# Die kommerzielle Nutzung persönlicher digitaler Daten in sozialen Netzwerken am Beispiel von Facebook.de – Wie können wir uns wehren?

Seminarfacharbeit
eingereicht an der Kooperativen Gesamtschule Erfurt
von Theo Jorcke,
Florian Prill,
Niklas Treu,
Maximilian Turtenwald

Fachbetreuer: Hr. Dr. Lutz Hasse SEF – Betreuer: Hr. Raik Becker eingereicht am: 03. November 2014

### Vorwort

Unsere Seminarfachgruppe besteht aus Theo Jorcke, Florian Prill, Niklas Treu und Maximilian Turtenwald. Wir sind Schüler der Kooperativen Gesamtschule Schwemmbach und schreiben während unseres Abiturs am eine Seminarfacharbeit zum Thema "Die kommerzielle Nutzung persönlicher digitaler Daten in sozialen Netzwerken am Beispiel von Facebook.de - Wie können wir uns wehren?". Wir haben uns dieses Thema ausgewählt, da es momentan sehr aktuell und sehr präsent in den Medien ist. Des Weiteren sind wir selbst Nutzer von Facebook.de und wollen zudem auch für andere Nutzer mehr Klarheit im Umgang mit Facebook.de schaffen. Wir beschäftigen uns mit der Frage: "Was hat es mit der Speicherung von Daten speziell in Facebook.de auf sich?". Das Ziel unserer Arbeit ist es, einen Überblick über die Datenspeicherung und Datenverarbeitung bei Facebook.de zu geben, Schutzmöglichkeiten aufzuzeigen sowie die Meinungen von Bürgern Thematik "Soziale Netzwerke" darzustellen. Unsere Arbeit ist in fünf Teilbereiche gegliedert; deren weiterer Unterteilung man die Strukturierung der Arbeit entnehmen kann.

An dieser Stelle möchten wir uns recht herzlich bei allen Personen bedanken, die uns bei unserer Seminarfacharbeit unterstützt haben. Besonderer Dank gilt Hr. Dr. Lutz Hasse, Landesbeauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit in Thüringen, welcher uns jeder Zeit behilflich zur Seite stand und uns mit Informationsmaterial, mit seinem Wissen und seinen Erfahrungen versorgte. Des Weiteren möchten wir uns bei Hr. Raik Becker, Seminarfachbetreuer unserer Schule, bedanken, dass er uns bei Fragen zur Verfügung stand. Auch den Teilnehmern unserer Umfrage gebührt unser Dank.

# Inhaltsverzeichnis

1.	Facebook.de: Was wissen sie von uns?	6
1.1.	Teilnehmerdaten	6
1.2.	WhatsApp	9
1.3.	Fanpages	12
1.4.	Likebuttons	14
1.5.	Was wissen sie noch?	15
2.	Facebook.de: Weshalb sammeln sie diese Daten?	17
2.1.	Werbung	17
2.2.	Datenverkauf	21
3.	Facebook.de: Dürfen sie alles wissen?	23
3.1.	Rechtliche Grundlagen	23
3.2.	Gesetzeskonforme AGB von Facebook.de?	27
3.3.	Vergleich Realität und Gesetz (Gerichtsurteile)	30
3.4.	Auskunftsanspruch über gespeicherte Daten	34
3.5.	Löschungsanspruch	36
4.	Facebook.de: Wie geht's besser	38
4.1.	Like – Buttons	38
4.2.	Einstellungen	40
4.3.	Erhöhung der Transparenz	43
4.4.	Möglichkeiten zum Schutz	45

5.	Bürgerbefragungen und Ergebnisse	47
6.	Schlusswort	53
7.	Erklärung des Eigenanteils	55
8.	Anhang - Umfragebogen	56
9.	Quellenverzeichnis	59
10.	Eidesstattliche Erklärungen	64

# **Einleitung**

Im Jahr 2013 ereignete sich ein Überwachungsskandal, welcher von dem US-Amerikaner Edward Snowden aufgedeckt wurde. Viele Menschen waren empört und wollten mehr über diesen Sachverhalt des Datendiebstahls herausfinden. Ähnlich schockiert waren auch wir. Deshalb versuchten wir mehr über diese Thematik zu erfahren. Während unserer Recherche stießen wir in Bezug auf Datendiebstahl auch auf Facebook.de, einem sehr populären Netzwerk.

Am Anfang waren wir sehr verwundert. Je mehr wir uns jedoch mit der Thematik beschäftigten, umso mehr wurde uns klar, dass Facebook.de nicht einfach nur das soziale Netzwerk ist, in dem man mit seinen Freunden schreiben kann oder persönliche Fotos hoch lädt. Facebook.de hat in erster Linie nicht nur Interesse an den Nutzern, sondern vielmehr an den Unsummen von Datenmengen die damit verknüpft sind.

Unsere Erfahrungen, haben wir zum Anlass genommen, am Beispiel von Facebook.de genauere Informationen bezüglich der Datenspeicherung und der Datennutzung zu sammeln, um diese zu erklären.

Deshalb möchten wir uns im Folgenden mit dem Thema: "Die kommerzielle Nutzung persönlicher digitaler Daten in sozialen Netzwerken am Beispiel von Facebook.de – Wie können wir uns wehren?" auseinandersetzen.

### 1. Facebook.de: Was wissen sie von uns?

### 1.1. Teilnehmerdaten

Im Folgenden beleuchten wir die Position von Facebook.de in der Gesellschaft. Wir gehen dabei auf die Häufigkeit der Nutzung ein und beziehen uns hierbei auf Statistiken, welche dies veranschaulichen.

Facebook.de ist ein sehr viel genutztes und weitverbreitetes soziales Netzwerk.



Quelle: <a href="http://tobesocial.de/sites/default/files/blogimages/Facebook.de-nutzerwachstum-2011-">http://tobesocial.de/sites/default/files/blogimages/Facebook.de-nutzerwachstum-2011-</a>

2017-deutschland%5B2%5D.jpg

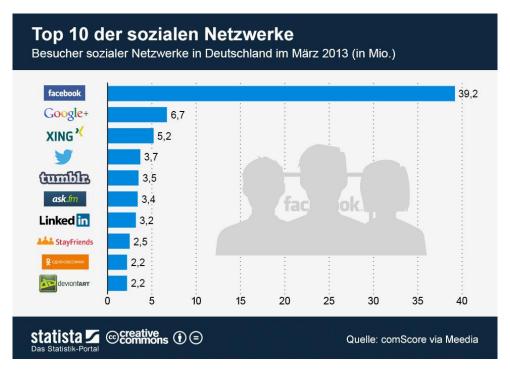
Zugriff am 06.03.2014 um 13:49 Uhr

Der obigen Statistik kann man entnehmen, dass Facebook.de in den letzten Jahren sehr viele Nutzer gewonnen hat und ca. jeder fünfte Deutsche ein Facebook.de – Nutzer ist.

Bereits im Jahr 2011 hatte Facebook.de 16,7 Millionen Nutzer in Deutschland, was einen Anteil von 56,1% an allen sozialen Netzwerken darstellt. Das bedeutet, dass sie innerhalb von sechs Jahren ein starkes Nutzerwachstum hatten. Der Statistik ist außerdem eine Prognose bis 2017 zu entnehmen. Laut dieser Prognose wird Facebook.de im Jahr 2017 eine Nutzeranzahl von 26,9 Millionen Menschen in Deutschland haben. Das entspricht 68,2% aller sozialen Netzwerke. Des Weiteren entspricht dies 45% der Internetnutzer und 33,3% der deutschen Bevölkerung.

Diese Zahlen sind zum einen sehr positiv für Facebook.de, andererseits jedoch regen diese auch zum Nachdenken an, denn, wenn Facebook.de eine solche Macht in Deutschland und ebenfalls auch in der Welt besitzt, haben sie einen großen Einfluss auf die Bevölkerung, was Facebook.de auch negativ ausnutzen könnte bzw. kann.

Im Folgenden zeigt eine weitere Statistik die Nutzung von sozialen Netzwerken im Monat März des Jahres 2013. Die Zahlen dieser Statistik beziehen sich auf die Besucher der sozialen Netzwerke. Damit meint man, wie oft dieses soziale Netzwerk im Internet angeklickt bzw. geöffnet wurde.



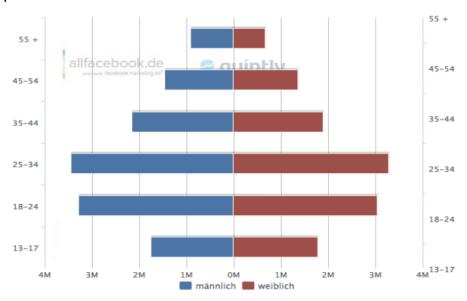
Quelle:

https://d28wbuch0jlv7v.cloudfront.net/images/infografik/normal/infografik\_907\_Top\_10\_der\_sozi alen\_Netzwerke\_in\_Deutschland\_n.jpg

Zugriff am 06.03.14 um 13:46 Uhr

In dieser Statistik wird sehr deutlich, was Facebook.de für einen Einfluss hat und welchen Platz es in der Bevölkerung einnimmt. Mit einem Vorsprung von 32,5 Millionen Nutzern im betrachteten Monat wird das starke Ausmaß sehr gut deutlich. Selbst Konkurrenten wie Google+, Xing, Twitter und tumblr. erreichen nicht einmal annährend dieses Nutzervolumen.

Nachfolgend kann man das Nutzerspektrum in Bezug auf männliche und weibliche Nutzer und ihr Alter erkennen. Man erkennt, dass es die Form einer Zwiebel hat. Man kann es mit einer Zwiebel vergleichen, da besonders die untere Schicht, die Jugendliche, Nutzer von Facebook, de sind und im Vergleich zur oberen Schicht, ältere Erwachsene, in wesentlich größerem Umfang vertreten. Im Durchschnitt sind mehr männliche Nutzer in den gegebenen Altersgruppen vorhanden. Das breiteste Spektrum von männlichen sowie weiblichen Nutzern herrscht im Alterszeitraum zwischen 25 und 34 Jahren. Eine weitere Erkenntnis bietet die Altersgruppe 50+ bei beiden Geschlechtern, denn diese Altersgruppe hat überraschende 1,5 Millionen Nutzer. Das breite Spektrum zwischen 25 und 43 Jahren ist damit zu erklären, dass Facebook.de besonders bei jüngeren Nutzern beliebt ist, wobei mit diesen Jüngeren eher Nutzer im anfangenden Erwachsenenalter gemeint sind. Diese verbinden sich vor allem für ihre Freizeitplanung (z.B. Verabreden mit alten Freunden) und berufliche Themen mit Facebook.de, um diese mit Freunden zu diskutieren und zu besprechen.



Quelle: http://allFacebook.de.de/zahlen\_fakten/deutschland-april-2013

Zugriff am 10.03.2014 um 15:46 Uhr

# 1.2. WhatsApp

Im weiteren Verlauf wollen wir das neuste Segment von Facebook.de genauer vorstellen.

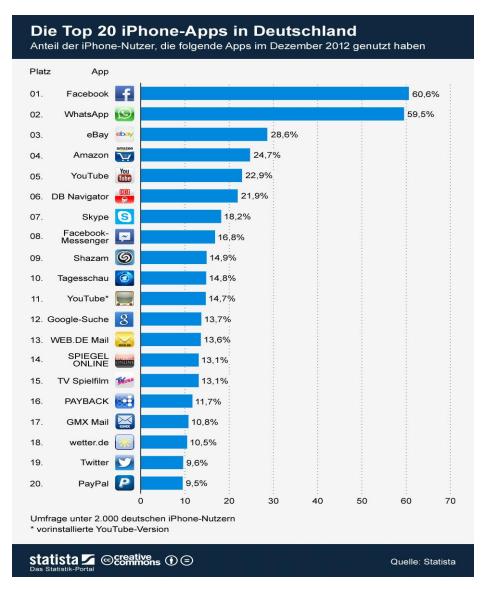
WhatsApp ist ein auf Internetzugang und Mobilgeräten basierender Nachrichtendienst. Mit diesem Dienst lassen sich Textnachrichten, Bild-, Video- und Tondateien, sowie Standortinformationen zwischen Nutzern austauschen<sup>1</sup>. Allgemein ist zu sagen, dass dieser Nachrichtendienst im Jahr 2013 ca. 30 Millionen deutsche Nutzer hat und davon ca. 70% täglich online sind. Im Durchschnitt werden pro Tag ca. 18 Milliarden Nachrichten verschickt<sup>2</sup>.

Am 19. Februar 2014 hat das Onlinenetzwerk Facebook.de diesen Nachrichtendienst für 19 Milliarden \$ (ca. 14 Milliarden €) gekauft. Laut Facebook.de soll sich nach diesem Kauf für die Nutzer nichts ändern und WhatsApp soll weiterhin unabhängig laufen. Dass dieses Modell funktioniert zeigt Facebook.de bereits am Bilddienst Instagram, welcher vor ein paar Jahren für 1 000 000 \$ gekauft wurde. Jedoch will Facebook.de den Gewinn durch WhatsApp steigern. Dieser Kauf hatte negative Börsenauswirkungen auf die Facebook.de eigenen Aktien, denn diese verloren 3%. Dies ist vor Allem mit der großen Summe zu begründen. Weiterhin hat die Firma Naver mit ihrem Nachrichtendienst Line ca. 8% Anteil verloren. Da in den Nachrichtendienst WhatsApp so viel investiert wurde und dieser ab sofort zum Konzern Facebook.de gehört, haben andere Nachrichtendienste wie zum Beispiel Line an Marktwert verloren. Das offizielle Ziel, welches Mark Zuckerberg, Geschäftsführer von Facebook.de, verfolgt, ist, die gesamte Welt zu vernetzen. Der hohe Preis von 19 Milliarden \$ war so hoch, da Google ebenfalls mitbot, um den Nachrichtendienst für sich zu gewinnen und Facebook.de eine Blamage wie bei der Ablehnung durch Snapchat vor wenigen Jahren vermeiden wollte.

http://de.wikipedia.org/wiki/WhatsApp

<sup>&</sup>lt;sup>2</sup> http://de.wikipedia.org/wiki/WhatsApp

Im Folgenden lässt eine Statistik erkennen, in welcher die 20 häufigsten genutzten IPhone Apps in Deutschland zu erkennen sind.



Quelle: <a href="http://smartphones-tablets.de/wp-">http://smartphones-tablets.de/wp-</a>

content/uploads/2013/01/infografik 834\_Top\_20\_iPhone\_Apps\_in\_Deutschland\_b.jpg

Zugriff am 06.03.14 um 13:52 Uhr

Man kann gut erkennen, dass Facebook.de eher knapp den Platz 1 besetzt. Somit scheint das Ziel gut erreicht zu sein. Doch auf Platz 2 steht WhatsApp welcher nur 0,9 % Abstand hat. Da Facebook.de diesen Nachrichtendienst schon länger als Konkurrenz sieht, war der Kauf naheliegend.

