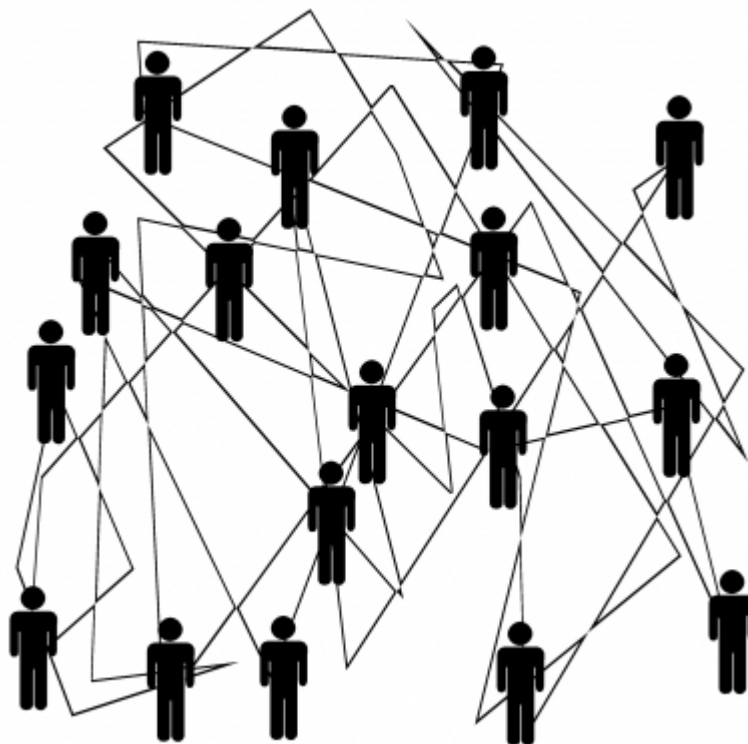


Die Nutzung sozialer Netzwerke im Internet unter Datenschutz-Gesichtspunkten in Mecklenburg-Vorpommern



© geralt, www.pixelio.de

Ergebnisse der Online-Umfrage unter Schülerinnen und Schülern
im Alter von 8 bis 21 Jahren

Herausgeber:

Der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit
Mecklenburg-Vorpommern
Lennéstraße 1, Schloss
19053 Schwerin
Tel.: 0385-59494-0
Fax: 0385-59494-58
E-Mail: datenschutz@mvnet.de

Stand: 26.05.2011

Dieses Dokument stellt ein unverbindliches Informationsangebot dar. Alle Inhalte wurden mit höchster Sorgfalt erstellt und spiegeln den Stand zum Zeitpunkt der Veröffentlichung wieder. Jedoch besteht kein Anspruch auf Korrektheit, Vollständigkeit oder Aktualität der enthaltenen Informationen, eine Verwendung liegt in der eigenen Verantwortung des Lesers.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	6
2. Allgemeine Situation.....	7
2.1. Die Risiken sozialer Netzwerke	7
2.2. Die Situation in Mecklenburg-Vorpommern	8
3. Ansatz und Ablauf der Umfrage.....	8
3.1. Rahmen und Hintergrund der Befragung	8
3.2. Ziele und Fragestellungen	9
3.3. Methodisches Vorgehen.....	10
3.4. Technische Realisation	11
3.5. Verlauf der Teilnahme	12
3.6. Qualitätssicherung und endgültige Datenbasis.....	13
4. Ergebnisse der Online-Befragung	14
4.1. Teilnehmerstruktur der Umfrage.....	14
4.1.1. Regionale Herkunft der Teilnehmer.....	14
4.1.2. Geschlecht und Altersstruktur der Teilnehmer.....	15
4.1.3. Besuchte Schulformen	16
4.1.4. Nutzungsgrad sozialer Netzwerke.....	17
4.2. Netzwerknutzung allgemein	20
4.2.1. Kenntnisnahme rechtlicher Bestimmungen	20
4.2.2. Von den Teilnehmern genutzte Netzwerke.....	21
4.2.3. Anzahl genutzter Netzwerke	25
4.2.4. Nutzungsdauer sozialer Netzwerke.....	26
4.3. Soziale Probleme bei der Nutzung	26
4.3.1. Rechtsradikale Inhalte.....	26
4.3.2. Problematisches Verhalten – blockieren, Verstöße melden.....	28

4.3.3.	Eigenes problematisches Verhalten – blockiert, gemeldet worden	29
4.4.	Konkrete Nutzung und Profileinstellungen.....	30
4.4.1.	Verwendung des Echtnamens bei der Anmeldung	31
4.4.2.	Sichtbarkeit der einzelnen Profilelemente	32
	Sichtbarkeit des Nicknamens	33
	Sichtbarkeit des echten Namens	34
	Sichtbarkeit des Alters bzw. Geburtstag ohne Jahr	35
	Sichtbarkeit des kompletten Geburtsdatums	35
	Sichtbarkeit der Telefonnummer	36
	Sichtbarkeit des Wohnorts	37
	Sichtbarkeit der privaten Adresse	37
	Sichtbarkeit der besuchten Schule	38
	Sichtbarkeit der besuchten Klasse	39
	Sichtbarkeit des persönlichen Pinnwand	39
	Sichtbarkeit der Gruppen-Mitgliedschaften	40
	Sichtbarkeit der Freundesliste	40
	Sichtbarkeit der eigenen Foto- bzw. Video-Alben	41
	Sichtbarkeit von „Persönliches“, „Interessen“ und „Hobbies“	42
4.4.3.	Nutzungszeit des Lieblingsnetzwerks.....	44
4.4.4.	Anzahl der Freunde im Lieblingsnetzwerk.....	44
4.5.	Kenntnis der Eltern.....	45
5.	Schlussfolgerungen und Erkenntnisse	48
6.	Fazit und Empfehlungen.....	51
7.	Ausblick.....	53
8.	Anhang	54
8.1.	Fragenkatalog	54
8.2.	Dokumentation der Maßnahmen zur Qualitätssicherung	56
8.3.	Glossar	57
8.4.	Quellenverzeichnis	58

Kurzdarstellung / Executive Summary

Der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit Mecklenburg-Vorpommern führte von September 2010 bis April 2011 eine siebenmonatige Online-Umfrage zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet bei Schülern in Mecklenburg-Vorpommern durch.

Der Befragungsschwerpunkt lag auf den Themen Sicherheit und (Selbst-)Datenschutz, die Zielgruppe waren Schüler (keine Studenten oder Erwerbstätigen) im Alter von 8 bis 21 Jahren aus Mecklenburg-Vorpommern. Die Teilnahme war freiwillig und anonym über das Internet möglich.

Als wesentliche Ergebnisse und Erkenntnisse aus der Befragung sind zu benennen:

- Die qualitätsbereinigte Datenbasis umfasste 1.398 Teilnehmer.
- Im Schnitt haben 75 % ein Profil in sozialen Netzwerken, 25 Prozent nicht.
- Bei den 17- bis 20-Jährigen liegt die Quote der Profilinhaber bei über 90 %.
- Der Anteil der Mitglieder gegenüber Nicht-Mitgliedern steigt mit zunehmendem Alter.
- Es sind mehr Mädchen (52 %) Mitglied in sozialen Netzwerken als Jungen (48 %).
- Im Schnitt sind die Nutzer bei 2,5 sozialen Netzwerken aktiv. Bei Mädchen liegt die Quote mit 2,7 tendenziell höher als bei Jungen mit 2,4 Netzwerken.
- 45 % der männlichen Teilnehmer haben die Geschäftsbedingungen, die Datenschutzbestimmungen oder den Verhaltenskodex nicht gelesen, bei den weiblichen Teilnehmern sind es 33 %.
- 56 % der Nutzer sind mit echtem Namen angemeldet, Pseudonyme nutzen nur 44 %.
- Bei den 8- bis 10-Jährigen haben 46 % der Eltern direkte Zugriffsmöglichkeit auf das Profil. Mit zunehmendem Alter nimmt der Elternzugriff rapide ab.
- Kinder, deren Eltern Zugriffsmöglichkeit auf das Profil haben, erfahren weniger negative Sanktionen (Blockierung oder Meldung an Betreiber).
- Das meistgenutzte Netzwerk der Teilnehmer ist mit 70 % SchülerVZ, gefolgt von Facebook mit 41 %, dahinter das regionale Netzwerk NB-Town mit 19 %.
- Die Unterscheidung zwischen „sozialem Netzwerk“ und „Internet Community“ ist für Kinder und Jugendliche nicht von praktischer Relevanz. Jedoch für den Datenschutz!
- Die Profileinstellungen zeigen, dass die Optionen zur Steuerung der Privatsphäre in sozialen Netzwerken den meisten Nutzern bekannt sind.

1. Einleitung

Der Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit Mecklenburg-Vorpommern führte im Rahmen des Projektes „Identitätsmanagement in sozialen Netzwerken“ von September 2010 bis April 2011 eine Online-Umfrage zur Nutzung sozialer Netzwerke im Internet bei Schülern in Mecklenburg-Vorpommern durch.

Im Unterschied zu ähnlichen Untersuchungen mit meist soziokultureller Ausrichtung lag der Fokus hier auf den Themen Sicherheit und (Selbst-)Datenschutz. Zielgruppe waren Kinder und Jugendliche im Alter von 8 bis 21 Jahren aus Mecklenburg-Vorpommern, wobei gezielt Schüler und Auszubildende angesprochen wurden, keine Studenten oder bereits voll Erwerbstätige. Die Teilnahme an der Befragung wurde auf freiwilliger Basis und anonym angeboten und war ausschließlich über das Internet möglich.

Dieses Dokument stellt die Ergebnisse der Umfrage dar und liefert empirische Erkenntnisse über 8- bis 21-jährige Schüler. Es ist vor allem von der Intention getragen, den Status Quo der Nutzung sozialer Netzwerke zu ermitteln und abzubilden, um daraus Ansätze für Aufklärungsmaßnahmen oder Folgeuntersuchungen zu gewinnen.

Wir bedanken uns an dieser Stelle bei allen Schülerinnen und Schülern, die an der Umfrage teilgenommen haben. Ebenso bei allen beteiligten Personen und Institutionen, die durch ihre aktive Unterstützung die Erstellung dieses Ergebnisdokuments ermöglicht haben.

Noch eine kurze Vorbemerkung zur Geschlechtergleichstellung:

Im Folgenden werden aus Gründen der Lesbarkeit häufig männliche Substantive verwendet. Gemeint sind dann jeweils auch die weiblichen Formen des Begriffes. Wird beispielsweise das Wort „Teilnehmer“ genannt, sind stets Teilnehmerinnen und Teilnehmer gemeint. Erfolgt eine Auswertung getrennt nach Geschlecht, wird dies explizit hervorgehoben.

2. Allgemeine Situation

Soziale Netzwerke im Internet werden durch einen immer größer werdenden Anteil der Bevölkerung genutzt. Vor allem für Kinder und Jugendliche stellt die Nutzung von beispielsweise SchülerVZ, Wer-kennt-wen oder Facebook heute einen elementaren Bestandteil des täglichen Lebens und ihrer sozialen Kommunikation dar.

Nicht-Nutzer hegen in diesem Zusammenhang häufig die Befürchtung, dass soziale Netzwerke zu realer Vereinsamung führen, indem echte Freundschaften durch virtuelle „Freunde im Netz“ abgelöst werden. Diese Sorge kann als unbegründet angesehen werden, was auch zahlreiche Studien belegen. Aktive Nutzer sozialer Netze sind auch im realen Leben grundsätzlich kommunikativ und verfügen über ein ausgeprägtes und stabiles soziales Umfeld. Die Netzwerke dienen lediglich dazu, die Prozesse der Kontaktpflege für das echte Leben zu erleichtern. Damit stellen sie eine Ergänzung oder auch Ersatz bisheriger Kommunikationsmethoden wie Telefonieren oder das Schreiben von SMS, E-Mails, Briefen oder Postkarten dar.

2.1. Die Risiken sozialer Netzwerke

Grundsätzlich sind Idee und Intention sozialer Netzwerke als Mittel zur komfortablen und effektiven Kontaktpflege und -verwaltung positiv und sinnvoll. Jedoch gibt es - speziell aus Sicht des Datenschutzes - zahlreiche Kritikpunkte und Korrekturwünsche. Diese richten sich nicht nur an die Betreiber der Netzwerke und deren Ausgestaltung, sondern auch an die Nutzer, welche häufig zu offen mit ihren privaten Daten umgehen.

Die Möglichkeit der Anlage persönlicher Profile und die vermeintlich unkomplizierte Kommunikation über meist offen einsehbare Statusmeldungen verleitet viele Menschen zu einer bislang nicht gekannten Form der persönlichen Selbstdarstellung. Vor allem junge Internetnutzer erliegen der Versuchung, sich und ihre Lebensumstände detailliert in offen einsehbaren Profilen zu präsentieren. Das birgt u. a. die Gefahr, dass ihre Daten von Suchmaschinen und einer wachsenden Zahl professioneller Datensammler im Internet zu immer präziseren Persönlichkeitsprofilen verarbeitet werden. Die Folgen daraus sind für den Einzelnen und seine Zukunft heute noch nicht absehbar.

Auch durch die Verlagerung der täglichen Kommunikation in die sozialen Netzwerke, quasi als Verlängerung der Schulhofgespräche, wird private Kommunikation zunehmend ins Internet verlagert und somit ggf. öffentlich. Dazu kommen häufig unverschlüsselte Netzwerk- oder Browserverbindungen der Nutzer, wodurch Dritte die Möglichkeit haben, private Kommunikation abzufangen, mitzuprotokollieren oder zu manipulieren, z. B. durch Vortäuschen oder Diebstahl von Identitäten.

Ebenfalls problematisch ist, dass die Betreiber der Netzwerke tiefe Einblicke in das Privatleben der Mitglieder erlangen, denn anders als Telekommunikationsunternehmen, die üblicherweise nur Verkehrsdaten erfassen (wer hat wann mit wem telefoniert oder eine SMS geschrieben) speichern soziale Netzwerke auch die Inhalte der Kommunikation.

2.2. Die Situation in Mecklenburg-Vorpommern

Auch in Mecklenburg-Vorpommern gibt es mehrere Betreiber sozialer Netzwerke. Als die bekanntesten Vertreter sind **MV-Spion** und **NB-Town** zu benennen.

MV-Spion (www.mv-spion.de) mit Sitz in Rostock hat nach eigenen Angaben über 250.000 Mitglieder und verfolgt ein überregionales bzw. internationales Konzept. So werden spezielle Portalseiten für Gesamtdeutschland, Österreich und die Schweiz¹ angeboten.

NB-Town (www.nb-town.de) mit Sitz in Coelpin und ca. 145.000 Nutzern hingegen orientiert sich regional und ist speziell auf die Region Neubrandenburg und Umland ausgerichtet.

Beide Netzwerke führen jedoch neben den bundesweiten Anbietern wie den VZ-Netzen (StudiVZ, MeinVZ, SchülerVZ) oder Wer-kennt-wen eher ein Nischendasein.

3. Ansatz und Ablauf der Umfrage

3.1. Rahmen und Hintergrund der Befragung

Die Online-Umfrage entstand im Rahmen des vom Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit Mecklenburg-Vorpommern initiierten Projekts "Identitätsmanagement in

¹ Im Internet: www.deutschland-spion.de, www.austria-spion.at, www.kanton-spion.ch

sozialen Netzwerken". Dieses Projekt sollte unter anderem einen Überblick über aktuelle Trends und Entwicklungen bei sozialen Netzwerken erstellen, um datenschutzrechtliche Lösungsansätze und Richtlinien für Networkbetreiber und Nutzer abzuleiten.

Bei der Aufklärungsarbeit zu sozialen Netzwerken und Cyber-Mobbing an Schulen in Mecklenburg-Vorpommern wurde in Gesprächen mit den Schülern festgestellt, dass sich das Einstiegsalter der Nutzer nach unten verlagert hat und bereits Achtjährige bei sozialen Netzwerken angemeldet sind. Daraus entstand die Idee, die Nutzung dieser Netzwerke durch Kinder und Jugendliche in Mecklenburg-Vorpommern im Rahmen einer Umfrage auch hinsichtlich der datenschutz-relevanten Erfahrungen zu erheben.

