugend- und Datenschutz bekommen. Diese Entwicklung zeigt zweierlei: Erstens, dass Trends im Netz unberechenbar und schnelllebig sind. Zweitens, dass alle Kritik von Jugend- und Datenschützern an der offensichtlichen Anziehungskraft von Facebook nichts ändert. Pro Monat verweilen deutsche Nutzer dort statistisch 6,3 Stunden. Das Mindestalter von 13 Jahren halten viele Teenager nicht ein. Warum auch? Es kontrolliert sowieso niemand. Experten schätzen, dass über 7,5 Millionen

Konten von Kindern, die jünger als 13 Jahre sind, bei Facebook existieren.

Gesichtserkennung, Facebookpartys, personalisierte Werbung und Ortungsdienste werden öffentlich und seit langem kritisiert. Auch die jüngste Veränderung, die „Chronik“, die Facebook Anfang des Jahres ankündigte, sorgte für Kritik. Wolfgang Huber, ehemaliger Ratsvorsitzender der Evangelischen Kirche in Deutschland, löschte aus Protest gegen diese Pflicht-Funktion medienwirksam seinen Facebook-Account.

Die „Chronik“ ist eine Mischung aus Tagebucharchiv und Lebenslauf. Kommentare, Bilder, Videos, Freundschaftsanfragen sowie andere auf Facebook hinterlassene Einträge des Nutzers werden auf einer Zeitleiste chronologisch dargestellt. Wer es bisher noch nicht wusste, kann es jetzt sehen: Bei Facebook werden erst einmal alle Daten gespeichert.

#### Zentrale Plattform des Lebens?

Facebook-Gründer Mark Zuckerberg erklärte bei einer Präsentation im September 2011, welches Ziel er mit der Chronik verfolgt: Alle Nutzer sollen möglichst ihren vollständigen Alltag auf „Facebook“ erfassen und mit anderen teilen können. Zuckerberg möchte sein Netzwerk zur „zentralen

Plattform eines Lebens“ machen, auf der man von der Wiege bis zur Bahre alle Aktivitäten nachverfolgen kann. Wer beispielsweise wissen möchte, was ein Facebook-Freund am 14. Februar 2010 gemacht hat, kann dies künftig mit wenigen Mausklicks herausfinden. Fraglich bleibt, ob wir das wirklich wissen wollen.

Eine andere Funktion des Netzwerks, der „Freundefinder“, wurde - von den Medien nur nebenbei erwähnt - Anfang März vom Landgericht Berlin für unzulässig erklärt. Verbraucherschützer hatten geklagt. Wer sich einmal beim Netzwerk registriert hat, weiß, warum: Sobald man seine Daten eingegeben hat, zeigt Facebook Freunde und Kontakte an. Tatsächlich gehören die meisten davon zum Bekanntenkreis. Möglich macht das der „Freundefinder“: Er verleitet Neulinge dazu, Namen und E-Mail-Adressen von Freunden herauszugeben, die selbst nicht bei Facebook angemeldet sind. Diese Nicht-Mitglieder würden dann Facebook-Einladungen erhalten. Außerdem müsse der Nutzer sie nicht aufwändig beim Netzwerk suchen, begründet das Netzwerk die Funktion. Hört sich nicht dramatisch an? Ist es aber, denn: Der Nutzer gibt dem „Freundefinder“ das Passwort für den E-Mail-Account und dieser übernimmt die Daten aus dem persönlichen E-Mail-Adressbuch.

Aber Zahlen sind nur eine Seite der Medaille: Facebook verändert. Es verändert unsere Gewohnheiten, aber auch die Bedeutung von Begriffen wie „Freund“, „Status“ oder „Privatsphäre“. Es verändert auch die Strategien der Marketing- und Werbefachleute. Der Onlinebuchhändler „Amazon“ findet mehr als 30 Ratgeber über das Netzwerk. Da gibt es Sicherheits- und Karrieretipps, Bewertungen und Hintergrundinformationen - von der richtigen Marketingstrategie bis zu konkreten Anleitungen, wie man das Netzwerk nutzt, um beruflich weiterzukommen. Facebook bietet zweifellos viele Möglichkeiten, schützt allerdings standardmäßig Daten und persönliche Informationen seiner Nutzer nicht.

Eltern wollen vor allem wissen, ab wann sie ihren Kindern erlauben sollen, sich bei Facebook anzumelden - wenn diese sie denn überhaupt fragen, und wie sie ihre Sprösslinge schützen können.