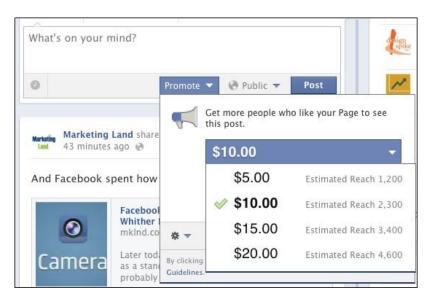
Mit dem Kauf von WhatsApp hat Facebook.de somit einen unschlagbaren Anteil und ist auf fast jedem Smartphone vertreten.

Das bedeutet, dass jenes verfolgte Ziel, die Welt zu vernetzen, so gut wie erreicht scheint. Abschließend ist zu sagen, dass mit dem Kauf von WhatsApp Facebook.de ein riesiger Sprung im Sinne des Marktanteiles gelungen ist, denn Facebook.de liegt nun mit riesigem Abstand vor allen anderen Apps.

Jedoch gibt es viele Probleme mit WhatsApp, vor allem was den rechtlichen Aspekt betrifft. Das Hauptproblem ist, dass der Nachrichtendienst ausschließlich dem US-amerikanischen Recht (Niederlassung in Kalifornien) unterliegt. Somit werden alle Daten in die USA transferiert. Alle Nachrichten, auch Bilddateien, Tondateien und Textnachrichten, zählen laut Privatsphäre -Einstellungen nicht zu personenbezogenen Daten. Ein weiteres Problem sind Statusmeldungen, denn diese darf WhatsApp aufgrund der eigenen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) weiternutzen und verarbeiten. Somit sind alle Formate betroffen, wie zum Beispiel Videos, Textnachrichten, gesprochene Sprache und Bilder. Jedoch ist es möglich, seinen Status zu löschen, dadurch verliert WhatsApp seine Nutzungsrechte. Durch diese Vorgänge nutzt WhatsApp eine interne Profilbildung, um somit alle Daten ordnen und verarbeiten zu können. Im Falle eines Kaufes werden diese Profile an den Käufer übertragen, was sich Facebook.de mit dem Kauf zu nutzen gemacht hat. Somit kam Facebook.de seinem Ziel, die Welt zu vernetzen näher, jedoch ist es Facebook.de auch möglich, noch mehr Daten zu sammeln und zu verarbeiten. So lässt sich schlussfolgern, dass WhatsApp und somit Facebook.de weder juristisch noch technisch Fehler macht, da alles im Recht bzw. in den AGB verankert ist. Das Hauptproblem, was technisch zu sehen ist, ist die geringe Sicherheit der Daten, denn somit ist es möglich, vollständig als Konzern auf die Daten zugreifen zu können. WhatsApp gibt öffentlich zu, eine Art Benutzerprofil anzulegen. Mit diesem lassen sich Vorlieben, Schlagwörter, Kontaktpartner usw. herausfinden. Des Weiteren werden die Telefonnummern nicht erweitert verschlüsselt und Kontaktlisten regelmäßig, aufgrund der Akzeptanz durch den Nutzer, ausgelesen und verarbeitet. Somit ist eine Weiterleitung der Daten an Dritte rechtlich und technisch möglich. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass dieses Medium besonders unsicher ist. Dazu kommt der Fakt, dass die AGB auf Englisch verfasst sind.

## 1.3. Fanpages

Neben dem Verkauf von Daten ist der "Verkauf" von Promoted Posts -"geförderten Beiträgen" für Fanseiten eine weitere wichtige Einnahmequelle. Facebook.de lässt sich in 5\$-Schritten eine erhöhte Reichweite<sup>3</sup> von den sogenannten Statusupdates<sup>4</sup> bezahlen.



Quelle: http://www.media-affin.de/promoted-posts-Facebook.de-lasst-sich-reichweite-

bezahlen

Zugriff am 06.05.14 um 15:20 Uhr

"Eine Fanpage bezeichnet eine Website, in diesem Fall auf Facebook.de, auf der gezielte Informationen über eine Person des öffentlichen Lebens oder ein bestimmtes Hobby bereitgestellt werden. Ziel dieser Fanpages ist es, das eigene Interesse mit Gleichgesinnten zu teilen oder bei Leuten, die sich mit dem Thema noch nicht auseinandergesetzt haben, Interesse dafür zu wecken."<sup>5</sup> Facebook.de reduzierte allmählich die Reichweite der Statusupdates solcher Fanpages, sodass sie nicht für alle Fans bei den Neuigkeiten zu sehen waren.

<sup>&</sup>lt;sup>3</sup> Die Reichweite zeigt, wie viele Fans das Statusupdate sehen

<sup>&</sup>lt;sup>4</sup> Veröffentlichte Texte, Bilder, Videos eines Nutzers/ einer Fanpage, die in den Neuigkeiten der 

http://de.wikipedia.org/wiki/Fanpage

Mit der eingeführten Timeline<sup>6</sup> konnten Betreiber der Fanpages Statistiken einsehen, welche darstellten, wie groß die Reichweite jedes Statusupdates ist. Deswegen konnte man einzelne Statusupdates gegen Bezahlung "pushen" und somit die Reichweite erheblich erhöhen. Bei einer Fanbase<sup>7</sup> von ca. 5.000 Fans ist es zum Beispiel möglich, für 10\$ 2.300 Fans mehr zu erreichen. Dabei werden die Beiträge bis maximal drei Tage nach deren Veröffentlichung hervorgehoben. Allerdings gilt diese Zahl nur für die direkt von Facebook.de benachrichtigten Fans, welche diesen Post wiederum teilen und somit auch die Reichweite wieder erhöhen können. Der momentan bekannte Maximalpreis beträgt 300\$ und entspricht einer Reichweite von ca. 100.000 Fans. Das offizielle Statement8 von Facebook.de lautet: "Wenn du deinen Beitrag nicht hervorhebst, können ihn immer noch viele mit deiner Seite verbundene Personen sehen. Wenn du ihn allerdings hervorhebst, kannst du dessen potentielle Reichweite steigern, so dass ein noch größerer Teil deines Seitenpublikums und der Freunde der Personen, die mit deinem Beitrag interagieren, diesen sehen." Dabei empfiehlt Facebook.de Posts, wie "Lebendige Fotos und Videos", "Angebote", "Exklusive Veranstaltungen oder Neuigkeiten" und "Fragen" zu promoten. Dies sind im Allgemeinen Posts, bei denen ein hohes Engagement von Fans zu erwarten ist. So kann die Kommunikation zwischen Fan und Betreiber der Fanpage verbessert werden.

<sup>&</sup>lt;sup>6</sup> Die Timeline entspricht einer Chronik

<sup>&</sup>lt;sup>7</sup> Eingeschworene Fangemeinschaft

<sup>8</sup> https://www.Facebook.de.com/help/promote

### 1.4. Likebuttons

Interaktionen zwischen Fanpagebetreibern und Fans erfolgen unter anderem auch durch die sogenannten Likebuttons. Diese können auch von nicht-Facebook.de-Websiten genutzt und auf ihrer Seite eingebunden werden. Dabei werden jedoch schon beim Aufrufen der Seite Informationen über die IP-Adresse, der "Straße und Hausnummer" von Geräten, die im Internet unterwegs sind, des Nutzers und die URL der aufgerufenen Seite an Facebook.de gesendet. Falls noch ein anderes Fenster offen ist, bei dem man sich bei Facebook.de angemeldet hat, kann Facebook.de diese Informationen sofort dem jeweiligen Nutzer zuordnen. Selbst wer nicht bei Facebook.de angemeldet ist, wird registriert und kann einem Haushalt, in dem Nutzer mit einer gleichen Netzadresse auf Facebook.de angemeldet sind, zugeordnet werden. Die Netzadresse entspricht den ersten neun Zahlen der IP-Adresse, welche in einem Haushalt identisch sind.

### 1.5. Was wissen sie noch?

Im ersten Schritt werden wir aufzeigen, welche Informationen Facebook.de über eine Person herausfiltern kann.

Zum einen erhält Facebook.de eine Vielzahl von persönlichen Informationen direkt vom Nutzer selbst. Dazu zählen im Wesentlichen die Daten, die man bei der Registrierung angeben muss, um dieses Netzwerk zu nutzen. Dazu gehören u.a. Angaben zum Namen der Person, der E-Mail Adresse, des Geburtstags, der Telefonnummer sowie des Geschlechts der Person. Damit ist es Facebook.de möglich, z.B. über die Angabe des Geburtstages "altersgemessene Inhalte und Werbeanzeigen" zu verwenden.

Zum anderen verwendet Facebook.de auch solche Daten, die man mit anderen Nutzern teilt. Dieser Bereich umfasst beispielsweise das Posten einer Statusmeldung, das Hochladen eines Fotos oder das Kommentieren einer Meldung eines Freundes. Hierzu zählen außerdem alle Informationen, die man für andere Personen zugänglich macht, beispielsweise wenn einem eine Website gefällt oder man einen neuen Freund oder eine neue Freundin hinzufügt.

Letztlich können persönliche Daten auch durch Dritte an Facebook.de weitergeleitet werden ohne weitere Einflussmöglichkeit des betroffenen Nutzers.

Dies geschieht u.a. wenn Freunde ein Foto von dem Betroffenen posten, ihn in einer Statusmeldung markieren oder seine Kontaktinformationen hochladen. Auf diese Vorgehensweisen hat man als Betroffener keinen direkten Einfluss mehr.

Laut den Datenverwendungsrichtlinien von Facebook.de gibt es zudem noch weitere Angaben unter der Rubrik "Sonstige Informationen"<sup>10</sup>, die Facebook.de von den Nutzern erhält. Darunter fallen das Aufrufen einer Chronik von einer anderen Person, das Suchen bestimmter Personen oder Seiten im Netzwerk, das Anklicken von Inhalten oder das Verschicken und Empfangen von Nachrichten.

<sup>9</sup> https://www.Facebook.de.com/about/privacy/your-info

<sup>10</sup> https://www.Facebook.de.com/about/privacy/your-info

Des Weiteren erhält Facebook.de Daten über die Geräte die man nutzt, um auf Facebook.de zuzugreifen. Dies können Netzwerk- und Kommunikationsdaten sein wie die IP- Adresse oder die Handynummer aber auch andere Daten wie der Internetdienst des Nutzers oder dessen Betriebssystem.

Zusammenfassend kann man sagen, dass Facebook.de in zweierlei Hinsicht über uns Bescheid weiß.

Zum einen verfügt Facebook.de über Wissen einzelner Personen und zum anderen über Verbindungen zwischen vernetzten Personen. Aus diesen beiden Komponenten entsteht ein dichtes Netz an Informationen. Facebook.de hat dabei sowohl von den persönlichen Daten der Personen als auch aus den Verbindungen zu anderen Nutzern eine Vielzahl an Datenmaterial.

Dadurch weiß Facebook.de wer wir sind, was wir mögen oder nicht mögen, mit wem wir schreiben, wie unser soziales Umfeld aussieht und welche Rolle wir darin spielen.

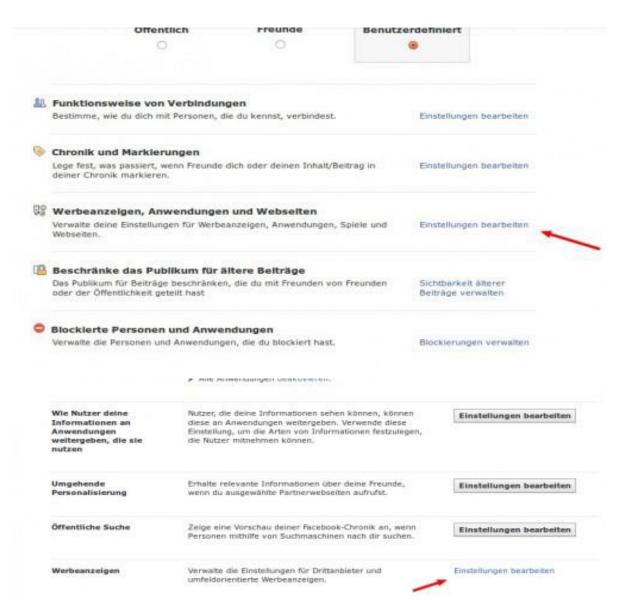
Unabhängig, ob man bei Facebook.de angemeldet ist oder nicht, kann man vom Netzwerk erfasst werden. Bei Einrichtung eines neuen Accounts bietet Facebook.de die Möglichkeit, das Adressbuch bzw. die Kontaktlisten des Neu-Mitglieds zu durchsuchen. Dies dient der Überprüfung, ob die Kontakte des Neu-Mitglieds bereits in Facebook.de registriert sind. Gibt man beispielsweise das Passwort seines Mail-Accounts an, so durchforstet Facebook.de die Mailbox. Hierbei merkt sich Facebook.de die E- Mail- Adressen. Facebook.de's Begründung lautet, dass auch Freunde, die nicht Mitglied bei Facebook.de sind, über die Ereignisse auf der Plattform informiert werden könnten. Die E- Mail-Adressen werden benötigt, um dies den Nutzern zu ermöglichen.

All diese Informationen dienen Facebook.de dazu, zusätzlich zum Nutzerprofil ein eigenes über seine Mitglieder zu erstellen. Mit Hilfe dieser Profile kann Facebook.de personenbezogene Werbung schalten und hat somit größere Einnahmen.