Es wurde ein Fragebogen entwickelt, der im Rahmen der Aufklärungsaktionen an Schulklassen verteilt und ausgefüllt werden sollte. Um jedoch Kosten, Zeit und Aufwand für die manuelle Erfassung zu sparen und die Auswertung der Antworten zu erleichtern, wurde der Fragebogen in eine Online-Umfrage überführt. Diese wurde im September 2010 unter der offiziellen Internetpräsenz des Landesbeauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit für die Öffentlichkeit freigeschaltet und stand ab diesem Zeitpunkt allen Schülern landesweit zur Verfügung².

Die Umfrage wurde über die Pressestelle des Landtages Mecklenburg-Vorpommern beworben. Zur weiteren Steigerung der Teilnehmerzahl wurden die Schulbehörden sowie diverse Jugendorganisationen des Landes mit eingebunden. Auch wurden pädagogische Veranstaltungen wie Lehrerkonferenzen zum Thema Medienkompetenz genutzt, um für das Ausfüllen der Umfrage, z. B. im Rahmen des Schulunterrichtes, zu werben.

3.2. Ziele und Fragestellungen

Im Vordergrund der Befragung stand, die tatsächliche Nutzung sozialer Netzwerke durch Kinder und Jugendliche unter datenschutzrelevanten Gesichtspunkten zu erheben. Für Umfrage und Fragebogen wurden daher folgende Ziele definiert:

- Untersuchung des Nutzungsverhaltens sozialer Netzwerke durch Kinder und Jugendliche mit besonderer Berücksichtigung datenschutzrelevanter Themen wie Profileinstellung und Sichtbarkeit der persönlichen Daten.

² Internet-Adresse: www.datenschutz-mv.de/umfrage/

- Feststellung des Umfangs der Maßnahmen, die Kinder und Jugendliche zum Schutz der realen Identität und ihrer persönlichen Daten in der Praxis ergreifen.
- Beurteilung, ob und wie die Internetreife und -kenntnis der Eltern das Verhalten ihrer Kinder in den sozialen Netzwerken beeinflusst.
- Gewinnung von Hinweisen zur Verbesserung der Relevanz und Akzeptanz von Informations- und Schulungsmaterial für die Aufklärungsarbeit an Schulen.

Hieraus wurden folgende Fragestellungen abgeleitet:

- Wie viel wissen Kinder und Jugendliche über Datenschutz und Selbstschutz und über geeignete Möglichkeiten, diese zu steigern?
- Wie sensibel sind sie für die Erkennung von Schattenseiten in sozialen Netzwerken oder negativen Inhalten wie Mobbing, Stalking oder auch Rechtsradikalismus?
- Haben sie Erfahrungen durch negative Sanktionen aufgrund Fehlverhalten gemacht?
- Wie beeinflusst die Kenntnis des Profils durch die Eltern das Verhalten der Kinder im sozialen Netzwerk?
- Werden sie von ihren Eltern bei der Nutzung sozialer Netzwerke kontrolliert?
- Haben Eltern direkte Zugriffsmöglichkeit auf das Profil ihrer Kinder?
- Welche Zusammenhänge zwischen oben genannten Faktoren lassen sich erkennen?
- Lassen sich spezielle Eigenheiten oder Erkenntnisse für Mecklenburg-Vorpommern erkennen?

3.3. Methodisches Vorgehen

Als Zielgruppe der Online-Umfrage waren im Vorfeld Kinder und Jugendliche im Alter von 8 bis 21 Jahren definiert worden, mit gezielter Einschränkung auf Schüler.

Der jüngere Teilnehmeranteil wurde hinsichtlich Alters- und Bildungsniveau nach dem in Jahr 2010 in Mecklenburg-Vorpommern geltenden Schulsystem eingeteilt: Grundschule, Orientierungsstufe, Regionalschule sowie Gymnasium bzw. Fachgymnasium.

Für die älteren Teilnehmer wurden die Schultypen Fachoberschule, Berufsschule sowie höhere Berufsfachschule angeboten.

Studenten, die im oberen Altersbereich des gedachten Teilnehmerkreises durchaus häufig vorkommen, sollten bei der Umfrage bewusst außen vor bleiben. Dies basierte auf der Überlegung, dass die Aufnahme eines Studiums üblicherweise eine starke Zäsur im

Sozialleben eines Jugendlichen darstellt, oft verbunden mit Umzug und einem Wechsel des sozialen Umfeldes. Damit ergeben sich Auswirkungen in der Nutzung sozialer Netzwerke, die mit den Verhaltensmustern jüngerer Netzwerkmitglieder kaum vereinbar sind. Studenten würden somit bei gemeinsamer Betrachtung mit Kindern oder Schülern die dort bestehenden Trends und Tendenzen stark verwässern oder gar verfälschen.

Da jedoch ein komplettes Fernhalten von Studenten bei einer offenen Umfrage kaum möglich ist, wurde versucht, wenigstens studentische Besonderheiten herauszuhalten. Aus diesem Grund stand beispielsweise das von Studenten gerne genutzte „StudiVZ“ als Auswahloption bei der Netzwerk-Mitgliedschaft explizit nicht zur Auswahl, sondern nur das breiter orientierte „MeinVZ“.

3.4. Technische Realisation

Die technische Umsetzung der Umfrage erfolgte mittels der Software „LimeSurvey“³. Dies ist ein umfangreiches Softwarepaket zur Erstellung und Abwicklung von Online-Befragungen und kann im Rahmen einer Open Source Vereinbarung (GNU General Public License) kostenlos genutzt werden.

Die LimeSurvey-Software wurde auf dem bestehenden Webserver des Landesbeauftragten für Datenschutz Mecklenburg-Vorpommern installiert, womit ein kostenneutraler Betrieb möglich war. Durch Installation und Konfiguration in Eigenregie konnte auf die Einbindung eines externen Dienstleisters verzichtet werden, womit auch die Zugriffshoheit und die Vertraulichkeit der ohnehin anonymisierten Teilnehmerdaten der direkten Kontrolle des Landesbeauftragten unterlag.

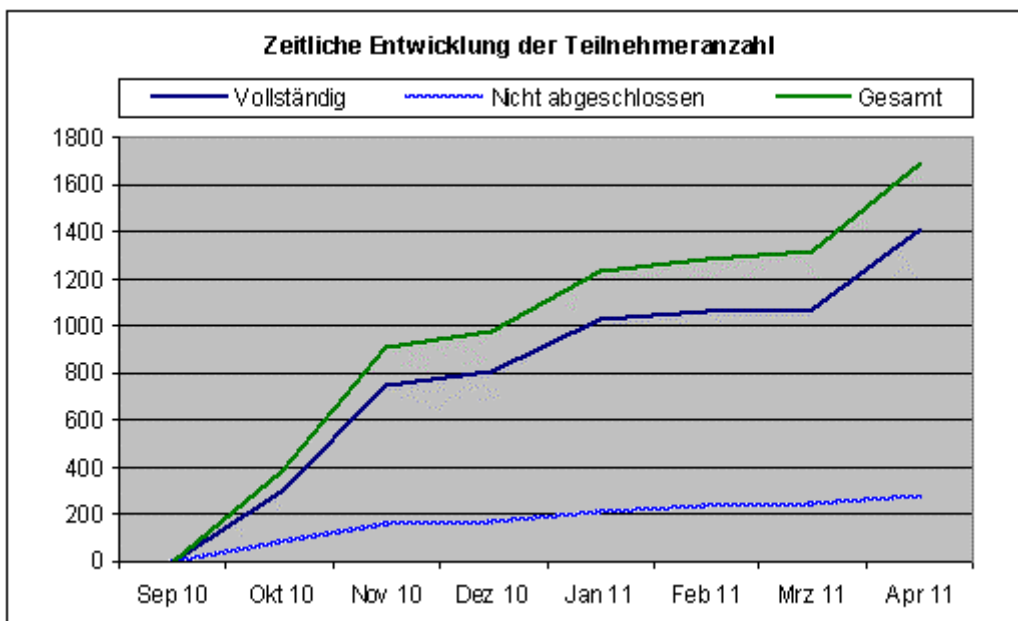
³ URL: <http://www.limesurvey.org>

3.5. Verlauf der Teilnahme

Die Umfrage stand vom 15. September 2010 bis 15. April 2011 unter der Internetadresse www.datenschutz-mv.de/umfrage allen teilnahmewilligen Schülern zur Verfügung.

Zur Wahrung höchstmöglicher Anonymität wurde die Zeitstempel-Funktion der Umfrage-Software deaktiviert. Die einzelnen Antworten der Teilnehmer sind damit ausschließlich über eine fortlaufend vergebene Datensatz-ID unterscheidbar, der konkrete Teilnahmezeitpunkt oder identifizierende Parameter wie IP-Adresse oder Endgeräteerkennung wurden nicht erfasst. Um dennoch rückwirkenden Einblick in den Teilnahmeverlauf über die sieben Monate Laufzeit zu erhalten, wurden Stichtage definiert, an denen der jeweils aktuelle Stand der Teilnehmerzahl (= d. h. die maximale Datensatz-ID) protokolliert wurde. Die Stichtage wurden auf Tage um die Monatsmitte gelegt, da auch Beginn und Ende der Umfrage jeweils an einem 15. stattfanden.

Es ergab sich folgender Teilnahmeverlauf:



Zum Ende der Befragung am 15. April 2011 hatten exakt **1.689** Freiwillige teilgenommen.

Am Verlauf der Teilnahmeentwicklung ist auch die unterschiedliche Bewerbungsintensität der Umfrage erkennbar. Diese wurde vor allem in der Anfangszeit sowie nochmals verstärkt in der Endphase beworben.

3.6. Qualitätssicherung und endgültige Datenbasis

Von den insgesamt 1.689 Teilnehmern wurden durch Plausibilitätsprüfungen einige Datensätze als irrtümliche oder gezielte Fehlinformation identifiziert. Beispielsweise 21-jährige Grundschüler mit Mitgliedschaft in allen 13 zur Auswahl gestellten Netzwerken. Um die Ergebnisqualität zu steigern, wurden daher einige Teilnehmerdaten herausgefiltert. Die betroffenen Datensätze und der Grund ihrer Nicht-Berücksichtigung sind im Anhang dokumentiert. Nach Filterung lag die Anzahl gültiger Teilnehmerdatensätze bei 1.678.

Anschließend wurde die Betrachtung der Datensätze auf jene eingeschränkt, die den Befragungsprozess bis zum Ende und somit komplett durchlaufen haben. Dies waren 83,3 Prozent der Gesamtteilnehmer. Damit ergab sich als **Anzahl der tatsächlich verwertbaren Teilnehmerdatensätze der Wert 1.398.**

Diese Menge bildet die Basis der nachfolgend dargestellten Auswertungen.

Nimmt man die Schülerstatistik⁴ des Jahres 2009 als Quelle für die Gesamtschülerzahl in Mecklenburg-Vorpommern, wurden mit den gültigen Teilnehmern der Umfrage folglich rund **0,8 Prozent** aller Schüler des Landes erreicht.

⁴ URL: <http://sisonline.statistik.m-v.de>

SIS Online – Statistisches Informationssystem des Statistischen Landesamtes M-V:

- Berufliche Schulen und deren Schüler im Jahr 2009: 51.546
- Schüler an allgemein bildenden Schulen im Jahr 2009: 127.472

4. Ergebnisse der Online-Befragung

Wie vorangegangen dargestellt, besteht die Basis der nachfolgenden Ergebnisse aus den Datensätzen der 1.398 Teilnehmer, von denen die Befragung komplett durchlaufen und erfolgreich abgeschlossen wurde.

4.1. Teilnehmerstruktur der Umfrage

Am Beginn der Umfrage wurden allgemeine statistische Daten von den Teilnehmern erhoben. Diese umfassten regionale Herkunft, Geschlecht, Alter und besuchte Schulform.

4.1.1. Regionale Herkunft der Teilnehmer

Die Herkunftsstruktur der Teilnehmer wurde durch eine Auswahl vordefinierter Antworten mit den Landkreisen und kreisfreien Städten in Mecklenburg-Vorpommern erhoben.

Die Herkunft der Teilnehmer ist in der folgenden Tabelle ersichtlich:

Herkunft	Teilnehmer	Prozent
Rostock	305	22 %
Bad Doberan	183	13 %
Schwerin	167	12 %
Wismar	167	12 %
Mecklenburg-Strelitz	105	8 %
Ludwigslust	73	5 %
Nordwestmecklenburg	73	5 %
Güstrow	59	4 %
Uecker-Randow	58	4 %
Parchim	55	4 %
Müritz	41	3 %
Neubrandenburg	38	3 %
Nordvorpommern	33	2 %
Demmin	26	2 %
Greifswald	6	0 %
Ostvorpommern	6	0 %
Stralsund	3	0 %
Gesamt	1.398	100 %

Auffallend ist die starke Präsenz von Rostocker Schülern. Dies lässt sich damit erklären, dass neben der allgemeinen Bewerbung der Umfrage auch Kontakte zum offenen Rostocker Fernsehsender „rok-tv“, zum Institut für neue Medien Rostock gGmbH sowie zur Landesarbeitsgemeinschaft Medien M-V e.V. bestanden und diese im Rahmen ihrer Tätigkeit gezielt auf die Online-Umfrage im Raum Rostock aufmerksam gemacht haben.

4.1.2. Geschlecht und Altersstruktur der Teilnehmer

Auch das Geschlecht sowie das Alter wurde durch vordefinierte Antwortoptionen abgefragt.

Es wurde von den Teilnehmer zwar das konkrete Alter erhoben, aus Gründen der Übersichtlichkeit erfolgt die Darstellung der Auswertungsergebnisse jedoch überwiegend in Altersgruppen.

Anzahl der Teilnehmer nach Geschlecht und Alter:

Altersgruppe	Männlich	%	Weiblich	%	Gesamt	%
08-10	50	7 %	40	6 %	90	6 %
11-13	242	34 %	282	41 %	524	37 %
14-16	295	41 %	257	38 %	552	39 %
17-19	92	13 %	79	12 %	171	12 %
20-21	39	5 %	22	3 %	61	4 %
Gesamt	718	100 %	680	100 %	1.398	100 %
Quote M/W		51 %		49 %		

Das Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Teilnehmern insgesamt liegt bei 51 Prozent zu 49 Prozent. Es kann somit als ausgewogen bezeichnet werden. Was die Tabelle aufgrund der Einteilung in Altersgruppen nicht ausweist ist die Tatsache, dass allein die Gruppe der 12 – 15-Jährigen mit 57 Prozent mehr als die Hälfte aller Teilnehmenden stellte.

4.1.3. Besuchte Schulformen

Anzahl der Teilnehmer nach der Schulform sowie das jeweilige Durchschnittsalter:

Schulform	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	Gesamt	%	Altersschnitt
Grundschule	4	8	11	4		3									30	2 %	10,2
Orientierungsstufe		1	45	58	27	2		1				1			135	10 %	12,7
Regionalschule			20	84	117	85	111	110	75	29	6	1			638	46 %	14,5
Gymnasium / Fachgymn.				3	39	47	58	61	43	43	26	11	3	7	341	24 %	16,0
Fachoberschule					1		1							1	3	0 %	15,7
Berufsschule								1	4	11	16	15	15	24	86	6 %	18,0
Höhere Berufsfachschule											3		1	2	6	0 %	19,7
Sonstiges	1			5	8	41	49	29	9	3	3	3	1	7	159	11 %	15,3
Gesamt	5	9	76	154	192	178	219	202	131	86	54	31	20	41	1.398	100 %	14,9

Unter „Sonstiges“ konnten die Teilnehmer in einem Freitextfeld auch eine andere, von ihnen besuchte Schulform benennen. Nach Bereinigung der (zum Teil sehr variantenreichen) Schreibweisen wurde dort vorrangig eingetragen:

- 87 x „Förderschule“ (mit Schwerpunkt der Teilnehmer aus Region Wismar)
- 40 x „Gesamtschule“ (mit Schwerpunkt der Teilnehmer aus Region Rostock)

Unter den Teilnehmerdaten finden sich einige zweifelhafte Ausprägungen, z. B. 13-jährige Grundschüler, bei grober Plausibilitätsprüfung der betreffenden Datensätze stellten sich diese jedoch als überwiegende „Nicht-Nutzer“ sozialer Netzwerke heraus. Somit gelangten sie auch nicht zum Kernbereich der Befragung und konnten dort keine Ergebnisverfälschung bewirken.