Auf alle Fälle sollte man sich bei der Anmeldung Zeit nehmen, um die „Privatsphäre“-Funktionen bei Facebook sorgfältig einzustellen. Denn man kann seine privaten Daten schützen, die Kunst ist eher, die richtigen Einstellungen zu finden.

Eltern, die selbst bei Facebook aktiv sind, wird es leichter fallen, die Kinder bei der Anmeldung und der Gestaltung der Kontoeinstellungen anzuleiten. Teenager wollen sich nicht gerne über die Schulter schauen lassen, Eltern sollten dennoch darauf bestehen, bestimmte Einstellungen bezüglich der Privatsphäre und Sichtbarkeit von Einträgen und Aktivitäten gemeinsam

auf die geschütztere Option „Nur meine Freunde“ hochzusetzen. Wer sich nicht auskennt, kann die Anmeldung der Kinder zum Anlass nehmen, sich das Ganze selbst anzuschauen. Eine Studie hat ergeben, dass Kinder Medienkompetenz eher durch Gespräche mit den Eltern entwickeln als durch strikte Verbote. Eltern finden Hilfe bei zahlreichen Online-Ratgebern. Die Initiativen „Klicksafe“ und „Schau Hin!“ beraten Eltern und Jugendliche und bieten „Schritt-für-Schritt-Anleitungen“ für viele Einstellungen. Die Seite „mimikama.at“ von Facebooknutzern für Facebooknutzer bietet fast täglich neue Tipps zum sozialen Netzwerk.



## Die wichtigsten Facebook-Regeln:

Privatsphäre einstellen: Wer seine Kontakte in Kategorien einteilt wie „gute Freunde“, „Klassenkameraden“ und „Familie“, kann mit der Option „Listen verwalten“ individuell einstellen, wer welche Informationen, Bilder oder Kommentare sehen darf. Ob alles wie gewünscht funktioniert, lässt sich überprüfen, indem man sich

auf der Profildate anzeigen lässt, wie andere die eigene Seite sehen.

Gerade junge Nutzer sollten nur Freundschaftsanfragen von Menschen annehmen, die sie im wirklichen Leben schon mal getroffen haben.

Die wichtigste Regel bei allen Netzwerken und Internet-Aktivitäten ist mit einem Sprichwort beschrieben: „Was Du nicht willst, das man Dir tu, das füge auch keinem anderen zu.“ Wer vermeintlich witzige Sprüche über andere veröffentlicht, kann diese damit tief verletzen. Erst denken, dann posten!

Bikinifotos und Nackedei-Bilder mögen passend sein für eine Bewerbung als Model, haben aber in Facebook nichts zu suchen. Wer ein freizügiges Foto von sich einstellt, riskiert, dass manche Menschen das falsch interpretieren. Übrigens darf man keine Fotos von anderen einstellen, ohne um Erlaubnis zu fragen, das verstößt gegen das Recht am eigenen Bild.

Lokalisierungsdienste sind eine umstrittene Sache. Freunden kann man auf anderem Weg mitteilen, wo man sich aufhält, andere müssen es nicht wissen. Bei Minderjährigen ist die Funktion grundsätzlich ausgeschaltet, lässt sich allerdings aktivieren. Bei Erwachsenen ist der Ortungsdienst standardmäßig aktiviert, kann aber abgeschaltet werden.

Die achtseitige Broschüre „Info zur Facebook-Chronik“ hält konkrete Tipps zum Umgang mit der Chronik bereit. Sie kann auf der Seite [klicksafe.de](http://klicksafe.de) im Bereich „Themen“ als pdf-Dokument heruntergeladen werden.

Ellen Nieswiodek-Martin



Aus: Christliches Medienmagazin pro 2/2012  
[www.pro-medienmagazin.de](http://www.pro-medienmagazin.de), Abdruck mit freundlicher Genehmigung.

## Facebook in Zahlen

- 845 Millionen aktive Nutzer weltweit
- Mit 229 Millionen Nutzern bildet Europa den größten Markt für Facebook.
- Bei den 14- bis 29-jährigen Internetnutzern sind bereits 92 Prozent Mitglied in einer oder mehreren Online-Communitys.
- Im Jahr 2011 meldete das Unternehmen eine Milliarde Dollar Gewinn - bei einem Jahresumsatz von 3,7 Milliarden eine stolze Leistung. 85 Prozent der Einnahmen beruhen auf Werbung.
- 3.200 Mitarbeiter sind bei dem Medienunternehmen beschäftigt.

Quelle: dpa / Bitkom-Studie „Soziale Netzwerke II“