### 2. Facebook.de: Weshalb sammeln sie diese Daten?

## 2.1. Werbung

Das Thema Werbung spielt auch für Facebook.de selbst eine große Rolle. Zu diesem Thema hat sich Facebook.de bereits offiziell geäußert: "Facebook.de-Werbeanzeigen sollen dabei helfen, Werbeanzeigen den Personen zu zeigen, die sie interessant und relevant finden.". Dieses Zitat sagt bereits sehr viel über die Arbeit und Ziele von Facebook.de aus. Die Werbeanzeige in Facebook.de durchläuft drei Teilschritte. Zuerst erstellt ein Unternehmen eine Werbeanzeige und legt eine Zielgruppe und die Laufdauer fest. Im zweiten Schritt bekommt Facebook.de ein Budget vom Unternehmen, entweder ein Tagesbudget, welches die Reichweite bzw. Laufdauer am Tag je nach seiner Höhe steuert. Oder das Unternehmen wählt das Laufzeitbudget; bei diesem wird die Reichweite und Laufdauer für den gesamten Zeitraum der Anzeige berechnet. Sobald das Budget überschritten ist, endet die Anzeige für den Tag oder komplett. Im dritten und somit letzten Schritt kommt die Werbeanzeige an den "Kunden". Die Werbung wird nach den Interessen an die Profile verteilt. Die Werbeanzeigen werden basierend auf: Gefällt-mir Angaben, Aktivitäten, Kommentaren, Wohnort, Geburtstag, usw. zugeschnitten. Es gibt zwei Arten von Werbeanzeigen. Das sind zum einen die relevanten Anzeigen und zum anderen die gesponserten Anzeigen. Die relevanten Werbeanzeigen werden nach Interessen, bzw. den oben genannten Fakten verteilt, wobei gesponserte Werbeanzeigen, je nach dem vorgegeben Budget, an eine bestimmte Anzahl von Nutzern gesendet. Der Nutzer hat die Option jede Werbung einzeln nach Relevanz zu bewerten. So wird die nächste Werbung besser auf ihn zugeschnitten. Es ist jedoch möglich die personalisierte Werbung auf Facebook.de zu verhindern, indem man dies in den Einstellungen auswählt. Dazu geht man zuerst in die Privatsphäre- Einstellungen unter Werbeanzeigen, Anwendungen und Webseiten und dort auf Werbeanzeigen und dort wählt man, unter den Links a) Einstellungen für Werbeanzeigen von Drittanbietern bearbeiten und b) Einstellungen für soziale Werbeanzeigen bearbeiten, "Niemand" aus. Im Anschluss ist dies noch einmal veranschaulicht.



Quelle: http://pc.de/web/Facebook.de-personalisierte-werbung-3736

Zugriff am 26.05.2014 um 10:34 Uhr

#### Facebook-Werbeanzeigen

#### Werbeanzeigen, die von Drittanbietern angezeigt werden

Facebook berechtigt Anwendungen Dritter bzw. Werbenetzwerke weder zur Nutzung deines Namens noch zur Nutzung deines Bildes für Werbeanzeigen. Sollten wir dies in Zukunft gestatten, so wird die von dir ausgewählte Einstellung die Nutzung deiner Informationen regeln.

Du kannst durch soziale Plug-ins von Facebook soziale Kontexte auf Webseiten Dritter, unter anderem in Werbeanzeigen, sehen.

Obwohl dir soziale Plug-ins eine soziale Nutzererfahrung auf Webseiten Dritter ermöglichen, teilt facebook deine Informationen nicht mit den Webseiten der Drittparteien, auf welchen sich die sozialen Plug-ins befinden. Erfahre mehr über soziale Plug-ins.

Einstellungen für Werbeanzeigen von Drittanbietern bearbeiten

#### Werbeanzeigen und Freunde

Alle möchten wissen, was ihren Freunden gefällt. Darum kombinieren wir Werbeanzeigen mit Freunden - so kannst du basierend auf den "Gefällt mir"-Angaben und geteilten Inhalten deiner Freunde ganz einfach Produkte und Dienstleistungen finden, an denen du interessiert bist. Erfahre mehr über soziale Werbeanzeigen.

Hier sind die Fakten:

- Soziale Werbeanzeigen zeigen die Botschaften von Werbetreibenden zusammen mit von dir durchgeführten Handlungen, z. B. dem Anklicken von "Gefällt mir" auf einer Seite
- Soziale Werbeanzeigen unterliegen deinen Privatsphäre-Einstellungen
- Wir verkaufen deine Informationen nicht an Werbekunden.
- Nur bestätigte Freunde können deine Handlungen zusammen mit Werbeanzeigen sehen
- Wenn ein Foto verwendet wird, handelt es sich dabei um dein Profilbild und nicht um ein Bild aus deinen Fotoalben

Einstellungen für soziale Werbeanzeigen bearbeiten

#### Facebook-Werbeanzeigen

#### Werbeanzeigen, die von Drittanbietern angezeigt werden

Facebook berechtigt Anwendungen Dritter bzw. Werbenetzwerke weder zur Nutzung deines Namens noch zur Nutzung deines Bildes für Werbeanzeigen. Sollten wir dies in Zukunft gestatten, so wird die von dir ausgewählte Einstellung die Nutzung deiner Informationen regeln.

Du kannst durch soziale Plug-ins von Facebook soziale Kontexte auf Webseiten Dritter, unter anderem in Werbeanzeigen, sehen. Obwohl dir soziale Plug-ins eine soziale Nutzererfahrung auf Webseiten Dritter ermöglichen, teilt Facebook deine Informationen nicht mit den Webseiten der Drittparteien, auf welchen sich die sozialen Plug-ins befinden. Erfahre mehr über soziale Plug-ins.

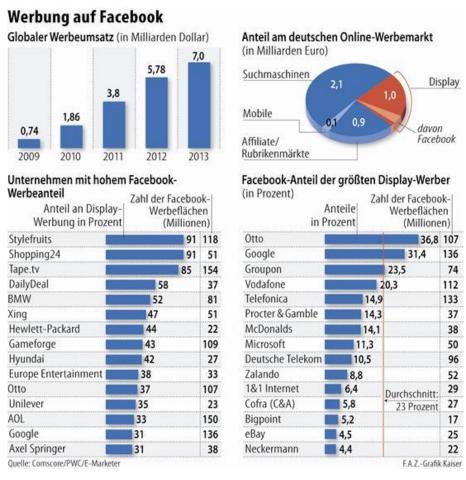
Falls wir das in Zukunft zulassen sollten, zeige meine Informationen diesen Personen Niemand

\*\*I

Anderungen speichern Abbrechen

Quelle: http://pc.de/web/Facebook.de-personalisierte-werbung-3736

Zugriff am 26.05.2014 um 10:34 Uhr



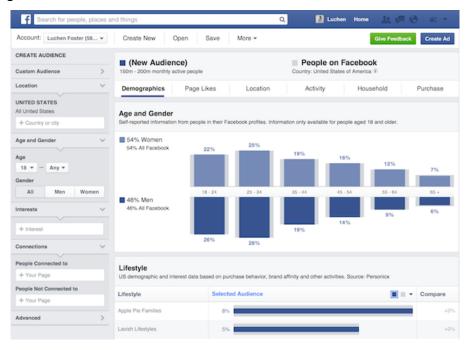
Quelle: http://blogs.faz.net/netzwirtschaft-blog/files/2011/11/Facebook.deWerbung.jpg

Zugriff am 26.05.2014 um 10:36 Uhr

In der oben dargestellten Grafik kann man vieles erkennen, zum einen ist der Werbeumsatz von Facebook.de dargestellt. Man sieht, dass dieser stark ansteigt. Er ist innerhalb eines Jahres (2012-2013) um 1,22 Milliarden Dollar gestiegen und man kann der Grafik eine Prognose entnehmen, dass dieser Werbeumsatz weiter steigen wird. Des Weiteren ist der Werbeanteil der Display – Werber in Facebook.de dargestellt. Unter Display – Werbung versteht man allgemein alle Werbung mit Bannern bzw. ist sie das Gegenstück zur Suchmaschinen Werbung. Der Grafik kann man entnehmen, dass vor allem Otto und Google, die Option zu solcher Werbung gut nutzen und zusammen 243 Millionen Werbeflächen auf Facebook.de besitzen. Zum Schluss ist oben rechts noch ein Diagramm dargestellt, was den Anteil von Werbung am deutschen Werbemarkt darstellt. Es ist deutlich zu erkennen, dass Facebook.de schon einen sichtbaren Teil dieses Geschäftes ausmacht.

#### 2.2. Datenverkauf

Seit dem 8. Mai 2014 steht den US-amerikanischen und wahrscheinlich auch Werbekunden von Facebook.de, zum Beispiel bald den europäischen Geschäften, Restaurant-Ketten und der Industrie, ein neues Programm zur Zielgruppenanalyse zur Verfügung: "Audience Insights". Dabei können Informationen wie "Alter, Geschlecht und Wohnort, Bildungsstand, berufliche Position und Haushaltsgröße der Nutzer von den Werbekunden ebenso abgefragt werden, wie die stärksten Interessen und das Nutzerverhalten"<sup>11</sup>.



Beispiel-Layout für "Audience Insights"

Quelle: https://www.facebook.com/business/news/audience-insights

Zugriff am 30.09.2014 um 17:10 Uhr

Zwar versichert Facebook.de, dass diese Daten nur anonym zum Einsatz kommen und dass lediglich Daten verwendet werden, die von den Facebook.de-Mitgliedern selbst veröffentlicht wurden. Außerdem arbeite man mit "vertrauenswürdigen" Partnern zusammen, beispielsweise ACXIOM weltweit der größte Händler von Konsumentendaten.

<sup>11</sup> http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/audience-insights-Facebook.de-verkauft-seine-nutzer-12931625.html Absatz 3, Z.5-9

Dieser wurde allerdings schon 2012 von der amerikanischen Verbraucherschutzbehörde dazu aufgefordert, seine Methoden der Datenverarbeitung zu offenbaren und auch den Konsumenten die Möglichkeit zu geben, ihre Daten wieder entziehen zu können.

Produktionsmanagerin von Lu'chen Forster. Facebook.de, sagt im Präsentationsvideo von "Audience Insights", dass Facebook.de weiß, wie wichtig es für die Werbekunden ist, die Zielgruppe zu kennen und zu verstehen, z.B. für welche "Produkte, Medien Fernsehsendungen, Marken, Filme, Bands, Prominente"12 o.ä. sich Facebook.de-Nutzer interessieren. Außerdem ist es für die Werbekunden gut zu wissen, "wo und in welchen Umständen die entsprechenden Mitglieder einer Zielgruppe leben und wie schnell sie sich für ein neues Produkt begeistern können. Weil Facebook.de so viel über seine Nutzer weiß, kann Facebook.de nicht nur deren Bedürfnisse befriedigen, sondern kann auch neue schaffen und diese steuern."13 Das große Problem im Sinne des Datenschutzes ist dabei, dass Facebook.de einerseits viele leere Versprechen machen kann, denn wirklich überprüfen kann das kein Nutzer und andererseits, dass Facebook.de in der Zukunft durchaus vertrauliche Daten an Werbekunden in der ganzen Welt verkaufen könnte. Dies betrifft auch prominente Facebook.de Nutzer, bei denen dadurch in ihre Privatsphäre eingegriffen wird.

<sup>12</sup> http://www.eifelzeitung.de/2014/05/Facebook.de-verkauft-nutzerdaten-68663/ Absatz 5 ,

Z.  $3/4^{13}$  http://www.eifelzeitung.de/2014/05/Facebook.de-verkauft-nutzerdaten-68663/ Absatz 5 , Z. 7-9

### 3. Facebook.de: Dürfen sie alles wissen?

# 3.1. Rechtliche Grundlagen

Nach dem Volkszählungsgesetz von 1983 sollten alle Einwohner der Bundesrepublik Deutschland staatlich erfasst werden. Dies führte jedoch zu mehreren Verfassungsbeschwerden. Daraufhin nahm sich das Bundesverfassungsgericht der Frage an.

Die zentrale Aussage des Volkszählungsurteils lautete:

"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"<sup>14</sup>

Durch dieses Urteil wurde ersichtlich, dass die bisherigen Datenschutzgesetze nicht die verfassungsrechtlichen Ansprüche erfüllen. Deshalb wurde 1990 das Bundesdatenschutzgesetz geändert.

Der Artikel 2 Absatz 1 besagt, dass jeder "das Recht auf die freie Entfaltung seiner Persönlichkeit [besitzt], soweit er nicht die Rechte anderer verletzt und nicht gegen die verfassungsmäßige Ordnung oder das Sittengesetz verstößt."<sup>15</sup> Jeder besitzt nach der Thüringer Verfassung den Anspruch auf Schutz seiner personenbezogenen Daten und ist berechtigt, über die Preisgabe und Verwendung dieser Daten zu bestimmen (Artikel 6 Abs.2 ThürVerf).

Der Grundsatz des Bundesdatenschutzgesetzes ist das "Verbotsprinzip mit Erlaubnisvorbehalt", das besagt, dass die Speicherung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten im Prinzip verboten ist.

<sup>&</sup>lt;sup>14</sup> BVerfG: Volkszählungsurteil http://www.telemedicus.info/urteile/Datenschutzrecht/88-BVerfG-Az-1-BvR-209,-269,-362,-420,-440,-48483-Volkszaehlungsurteil.html

<sup>&</sup>lt;sup>15</sup> Paragraph. 2 Abs.1 Grundgesetz

Es ist nur dann erlaubt Persönliche Daten zu speichern, verarbeiten oder zu nutzen wenn entweder keine klare Rechtsgrundlage gegeben ist, z.B. das Gesetz die Datenverarbeitung in diesem Falle erlaubt, oder wenn die Zustimmung zur Nutzung oder Verarbeitung der Daten von der betroffenen Person erteilt wird. (§ 4 Absatz 1, BDSG) Dabei gilt jedoch immer noch der Grundsatz der Datenvermeidung und Datensparsamkeit, also keine oder so wenig wie möglich Daten verwendet werden sollten. (§ 3a BDSG) Nach Artikel Bundesdatenschutzgesetzes gelten Daten gelten personenbezogen, wenn sie "Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren natürlichen Person (Betroffener)4" enthalten. Dabei reicht es schon, wenn die Person nicht namentlich genannt wird, aber durch die gespeicherten bestimmbar ist (z.B. durch E-Mail Adresse, Telefonnummer, IP-Adresse, ...).

Der Paragraph 3 des Bundesdatenschutzgesetzes enthält noch weitere Begriffsbestimmungen.

Als anonym gelten Daten, bei denen die Person unbestimmbar ist.

Bei pseudonymen Daten wurde der echte Name durch einen Decknamen ersetzt um sie besser zu schützen, die Person ist aber, wenn auch manchmal mit Aufwand, wieder rekonstruierbar.

Nach § 6 Absatz 1 BDSG haben alle Personen folgende Rechte:

- Auskunft darüber, ob und welche persönlichen Daten von ihnen gespeichert sind
- Aus welchen Quellen diese Daten stammen und zu welchem Zweck sie gespeichert werden
- Berichtigung von fehlerhaften persönlichen Daten
- Beschwerderecht bei der Aufsichtsbehörde für Datenschutz
- Löschung und Sperrung der gespeicherten Daten
- Übermittlung von persönlichen Daten an Dritte zu untersagen

Jeder Bürger besitzt also ein Auskunftsrecht über seine gespeicherten Daten und das Recht auf Richtigstellung falscher Daten. Von der Auskunftspflicht über gespeicherte Daten sind jedoch Polizei und Geheimdienst ausgenommen.

Nach § 19 Absatz 7 des Bundesdatenschutzgesetzes ist die Auskunft über gespeicherte personenbezogene Daten unentgeltlich zu erteilen.