Auch der unplausible Altersschnitt der Fachoberschüler fällt auf. Das angegebene Alter der drei angeblichen Fachoberschule-Besucher liegt in keinem Fall in dem für diese Schulform typischen Altersrahmen von 16 - 19 Jahren. Offenbar wurde diese Schulbezeichnung von sprachlich unsicheren Teilnehmern irrtümlich gewählt. Gleichzeitig scheint aber auch kein „echter“ Fachoberschüler an der Umfrage teilgenommen zu haben.

4.1.4. Nutzungsgrad sozialer Netzwerke

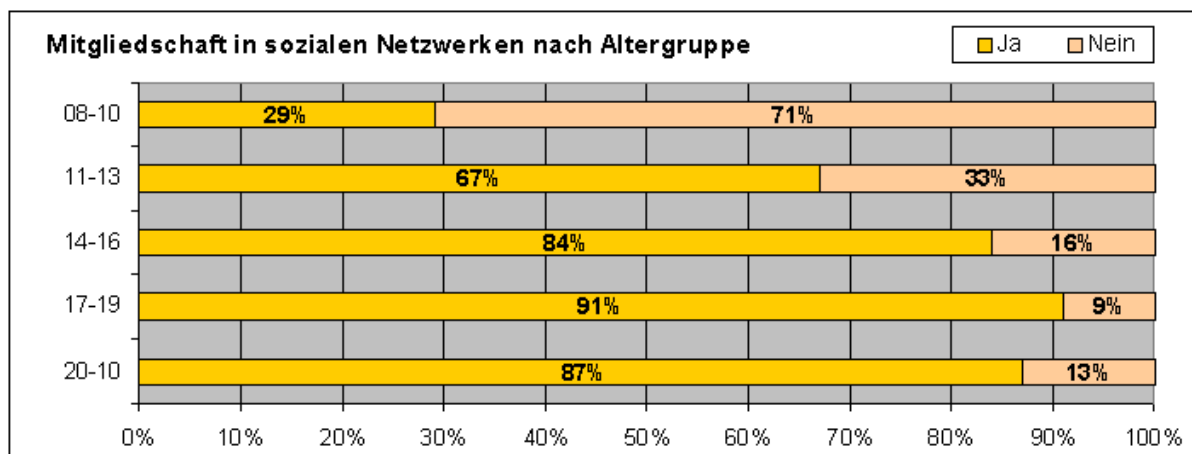
Als Abschluss der statistischen Teilnehmerdatenerhebung wurde in Frage 5 abgefragt, ob eine Mitgliedschaft in einem oder mehreren Netzwerken besteht, soziale Netzwerke also aktiv genutzt werden. Als Antwort war nur „Ja“ oder „Nein“ möglich.

Wurde verneint, erschien eine Rückfrage mit dem Hinweis, dass im Falle der Bestätigung die Umfrage beendet ist.

Die Rückfrage wurde von insgesamt 350 Teilnehmern gewählt und bestätigt. Somit verfügen 25 Prozent der Teilnehmer nicht über ein Profil in einem sozialen Netzwerk.

Umgekehrt bedeutet dies, dass mit 1.048 Nutzern exakt drei Viertel (75 Prozent) der Teilnehmer in mindestens einem sozialen Netzwerk mit einem eigenen Profil vertreten sind.

Nutzungsquote nach Altersgruppe, insgesamt:



Basis: 1.398 Teilnehmer

Nutzung nach Geschlecht:

Mitglied	Männlich	%	Weiblich	%	Anzahl Teilnehmer	%
Ja	507	71 %	541	80 %	1.048	75 %
Nein	211	29 %	139	20 %	350	25 %
Gesamt	718	100 %	680	100 %	1.398	100 %
Quote M/W		51 %		49 %		

Altersverteilung der Mitglieder sozialer Netzwerke:

Altergruppe	Männlich	%.	Weiblich	%.	Gesamt	%..
08-10	17	3 %	9	2 %	26	2 %
11-13	139	27 %	210	39 %	349	33 %
14-16	236	47 %	228	42 %	464	44 %
17-19	81	16 %	75	14 %	156	15 %
20-21	34	7 %	19	4 %	53	5 %
Gesamt	507	100 %	541	100 %	1.048	100 %
Quote M/W		48 %		52 %		

Altersverteilung bei den Nicht-Mitgliedern:

Altergruppe	Männlich	%	Weiblich	%	Gesamt	%
08-10	33	16 %	31	22 %	64	18 %
11-13	103	49 %	72	52 %	175	50 %
14-16	59	28 %	29	21 %	88	25 %
17-19	11	5 %	4	3 %	15	4 %
20-21	5	2 %	3	2 %	8	2 %
Gesamt	211	100 %	139	100 %	350	100 %
Quote M/W		60 %		40 %		

Die Ergebnisse lassen alters- und geschlechterspezifische Unterschiede erkennen:

- 75 Prozent der Kinder/Jugendlichen sind Mitglied in mindestens einem sozialen Netzwerk. In der Altersstufe 17-20 Jahre sind es sogar über 90 Prozent (*Tabelle: Nutzungsquote nach Altersgruppe*).
- Mit zunehmendem Alter steigt der Anteil der Mitglieder gegenüber Nicht-Mitgliedern.
- Bei den Mitgliedern sozialer Netzwerke ist der Anteil der Mädchen mit 52 Prozent größer als der von Jungen (48 Prozent) (*Tabelle: Verteilung der Mitglieder sozialer Netzwerke*).
- Bei den 350 Nicht-Mitgliedern ist der Jungen-Anteil mit 60 Prozent bedeutend größer als der von Mädchen (40 Prozent) (*Tabelle: Verteilung der Nicht-Mitglieder*). Mädchen neigen also stärker zu einer Mitgliedschaft in sozialen Netzwerken.

4.2. Netzwerknutzung allgemein

Nach Erhebung der statistischen Teilnehmerdaten und Einschränkung auf tatsächliche Nutzer sozialer Netzwerke (für Nicht-Nutzer war die Befragung nach Frage 5 zu Ende), reduzierte sich die **Anzahl der Teilnehmer auf 1.048**.

Dieser Teilnehmerkreis bildet die Basis für die folgende Abfrage von Nutzungsdetails. Zunächst wurden allgemeine Fragen zur individuellen Netzwerknutzung gestellt.

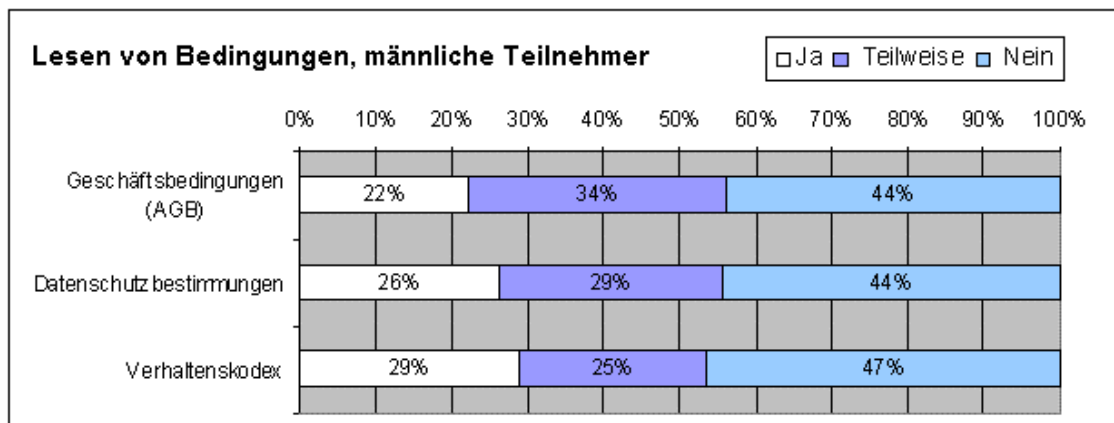
4.2.1. Kenntnisnahme rechtlicher Bestimmungen

Alle Netzwerke legen ihrem Dienstangebot mehr oder weniger umfangreiche rechtliche Rahmenbedingungen zugrunde. Diese bestehen meist aus den „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“ und einer (ggf. separaten) „Datenschutzerklärung“.

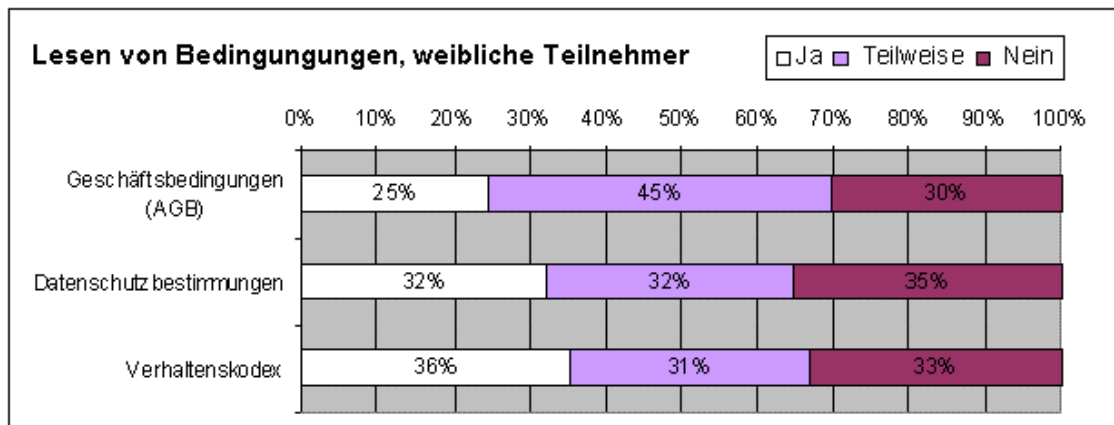
Zusätzlich existiert häufig ein „Verhaltenskodex“, der zwar weniger rechtliche Bindung oder Notwendigkeit darstellt, aber die Mitglieder zu sozialem und fairem Verhalten anleiten soll. Auch wird er von den Betreibern gerne als Rechtfertigung für die Sperrung oder Löschung von Profilen auffälliger oder störender Mitglieder herangezogen.

Die Teilnehmer wurden befragt, ob sie vor oder nach Anmeldung in einem sozialen Netzwerk die dortigen Geschäftsbedingungen, die Datenschutzbestimmungen oder den Verhaltenskodex gelesen haben.

Die Antworten nach Geschlecht:



Basis: 1.048 Teilnehmer



Basis: 1.048 Teilnehmer

Erkennbar wird, dass die Lesebereitschaft bei den weiblichen Teilnehmern stärker ausgeprägt ist als bei den männlichen. Allerdings kann auch bei vollständigem oder teilweisem „Gelesen haben“ nicht auf Verständnis oder gar Akzeptanz der meist umfangreichen und juristisch formulierten Bedingungen durch den Nutzer geschlossen werden. Ginge es danach, gelänge es Netzwerken mit bedenklichen Bedingungen wie Facebook kaum, Mitglieder zu gewinnen oder zu halten.

Der Aussagekraft der gegebenen Antworten ist daher relativ zu sehen. Ebenso wie die bewusst unkonkret gehaltene Antwort-Option des „teilweise-gelesen-habens“. Diese Fragen wurden nicht nur zur Erkenntnisgewinnung in die Umfrage eingebaut, sondern auch aus der Motivation heraus, die jugendlichen Teilnehmer an diese meist vernachlässigte Thematik zu erinnern und ihr Bewusstsein hierfür zu schärfen.

4.2.2. Von den Teilnehmern genutzte Netzwerke

Bei der Frage nach den genutzten Netzwerken wurden 13 vordefinierte Antworten sowie die Option „Sonstiges Netzwerk“ angeboten. Bei dieser Erhebung war eine Mehrfachauswahl möglich, da die meisten Teilnehmer Mitglied in mehreren Netzwerken sind. Der ausgewiesene Prozentanteil pro Netzwerk bezieht sich daher auf die Gesamtmenge aller 1.048 Teilnehmer.

Es ergibt sich folgende Rangfolge der Mitgliedschaft in sozialen Netzwerken:

Rang	Netzwerk	Nutzer	Anteil an gesamt*
1	SchülerVZ	733	70 %
2	Facebook	427	41 %
3	„Sonstiges Netzwerk“	304	29 %
4	NB-Town	194	19 %
5	MeinVZ	192	18 %
6	Knuddels	185	18 %
7	Jappy	159	15 %
8	Schueler.cc	157	15 %
9	MV-Spion	102	10 %
10	SpickMich	76	7 %
11	wer-kennt-wen	36	3 %
12	TOGGO	34	3 %
13	Schülerprofile.de	31	3 %
14	Mein Kika	7	1 %

* Basis: 1.048 Teilnehmer, Mehrfachauswahl war möglich

SchülerVZ ist mit 70 Prozent das führende soziale Netzwerk, d. h. fast drei Viertel aller Teilnehmer hat dort (mindestens) ein Profil. Der amerikanische Konkurrent Facebook kommt in der Endsumme auf 41 Prozent, jedoch steht dahinter eine sehr dynamische Entwicklung: das Netzwerk hat in den sieben Monaten Laufzeit der Umfrage in Deutschland massiv Marktanteile und neue Nutzer gewonnen, zum Nachteil seiner Wettbewerber. Im Rahmen der Auswertung entstand zwar die Idee, die Ausbreitung von Facebook über den Verlauf der Umfragezeit darzustellen, jedoch zeigte eine entsprechender Auswertungsversuch, dass die Umfrageergebnisse zu stark regional geprägt sind. Beispielweise nahmen zu bestimmten Zeitpunkten verstärkt Teilnehmer aus z. B. Rostock teil, wo Facebook gerade noch weniger relevant war als z. B. in Schwerin.

Schaut man in das Medienkonvergenz Monitoring⁵ der Universität Leipzig, welches auf Daten des Jahres 2010 basiert, nimmt in dieser bundesweiten Umfrage bei 12- bis 19-Jährigen Facebook noch Platz 5 ein. Hier gaben 77 Prozent der Befragten an, dieses Netzwerk nicht zu nutzen. In unserer Umfrage liegt der Anteil der Nichtnutzer nur noch bei 59 Prozent, es ist also ein deutlicher Anstieg bei den bekennenden Nutzern erkennbar.