Laut Paragraph 4 Absatz 1 des Bundesdatenschutzgesetzes ist die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten nur zulässig, soweit das BDSG oder eine andere Rechtsvorschrift dies erlaubt oder der Betroffene eingewilligt hat. Außerdem muss die Einwilligung nach Paragraph 13 Absatz 2 des Telemediengesetzes bewusst und eindeutig sein, protokolliert werden, ihr Inhalt muss jederzeit abrufbar sein und die Einwilligung muss jederzeit vom wiederrufbar Nutzer sein und nach Paragraph 4a Bundesdatenschutzgesetzes "auf der Freien Entscheidung des Betroffenen beruhen". Jede Person besitzt nach Artikel 6 der Thüringer Verfassung das "Recht auf Achtung und Schutz seiner Persönlichkeit und seines privaten Lebensbereiches" und "Anspruch auf Schutz seiner personenbezogenen Daten". Dieses Recht darf nur durch ein Gesetz eingeschränkt werden. Da man sich in den Facebook.de AGB unter Abschnitt 17 damit einverstanden erklärt, dass persönliche Daten in die USA weitergeleitet und dort verarbeitet werden, liegt grundsätzlich kein Rechtsverstoß vor, jedoch wird der Nutzer nicht genau darüber informiert, wofür seine Daten verwendet werden und in welchem Umfang sie gespeichert werden. Des Weiteren ist die Einwilligung nicht aktiv, da es bei der Anmeldung keinen Button gibt, bei denen man den AGB zustimmt, sondern bei der Anmeldung den Allgemeinen Geschäftsbedingungen automatisch zugestimmt wird. Außerdem sollte der Nutzer nach Paragraph 13 Absatz 1 des Telemediengesetzes "in allgemein verständlicher Form" über Art, Umfang und Verwendung der personenbezogenen Daten unterrichtet werden.

Jedoch umfassen die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Facebook.de 19 Punkte mit etwa 122 Unterpunkten. Diese beinhalten jedoch noch nicht die Datenverwendungsrichtlinien, Zahlungsbedingungen und Nutzungsbedingungen für Seiten, denen bei der Anmeldung auch zugestimmt werden muss. Des Weiteren liegt das Mindestalter, um sich bei Facebook.de Anmelden zu können, bei 13 Jahren, da man in Deutschland erst mit 14 geschäftsfähig ist, ist nicht sicher, ob die Einwilligung wirksam ist. Außerdem befindet sich der Firmensitz von Facebook.de in Irland, weshalb die von Facebook.de gespeicherten Daten, laut einem Urteil des Verwaltungsgerichtes Schleswig-Holstein<sup>16</sup> den irischen Datenschutzbedingungen unterliegen und sich das deutsche Recht deshalb nicht im auf Facebook.de anwenden lässt.

<sup>&</sup>lt;sup>16</sup> Az.: 4 MB 10/13 und 11/13

### 3.2. Gesetzeskonforme AGB von Facebook.de?

Da die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Facebook.de erhebliche Mängel in Sachen Datenschutz aufweisen, beschäftigten sich auch mehrere Gerichte mit der Frage, ob die AGB von Facebook.de gesetzeskonform sind. Dabei kamen sie zu dem Ergebnis, dass Teile der Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Facebook.de rechtswidrig sind.

Einer der rechtswidrigen Teile von Facebook.de ist die "Freunde finden"-Funktion von Facebook.de.

Nach einer Klage des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (VZBV) entschied das Landgericht Berlin 2012, dass der "Freundefinder" von Facebook.de unzulässig ist (LG Berlin, Az.: 16 O 551/10).

Der Verbraucherzentrale Bundesverband teilte daraufhin in einer Pressemitteilung mit: "Beim Freundefinder kritisierte das Gericht, dass die Facebook.de-Mitglieder dazu verleitet werden, Namen und E-Mail-Adressen von Freunden zu importieren, die selbst nicht bei Facebook.de sind. Sie erhalten daraufhin eine Einladung, ohne dazu eine Einwilligung erteilt zu haben."

Des Weiteren urteilte das Landgericht Berlin, dass die pauschale Einwilligung der Datenverarbeitung und –Nutzung der Facebook.de-User bei der Anmeldung nicht gesetzeskonform ist.

In der Pressemitteilung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes heißt es dazu: "Weiterhin urteilte das Gericht, Facebook.de dürfe sich in seinen Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht ein umfassendes weltweites und kostenloses Nutzungsrecht an Inhalten einräumen lassen, die Facebook.de-Mitglieder in ihr Profil einstellen. Vielmehr bleiben die Mitglieder Urheber ihrer selbst komponierten Musiktitel oder eigenen Bilder.

Facebook.de darf diese Werke nur nach Zustimmung der Nutzer verwenden. Rechtswidrig ist nach Auffassung der Richter ferner die Einwilligungserklärung, mit der die Nutzer der Datenverarbeitung zu Werbezwecken zustimmen. Zudem muss Facebook.de sicherstellen, dass es über Änderungen der Nutzungsbedingungen und Datenschutzbestimmungen rechtzeitig informiert."

<sup>&</sup>lt;sup>17</sup> vzbv gewinnt Klage gegen Facebook.de: http://www.vzbv.de/8981.htm

<sup>18</sup> vzbv gewinnt Klage gegen Facebook.de: http://www.vzbv.de/8981.htm

Rechtswidrig ist die Einwilligungserklärung, weil der Nutzer zwar darüber informiert wird, dass seine Daten zu Werbezwecken verwendet werden, aber nicht genau erläutert wird, welche persönlichen Daten verwendet, wofür sie genau genutzt werden und an wen sie zu diesem Zwecke weitergegeben werden.

Auch wenn die "Freunde finden"-Funktion von Facebook.de mittlerweile verändert wurde, ist laut der VZBV immer noch nicht erkennbar, auf welche Daten Facebook.de mithilfe des Freundefinders zugreift.

Aufgrund dieses Urteils müssten die Facebook.de-User nun klar und deutlich darüber informiert werden, dass durch Verwenden der "Freunde finden"-Funktion das gesamte Adressbuch hochgeladen wird und dazu genutzt wird, um Einladungen an Kontakte zu verschicken, die noch nicht bei Facebook.de registriert sind. Da dies momentan nicht stattfindet handelt es sich laut der Berliner Richter um unerlaubte Werbung.

Außerdem darf sich Facebook.de nicht das weltweite Nutzungsrecht für die Inhalte der Nutzer einräumen lassen und des Weiteren bleiben die Facebook.de-Mitglieder die Urheber ihrer selbst komponierten Musiktitel oder Bilder und Facebook.de darf diese nur nach Zustimmung der Urheber verwenden. Zudem muss Facebook.de die Nutzer informieren, wenn die Nutzungsbedingungen und Datenschutzbestimmungen geändert werden.

In einem Urteil des Landgerichts Aschaffenburg heißt es, dass ein kommerziell genutztes Facebook.de Profil ein Impressum benötigt, da ein fehlendes oder unvollständiges Impressum als Wettbewerbsverstoß gilt (LG Aschaffenburg 2011, Az.: 2 HK O 54/11).

Zudem gab es auch ein Gerichtsurteil zu den "Gefällt mir"-Buttons auf anderen Webseiten, da ein Webeseitenbetreiber diesen "Gefällt mir"-Button verwendete, ohne über den Datenschutz aufzuklären. Jedoch stellt der "Gefällt mir"-Button keinen Wettbewerbsverstoß dar, da der Eigentümer der Webseite zwar gegenüber den Besuchern der Webseite nicht seinen Informationspflichten nachkommt, aber ist kein Verstoß gegen eine "Marktverhaltensvorschrift", urteilte das Kammergericht Berlin 2011. (KG Berlin, Az.: 5 W 88/1)

Jedoch sind die Datenschutzbehörden weiterhin der Auffassung, dass der Like-Button gegen das deutsche Datenschutzrecht verstößt, da Besucher der Webseiten nicht darüber informiert werden, dass Daten an Facebook.de weitergegeben werden und um welche Daten es sich dabei handelt.

Eine Lösung wäre hierbei die "2-Klick-Lösung" für "Gefällt Mir Buttons", hierbei sind die Buttons zunächst deaktiviert und werden erst beim Klicken aktiviert und erst durch einen zweiten Klick werden Daten an Facebook.de gesendet und der "Like" auf Facebook.de geteilt.

Resultierend aus diesen Urteilen lässt sich also sagen, dass einige Teile der Facebook.de AGB nach deutschem Recht unzulässig sind.

Diese Teile, wie zum Beispiel die "Freunde Finden" Funktion und das weltweite Nutzungsrecht der Nutzerdaten von Facebook.de, müssten dem deutschen Datenschutzrechts angepasst werden, damit sie nach deutschem Datenschutzrecht als gesetzeskonform gelten können.

## 3.3. Vergleich Realität und Gesetz

Im Folgenden möchten wir die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Facebook.de mit dem in Deutschland geltenden Gesetz vergleichen.

Dabei möchte ich als erstes auf die Einwilligung der Nutzungsbedingungen von Facebook.de bei der Anmeldung eingehen.

Wie schon im Teil "Rechtliche Grundlagen" erwähnt, muss die Einwilligung der Nutzungsbedingungen aktiv, also vom Benutzer bewusst durchgeführt werden, freiwillig und jederzeit widerruflich sein. Dabei muss der Nutzer auch darüber Informiert werden, wofür genau seine persönlichen Daten genutzt und gespeichert werden.

Jedoch werden diese Bedingungen nicht erfüllt, da die Einwilligung nicht aktiv



Quelle: <a href="https://de-de.facebook.com/">https://de-de.facebook.com/</a>
Zugriff am 16.10.2014 16:27 Uhr

geschieht, sondern mit dem Klick auf "Registrieren" automatisch die Nutzungsbedingungen und Datenverwendungsrichtlinien akzeptiert werden müssen.

Damit geschieht die Anmeldung des Nutzers auch nicht freiwillig. Außerdem wird der Nutzer auch nicht darüber informiert, welche Daten gespeichert werden.

Des Weiteren muss der Nutzer zustimmen, dass sein Name, sein Profilbild und von ihm gespeicherte Daten zu kommerziellen Zwecken Dritter genutzt werden können.

#### 10. Über Werbeanzeigen und andere kommerzielle Inhalte, die von Facebook zur Verfügung gestellt oder aufgewertet werden

Unser Ziel ist es, Werbeanzeigen und sonstige kommerzielle bzw. gesponserte Inhalte, die für unsere Nutzer und Werbetreibenden wertvoll sind, zur Verfügung zu stellen. Um uns dabei zu helfen, erklärst du dich mit Folgendem einverstanden:

1. Du erteilst uns deine Erlaubnis zur Nutzung deines Namens, Profilbilds, deiner Inhalte und Informationen im Zusammenhang mit kommerziellen, gesponserten oder verwandten Inhalten (z. B. eine Marke, die dir gefällt), die von uns zur Verfügung gestellt oder aufgewertet werden. Dies bedeutet beispielsweise, dass du einem Unternehmen bzw. einer sonstigen Organisation die Erlaubnis erteilst, uns dafür zu bezahlen, deinen Namen und/oder dein Profilbild zusammen mit deinen Inhalten oder Informationen ohne irgendeine Entlohnung für dich anzuzeigen. Wenn du eine bestimmtes Publikum für deine Inhalte oder Informationen ausgewählt hast, werden wir deine Auswahl bei deren Nutzung respektieren.

Quelle: <a href="https://de-de.facebook.com/legal/terms">https://de-de.facebook.com/legal/terms</a>

Zugriff am 16.10.2014 16:28 Uhr

Wobei dem Nutzer nicht konkret mitgeteilt wird, wofür und welche der genannten Daten an Dritte zur kommerziellen Nutzung weitergegeben werden. Außerdem umfassen die Facebook.de AGB insgesamt etwa 9100 Wörter, weshalb der Nutzer durch diese Länge der Nutzungsbedingungen nicht verständlich über die Verwendung und den Schutz seiner Daten und die Nutzungsbedingungen informiert wird.

Auch ist es nicht möglich, die Einwilligung der Nutzungsbedingungen zu widerrufen. Es ist nur möglich sein Konto zu deaktivieren oder zu löschen. Der Link zum Deaktivieren des Kontos ist zwar ziemlich einfach unter den Kontoeinstellungen zu finden ist, dabei wird das Konto aber nicht unwiderruflich gelöscht, sondern nur bis zur nächsten Anmeldung der Zugriff auf die Chronik des Nutzers durch andere Facebook.de-Benutzer nicht möglich ist, da die Daten nicht von den Facebook.de-Servern gelöscht werden. Sobald man sich jedoch wieder anmeldet, werden die Daten wieder reaktiviert.

Um ein Facebook.de-Konto dauerhaft zu löschen muss man im Menü "Hilfe" nach dem den Suchbegriffen "Konto löschen" suchen und den Punkt "Wie kann ich mein Konto dauerhaft löschen" wählen. Am Ende dieser Seite befindet sich ein Link mit dem es möglich ist, sein Konto dauerhaft zu löschen.

Jedoch wird das Konto erst 14 Tage später deaktiviert und die Daten bleiben noch weitere 90 Tage auf dem Facebook.de-Server erhalten. Und selbst dann ist es möglich, dass sich noch persönliche Daten auf dem Facebook.de-Server befinden.

Folglich ist es nicht möglich, die AGB hundertprozentig zu widerrufen, da immer persönliche Daten von Facebook.de gespeichert bleiben.

Des Weiteren ist es nicht möglich, sich bei Facebook.de unter einem Synonym

anzumelden, da Facebook.de Konten von Nutzern mit falschem Namen oder

einem Synonym als Namen sperrt.

Das Verwaltungsgericht Schleswig-Holstein entschied aber 2013, dass es nicht

möglich ist, gegen die Klarnamenpflicht vorzugehen, da Facebook.de dem

irischen Gesetz unterliegt und nicht dem deutschem, da sich der Geschäftssitz

von Facebook.de in Irland befindet (Az.: 4 MB 10/13 und 11/13).

Danach ist es nur möglich, seinen echten Namen in Facebook.de anzugeben

oder das Konto bleibt dauerhaft gesperrt, wobei die Daten auf den Servern

erhalten bleiben.

Dabei ist auch in den Facebook.de AGB festgehalten, dass man sich mit

seinem Echtnamen anmelden muss. Da laut Punkt 4.1 der Facebook.de AGB

"keine falschen persönlichen Informationen auf Facebook.de [bereitgestellt]"

werden dürfen, wobei ein Synonym als falsche persönliche Information gilt.

4. Registrierung und Sicherheit der Konten

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

Quelle: https://de-de.facebook.com/legal/terms

Zugriff am 16.10.2014 16:28 Uhr

Jedoch ist es möglich seine gesamte Chronik und somit alle persönlichen

1. Du wirst keine falschen persönlichen Informationen auf Facebook bereitstellen oder ohne Erlaubnis kein Profil für jemand anderen erstellen.

Informationen von Facebook.de unter "Allgemeine Kontoeinstellungen"

herunterzuladen, dadurch ist es immerhin möglich, einen Überblick über die

gespeicherten Daten zu erhalten.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Allgemeinen Geschäftsbedingungen

von Facebook.de einige Mängel aufweisen, die nach deutschem Recht nicht

zulässig sind, da sich der Geschäftssitz von Facebook.de in Irland befindet und

es nicht möglich ist, dass in Deutschland geltende Recht vollständig auf

Facebook.de anzuwenden, weshalb es zum Beispiel nicht möglich ist die

"Klarnamenpflicht" für facebook.de oder Facebook.de allgemein zu beseitigen.

32

Jedoch wurden von Facebook.de schon kleine Änderungen, am "Freundefinder" vorgenommen, wodurch die Datenschutzbedingungen in Facebook.de schon verbessert wurden.

## 3.4. Auskunftsanspruch über gespeicherte Daten

Im Folgenden möchten wir klären, ob der Nutzer einen Anspruch auf Auskunft über seine Daten hat. Was ist überhaupt ein Auskunftsanspruch?

Prinzipiell ist es so, dass nach den europäischen Datenschutzrichtlinien jeder das Recht auf Auskunft über seine Daten hat. Das bedeutet, jeder darf erfahren, wofür seine Daten gespeichert wurden und die Auskunft über eventuelle Empfänger.

Dieser Anspruch richtet sich an das Unternehmen, welches die Daten speichert und verarbeitet. In unserem Beispiel Facebook.de. Allerdings gibt es kein einheitliches europäisches Datenschutzrecht, das unmittelbar gelten würde. Denn derzeit muss jedes einzelne Mitgliedsland die Vorgaben der europäischen Datenschutzrichtlinie in eigenes nationales Recht umsetzen.

In der Theorie muss ein Auskunftsanspruch folgende Informationen umfassen:

- "Werden Daten zu Ihrer Person gespeichert und wenn ja, welche?
- Zu welchem Zweck sollen Ihre Daten verarbeitet werden?
- Woher hat die Stelle Ihre Daten?
- Werden Ihre Daten an Dritte weitergegeben, wenn ja, wer sind die Empfänger?"19

Für den Nutzer klingt das ja an sich sehr vielversprechend. Jedoch ganz so einfach ist es leider nicht. Denn hier greifen die Nutzungsbedingungen von Facebook.de. In diesen Nutzungsbedingungen werden die Regelungen von den Beziehungen zwischen Facebook.de und den Nutzern dargestellt. In diesen Regelungen lässt sich ein Punkt "Streitfälle"20 finden.

Im ersten Unterpunkt von den Streitfällen heißt es: "Du wirst jeden Anspruch [...] den du uns gegenüber hast [...] ausschließlich vor dem für den nördlichen Bezirk von Kalifornien zuständigen US-Bezirksgericht oder vor einem Staatsgericht in San Mateo County klären bzw. klären lassen, und du stimmst zu, dass du dich bei einem Prozess über alle derartigen Ansprüche der personenbezogenen Gerichtsbarkeit dieser Gerichte unterwirfst.

<sup>&</sup>lt;sup>19</sup> https://www.ldi.nrw.de/mainmenu\_Datenschutz/Inhalt/FAQ/RechteDaten.php
<sup>20</sup> https://de-de.Facebook.de.com/terms.php?locale=DE

Diese Erklärung sowie alle Ansprüche, die möglicherweise zwischen dir und uns entstehen, unterliegen den Gesetzen des Bundesstaates Kalifornien, unter Ausschluss der Bestimmungen des internationalen Privatrechts."<sup>21</sup>

Das bedeutet, dass Facebook.de bereits in seinen Nutzungsbedingungen darauf hinweist, dass egal um welchen Anspruch es sich handelt, man immer dazu gezwungen ist, die Angelegenheit vor amerikanischen Gerichten klären zu lassen. Hierbei wird bereits deutlich, dass die obengenannten Merkmale des Auskunftsanspruches nicht mehr greifen, denn die Ansprüche können nur vor dem kalifornischen Recht geltend gemacht werden und eben dieses kalifornische Recht unterscheidet sich vom deutschen Recht.

Trotzdem besteht jedoch die Möglichkeit, dass man bei Facebook.de Auskunft über einen Teil seiner Daten erhält. Das Ganze funktioniert mit einem sogenannten "Download Tool". Leider liefert dieses Tool nicht in so einem Umfang Datenauskunft, wie man sich es wünschen würde Denn man erhält im Endeffekt nur eine Kopie seines Profils, aber keine Daten, die im Hintergrund von Facebook.de gespeichert werden wie z.B. IP-Adressen, Informationen der Social-Plug-Ins oder geschriebene, aber nicht veröffentlichte Nachrichten. So erhält man leider nur Fotos oder Videos, welche einem dann per E-Mail zugeschickt werden. Um diesen Service zu nutzen, muss man sich dazu auf Facebook.de einloggen und anschließend unter allgemeine Kontoeinstellungen auf "Lade eine Kopie deiner Facebook.de-Daten herunter 22 Anschließend klickt man auf "Mein Archiv aufbauen"23. Bevor der Download beginnt, erfolgt eine Bestätigung des rechtmäßigen Nutzers in Form von wiederholter Passworteingabe. Wie wir bereits am Anfang dieses Kapitels ausgeführt haben, sollte ein Auskunftsanspruch verschiedene Informationen beinhalten. Das von Facebook.de zur Verfügung gestellte Download Tool kann in keiner Weise mit einem Auskunftsanspruch verglichen werden, auch dank der trickreichen AGB von Facebook.de, welche zu lang, unverständlich und in einer Vielzahl von Punkten sowie Unterpunkten geschrieben sind.

<sup>&</sup>lt;sup>21</sup> https://de-de.Facebook.de.com/terms.php?locale=DE

https://www.Facebook.de.com/help/212802592074644

## 3.5. Löschungsanspruch

Jeder Facebook.de - Nutzer hat Anspruch auf die Löschung seines Kontos. Unter einem Löschungsanspruch versteht man, dass "personenbezogene Daten, [...], nach Beendigung des Vertrages auch zu löschen [sind], wenn der Betroffene dies verlangt"<sup>24</sup>. Jedoch gilt dies wirklich nur, wenn der Vertrag beendet wird.

Facebook.de selbst bietet zwei verschiedene Möglichkeiten an, um das soziale Netzwerk zu verlassen.

Die erste Möglichkeit ist das Deaktivieren seines Facebook.de Kontos. Dabei wird das Profil anderen Facebook.de Nutzern nicht mehr angezeigt. Jedoch wird das Profil auch nicht gelöscht. Was macht Facebook.de dann mit dem Profil bzw. mit der Chronik?

Die Chronik bzw. das Profil sind, wie eingangs bereits erwähnt, nicht mehr für andere Facebook.de Nutzer zugänglich. D.h., das Profil ist nicht mehr in der Suchfunktion von Facebook.de vorhanden und somit können andere Nutzer das Profil auch nicht mehr finden. Verschiedene andere Informationen wie z.B. Nachrichtenverläufe mit Freunden bleiben aber dennoch für diese sichtbar. Der Name von dem Inhaber des deaktivierten Kontos wird dabei durch "anonymer Facebook.de-Nutzer"<sup>25</sup> ersetzt.

Des Weiteren ist zu erwähnen, dass Facebook.de sich vorbehält, die Informationen des Profils beispielsweise u.a. die Fotos, die Freunde und die Interessen desjenigen zu speichern. Als Begründung wird hierbei von Facebook.de angebracht, dass, falls die Nutzer wiederkommen sollten, diese ihre Daten somit unverändert wiederfinden können.

Die zweite Möglichkeit, Facebook.de zu verlassen, ist die Löschung des Kontos. Dabei werden Name und eigene Fotos von allen Facebook.de-Inhalten, sofern sie mit diesen verbunden waren, unwiderruflich getrennt. Dabei besteht von Seiten des Nutzers keine Chance auf eine Wiederaktivierung des Kontos.

-

<sup>&</sup>lt;sup>24</sup> Bundesdatenschutzgesetz dritter Abschnitt, zweiter Unterabschnitt §35

<sup>&</sup>lt;sup>25</sup> http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/Facebook.de/Facebook.de-konto-loeschenoder-deaktivieren/

Was beinhaltet eine Löschung des Kontos? Nach einer Löschung des Kontos, hat der Inhaber dieses Kontos keinen Zugriff mehr. Facebook.de gibt an, dass die meisten persönlichen Daten wie z.B. die E-Mail- Adresse aus der Datenbank von Facebook.de entfernt werden. Auch hier ist zu sagen, dass eigene nichtentfernte Inhalte wie z.B. Kommentare unter Fotos weiterhin erhalten bleiben. Ähnlich wie bei der Deaktivierung des Kontos erscheint man dann als "anonymer Facebook.de-Nutzer"<sup>17</sup>.

Für eine umfassende Löschung sollte man auch auf die Fotos seiner Freunde schauen, um zu überprüfen, ob man dort auf Bildern zu sehen ist. Falls dies der Fall ist, sollte man seine Freunde fragen, ob eine Löschung möglich wäre und anschließend diese Bilder löschen lassen. Denn diese Bilder würden im Falle einer Kontolöschung trotzdem auf den Profilen der Freunde weiterhin existieren. Facebook.de gibt außerdem an, aus technischen Gründen Kopien von Notizen und Fotos zu speichern. Dieses Recht nimmt sich Facebook.de heraus mit der Begründung, dies dient dazu, um Identitätsbetrug zu vermeiden. Eine weitere Möglichkeit ist auch, den Account mindestens 14 Tage nach dem Löschen nicht zu öffnen. Denn jede Form des kurzfristigen Interagierens mit dem Facebook.de- Account hat eine Aufhebung des Löschauftrages zur Folge. Der Account ist nämlich nicht mit dem Absenden des Löschauftrages automatisch gelöscht sondern erst einige Zeit später.

Facebook.de löscht somit also teilweise die Daten aus dem Internet, wie zum Beispiel die Profildaten, welche anschließend für andere Nutzer nicht mehr sichtbar sind. Das Profil befindet sich zwar nach wie vor noch in der Freundesliste, jedoch kann man es nicht mehr aufrufen. Allerdings wird eine umfangreiche Löschung von allen Daten nicht durchgeführt, da diese zum einen immer noch in der Datenbank von Facebook.de vorhanden sein können, und zum anderen die Informationen weiterhin über Profile von Freunden bestehen können. Somit wird die Löschung nur teilweise vollzogen.

# 4. Facebook.de: Wie geht es besser?

#### 4.1. Like - Buttons

Durch den Heise Zeitschriften Verlag GmbH & Co. KG wurde eine Methode entwickelt, mit welcher die Daten, die über die Like-Buttons übertragen werden, besser geschützt werden können. Bei dieser zweistufigen Methode sind nur Likebuttons eingebettet, die anfangs keinen Kontakt mit Facebook.de herstellen. Diese Likebuttons sind deaktiviert, dies wird durch ihre graue Hinterlegung deutlich.



Quelle: <a href="http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-1333879.html">http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-1333879.html</a>

Zugriff am 25.06.2014 um 17:29 Uhr

Erst wenn der Nutzer sie anklickt und damit seine Zustimmung zur Kommunikation mit Facebook.de erklärt, werden sie aktiviert und es wird eine Verbindung hergestellt.



Quelle: <a href="http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-">http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-</a>

1333879.html

Zugriff am 25.06.2014 um 17:29 Uhr

Dann kann der Nutzer mit einem zweiten Klick auf den nunmehr blauen Button die Website liken.



Quelle: <a href="http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-1333879.html">http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-1333879.html</a>

Zugriff am 25.06.2014 um 17:30 Uhr

Wem die Übertragung der Daten allerdings egal ist und wer somit der Bequemlichkeit den Vorzug gibt, kann den Button auch dauerhaft aktivieren und später auch wieder deaktivieren.

Dieses zweistufige Verfahren ist als Open-Source-Produkt lizenziert und kann somit von Jedem auf der eigenen Website genutzt und an eigene Bedingungen angepasst werden. Es steht auf der "Projektseite" von heise de kostenlos zum Download bereit. Insgesamt betrachtet wird dieses Verfahren jedoch zu wenig genutzt, obwohl es schon im September 2011 veröffentlicht wurde.

#### 4.2. Einstellungen

Im Weiteren möchten wir uns auf die Verbesserungen in Bezug auf die Einstellungen von Facebook.de beziehen. Hierbei haben wir uns auf wichtige Hinweise beschränkt.

Der wichtigste Punkt, wenn man von Datenschutz in Facebook.de spricht, ist zunächst, dass man als Nutzer darauf achten sollte, dass man nicht zu viele Informationen von sich und seiner Person preisgibt. Des Weiteren sollten keine Bilder veröffentlicht werden, da biometrische Daten im Netz filterbar und mit Personen verbindbar sind.

Als nächstes sollte man bereits bei der Anmeldung darauf achten, einen Nicknamen oder ein Pseudonym zu verwenden. Denn so ist es nicht möglich, die gesammelten Daten an eine bestimmte Person zu binden. Ganz wichtig zu beachten ist hierbei, dass auch im Falle einer Beschwerde seitens Facebook.de, es diesen nicht gestattet ist, den reellen Namen vom Nutzer einzufordern. Dies ist auf den § 3a des Bundesdatenschutzgesetzes zurückzuführen, welcher besagt, dass personenbezogene Daten zu anonymisieren oder zu pseudonymisieren sind. Des Weiteren kann man hier § 13 Abs. 6 des Telemediengesetzes hinzuziehen, hier ist u.a. festgelegt, dass der Dienstanbieter die Nutzung von Telemedien anonym oder unter einem Pseudonym zu ermöglichen hat. Außerdem ist der Nutzer hierüber zu informieren.

Weiterhin ist zu beachten, dass man im Falle einer Anmeldung stets das Häkchen bei der Option "Freunde finden" löscht. Denn mit der Erlaubnis dies zu tun, ist Facebook.de berechtigt, Daten aus der Mailadresse oder anderen angegebenen Konten des Nutzers zu ziehen. Dies hat nicht nur die Auswirkung des Datenklaus auf den einzelnen Nutzer, sondern auch auf dessen Freunde, da deren Adressen und Daten ebenfalls gespeichert werden.

Ganz wichtig sind zudem die Privatsphäre - Einstellungen. Diese sind für die Nutzer leicht verständlich und nachvollziehbar. Im folgenden Abschnitt werden die Einstellungen zur Reichweite, zum Zugriff von Anwendungen, zu Suchmaschinen und zu Werbeanzeigen näher erläutert.