⁵ Medienkonvergenz Monitoring - Soziale Online-Netzwerke-Report 2010, S. 12, Universität Leipzig, Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung, http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_SON10.pdf

Die auf Rang 3 liegende Antwort „Sonstiges Netzwerk“ war als Freitextfeld angelegt und konnte von den Teilnehmern mit eigenen Antworten befüllt werden. Von der reinen Wertigkeit ist diesem Rang kein wirklicher Stellenwert zuzuordnen, da er nur aufzeigt, dass 304 Teilnehmer auch noch andere als die in der Umfrage vorgegebenen Netzwerke nutzen. Ein Auszug nennenswerter Einträge hieraus (in alphabetischer, ungewichteter Reihenfolge):

Babydow (www.babydow.de)	Online-Spiel zum Aufziehen eines virtuellen Babys, Frankreich
Florenisa (www.florensia-online.com)	Online-Fantasy-Rollenspiel, Anbieter aus Japan
Habbo (www.habbo.de)	Simulation eines virtuellen Hotels. Spieler bewegen sich mit konfigurierbaren Avataren als Hotelgäste, können untereinander in Kontakt treten. Altersgruppe: 12-16 Jahre, Finnland
Howrse (www.howrse.de)	Online-Spiel für (virtuelle) Pferde-Züchtung, Frankreich
HRO-Single.de	Regionales Netzwerk für Rostock, ca. 50.000 Mitglieder, Deutschland, Betreibersitz: Karlsruhe
ICQ bzw. MSN	Vorrangig Kommunikationsdienste, kein soziales Netzwerk, USA
Ortskontrollfahrt.de („OKF“)	Jugendnetzwerk in (Nord-)Vorpommern für 16- bis 25-Jährige, v.a. Partybilder und Nightlife, Betreibersitz: Mesekehnagen (M-V)
Skype	Vorrangig Kommunikationsdienst, kein soziales Netzwerk, USA
StayFriends	Richtet sich grundsätzlich eher an ehemalige, nicht mehr aktive Schüler, Deutschland
StudiVZ	Wurde in Umfrage bewusst nicht als Vorgabe angeboten, da Zielgruppe Schüler, Deutschland
Travianer (www.travianer.de)	In der Antike angesiedeltes Online-Rollenspiel, Deutschland
Twitter (www.twitter.com)	Dienst zur Kommunikation über Kurznachrichten, bietet nur beschränkte Funktionalitäten eines sozialen Netzwerks, USA
wiealt.de (www.wiealt.de)	Netzwerk ab 12 Jahren, man kann eigenes Alter schätzen lassen, Deutschland

Die Einträge zeigen allerdings, dass für Kinder und Jugendliche die Unterscheidung zwischen „sozialem Netzwerk“ und „Internet Community“ nicht von praktischer Bedeutung ist. Viele Einträge sind kein soziales Netzwerk im eigentlichen Sinn, sondern eine Online-Gemeinschaft, englisch: „Community“. Darunter fallen beispielsweise Internet-Foren, die von Software-Herstellern als Beiwerk zu Spielen eingerichtet wurden. Diese sollen Spielern eine gegenseitige Vernetzung und Kommunikation ermöglichen und wurden in den letzten Jahren um „soziale Funktionen“ wie Profile oder Freundeslisten erweitert. Damit ähneln sie zwar sozialen Netzwerken, jedoch bleibt ihre Nutzung auf das jeweilige Spielumfeld beschränkt.

Aus Datenschutz-Sicht sind Communities weniger kritisch, zumal die Nutzung üblicherweise unter Pseudonym erfolgt (in diesem Umfeld meist „Nickname“ oder kurz „Nick“ genannt). Hierdurch besteht weniger Gefahr, dass die wahre Identität des Mitglieds enttarnt oder von Suchmaschinen zu einem Profil verarbeitet wird. Soziale Netzwerke hingegen forcieren nicht nur die Verwendung des Echtnamens, sondern haben im Unterschied zu Communities auch das Ziel, den Nutzer zu einer möglichst umfassenden Abbildung seiner realen persönlichen Identität zu bewegen.

Die Nutzung der lokalen Netzwerke aus Mecklenburg-Vorpommern

Das lokale Netzwerk NB-Town liegt mit 19 Prozent Nutzungsanteil an dritter Stelle hinter SchülerVZ und Facebook. Auch MV-Spion hat mit 10 Prozent Mitgliedschaft bei den Schülern in Mecklenburg-Vorpommern mehr Relevanz bundesweite Anbieter wie SpickMich oder Wer-kennt-wen.

Nachfolgend die Herkunftsstruktur der Mitglieder in den beiden Netzwerken:

Mitglieder MV-Spion

Herkunft	Nutzer	%
Wismar	26	26%
Rostock	18	18%
Schwerin	15	15%
Bad Doberan	14	14%
Güstrow	9	9%
Nordwestmecklenburg	9	9%
Nordvorpommern	3	3%
Ludwigslust	2	2%
Mecklenburg-Strelitz	2	2%
Uecker-Randow	2	2%
Demmin	1	1%
Greifswald	1	1%
Gesamt	102	100%

Mitglieder NB-Town

Herkunft	Nutzer	%
Mecklenburg-Strelitz	75	39%
Uecker-Randow	32	17%
Müritz	23	12%
Demmin	20	10%
Neubrandenburg	16	8%
Güstrow	11	6%
Schwerin	4	2%
Parchim	3	2%
Rostock	3	2%
Nordvorpommern	2	1%
Bad Doberan	1	1%
Greifswald	1	1%
Ludwigslust	1	1%
Nordwestmecklenburg	1	1%
Ostvorpommern	1	1%
Gesamt	194	100%

4.2.3. Anzahl genutzter Netzwerke

Interessante Erkenntnisse liefert die Auswertung der Antworten nach der Anzahl der Netzwerke, bei denen Schüler typischerweise angemeldet sind:

Altersgruppe	Männlich	Anzahl Netzwerke	Weiblich	Anzahl Netzwerke	Gesamt	Anzahl Netzwerke
08-10	17	1,6	9	1,1	26	1,5
11-13	139	2,0	210	2,1	349	2,0
14-16	236	2,6	228	3,2	464	2,9
17-19	81	2,5	75	3,0	156	2,7
20-10	34	2,2	19	2,5	53	2,3
Gesamt	507	2,4	541	2,7	1.048	2,5

Diese Ergebnisse decken sich auch weitestgehend mit den Resultaten des Medienkonvergenz Monitorings⁶ der Universität Leipzig.

Es fällt auf, dass weibliche Teilnehmer fast durchgehend eine höhere Neigung haben, sich bei mehreren Netzwerken anzumelden. Dies kann positiv bewertet werden, sofern damit eine stärkere Fragmentierung der eigenen Online-Identität einhergeht. Dies wäre der Fall, wenn zwar mehr Anbieter die Daten einer einzelnen Person erhalten, jedoch jeweils nur eine kleinere „Portion“ davon.

Umgekehrt zeigt jedoch - zumindest bei Erwachsenen - die steigende Marktdurchdringung von Facebook, dass sich dort eher eine Konzentration auf ein einziges Netzwerk etabliert, nämlich Facebook. Dies erzeugt bei Datenschützern in vielerlei Hinsicht starke Bedenken. Da Facebook neuerdings auch Kinder als Zielgruppe nicht mehr grundsätzlich ausschließt⁷ (noch verbietet dies die amerikanische Gesetzgebung), kann die aktuelle „Vielfalt“ bei der Netzwerknutzung auch nur ein Übergangsphänomen sein.

⁶ Medienkonvergenz Monitoring - Soziale Online-Netzwerke-Report 2010, S. 10, Universität Leipzig, Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung, http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_SON10.pdf

⁷ siehe: <http://www.heise.de/newsticker/meldung/Zuckerberg-will-Facebook-fuer-Kinder-oeffnen-1247601.html>

4.2.4. Nutzungsdauer sozialer Netzwerke

Hier sollten die Teilnehmer die insgesamt pro Tag für soziale Netzwerke aufgebrauchte Zeit in vorgegebenen Zeitintervallen einschätzen.

Nutzungszeit gesamt	Männlich	%	Weiblich	%	Gesamt	%
nicht mehr als 1/2 Stunde	145	29 %	133	25 %	278	26 %
bis zu 1 Stunde	128	25 %	123	23 %	251	24 %
bis zu 2 Stunden	100	20 %	146	27 %	246	24 %
bis zu 3 Stunden	60	12 %	67	12 %	127	12 %
mehr als 3 Stunden	74	14 %	72	13 %	146	14 %
Gesamt	507	100 %	541	100 %	1.048	100 %

Interessant ist, dass der männliche und weibliche Teil der Nutzer, die soziale Netzwerke bis zu 3 Stunden am Tag nutzen, prozentual identisch ist und sich bei der Nutzung von mehr als 3 Stunden am Tag nur um ein Prozent unterscheidet.

Ferner kann man feststellen, dass Jungen soziale Netzwerke offenbar eher kurzzeitig nutzen, der größte Teil sogar weniger als eine halbe Stunde. Erst bei extensiver Nutzung, d. h. mehr als 3 Stunden, steigt die Anzahl auf 14 Prozent und übertrifft dort sogar den Anteil der Mädchen.

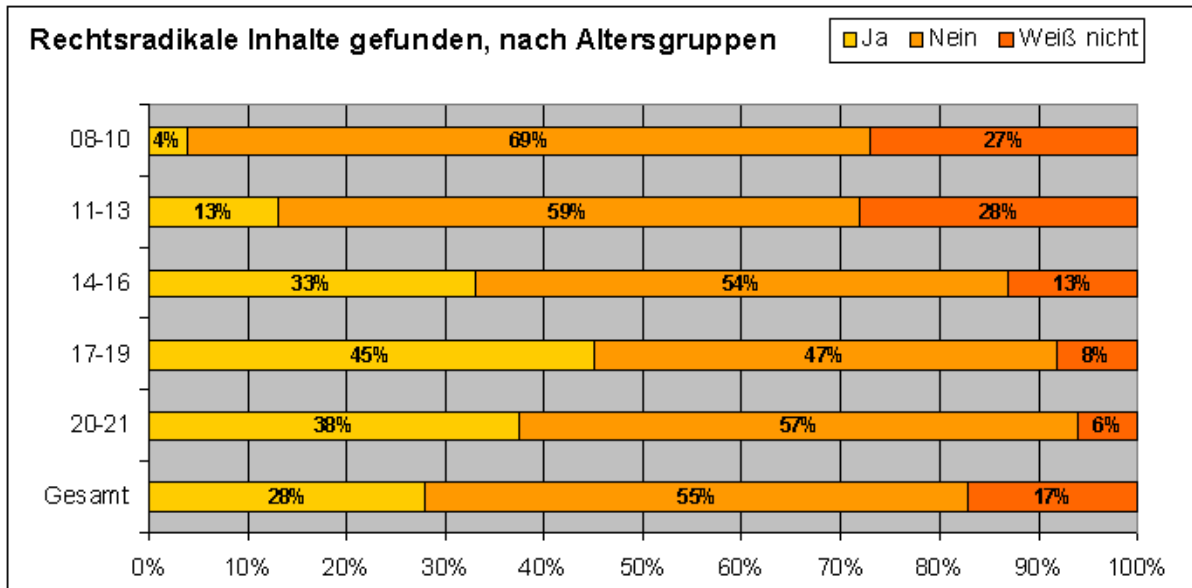
Bei den Mädchen liegt der Nutzungsschwerpunkt mit 27 Prozent bei ca. 2 Stunden pro Tag.

4.3. Soziale Probleme bei der Nutzung

4.3.1. Rechtsradikale Inhalte

Um eine Einschätzung der Sensibilität für rechtsradikale Inhalte zu erhalten, wurde die Frage gestellt, ob die Teilnehmer in einem sozialen Netz schon einmal auf rechtsradikale Inhalte gestoßen sind. Diese Frage wurde - wie auch die Fragen nach dem Durchlesen von Teilnahmebedingungen - nicht nur zur Erkenntnisgewinnung in den Befragung eingebaut, sondern auch um bei den jugendlichen Teilnehmern das Bewusstsein für diese Gefahr zu wecken und die Wahrnehmung zu schärfen.

Die Antworten zeigen einen erkennbaren Trend:



Bei den 8- bis 10-Jährigen ist die Quote von 4 Prozent derjenigen, die mit rechtsradikalen Inhalten konfrontiert wurden, sehr gering. Das ist natürlich positiv zu werten, könnte aber auch damit zusammenhängen, dass das Erkennen rechter Inhalte eine gewisse Vorbildung oder auch die Beschäftigung mit diesem Thema voraussetzt. Was bei Jüngeren meist noch nicht gegeben ist.

Auch sind rechts orientierte Seiten heute kaum mehr an offen abgebildeten Hakenkreuzen oder provokanten Sprüchen erkennbar, sondern meist unauffällig gestaltet. Die Gesinnung wird versteckt durch verklausulierende Zahlencodes (z. B. „18“ für den 1. und 8. Buchstaben des Alphabets = „A.H.“ = „Adolf Hitler“ oder „88“ = „H.H.“ = „Heil Hitler“)⁸ oder symbolträchtige Farben wie die „Reichsfarben“ schwarz, rot und weiß. Damit fallen solche Seiten selbst Erwachsenen nicht auf, sofern diese nicht für die Thematik sensibilisiert sind.

⁸ weitere Informationen u. a. unter:

http://de.wikipedia.org/wiki/Symbole_und_Zeichen,_die_von_Rechtsextremen_benutzt_werden oder
http://www.verfassungsschutz.de/download/SHOW/broschuere_0810_RE_Kennzeichen_12.11.08.pdf

4.3.2. Problematisches Verhalten – blockieren, Verstöße melden

Hier wurde gefragt, ob die Teilnehmer schon einmal kritische oder anstößige Inhalte oder auch Mobbing, Belästigung, Beleidigung usw. durch andere erlebt haben. Und in der Folge die Verursacher blockiert, ignoriert oder von ihrem Profil ausgeschlossen haben. Oder ob sie andere Personen sogar an den Betreiber des Netzwerks gemeldet haben.

	Männlich*	Weiblich*	Gesamt*
Schon einmal andere blockiert bzw. ignoriert	64 %	67 %	65 %
Schon einmal andere dem Betreiber gemeldet	28 %	31 %	30 %

* Prozentwerte jeweils bezogen auf Basis: 507 männliche / 541 weibliche / 1.048 gesamte Teilnehmer

Bei positiver Antwort wurden in einer Unterfrage die Gründe erhoben:

Grund für Blockierung bzw. Ignorierung anderer (Mehrfachnennung war möglich)	Männlich*	Weiblich*	Gesamt*
Andere blockiert wg. Belästigung	28 %	37 %	33 %
Andere blockiert wg. Beleidigung	24 %	24 %	24 %
Andere blockiert wg. Diskriminierung	4 %	4 %	4 %
Andere blockiert wg. Mobbing	6 %	7 %	6 %
Andere blockiert wg. Rassismus	7 %	3 %	5 %
Andere blockiert wg. Rechtsradikalismus	6 %	2 %	4 %
Andere blockiert wg. andere Probleme mit dieser Person	31 %	33 %	32 %
Andere blockiert wg. Sonstiges	10 %	9 %	9 %

* Prozentwerte jeweils bezogen auf Basis: 507 männliche / 541 weibliche / 1.048 gesamte Teilnehmer

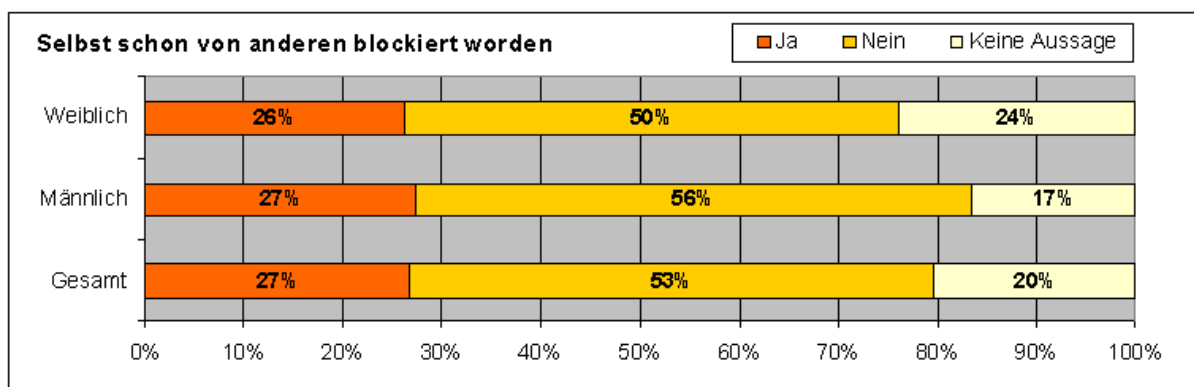
Grund für Meldung an den Netzbetreiber (Mehrfachnennung war möglich)	Männlich*	Weiblich*	Gesamt*
Andere gemeldet wg. Belästigung	12 %	16 %	14 %
Andere gemeldet wg. Beleidigung	11 %	14 %	13 %
Andere gemeldet wg. Diskriminierung	3 %	3 %	3 %
Andere gemeldet wg. Mobbing	3 %	7 %	5 %
Andere gemeldet wg. Rassismus	5 %	2 %	4 %
Andere gemeldet wg. Rechtsradikalismus	5 %	2 %	4 %
Andere gemeldet wg. andere Probleme mit dieser Person	8 %	9 %	9 %
Andere gemeldet wg. Sonstiges	5 %	6 %	6 %

* Prozentwerte jeweils bezogen auf Basis: 507 männliche / 541 weibliche / 1.048 gesamte Teilnehmer

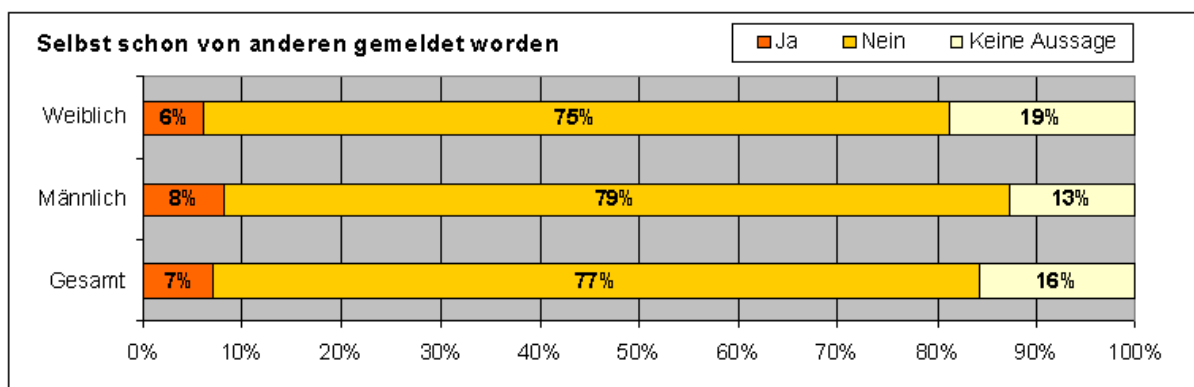
4.3.3. Eigenes problematisches Verhalten – blockiert, gemeldet worden

Nach der Angabe über Blockierung oder Meldung anderer Personen wurden die Teilnehmer befragt, ob sie auch selbst von anderen ignoriert, blockiert, von einem Profil ausgeschlossen oder dem Seitenbetreiber gemeldet wurden.