Hierbei kann der Nutzer die Reichweite seiner Aktivitäten einstellen. Dafür gibt es mehrere Auswahlmöglichkeiten. Zum einen die Möglichkeit "Freunde", welche die beste Auswahl ist, da hier alle Informationen lediglich an die eigenen Freunde weitergeleitet werden. Zum zweiten die Möglichkeit "Freundes - Freunde", hierbei ist das Problem, dass sich die Reichweite um einiges vermehrt. Denn bei einem Nutzer von 100 Freunden steigt die Reichweite auf bis zu 10 000 Nutzer an.

Da es unmöglich ist, alle diese Personen zu kennen, ist diese Variante sehr ungünstig, denn mit dieser Einstellung sind die eigenen Informationen auch von Unbekannten einsehbar. Zum anderen gibt es noch die Möglichkeit, die Reichweite selbst zu definieren und auf bestimmte Freunde zu begrenzen. Dies ist möglich, indem man seine Freunde in Gruppen einteilt und seine Informationen nur an diese Gruppen weiterleitet. Aufgrund der guten Einteilung und den gegebenen Einflussmöglichkeiten ist diese Einstellung ebenfalls sehr zu empfehlen.

Als Nächstes beziehen wir uns auf den Zugriff von Anwendungen. Dieser hat einen sehr großen Einfluss auf den Nutzer und dessen Freunde. Denn es ist den Anwendungen möglich die komplette Freundesliste mit samt den Informationen zu importieren, sobald ein Freund der eigenen Freundesliste dies erlaubt. So haben Anwendungen von Facebook.de einen einfachen Zugriff auf Daten der Nutzer. Aus diesem Grund ist es wichtig, dies in den Privatsphäre - Einstellungen zu regeln.

Im Folgenden werden die Suchmaschinen betrachtet, denn diese haben ebenfalls in den Standardeinstellungen Rechte, welche man überdenken muss. Die Suchmaschinen sind berechtigt, die Seite eines Nutzers in ihren Ergebnissen zu verlinken. Daher sollte jeder Nutzer, der dies nicht möchte, es in seinen Privatsphäre - Einstellungen ändern.

Als Nutzer von Facebook.de kommt es leider vor, dass man in einer Werbung auf der eigenen Facebook.de - Seite einen Freund oder gar sich selbst erkennt. Dies ist ebenfalls in den Privatsphäre - Einstellungen zu regeln, denn hier ist ebenfalls ein Häkchen zu löschen, falls man dieses Recht Facebook.de entziehen möchte.

Falls ein Nutzer daran interessiert ist, sein Konto vollständig und dauerhaft zu löschen, sollte dieser sich nicht über die Einstellungen abmelden, sondern über die Hilfe von Facebook.de eine externe Seite zum Löschen verwenden. Denn nur so werden die Daten dauerhaft gelöscht und können nicht gespeichert werden.

Zum Ende möchten wir Nutzern von Facebook.de noch raten: Löschen Sie stets Ihre Cookies, dies ist Ihnen in den Einstellungen Ihres Internetbrowsers möglich. Zudem sollten Sie regelmäßig Ihre Freundschaftsliste überprüfen und sich versichern, dass das Facebook.de - Profil tatsächlich von dem im realen lebenden Freund stammt und nicht erfunden oder missbraucht ist.

### 4.3. Erhöhung der Transparenz

Im Folgenden möchten wir Ihnen einen Überblick über ein Facebook.de geben, wie wir es uns in Sachen Transparenz wünschen würden.

Für uns bedeutet Transparenz in diesem Fall, dass man zu seinen Nutzern ehrlich ist und in der Lage ist, etwas von sich preiszugeben. Dies wären bei einem Unternehmen positive Eigenschaften, die authentisch wirken. Außerdem schließt Transparenz unserer Meinung nach stetige, gemeinsame Fortschritte in der Zusammenarbeit mit den Nutzern ein.

In unseren Augen heißt es für Facebook.de in der öffentlichen Darstellung aktiver bzw. präsenter zu werden. Hierbei sollte sich Facebook.de nicht nur auf die Präsenz im Internet beschränken. Aktivere Fernseh- oder Radiokampagnen würden viel mehr Leute erreichen, die ohne auf Facebook.de zu sein, bereits ein schlechtes Bild bezüglich Facebook.de haben. Unserer Meinung nach muss Facebook.de versuchen, das Vertrauen seiner Nutzer zurückzugewinnen. Denn ohne Nutzer – keine Daten - ohne Daten – keine Einnahmen.

Es wäre ein erster Schritt, wenn Facebook.de in der Entwicklung einzelner Teilbereiche mehr auf Nutzerwünsche eingehen würde. So hätten User die Chance, aktiver an Facebook.de mitzuwirken, wodurch das doch teilweise angespannte Verhältnis verbessert werden könnte.

Außerdem sollte ein kooperativerer Umgang mit Kritikern bzw. auch Datenschützern gepflegt werden. Dies sollte beinhalten, dass Facebook.de beispielsweise Überblicke über die Server zulässt. Hierfür könnten den Datenschützern beispielsweise Kontrollrechte über die Server eingeräumt werden.

In Bezug auf die Nutzer könnte es einen genaueren Überblick geben, was alles gespeichert wird bzw. was im Falle eines gelöschten Kontos, von den Servern tatsächlich gelöscht wird.

In unserer Arbeit wurde bereits die Doppelklick Lösung für "Like-Buttons" angesprochen, die von Datenschützern schon seit geraumer Zeit gefordert wird, um den sofortigen Datenaustausch mit Facebook.de zu verhindern. Ebenso gefordert wird, dass der Nutzer der Verwendung seiner Daten aktiv und erkennbar zustimmen muss und es klar formulierte AGB ohne Hintertür gibt.

Diese Kompromisse von Seiten des sozialen Netzwerks sind in unseren Augen notwendig und sehr sinnvoll, da durch die Gewissheit, dass Datenschützer mitinvolviert sind, der Nutzer ein besseres Gefühl bezüglich der Sicherheit seiner Daten hat.

Des Weiteren sollte Facebook.de mehr über die Verwendung bzw. den Verkauf von Daten preisgeben. In unseren Augen hat der Nutzer ein Recht zu erfahren, wofür seine Daten verwendet werden. Dies sollte beinhalten, welche Daten an welchen Käufer verkauft werden und in welcher Form diese dann weiter verbreitet werden.

Solch eine große Offenlegung würde vielen Gerüchten ein Ende setzen und endlich Klarheit bringen. Gleichzeitig wäre es ein positives Zeichen für eine offenere und vertrauensvollere Zusammenarbeit mit den Nutzern.

In unseren Augen hat Facebook.de in der Vergangenheit gerade im Bereich der Verwendung der Daten viel zu viel verschwiegen und ist somit bei einigen Nutzern in Ungnade gefallen. Durch die obengenannten Aspekte würde Facebook.de für uns authentischer und ehrlicher wirken, sodass wir ein besseres Gefühl beim Hochladen neuer Fotos oder beim Aktualisieren der Statusmeldung hätten. Denn oberste Priorität sollte immer der Schutz bzw. die Sicherheit des Nutzers sein und nicht der größte Gewinn.

Falls diese Vertrauensbildung nicht funktionieren sollte, besteht die Gefahr, dass Facebook.de Nutzer an vertrauenswürdigere Konkurrenten verliert.

Denn eines ist sicher: Facebook.de hat keine Ewigkeitsgarantie.

### 4.4. Möglichkeiten zum Schutz

Im Folgenden möchten wir uns mit der Frage beschäftigen, wie man seine persönlichen Daten in sozialen Netzwerken, besonders in Facebook.de schützen kann.

Grundsätzlich sollte man nur so viele persönliche Daten wie unbedingt nötig angeben. Dabei sollte darauf verzichtet werden, Telefonnummer, Adresse, Schule, Arbeitsplatz, Beziehungen und Familie und weitere persönliche Informationen, wie Lieblingsfilme oder Musik, anzugeben. Zusätzlich sollten nur möglichst lange und sichere Passwörter benutzt werden und diese auch regelmäßig geändert werden. Außerdem sollten bei unterschiedlichen Diensten auch unterschiedliche Passwörter verwendet werden, um zu verhindern, dass bei Daten-Diebstahl auf mehrere Dienste zugegriffen werden kann.

Außerdem ist es sinnvoll, sich zusätzliche Email-Adressen für Soziale Netzwerke oder ähnliches anzulegen, um private und geschäftliche Angelegenheiten zu trennen. Wenn möglich, sollten auch ein Pseudonym statt des echten Namens und verschiedene Email-Adressen für unterschiedliche Netzwerke verwendet werden. Bei Facebook.de gibt es für Posts die Einstellung "Nur Ich", somit sind die im Profil angegebenen Daten nur für einen selbst sichtbar und somit am besten geschützt.

Des Weiteren sollte immer die strengste Privatsphären-Einstellung gewählt werden, um dafür zu sorgen, dass nur bestimmte Personen Zugriff auf persönliche Daten haben.

Zusätzlich sollten Freundschaftsanfragen nur akzeptiert werden, wenn man die Person tatsächlich kennt und es sollte genau darauf geachtet werden, was man "postet" und welche Bilder man ins Internet stellt und ob darauf nicht verzichtet werden kann.

Des Weiteren sollte genau darauf geachtet werden, welchen Gruppen man beitritt und welche Inhalte man mit einem "Gefällt Mir" markiert, da diese Informationen auch etwas über einen aussagen und auch für jede Person in der Freundesliste oder sogar öffentlich sichtbar sind.

Außerdem ist es sinnvoll, beim Smartphone die Ortungsdienste auszuschalten, damit Standortdaten nicht an soziale Netzwerke wie Facebook.de übermittelt werden.

Außerdem sollte genau darauf geachtet werden, welche zusätzlichen Anwendungen man in Facebook.de benutzt, da diese von Dritten entwickelt wurden und auch auf persönliche Daten zugreifen und nicht immer bekannt ist, ob diese Daten gespeichert werden und wofür sie genutzt werden.

Auch beim Benutzen von WhatsApp werden die Kontaktlisten ausgelesen und an Facebook.de übermittelt, deshalb sollte auch auf die Verwendung von WhatsApp verzichtet werden, wenn keine Daten an Facebook.de übermittelt werden sollen.

Wenn man ein soziales Netzwerk nicht mehr benutzt, sollte die Mitgliedschaft beendet werden, um dafür zu sorgen, dass die gespeicherten Daten gelöscht werden.

Außerdem sollte darauf geachtet werden, dass die Daten verschlüsselt übermittelt werden, um sie zusätzlich zu schützen. Zusätzlich empfiehlt es sich, die Funktion "Cookies" im Browser zu deaktivieren, damit Daten wie Standort, IP-Adresse, Benutzername und Passwort nicht gespeichert werden.

Es können auch Anonymisierungsprogramme, wie zum Beispiel "Tor" genutzt werden, bei denen die richte IP-Adresse verschleiert wird, indem die Anfrage über mehrere Proxyserver umgeleitet wird, bevor die Zieladresse geöffnet wird. Zudem sollte ein Anti-Viren Programm und eine Firewall installiert sein, um dafür zu sorgen, dass keine Spy- und Spamware auf den Computer gelangt.

Auch sollten E-Mails von unbekannten Absendern nicht geöffnet werden.

Des Weiteren ist es empfehlenswert, sich genau darüber zu informieren, welche persönlichen Daten von einem gespeichert sind. Dies ist zum Beispiel bei Facebook.de unter dem Punkt "Allgemeine Kontoeinstellungen" möglich.

# 5. Bürgerbefragungen und Ergebnisse

Um die Ergebnisse der Umfrage zu verdeutlichen, wurden diese in Form von Diagrammen aufbereitet. Insgesamt haben sich 154 Teilnehmer an der Umfrage beteiligt.

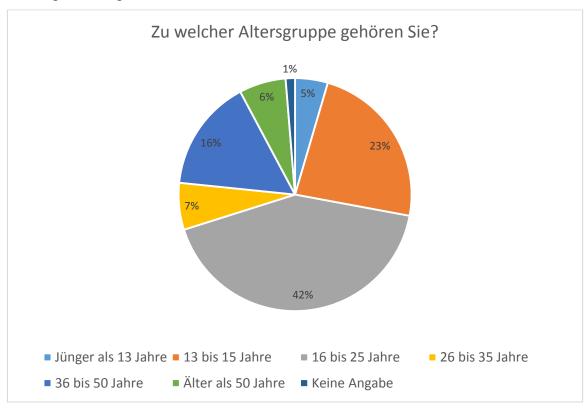


Abbildung 1 – Altersstruktur der Teilnehmer

Die Analyse der Altersstruktur der Teilnehmer gemäß Abbildung 1 zeigt, dass überwiegend Jugendliche im Alter zwischen 13 und 25 Jahren teilgenommen haben. Dies resultiert zum einen aus der stärkeren digitalen Vernetzung dieser Altersgruppe, zum anderen aus der Veröffentlichung der Umfrage auf der Homepage unserer Schule. Erfreulicherweise haben sich auch einige ältere Menschen an der Umfrage beteiligt.

Die folgende Abbildung 2 verdeutlicht, dass Facebook.de die meisten Anmeldungen verzeichnet; hier wird auch am häufigsten der richtige Name verwendet. Viele Teilnehmer sind auch in Skype und Google+ angemeldet, jedoch wird hier verstärkt mit Pseudonymen gearbeitet. Ursache für die Entscheidung zur Verwendung von richtigen Namen oder Pseudonymen ist vermutlich die persönliche Verbindung der User mit den Auftritten, diese ist bei Facebook.de besonders ausgeprägt. Bei der Nutzung von Skype steht dagegen die Kommunikation im Vordergrund. Eine Anmeldung bei Google+ erfolgt häufig, um die Voraussetzungen für die Nutzung von YouTube oder Android Diensten zu schaffen. Für die anderen abgefragten Netzwerke ist die Anzahl der angemeldeten Nutzer zu gering, um Rückschlüsse auf die Verwendung von Pseudonymen zu ziehen.

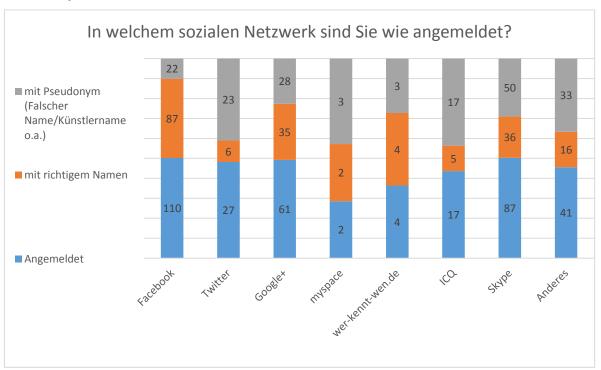


Abbildung 2 – Nutzung sozialer Netzwerke

23% Interessant ist, dass nur jeweils der Befragten mit den Sicherheitsbedingungen in Facebook.de völlig zufrieden sind (Abbildung 3) und den Standpunkt vertreten, dass ihre Daten vor Verkauf und Weitergabe geschützt sind (Abbildung 4), Facebook.de jedoch trotzdem die meisten Anmeldungen verzeichnet (Abbildung 2). Facebook.de bietet offensichtlich die besten Voraussetzungen, um mit Freuden auf vielfältige Art zu kommunizieren (Abbildung 5); dieses Bedürfnis steht bei den Nutzern an erster Stelle, das Sicherheitsbedürfnis tritt dahinter zurück. Auch muss berücksichtigt werden, dass alternative Soziale Netzwerke ebenfalls keine ausreichende Sicherheit in Bezug auf die persönlichen Daten der Nutzer bieten und somit ein Wechsel keine Verbesserung garantiert.