Die Beantwortung dieser Fragen war freiwillig, wurde vom Teilnehmer nicht explizit „ja“ oder „nein“ ausgewählt, ging die Antwort mit „keine Angabe“ in die Auswertung ein.



Basis: 1.048 Teilnehmer



Basis: 1.048 Teilnehmer

4.4. Konkrete Nutzung und Profileinstellungen

Bis zu diesem Punkt war die Umfrage bewusst allgemein gehalten, d. h. die Teilnehmer wurden pauschal nach genutzten Netzwerken und dem grundsätzlichen Nutzungsverhalten befragt. Zur Erhebung konkreter Profileinstellungen bringt jedoch eine unspezifische Abfrage über alle Netzwerke wenig Nutzen und wäre weder informativ noch repräsentativ. Denn jeder Nutzer hat in seinen Netzwerken andere Informationsfelder zur Ausgestaltung des eigenen Profils zur Verfügung. Auch können Profile oder einzelne Datenfelder in jedem Netzwerk unterschiedlich in der Sichtbarkeit konfiguriert werden.

Festlegung auf „Lieblingsnetzwerk“

Mit Frage 16 wurde daher von den Teilnehmern die Festlegung auf ein Netzwerk gefordert. Zum leichteren Verständnis wurde dieses als „Lieblingsnetzwerk“ deklariert und die Benennung fortan für den Rest der Befragung beibehalten. Auch wurde darauf hingewiesen, dass sich auch alle nachfolgenden Fragen nur auf dieses eine „Lieblingsnetzwerk“ beziehen.

Für das „Lieblingsnetzwerk“ der Teilnehmer ergibt sich folgende Rangfolge:

Rang	Lieblingsnetzwerk	Teilnehmer	in Prozent
1	SchülerVZ	526	50,2%
2	Facebook	184	18,6%
3	NB-Town	124	11,8%
4	„Sonstiges Netzwerk“	100	9,5%
5	MeinVZ	40	3,8%
6	Jappy	25	2,4%
7	Knuddels	15	1,4%
8	MV-Spion	12	1,1%
9	Schueler.cc	8	0,8%
10	TOGGO	5	0,5%
11	SpickMich	4	0,4%
12	Mein Kika!	2	0,2%
13	wer-kennt-wen	2	0,2%
14	Schuelerprofile.de	1	0,1%

Neben den 13 vorgegebenen Netzwerken wurde wiederum ein Feld „Sonstiges Netzwerk“ angeboten, welches von 100 Teilnehmern gewählt wurde und damit Rang 4 erreicht.

Jedoch steht dahinter kein bestimmtes Netzwerk, sondern diese 100 Teilnehmer konnten andere als die vorgegebenen Netzwerke angeben.

Unter den 100 unterschiedlichsten Antworten wurden als die „Top 5“ genannt:

- Skype (4 % der Angaben)
- ICQ (3,6 % der Angaben)
- StudiVZ (1,7 % der Angaben)
- Habbo (1,5 % der Angaben)
- Twitter (1,4 % der Angaben)

Es handelt sich hierbei nicht nur um soziale Netzwerke, sondern auch um Communities oder spezielle Kommunikationsdienste, die teilweise über von sozialen Netzwerken abweichende Privatsphäre-Einstellungen verfügen.

4.4.1. Verwendung des Echtnamens bei der Anmeldung

Nachdem die Teilnehmer ihr jeweiliges „Lieblingsnetzwerk“ festgelegt haben, wurde erfragt, ob sie dort mit richtigen Namen angemeldet sind.

Echtname Anmeldung	Männlich	%	Weiblich	%	Gesamt	%
Ja	293	58 %	292	54 %	585	56 %
Nein	214	42 %	249	46 %	463	44 %
Gesamt	507	100 %	541	100 %	1.048	100 %

Die Antworten lassen erkennen, dass es hier kaum geschlechtsspezifische Unterschiede gibt. Mehr als die Hälfte der weiblichen und männlichen Teilnehmer ist mit richtigen Namen angemeldet und somit leicht identifizierbar.

Mit insgesamt 56 Prozent ist der Anteil der Anmeldungen mit dem Echtnamen mittlerweile bedenklich hoch. Vor wenigen Jahren war bei Internetdiensten noch die pseudonyme Anmeldung üblich, deutsche Dienstleister müssen diese Möglichkeit aufgrund inländischer Gesetze⁹ auch weiterhin anbieten. Das US-Netzwerk Facebook jedoch schließt in seinen Statuten die Nutzung von Pseudonymen aus, durch den steigenden Einfluss Facebooks scheint sich die Verwendung des Echtnamens nun auch in Deutschland durchzusetzen.

⁹ §13 Absatz 6 Telemediengesetz (TMG): Pflicht zum Angebot einer anonymen oder pseudonymen Nutzung

Diese Tendenz ist vor allem für die Werbewirtschaft vorteilhaft und erwünscht, für die Nutzer jedoch kann es sich schnell als Bumerang erweisen. Zum einen wenn leichtfertig veröffentlichte Daten oder Bilder „auf ewig“ mit dem eigenen Namen behaftet sind. Zum anderen ist diese Entwicklung gefährlich angesichts von immer mehr Diensten und Suchmaschinen, die im Internet gezielt Daten anhand des Namens zusammentragen und daraus umfassende und immer präzisere Personenprofile erstellen. Immer mehr Menschen werden auf diese Weise systematisch erfasst und die Gesellschaft immer transparenter.

4.4.2. Sichtbarkeit der einzelnen Profilelemente

Eine pauschale Befragung, ob das eigene Profil auf „privat“ oder „öffentlich“ eingestellt ist, bringt wenig Mehrwert, da je nach Netzwerk eine unterschiedliche Ausgangslage besteht. So bleiben trotz restriktiver Profileinstellung oder „privaten“ Profilen häufig bestimmte persönliche Informationen wie Name oder Profilbild frei einsehbar. Dies hängt u. a. vom Netzwerkbetreiber ab, der bestimmte Profilelemente als „öffentlich“ vorgibt und dem Nutzer keine Wahlmöglichkeit lässt.

Anstatt daher den Zustand des gesamten Profils zu erheben, wurde die konkrete Sichtbarkeit der einzelnen Profilelemente abgefragt. Für diese Abfrage, im Befragungsverlauf Frage 18, lautete die konkrete Formulierung: „*Welche Daten sind in deinem „Lieblingsnetzwerk“ für wen auf deinem Profil zu sehen?*“.

Die einzelnen Profilelemente wurden den Teilnehmern zusammenhängend dargestellt. Dadurch sollten Beantwortungsfehler durch Verwechslung oder Fehlinterpretation vermieden werden. Auch bot die Definition der Frage als Matrix die Möglichkeit, alle möglichen Antwortoptionen horizontal sichtbar und gleichbleibend darzustellen:

18.) Welche Daten sind in Deinem "Lieblingsnetzwerk" für wen auf Deinem Profil zu sehen?

	Nur Freunde	Freunde und Mitschüler	Freunde und Freundes-Freunde	Freunde und Freundes-Freunde u. Mitschüler	Alle	Niemand	Nichts eingetragen	Weiß nicht	Gibt es in meinem Netzwerk nicht
Nickname	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Echter Name	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Alter bzw. Geburtstag (ohne Jahr!)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geburtsdatum komplett	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Telefonnummer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wohnort	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
private Adresse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schule	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Klasse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pinwand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gruppen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Freundesliste	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fotoalben, Videos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Persönliches	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interessen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hobbies	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

? Pro Zeile ist nur ein Kreuz möglich. Wenn Du bei einer Einstellung nicht sicher bist oder sie nicht kennst/auswendig weißt, einfach "Weiß nicht" ankreuzen.

Screenshot der Frage zu den Profileinstellungen in der Online-Umfrage

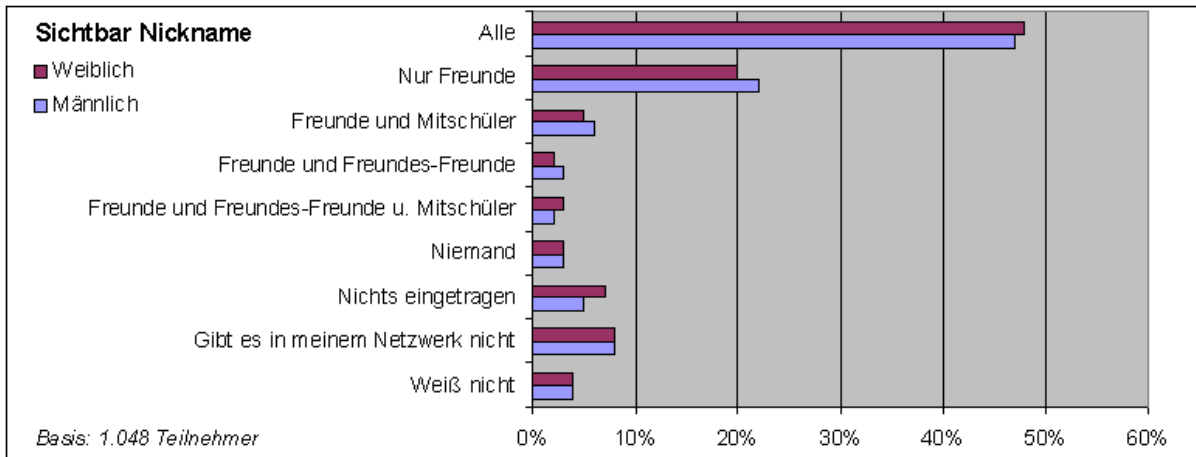
Die Beantwortung erfolgte durch klickbare Buttons, die zeilenweise definiert waren und je Profilelement nur eine Einfachselektion erlaubten.

Durch die komplexe Fragematrix bestand zwar das Risiko, dass vor allem jüngere Kinder damit überfordert sein könnten und daher Aussagekraft und Wahrheitsgehalt der Antworten zu relativieren sind. Jedoch lässt eine derart detaillierte Befragung ohnehin nur eine begrenzte Realitätsabbildung erwarten. Kaum ein Teilnehmer wird auswendig wiedergeben können, welche Profilelemente konkret in seinem Netzwerk vorhanden sind und ob oder für wen diese jeweils einsehbar sind.

Dennoch lassen die nachfolgend dargestellten Antworten meist klare Trends und Tendenzen für die einzelnen Profilelemente erkennen.

Sichtbarkeit des Nicknamens

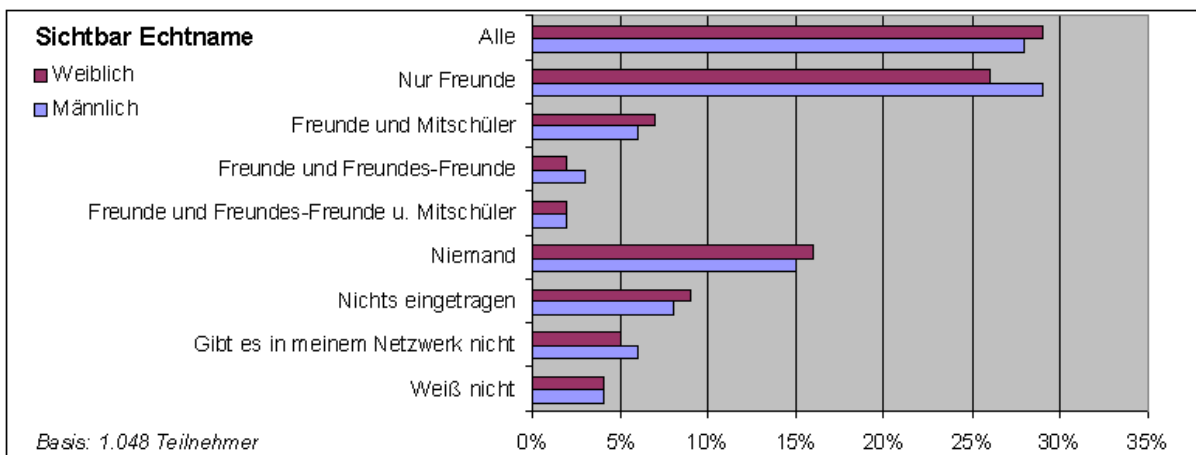
Der „Nickname“ entspricht in manchen Netzwerken dem „Nick“, dem „Spitznamen“, dem „angezeigten Namen“ oder eben einem „Pseudonym“.



Bei fast der Hälfte ist der Nickname offen einsehbar. Dies erscheint plausibel, da er bei den meisten Netzwerken (außer z. B. bei Facebook) die Basis des Profils bildet. Der Nickname ist häufig das grundlegende Identifikationsmerkmal eines Mitglieds und kann oft auch nicht ausgeblendet oder in der Sichtbarkeit eingeschränkt werden.

Sichtbarkeit des echten Namens

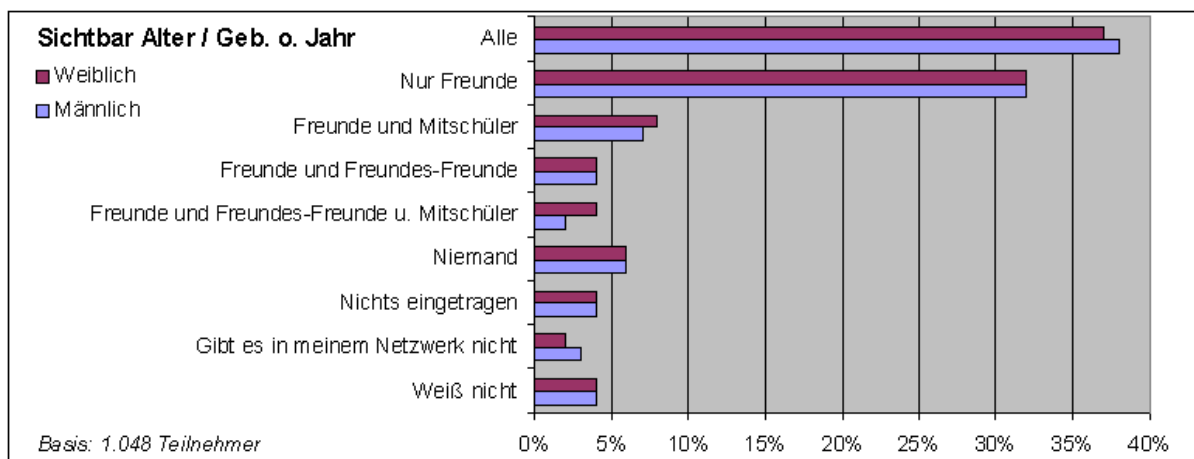
Viele Netzwerke fragen mittlerweile den echten Namen als Zusatzinformation ab, auch wenn er für die grundsätzliche Nutzung des Netzwerks oder für die Suchfunktion gar nicht erforderlich ist. Eine offene Sichtbarkeit des echten Namens ist besonders bedenklich, da er der Schlüssel ist, auf dessen Basis immer mehr Suchmaschinen gezielte Personenprofile anlegen. Und über den Dritte bei Suchmaschinen nach anderen Personen suchen.



Im Vergleich zum Nickname wird die Sichtbarkeit des Echtnamens für „Alle“ von den Teilnehmern schon weit restriktiver gehandhabt. Auch zeigen 15 Prozent der Teilnehmer mit der Antwort „Niemand“, dass sie gar nicht wünschen, dass der echte Name anderen Mitgliedern im Netzwerk zur Kenntnis gelangt. Sie haben ihn bei der Anmeldung vermutlich nur angegeben, weil es vom Netzwerkbetreiber verlangt wurde. Jedoch hätten sie in diesem Fall auch einen beliebigen Namen erfinden können, um den eigenen Namen nicht unnötig preiszugeben.

Sichtbarkeit des Alters bzw. Geburtstag ohne Jahr

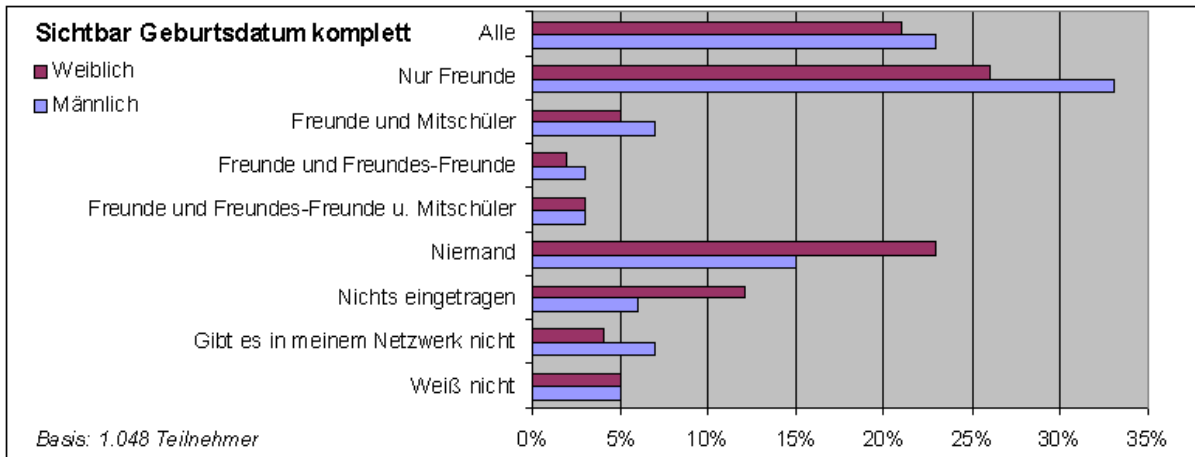
Viele Netzwerke verlangen von ihren Mitgliedern nur eine Altersangabe in Jahren. Manche Netzwerke fragen zwar das Geburtsdatum ab, bieten aber die Möglichkeit, für die anderen Teilnehmer das Geburtsjahr auszublenden oder dieses gar nicht erst anzugeben. Damit kann man von Freunden falls gewünscht Geburtstagsglückwünsche erhalten, ohne jedoch das konkrete Alter oder das Geburtsjahr offenzulegen.



Die Mehrzahl der Antworten liegt bei „Alle“. Was hier weniger kritisch ist als bei der Sichtbarkeit des kompletten Geburtsdatums (siehe nachfolgend).

Sichtbarkeit des kompletten Geburtsdatums

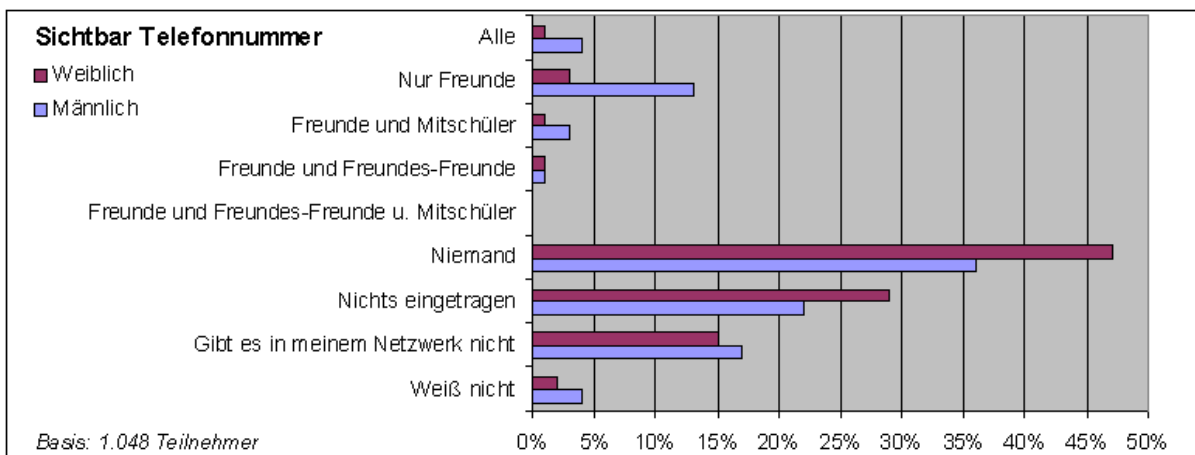
Das Geburtsdatum ist ein sehr kritisches Datum, da es - vor allem in Verbindung mit dem echten Namen - eine Person ziemlich eindeutig identifiziert.



Hier liegt die Mehrzahl der Antworten mit durchschnittlich 29 Prozent bei „Nur Freunden“, was aus Datenschutzsicht erfreulich ist. Jedoch zeigt der 22-prozentige Anteil der Antworten mit „Alle“, dass die Schutzwürdigkeit des Geburtsdatums bei fast einem Viertel der Teilnehmer stark unterschätzt wird. Schließlich handelt es sich dabei um ein persönliches Datum, das im Gegensatz zu eher „temporären“ Merkmalen wie Adresse oder Telefonnummer, eine Person das gesamte Leben lang begleitet und zusammen mit dem Namen zur ihrer eindeutigen Identifizierung genutzt wird. Hier ist noch Aufklärungsarbeit erforderlich.

Sichtbarkeit der Telefonnummer

Die Telefonnummer sollte schon aus Selbstschutzgründen (Ruhe vor unerwünschten Anrufen) nirgends offen und sichtbar angegeben werden, vor allem nicht im Internet.

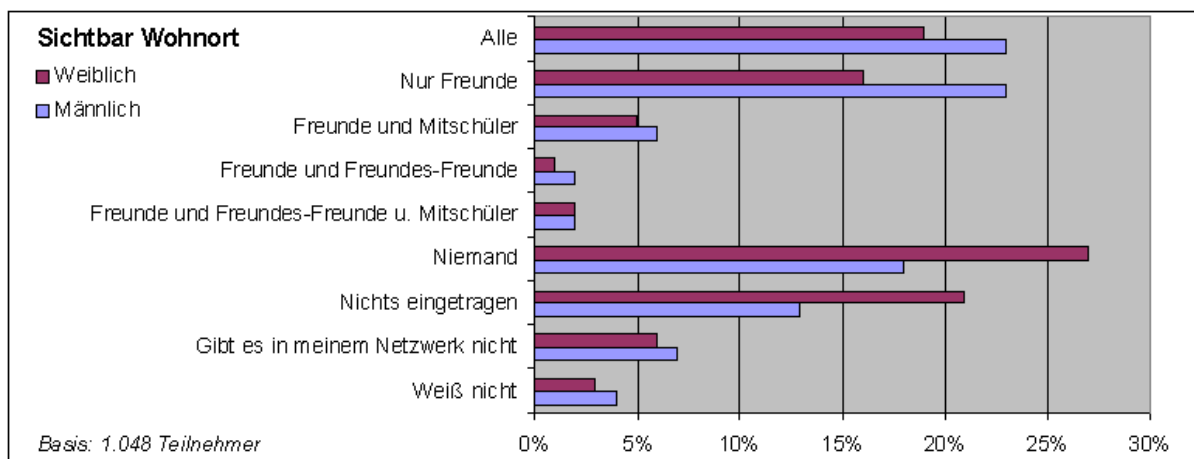


Klar erkennbar ist die Mehrheit der Antworten mit „Niemand“. Allerdings ist fraglich, ob diese Antwort bei kritischer Hinterfragung sinnvoll oder plausibel erscheint. Denn wenn niemand die eigene Telefonnummer sehen soll, hätte man ihre Angabe auch unterlassen können (d h. „Nichts eingetragen“).

Ebenfalls ist ersichtlich, dass bei den weiblichen Teilnehmern die Vertraulichkeit der eigenen Telefonnummer höher eingeschätzt wird, auch gegenüber den „Freunden“. Hier wirkt wohl die Angst vor Stalking, was üblicherweise eher Mädchen betrifft.

Sichtbarkeit des Wohnorts

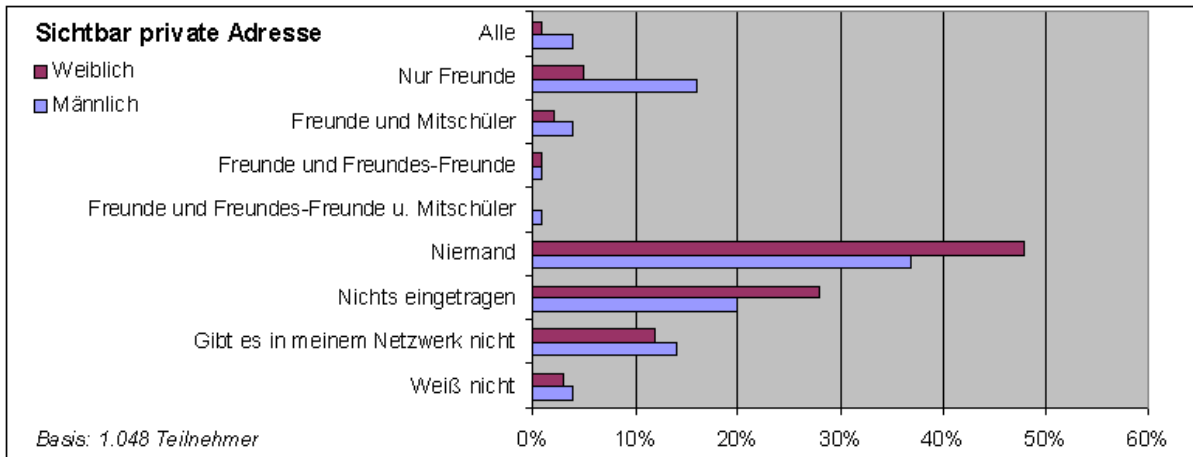
Die Relevanz des Wohnorts als kritisches Datum hängt vom Einzelfall und insbesondere von der Größe der Stadt ab. So ist bei Kindern aus Rostock oder Schwerin die Angabe des Wohnortes weniger kritisch zu beurteilen. Gibt ein Kind jedoch eine 50-Einwohner-Ortschaft an, kann es darüber relativ schnell identifiziert werden. Vor allem wenn auch Teile des Namens oder das Alter einsehbar sind.



Auch hier ist eindeutig erkennbar, dass weibliche Teilnehmer die Vertraulichkeit des Wohnorts höher einschätzen als männliche.

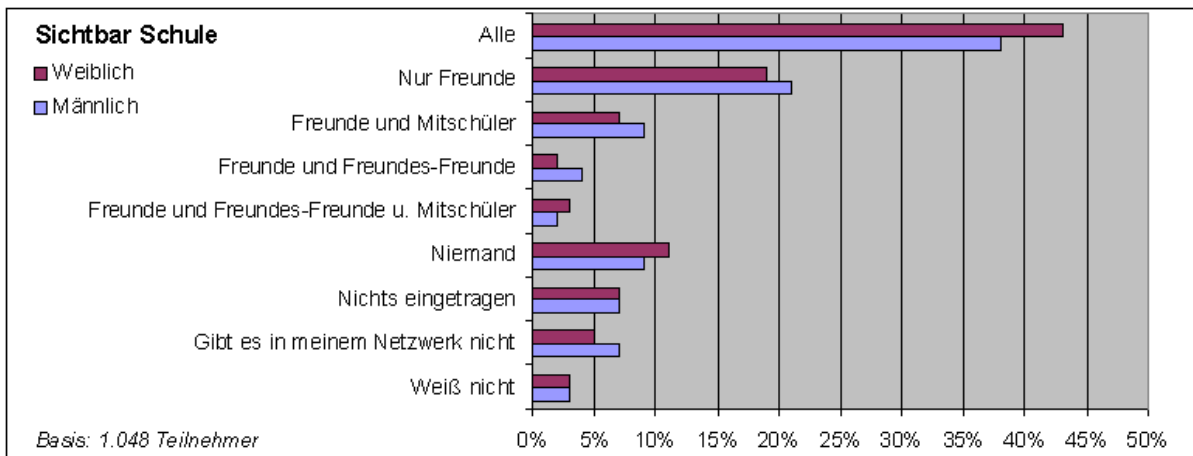
Sichtbarkeit der privaten Adresse

Die private Adresse sollte grundsätzlich niemals ohne konkreten Grund angegeben werden. Eine Bekanntgabe sollte stets nur im Einzelfall erfolgen, auch gibt es keinen Grund, diese Information fest in der Datenbank des Netzbetreibers zu hinterlegen.



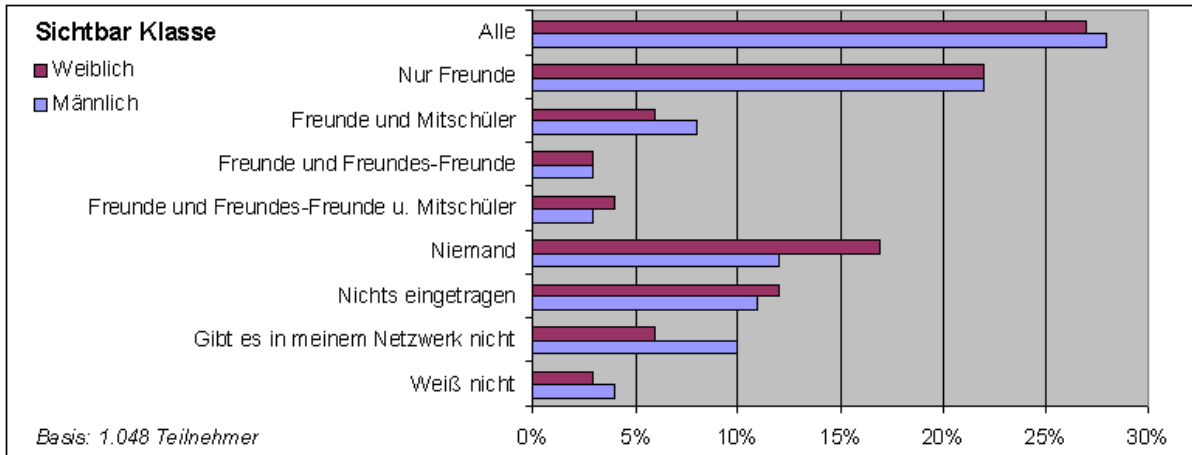
Die hohe Quote von durchschnittlich 42 Prozent der Antwort „Niemand“ ist erfreulich. Allerdings bedeutet dies, dass die Adresse zwar nicht einsehbar ist, aber dennoch im sozialen Netzwerk hinterlegt wurde. Dies macht prinzipiell wenig Sinn, es sei denn es handelt sich um ein Netzwerk, bei dem die Mitgliedschaft erst nach Adressüberprüfung (und ggf. Einholung der Elternerlaubnis) zustande kommt.