Abbildung 3 – Zufriedenheit mit Datenschutz und Sicherheit bei Facebook.de

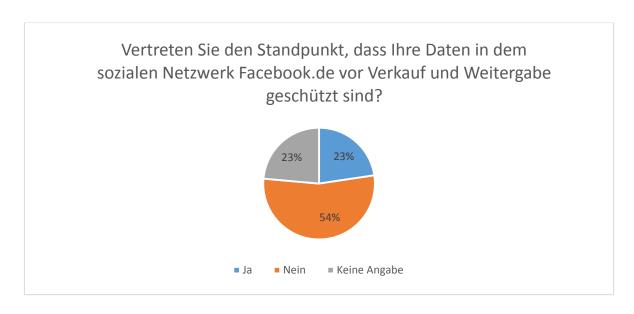


Abbildung 4 - Schutz der Daten vor Verkauf und Weitergabe bei Facebook.de

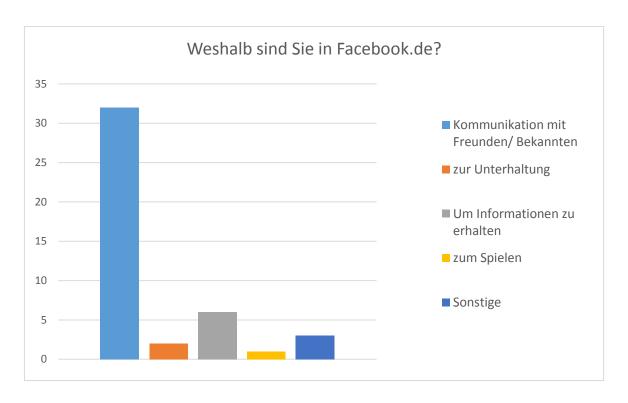


Abbildung 5 – Beweggründe für die Nutzung von Facebook.de

Der Abbildung 6 ist zu entnehmen, dass die Verbesserung von Datenschutzbestimmungen und der Stopp des Datenverkaufs wesentliche Forderungen der Nutzer sind. Die Bedeutung des Schutzes der persönlichen Daten und die Folgen für missbräuchliche Nutzung sind offensichtlich vielen Nutzern bewusst.

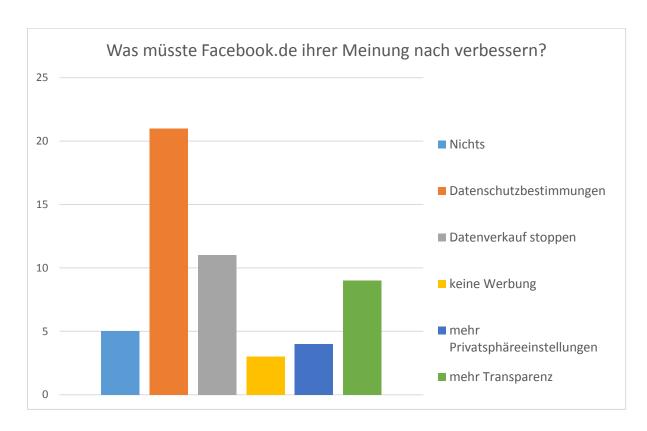


Abbildung 6 – Optimierungswünsche der Nutzer von Facebook.de

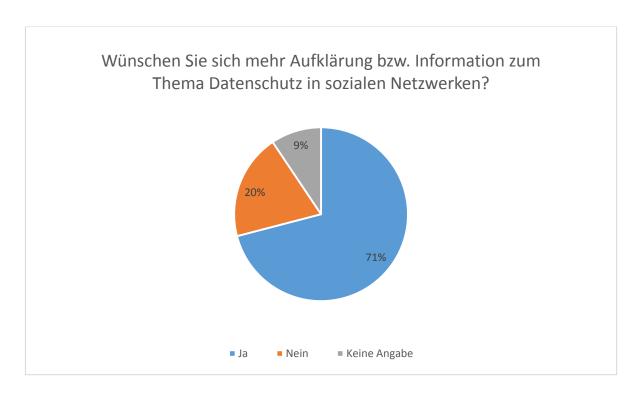


Abbildung 7 – Informationsbedarf zum Datenschutz

Die Auswertung der Abbildung 7 zeigt, dass das Thema Datenschutz für den überwiegenden Teil der Nutzer wichtig ist und der Bedarf an weiteren Informationen zum Thema besteht. Sicherlich besteht für Jeden die Möglichkeit, sich zum Thema Sicherheit und Datenschutz im Internet zum Beispiel auf den Seiten des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) oder des Landesbeauftragten für den Datenschutz und die Informationsfreiheit (TLfDI) zu informieren, jedoch sind diese Informationsquellen oft nicht bekannt. Es wäre zu begrüßen, wenn das Thema Aufnahme in den Lehrplan der Schulen finden würde.

#### 6. Schlusswort

Vor ungefähr zwei Jahren entstand eine einfache Idee. Diese Idee sah vor, eine Arbeit über Facebook.de zu schreiben. Nach und nach wurde das Thema konkreter, sodass wir schlussendlich heute unser Thema "Die kommerzielle Nutzung persönlicher digitaler Daten in sozialen Netzwerken am Beispiel von Facebook.de – Wie können wir uns wehren?" gefunden haben. Nach und nach kamen immer mehr Texte hinzu und die Arbeit nahm ihre Formen an. Das Ergebnis dieses langwierigen Prozesses ist eine komplexe Arbeit auf die wir ein wenig stolz sind.

In unserer Arbeit war uns wichtig, dass wir ein bestimmtes Themengebiet möglichst umfangreich und genau beleuchten. In unserem ersten Hauptgliederungspunkt: "Was wissen sie von uns?" gehen wir auf den aktuellen Stand von Facebook.de ein. Dabei wollten wir hinterfragen, woher die enormen Datenmengen kommen. Außerdem wollten wir aufmerksam machen, welche Praktiken Facebook.de zur Datengewinnung benutzt.

In unserem zweiten Hauptgliederungspunkt: "Weshalb sammeln sie die Daten?" Wollten wir herausarbeiten, dass hinter Facebook.de nicht nur ein soziales Netzwerk steckt, sondern auch ein kommerzielles Unternehmen, welches auf Gewinn bedacht ist. Zu diesem Zweck haben wir uns mit den Abläufen des Verkaufs der Daten und des Schaltens der personalisierten Werbung befasst. Damit erhoffen wir uns, vielen Menschen den Trugschluss von Facebook.de als reines soziales Netzwerk zu nehmen.

Je länger der Erstellungsprozess unserer Arbeit dauerte, desto intensiver fragten wir uns, ob dies alles rechtens ist. Diese Thematik wird in unserem dritten Hauptgliederungspunkt: "Dürfen sie alles wissen?" beantwortet. Hierbei überprüften wir sowohl die Rechtmäßigkeit der Vorgänge bei der Datenspeicherung als auch die Lage der Nutzer von Facebook.de und erläuterten, welche Rechte sie haben.

In unserem letzten Hauptgliederungspunkt: "Wie geht es besser?" wollen wir konkrete Verbesserungsvorschläge liefern, von denen wir der Meinung sind, dass sie sowohl Nutzern als auch Facebook.de zu Gute kommen würden.

Auch hier haben wir versucht nicht nur ein Problem genauer zu beleuchten, sondern Verbesserungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Dabei haben wir auch nicht den Standpunkt von Facebook.de außer Acht gelassen und überlegten, wie Facebook.de von sich aus den Schutz der Daten verbessern könnte. Als Abschluss dieses Gliederungspunktes nennen wir Möglichkeiten, wie sich der Nutzer vor Datenaustausch schützen kann.

Des Weiteren haben wir eine Bürgerbefragung durchgeführt, um zum einen die Gesellschaft auf diese Problematik hinzuweisen und zum anderen verschiedene Meinungen zu erhalten.

Wie oben bereits erwähnt geht es uns bei der Arbeit vor allem darum, auf dieses Problem aufmerksam zu machen und zu versuchen, es unserer Meinung nach befriedigend zu lösen. Außerdem hat uns dieses Thema selbst sehr interessiert, da wir alle bei Facebook.de registriert sind.

Wir hoffen, dass in Zukunft mehr in der Öffentlichkeit über Facebook.de und den "Datenklau" berichtet wird. Außerdem würden wir uns wünschen, dass Facebook.de transparenter wird und einen besseren beziehungsweise geschützteren Umgang mit den Daten der Nutzer pflegt.

Während der Zeit der Ausarbeitung haben wir sowohl zum Thema als auch zur Recherche viel dazugelernt. Das hat uns dazu veranlasst, Facebook.de nun kritischer zu sehen und wir denken, dass sich in naher Zukunft etwas ändern muss. Um unsere schriftlichen Ausführungen in unserer Seminarfacharbeit zum Thema "Die kommerzielle Nutzung persönlicher digitaler Daten in sozialen Netzwerken am Beispiel von Facebook.de – Wie können wir uns wehren?" auch anschaulich darzustellen, haben wir eine sehr interessante Website eingerichtet. Wir hoffen, dass mit dieser Website viele Menschen dazu motiviert werden, mit dem sensiblen Thema "Datenschutz" respektvoll umzugehen.

## 7. Erklärung des Eigenanteils

Im Rahmen der Seminarfacharbeit wurde durch uns eine Umfrage zum Datenschutz in sozialen Netzwerken durchgeführt. Hierzu stimmten wir uns zuerst über den Inhalt und den Umfang der Umfrage ab und stellten den Fragenkatalog auf. Anschließend recherchierten wir über Möglichkeiten der Erstellung einer Onlineumfrage im Internet. Wir entschieden uns, den Dienst unter: www.umfrageonline.de, zu nutzen, generierten die Umfrage und stellten sie ins Netz. Wir animierten Bekannte und Freunde, an der Umfrage teilzunehmen. Da die Umfrage nur einen Monat kostenfrei zur Verfügung stand, haben wir anschließend den Dienst von: www.q-set.de, genutzt und die Umfrage nochmals generiert. Den Zugang zur Umfrage verlinkten wir auch auf der Schulhomepage.

Alle bis zum 30.09.2014 eingegangenen Umfrageergebnisse werteten wir mittels Excel aus und generierten Diagramme, die den jeweiligen Informationsgehalt besonders gut verdeutlichen (Kreis- und Balkendiagramme). Die Ergebnisse wurden durch uns schriftlich interpretiert.

Ein weiterer wesentlicher Eigenanteil war die Erstellung unserer Website mit Informationen und Möglichkeiten zum Schutz der persönlichen Daten bei der Nutzung Sozialer Netzwerke sowie der Fortschritt unserer Arbeit. Die Website wurde von uns unter Nutzung der Website: www.homepage-baukasten.de, generiert und ist unter: http://datenspeicherung-facebook.de.tl/Startseite.htm, verfügbar.

# 8. Umfragebogen

## "Die kommerzielle Nutzung persönlicher digitaler Daten in sozialen Netzwerken am Beispiel von facebook.de – Wie können wir uns wehren?"

Hallo liebe Leser / Leserinnen,

wir führen im Rahmen unserer Seminarfacharbeit an der Kooperativen Gesamtschule am Schwemmbach eine Umfrage zu dem oben genannten Thema durch. Wir würden uns sehr freuen, wenn Sie und dabei unterstützen. Vielen Dank.

1.	Zu welcher Altersgru  jünger als 13 Jahre  13 bis 15 Jahre  16 bis 25 Jahre  26 bis 35 Jahre  36 bis 50 Jahre  älter als 50 Jahre  Keine Angabe	ppe gehören Sie?	
2.	In welchem sozialen II   Facebook   Twitter   Google+   myspace   wer-kennt-wen.de   ICQ   Skype   anderes   Keine Angabe	Netzwerk sind Sie w mit Pseudonym	ie angemeldet?    mit richtigem Namen   mit richtigem Namen
3.	Wie häufig sind Sie ir  Täglich Alle zwei Tage Einmal pro Woche Seltener als einmal Nie Keine Angabe		Facebook online?