Sichtbarkeit der besuchten Schule



Die Mehrzahl der Antworten für „Alle“ zeigt mit durchschnittlich 41 Prozent eine klare Tendenz. Dennoch ist die freie Sichtbarkeit der besuchten Schule als kritisch einzustufen, da damit ein Aufsuchen der Kindes möglich wird. Falls auch das Alter einsehbar ist, kann relativ genau auch auf die besuchte Klasse (falls nicht angegeben) geschlossen werden.

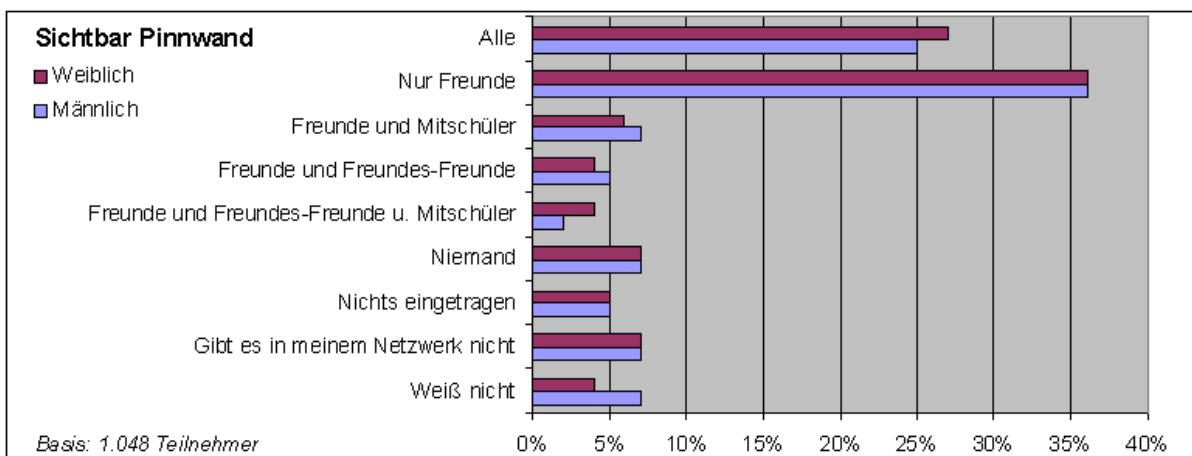
Sichtbarkeit der besuchten Klasse



Die Sichtbarkeit der Klasse alleine ist weniger kritisch. Jedoch steigt die Brisanz rapide, wenn auch die besuchte Schule angegeben wurde bzw. einsehbar ist.

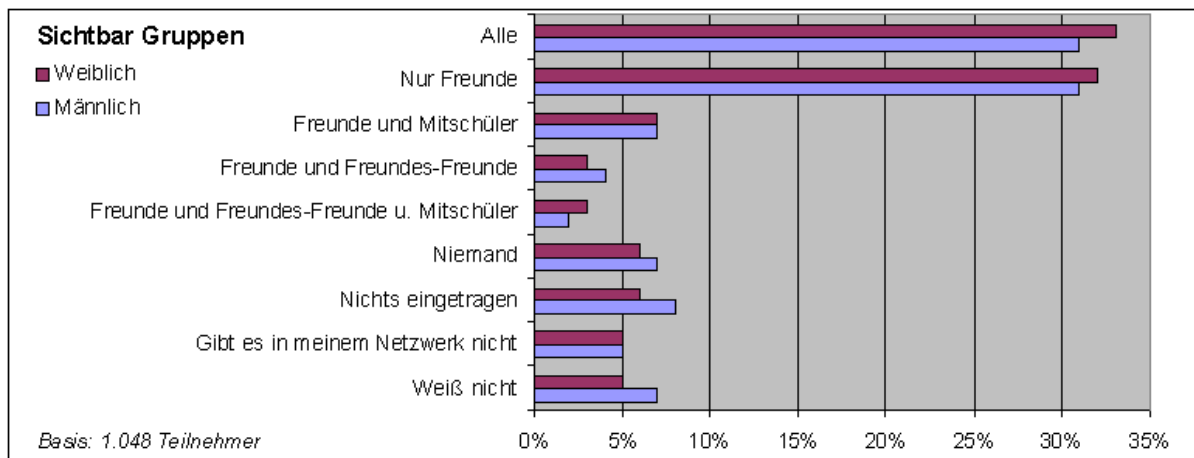
Sichtbarkeit des persönlichen Pinnwand

Auf der Pinnwand hinterlassen der Profilinehaber und seine Freunde häufig sehr persönliche Nachrichten und Informationen. Diese ermöglichen jeder Person mit Zugriff darauf tiefe Einsichten in die persönlichen Lebensumstände und in konkrete oder regelmäßige Aufenthaltsorte.



Der Schwerpunkt der Antworten verteilt sich auf die Angabe „Alle“ und „Nur Freunde“, auch zeigen sich kaum geschlechtsspezifische Unterschiede.

Sichtbarkeit der Gruppen-Mitgliedschaften

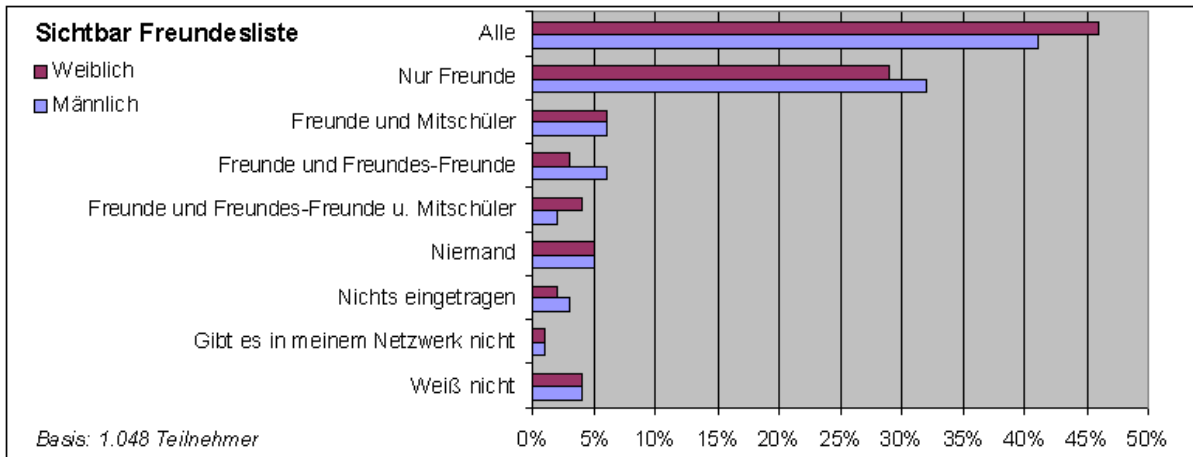


Auch hier verteilt sich der Schwerpunkt der Antworten auf die Ausprägungen „Alle“ und „Nur Freunde“. Ferner sind kaum geschlechtsspezifische Unterschiede festzustellen.

Wie die Sichtbarkeit der Gruppenmitgliedschaften einzuschätzen ist, hängt vom Einzelfall ab. Kritisch ist es grundsätzlich bei Gruppen, die Rückschluss auf politische, soziale oder sexuelle Präferenzen geben. Bei den in vielen Netzwerken üblichen „Spaßgruppen“ wie „Schattenparker“ oder „Muttis Liebling“ hingegen ist die Einsehbarkeit weniger bedenklich. Allerdings lassen auch bestimmte „Spaßgruppen“ Rückschlüsse auf die dahinter stehende Person zu: so könnten potentielle Arbeitgeber die Mitgliedschaft in einer Gruppe wie „Kiffen für den Weltfrieden!“ auf dem Profil eines Bewerbers durchaus skeptisch sehen.

Sichtbarkeit der Freundesliste

Die Sichtbarkeit der Freundesliste erleichtert Außenstehenden das Sondieren und Ausspionieren des persönlichen sozialen Umfeldes. Dies kann sowohl von Stalkern, aber auch von Kriminellen zur unerwünschten Kontaktabbahnung genutzt werden. Beispielsweise nutzen Betrüger zunehmend derartige Informationen, um z. B. unter dem konkreten Namen eines Freundes Kontakt aufzunehmen und damit das Opfer leichter zu täuschen.

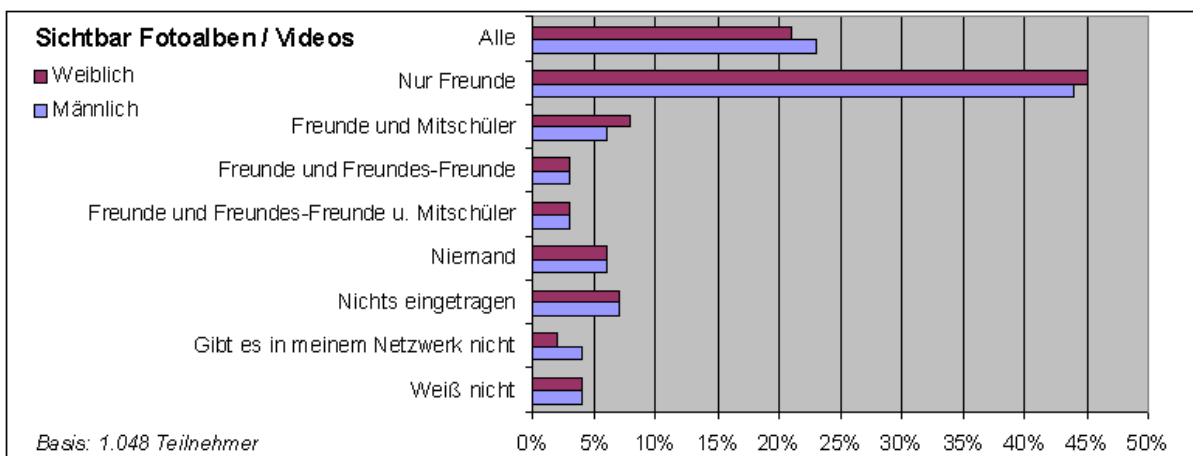


Der Schwerpunkt der Antworten verteilt sich auf die Antworten „Alle“ und „Nur Freunde“. Bei den weiblichen Teilnehmern ist mit 46 Prozent Sichtbarkeit für „Alle“ der Selbstdarstellungsdrang über die Freundesliste stärker ausgeprägt als bei den männlichen Teilnehmern mit 41 Prozent.

Sichtbarkeit der eigenen Foto- bzw. Video-Alben

Fotoalben und die dort gespeicherten Bilder geben häufig sehr tiefe Einblicke in persönliche Lebensumstände. Nicht nur durch den sichtbaren Bildinhalt, sondern zunehmend durch in Bildern enthaltene, unsichtbare Meta-Informationen wie die Geo-Koordinaten des jeweiligen Aufnahmeortes. Daher kann z. B. ein hochgeladenes Bild von der Grillparty im heimischen Garten die konkrete Wohnadresse verraten.

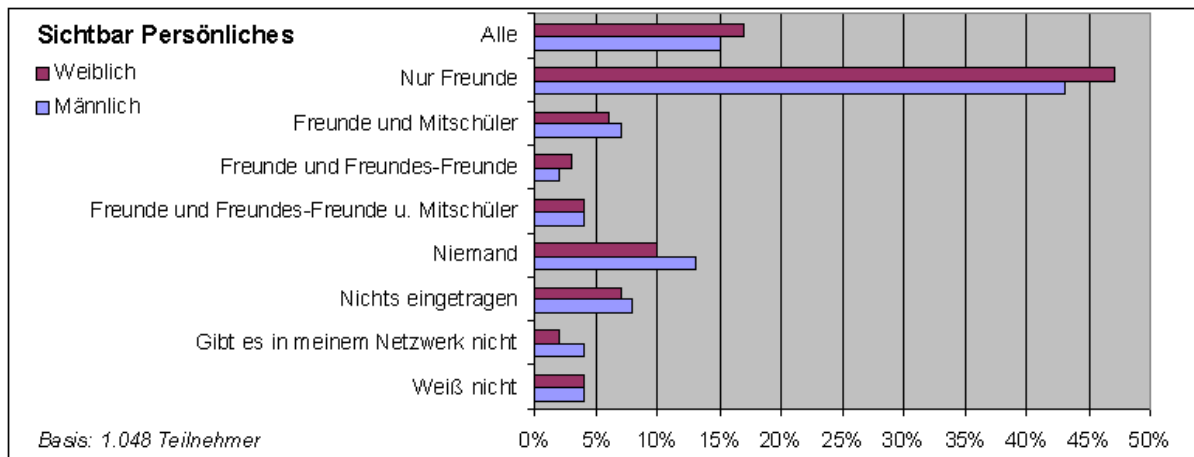
Sofern Bilder für alle einsehbar sind, besteht ferner die Gefahr der automatischen Erfassung durch Suchmaschinen. Diese setzen zunehmend Techniken zur Gesichtserkennung und zur biometrischen Erfassung ein, um damit ihre Personen- und Beziehungsprofile zu verbessern und zu schärfen.



Die starke Konzentration der Antworten mit durchschnittlich 44 Prozent auf „Nur Freunde“ ist erfreulich und zeigt, dass für persönliche Bilder und Videos bereits ein starkes Bewusstsein für deren Vertraulichkeit besteht.

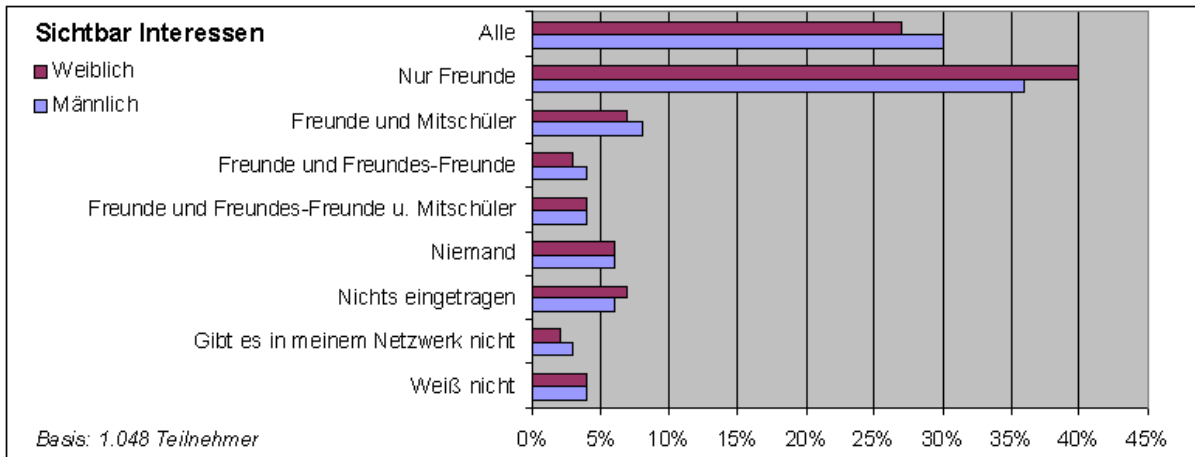
Sichtbarkeit von „Persönliches“, „Interessen“ und „Hobbies“

Die Angabe von Daten unter „Persönliches“, „Interessen“ und „Hobbies“ ist vor allem kritisch, wenn diese Informationen offen einsehbar sind und das Profil unter echtem Namen betrieben wird. Selbst bei Nutzung eines Pseudonyms können außergewöhnliche Angaben schon allein – oder in Kombination mit anderen Daten - Rückschluss auf die tatsächliche Person geben. Auch können derartige Daten von Dritten genutzt werden, die im Zuge des so genannten „Social Hacking“¹⁰ gezielt Informationen über eine Person sammeln, um leichter von ihr genutzte Passwörter zu erraten.