In wie weit sind Sie mit den Sicherheitsbedingungen bzw. mit dem Datenschutz im sozialen Netzwerk Facebook zufrieden?  Völlig zufrieden  Wenig zufrieden  Kaum zufrieden  Gar nicht zufrieden  Keine Angabe
<ul> <li>Vertreten Sie den Standpunkt, dass ihre Daten in dem sozialen Netzwerk Facebook vor Verkauf und Weitergabe geschützt sind?</li> <li>Ja</li> <li>Nein</li> <li>Keine Angabe</li> </ul>
. Wenn nein, weshalb sind Sie dann in Facebook?
. Was müsste man für Ihre Zufriedenheit tun?
<ul> <li>Sind Sie mit den Allgemeinen Geschäftsbedingungen von Facebook vertraut?</li> <li>Ja</li> <li>Nein</li> <li>Keine Angabe</li> </ul>
Welche persönlichen Daten haben Sie in Facebook BEI DER ANMELDUNG angegeben?  Name Alter Adresse Telefonnummer Foto persönliches Foto Video Arbeit und Ausbildung Wohnort Beziehungsstatus Lebensereignisse Familienangehörige Keine Angabe

angegeben?
□ Name
☐ Alter
Adresse
Telefonnummer
Foto
persönliches Foto
Video
Arbeit und Ausbildung
☐ Wohnort
☐ Beziehungsstatus
☐ Lebensereignisse
☐ Familienangehörige
☐ Keine Angabe
11.Sind Ihnen Möglichkeiten zum Schutz vor Datendiebstahl bekannt?
☐ Nein ☐ Keine Angabe

#### 9. Quellenverzeichnis

- http://alp.dillingen.de/netacad/curriculum/vernetzung/k-8-4.html
   [Zugriff am 03.02.2014 um 15.41 Uhr]
- http://blog.tuev-privatschulen.com/social-media-2/was-weiss-einefacebookseite/
  - [Zugriff am 15.04.2014 um 16:32 Uhr]
- http://blog.zdf.de/hyperland/2013/05/facebook-weiss-was-du-nicht-gepostet-hast/
  - [Zugriff am 15.04.2014 um 14.32 Uhr]
- http://de.statista.com/statistik/daten/studie/170467/umfrage/besucherzahl en-sozialer-netzwerke-in-deutschland/
  - [Zugriff am 25.03.2014 um 16.54 Uhr]
- http://de.statista.com/themen/138/facebook/
   [Zugriff am 25.03.2014 um 17.10 Uhr]
- http://de.wikipedia.org/wiki/Facebook.de
   [Zugriff am 20.01.2014 um 13.20 Uhr]
- http://de.wikipedia.org/wiki/Fanpage[Zugriff am 18.04.2014 um 17.21 Uhr]
- http://de.wikipedia.org/wiki/WhatsApp [Zugriff am 15.03.2014 um 15.37 Uhr]
- http://de-de.facebook.com[Zugriff am 15.01.2014 um 13.10 Uhr]
- http://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Text=4%20MB%20 10/13
  - [Zugriff am 03.02.2014 um 14.56 Uhr]
- http://it-runde.de/2491/facebook-sammelt-sogar-von-nicht-mitgliederndaten
  - [Zugriff am 15.04.2014 um 16:30 Uhr]
- http://landesrecht.thueringen.de/jportal/portal/t/kkl/page/bsthueprod.psml/ action/portlets.jw.MainAction?p1=e&eventSubmit\_doNavigate=searchInS ubtreeTOC&showdoccase=1&doc.hl=0&doc.id=jlr-
  - DSGTH2012pP9&doc.part=S&toc.poskey=#focuspoint
  - [Zugriff am 23.03.2014 um 14:38 Uhr]
- http://marketingland.com/facebooks-promoted-posts-rolling-out-hereswhat-it-looks-like-12917
  - [Zugriff am 07.06.2014 um 15.23 Uhr]
- http://praxistipps.chip.de/datenschutz-bei-facebook-die-besten-3tipps\_9581
  - [Zugriff am 12.08.2014 um 16.10 Uhr]
- http://socialfresh.com/facebook-promoted-posts-go-live/ [Zugriff am 07.06.2014 um 15.41 Uhr]
- http://themen.t-online.de/news/WhatsApp [Zugriff am 15.03.2014 um 15.20 Uhr]

- http://www.androidpit.de/facebook-nutzerdaten-selbsttest
   [Zugriff am 03.04.2014 um 15.49 Uhr]
- http://www.beckmannundnorda.de/serendipity/index.php?/archives/828-LG-Berlin-Facebook.de-Freunde-Finder-rechtswidrig-weitereunzulaessige-Klauseln-in-Facebook.de-AGB.html [Zugriff am 23.05.2014 um 16.37 Uhr]
- http://www.bfdi.bund.de/cae/servlet/contentblob/409518/publicationFile/2 5234/BDSG.pdf

[Zugriff am 12.06.2014 um 17.03 Uhr]

- http://www.chaosweib.com/2011/09/14/facebook-konto-gesperrt-echtenamen-ist-nun-pflicht/
  - [Zugriff am 05.07.2014 um 15.03 Uhr]
- http://www.computerbetrug.de/facebook-anmeldung-mit-wenig-daten
   [Zugriff am 05.07.2014 um 15.12 Uhr]
- http://www.eifelzeitung.de/2014/05/facebook-verkauft-nutzerdaten-68663/
  - [Zugriff am 24.05.2014 um 16.34 Uhr]
- http://www.e-recht24.de/artikel/datenschutz/6449-facebook-datenschutz-so-sichern-sie-ihre-daten.html
   [Zugriff am 20.06.2014 um 15.41 Uhr]
- http://www.e-recht24.de/news/facebook/6673-facebook-like-button-ist-rechtswidrig-aber-nicht-abmahnfaehig.html
   [Zugriff am 13.06.2014 um 17.43 Uhr]
- http://www.europe-v
  - facebook.org/DE/Daten\_verlangen\_/daten\_verlangen\_.html [Zugriff am 03.07.2014 um 13.23 Uhr]
- http://www.europe-v-facebook.org/DE/de.html
   [Zugriff am 12.02.2014 um 15.41 Uhr]
- http://www.facebook-account-loeschen.de
   [Zugriff am 02.08.2014 um 10.12 Uhr]
- http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/audience-insights-facebook-verkauft-seine-nutzer-12931625.html
   [Zugriff am 26.06.2014 um 16.34 Uhr]
- http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/gerichtsurteil-teile-der-agbvon-facebook-sind-rechtswidrig-11674140.html
   [Zugriff am 21.07.2014 um 15.29 Uhr]
- http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/soziale-netzwerke-facebook-weiss-alles-ueber-uns-1936297.html
   [Zugriff am 16.04.2014 um 14.46 Uhr]
- http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/netzwirtschaft/der-facebook-boersengang/streit-um-datenschutz-facebook-ist-hoechst-unprofessionell-11640897.html
   [Zugriff am 18.03.2014 um 17.43 Uhr]

- http://www.fmm-magazin.de/facebook-aktuelle-gerichtsurteile-im-ueberblick-finanzen-mm\_kat63\_id6132.html
   [Zugriff am 23.03.2014 um 14.28 Uhr]
- http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/gg/gesamt.pdf
   [Zugriff am 23.03.2014 um 14.26 Uhr]
- http://www.gesetze-im-internet.de/bundesrecht/tmg/gesamt.pdf
   [Zugriff am 23.03.2014 um 14.51 Uhr]
- http://www.gruene.de/themen/netzpolitik/facebook-was-weisst-du-uebermich.html
  - [Zugriff am 15.04.2014 um 16.37 Uhr]
- http://www.heise.de/ct/artikel/2-Klicks-fuer-mehr-Datenschutz-1333879.html
  - [Zugriff am 13.07.2014 um 17.21 Uhr]
- http://www.heise.de/ct/artikel/Des-Nutzers-neue-Kleider-1360303.html
   [Zugriff am 12.04.2014 um 14.12 Uhr]
- http://www.heise.de/security/artikel/Das-verraet-Facebook.des-Like-Button-1230906.html
   [Zugriff am 13.07.2014 um 17.18 Uhr]
- http://www.klicksafe.de/themen/datenschutz/privatsphaere/datenschutztipps-der-datenschuetzer/
  - [Zugriff am 12.08.2014 um 14.21 Uhr]
- http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/facebook/facebook-konto-loeschen-oder-deaktivieren/
   [Zugriff am 12.08.2014 um 17.47 Uhr]
- http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/facebook/informationenzur-facebook-chronik-timeline/
   [Zugriff am 17.04.2014 um 14.32 Uhr]
- http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/facebook/zahlen-und-fakten-zu-facebook/
  - [Zugriff am 03.02.2014 um 14.20 Uhr]
- http://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/WhatsApp/was-ist-der-WhatsApp-messenger/
  - [Zugriff am 18.03.2014 um 16.25 Uhr]
- http://www.kurzbefehl.ch/was-weiss-facebook-uber-uns [Zugriff am 19.04.2014 um 12.19 Uhr]
- http://www.media-affin.de/promoted-posts-facebook-lasst-sichreichweite-bezahlen
  - [Zugriff am 28.06.2014 um 14.47 Uhr]
- http://www.pcwelt.de/ratgeber/Geniale-Facebook.de-Tipps-3514555.html
   [Zugriff am 27.07.2014 um 14.28 Uhr]
- http://www.rp-online.de/digitales/internet/besserer-schutz-von-facebooknutzerprofilen-aid-1.2183474
   [Zugriff am 30.07.2014 um 15.59 Uhr]

 http://www.spiegel.de/netzwelt/web/datenschutz-facebook-und-dieadressbuecher-a-832459.html
 [Zugriff am 23.04.2014 um 14.25 Uhr]

http://www.stern.de/digital/online/facebook-account-loeschen-wie-sie-mark-zuckerberg-den-ruecken-kehren-1781802.html
 [Zugriff am 24.07.2014 um 15.12 Uhr]

http://www.taz.de/!81259/[Zugriff am 13.04.2014 um 14.58 Uhr]

http://www.telemedicus.info/urteile/Datenschutzrecht/88-BVerfG-Az-1-BvR-209,-269,-362,-420,-440,-48483-Volkszaehlungsurteil.html
 [Zugriff am 28.03.2014 um 14.39 Uhr]

 http://www.thueringerlandtag.de/apps/Publikationen/pic/pubdownload3.pdf
 [Zugriff am 25.03.2014 um 13.25 Uhr]

http://www.tlfdi.de/imperia/md/content/datenschutz/themen/schule/12120
 4\_skript\_vortrag\_karg.pdf
 [Zugriff am 23.03.2014 um 17.28 Uhr]

http://www.vzbv.de/8981.htm[Zugriff am 16.06.2014 um 13.52 Uhr]

http://www.wiwo.de/bilder/digital-welt-wie-sie-ihre-daten-im-netz-schuetzen/4637764.html?slp=false&p=2&a=false#image
 [Zugriff am 23.07.2014 um 15.52 Uhr]

http://www.youngdata.de/datenschutz/datenschutz-tipps/
 [Zugriff am 07.05.2014 um 17.42 Uhr]

http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2013-01/serie-mein-digitaler-schutzschild-tor-browser-bundle
 [Zugriff am 29.06.2014 um 16.48 Uhr]

 http://www.zeit.de/digital/datenschutz/2013-02/facebook-weichertklarnamen

[Zugriff am 23.06.2014 um 13.14 Uhr]

http://www.zendas.de/recht/allgemein/volkszaehlungsurteil.html
 [Zugriff am 27.03.2014 um 16.42 Uhr]

https://de-de.facebook.com/about/ads/
 [Zugriff am 25.06.2014 um 14.36 Uhr]

 https://de-de.facebook.com/about/platform [Zugriff am 02.04.2014 um 14.12 Uhr]

https://de-de.facebook.com/about/sharing [Zugriff am 27.06.2014 um 17.45 Uhr]

https://de-

de.facebook.com/advertising?campaign\_id=226636850179&placement=broad&creative=47511515532&keyword=Werbung+in+Facebook.de&extra\_1=63beb19b-0840-38e8-5b4b-0000562f5b11
[Zugriff am 28.06.2014 um 15.23 Uhr]

- https://de-de.facebook.com/help/ [Zugriff am 23.05.2014 um 14.57 Uhr]
- https://de-de.facebook.com/help/292105707596942/[Zugriff am 23.05.2014 um 15.12 Uhr]
- https://de-de.facebook.com/help/325807937506242/[Zugriff am 23.05.2014 um 15.17 Uhr]
- https://de-de.facebook.com/help/359046244166395/
   [Zugriff am 23.05.2014 um 15.14 Uhr]
- https://de-de.facebook.com/help/www/214376678584711?rdrhc [Zugriff am 23.05.2014 um 15.19 Uhr]
- https://de-de.facebook.com/help/www/224562897555674[Zugriff am 23.05.2014 um 15.35 Uhr]
- https://de-de.facebook.com/legal/terms
   [Zugriff am 24.03.2014 um 15.36 Uhr]
- https://de-de.facebook.com/terms.php?locale=DE
   [Zugriff am 27.03.2014 um 14.54 Uhr]
- https://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/selbst-bewusst-10-tipps-fuer-den-persoenlichen-datenschutz-bei-facebook.html
   [Zugriff am 24.05.2014 um 16.25 Uhr]
- https://www.datenschutz-hamburg.de/uploads/media/selbst\_bewusst-Datenschutz\_bei\_Facebook\_01.pdf
   [Zugriff am 24.05.2014 um 15.34 Uhr]
- https://www.facebook.com/about/privacy/advertising [Zugriff am 28.06.2014 um 15.43 Uhr]
- https://www.facebook.com/about/privacy/your-info [Zugriff am 05.07.2014 um 14.36 Uhr]
- https://www.facebook.com/business/news/audience-insights
   [Zugriff am 24.07.2014 um 16.28 Uhr]
- https://www.facebook.com/dyi?x=AdmY67sHoYbiln8P [Zugriff am 25.07.2014 um 13.36 Uhr]
- https://www.facebook.com/help/131112897028467[Zugriff am 01.08.2014 um 17.27 Uhr]
- https://www.facebook.com/legal/terms?locale=de\_DE [Zugriff am 03.04.2014 um 13.46 Uhr]
- https://www.facebook.com/terms/provisions/german/index.php
   [Zugriff am 18.06.2014 um 15.54 Uhr]
- https://www.ldi.nrw.de/mainmenu\_Datenschutz/Inhalt/FAQ/RechteDaten. php

[Zugriff am 24.07.2014 um 17.13 Uhr]

# 10. Eidesstattliche Erklärungen

#### **Theo Jorcke**

Ich erkläre hiermit, dass ich meinen Beitrag zur vorliegenden Seminarfacharbeit (Kapitel ...) selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe; das gleiche gilt für die von den auf dem Titelblatt genannten Autoren gemeinsam verfassten Teile (Kapitel ...). Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

Erfurt, 03. November 2014

(Unterschrift)

(Der Wortlaut dieser Erklärung wurde übernommen aus: M.R. Theisen, ABC des wissenschaftlichen Arbeitens, Deutscher Taschenbuchverlag, München, 2006, S. 105)

#### Florian Prill

Ich erkläre hiermit, dass ich meinen Beitrag zur vorliegenden Seminarfacharbeit (Kapitel ...) selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe; das gleiche gilt für die von den auf dem Titelblatt genannten Autoren gemeinsam verfassten Teile (Kapitel ...). Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

Erfurt, 03. November 2014

(Unterschrift)

(Der Wortlaut dieser Erklärung wurde übernommen aus: M.R. Theisen, ABC des wissenschaftlichen Arbeitens, Deutscher Taschenbuchverlag, München, 2006, S. 105)

Niklas Treu

Ich erkläre hiermit, dass ich meinen Beitrag zur vorliegenden Seminarfacharbeit

(Kapitel ...) selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als

die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe; das gleiche gilt für die von den

auf dem Titelblatt genannten Autoren gemeinsam verfassten Teile (Kapitel ...).

Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen

Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

Erfurt, 03. November 2014

(Unterschrift)

(Der Wortlaut dieser Erklärung wurde übernommen aus: M.R. Theisen, ABC

des wissenschaftlichen Arbeitens, Deutscher Taschenbuchverlag, München,

2006, S. 105)

**Maximilian Turtenwald** 

Ich erkläre hiermit, dass ich meinen Beitrag zur vorliegenden Seminarfacharbeit

(Kapitel ...) selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als

die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe; das gleiche gilt für die von den

auf dem Titelblatt genannten Autoren gemeinsam verfassten Teile (Kapitel ...).

Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen

Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

Erfurt, 03. November 2014

(Unterschrift)

(Der Wortlaut dieser Erklärung wurde übernommen aus: M.R. Theisen, ABC

des wissenschaftlichen Arbeitens, Deutscher Taschenbuchverlag, München,

2006, S. 105)

65