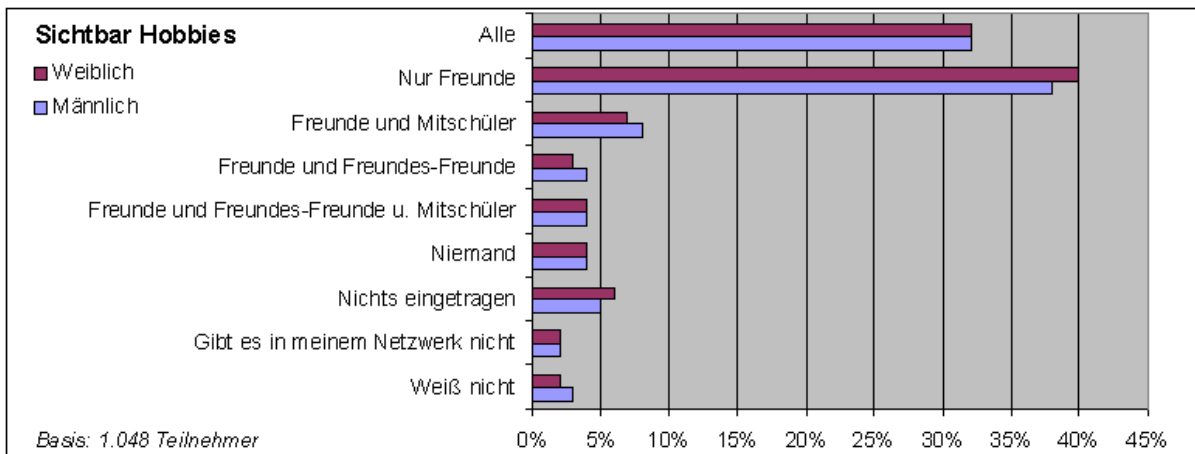


Die durchschnittlich 45 Prozent der Antworten mit „Nur Freunde“ zeigen auf, dass für die Vertraulichkeit persönlicher Informationen bei den Teilnehmern bereits ein ausgeprägtes Bewusstsein vorhanden ist.

¹⁰ vgl. Wikipedia-Eintrag zu "Social Engineering": [http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Engineering_\(Sicherheit\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Social_Engineering_(Sicherheit))



Beim Ausweis der „Interessen“ konzentriert sich der Schwerpunkt der Antworten auf die Ausprägungen „Alle“ und „Nur Freunde“. Die weiblichen Teilnehmer neigen dabei zu einer stärkeren Einschränkung auf den Freundeskreis.



Auch bei den „Hobbies“ verteilen sich die Antworten auf die Ausprägungen „Alle“ und „Nur Freunde“, mit nur wenig geschlechtsspezifischen Unterschieden.

Im Anschluss an die Erhebung zu den Profilelementen wurden Fragen zum individuellen Nutzungsverhalten im Lieblingsnetzwerk gestellt.

4.4.3. Nutzungszeit des Lieblingsnetzwerks

Die Nutzungszeit des Lieblingsnetzwerkes pro Tag stellt sich wie folgt dar:

Nutzungszeit Lieblingsnetzwerk	Männlich	%	Weiblich	%	Gesamt	%
nicht mehr als 1/2 Stunde	169	33 %	156	29 %	325	31 %
bis zu 1 Stunde	123	24 %	143	26 %	266	25 %
bis zu 2 Stunden	93	18 %	128	24 %	221	21 %
bis zu 3 Stunden	56	11 %	58	11 %	114	11 %
mehr als 3 Stunden	66	13 %	56	10 %	122	12 %
Gesamt	507	100 %	541	100 %	1.048	100 %

Der Zeitanteil für das Lieblingsnetzwerk im Vergleich zur Gesamtnutzungsdauer für alle sozialen Netzwerke ist zwangsläufig geringer. Dennoch zeigen die Werte bei den männlichen und weiblichen Nutzern grundsätzlich ähnliche relative Tendenzen wie die Gesamtnutzungszeit aller Netzwerke (siehe Abschnitt 4.2.4).

4.4.4. Anzahl der Freunde im Lieblingsnetzwerk

Auch die Anzahl der Freunde im Lieblingsnetzwerk wurde in groben Intervallen erhoben. Bei „Freunden“ in sozialen Netzwerken handelt es sich im Regelfall nur selten um „echte“ Freunde, vielmehr landen in der Freundesliste üblicherweise auch Mitschüler sowie lose Bekannte aus anderen Klassen oder Teamkollegen aus der Sport- oder Musikgruppe.

Grundsätzlich sollte die eigene Freundesliste sorgfältig gepflegt werden, da diese Personen einen erweiterten Einblick in das Profil und damit das jeweilige Leben erhalten. Auch kann es schnell zu ungewollten Konflikten kommen, wenn Informationen, die eigentlich nur für einen bestimmten Empfängerkreis gedacht waren, zu breit gestreut werden.

Anzahl Freunde im Lieblingsnetzwerk	Männlich	%	Weiblich	%	Gesamt	%
weniger als 50	153	30 %	151	28 %	304	29 %
50 - 100	118	23 %	149	28 %	267	26 %
100 - 200	151	30 %	124	23 %	275	26 %
200 - 300	43	9 %	66	12 %	109	10 %
300 und mehr	42	8 %	51	9 %	93	9 %
Gesamt	507	100 %	541	100 %	1.048	100 %

4.5. Kenntnis der Eltern

Kindern wird häufig unterstellt, sich wenig um die Wahrung ihrer Privatsphäre zu kümmern. Dies geschieht zumeist aus kindlicher Naivität, zum einen weil sie glauben, alleine unter Gleichaltrigen in ihren sozialen Netzwerken zu sein, aber auch, weil ihnen (noch) nicht bewusst ist, dass ihre persönlichen Daten für andere interessant sein könnten. Schließlich sind zukünftige Arbeitgeber, Versicherungen oder sonstige Dritte, die sich für ihre Lebensumstände interessieren könnten, noch kein Thema für sie.

Da im realen Leben grundsätzlich angenommen werden kann, dass die Eltern die prägenden Bezugspersonen für ihre Kinder sind, erschien es interessant, ob diese auch Einfluss auf das Verhalten der Kinder bei der Nutzung sozialer Netzwerke haben.

Daher wurde als letztes Element der Umfrage erhoben, ob den Eltern der Teilnehmer bekannt ist, in welchen Netzwerken und unter welchem Namen sie sich bewegen.

Im Falle der Kenntnis durch die Eltern wurde in einer Unterfrage erhoben, ob diese auch direkten Zugang zum Profil besitzen, d. h. die Anmeldeparameter und das Passwort kennen.

Eltern haben Kenntnis	08-10	11-13	14-16	17-19	20-21	Gesamt
Nein, sie haben von dem Thema gar keine Ahnung	12 %	28 %	36 %	29 %	23 %	31%
Nein, Sie wissen nur, dass ich irgendwo angemeldet bin	4 %	11 %	13 %	23 %	23 %	14%
Ja, sie wissen wo ich angemeldet bin, kennen aber mein Profil/meinen Nick nicht	4 %	4 %	8 %	13 %	19 %	8%
Ja, sie wissen wo ich angemeldet bin, kennen mein Profil/meinen Nick, haben aber keinen Zugang	35 %	36 %	38 %	31 %	34 %	36%
Ja, sie wissen wo ich angemeldet bin, kennen mein Profil/meinen Nick und haben Zugang	46 %	20 %	6 %	3 %	2%	11 %
Gesamt	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Basis: 1.048 Teilnehmer

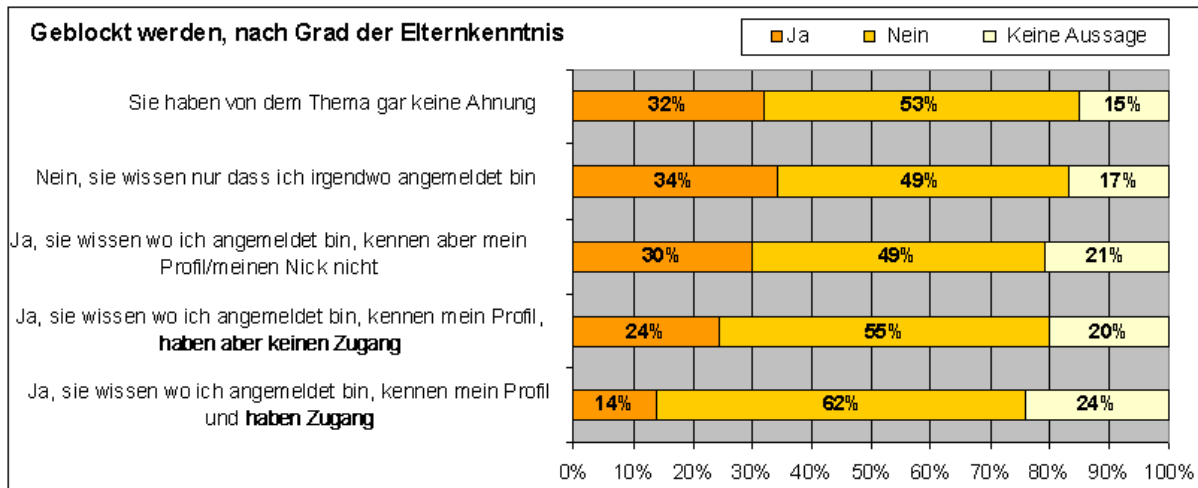
46 Prozent der Eltern der 8- bis 10-Jährigen haben Zugang zu den Profilen ihrer Kinder. Weitere 39 Prozent der Eltern dieser Altersgruppe wissen, bei welchem Netzwerk ihr Kind angemeldet ist, weitere 4 Prozent wissen immerhin, dass Ihr Kind ein soziales Netzwerk nutzt. Nur 12 Prozent der Eltern haben nach der Angabe ihrer 8- bis 10-jährigen Kinder gar keine Ahnung von dem Thema.

Auch lässt sich feststellen, dass mit durchschnittlich 47 Prozent fast die Hälfte der Eltern genau Bescheid weiß, bei welchem Netzwerk und unter welchem Namen das Kind unterwegs ist.

Die Zugangsmöglichkeit für die Eltern nimmt jedoch mit zunehmendem Alter des Kindes rapide ab. Was verständlich ist, da Kinder mit steigendem Reifegrad mehr Freiheiten erhalten bzw. einfordern.

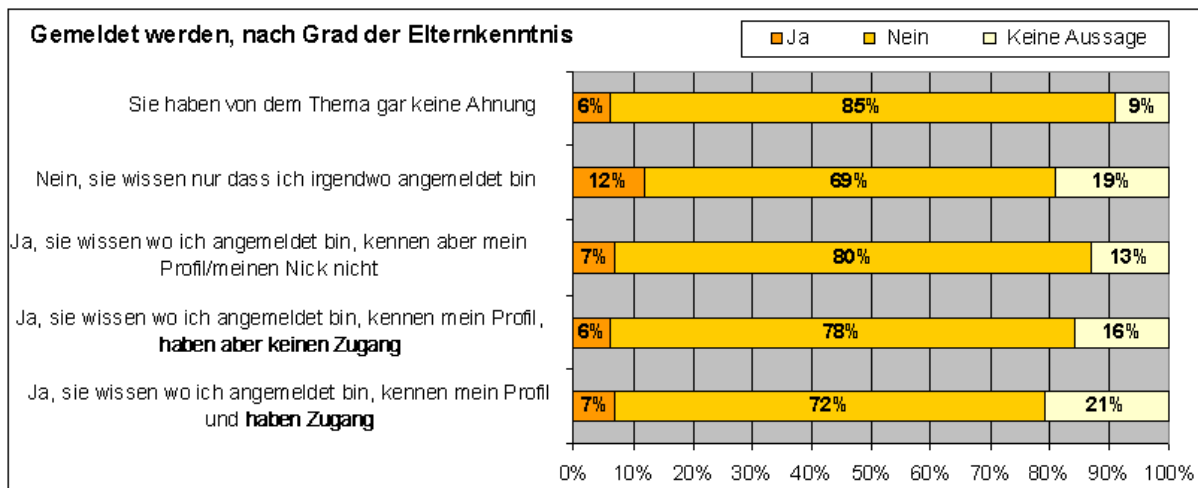
Interessant erschien daher die Betrachtung, ob sich die Kenntnis und Zugangsmöglichkeit der Eltern auf das Verhalten des Kindes im Netzwerk auswirkt. Speziell gemeint ist negatives oder problematisches Verhalten, welches grundsätzlich an den Blockierungen und Meldungen an den Netzbetreiber abgelesen werden kann.

Folgendes Diagramm ergibt sich bei Gegenüberstellung der Elternkenntnis mit den Antworten zur eigenen Blockierung (Abschnitt 4.3.3)



Basis: 1.048 Teilnehmer

Stellt man die Antworten zur eigenen Meldung an den Netzbetreiber (Abschnitt 4.3.3) den Antworten zur Elternkenntnis gegenüber, ergibt sich folgende Verteilung:



Basis: 1.048 Teilnehmer

Es ist tendenziell zu sehen, dass mit zunehmender Unkenntnis der Eltern die Nutzer häufiger geblockt werden. Somit kann vermutet werden, dass ein Zusammenhang zwischen negativem oder problematischem Verhalten und der Nicht-Kontrollierbarkeit durch die Eltern besteht. Dies würde auch die Situation im realen Leben wieder spiegeln, denn auch hier bewegt man sich ungezwungener, wenn man keiner direkten Kontrolle untersteht. Die Kinder und Jugendlichen scheinen somit ihre Probleme im „virtuellen Leben“ selbst lösen zu können. Das würde auch den ausgewogenen und verhältnismäßig geringen Anteil der Meldungen an den Netzbetreiber, also die Einschaltung eines Dritten, erklären. Fraglich ist jedoch, ob das Blockieren im Netz wirklich eine Problemlösung darstellt, oder ob es nicht das Problem auf das reale Leben, ggf. auf den Schulhof, verlagert?

5. Schlussfolgerungen und Erkenntnisse

Aus den dargestellten Ergebnissen lassen sich für Mecklenburg-Vorpommern keine speziellen oder besonderen Eigenheiten feststellen. Die Nutzung sozialer Netzwerke durch die 8- bis 21-jährigen Schüler des Landes folgt dem bundesdurchschnittlichen Trend.

So nutzen im Land rund 75 Prozent der Kinder und Jugendlichen soziale Netzwerke. Aus welchen Gründen 25 Prozent dies nicht tun, wurde nicht erhoben. Es wurde festgestellt, dass der Anteil der Mitglieder gegenüber Nicht-Mitgliedern mit zunehmendem Alter steigt, was eine Erklärung für den prozentualen Anteil der Nicht-Nutzer sein muss. So liegt bei den 8- bis 10-Jährigen der Nutzeranteil bei lediglich 29 Prozent, bei den 17- bis 20-Jährigen beträgt die Quote der Profilinehaber hingegen über 90 Prozent.

Auch bei der Anzahl der genutzten Netzwerke folgt Mecklenburg-Vorpommern mit im Schnitt 2,5 Netzwerken pro Teilnehmer der bundesdurchschnittlichen Tendenz.

Datenschutzrechtlich bedenklich ist jedoch, dass 56 Prozent der Nutzer mit echtem Namen angemeldet sind. Insbesondere dann, wenn das Profil offen für alle Mitglieder oder für Suchmaschinen ist. Allerdings muss hier festgehalten werden, dass auch wenn 45 Prozent der männlichen und 33 Prozent der weiblichen Teilnehmern die in den Netzwerken geltenden Geschäftsbedingungen, Datenschutzbestimmungen oder den Verhaltenskodex überhaupt nicht gelesen haben, ihnen die Privatsphäreinstellungen dennoch bekannt sind. Die Profile und die Sichtbarkeit der einzelnen Elemente werden zum großen Teil bewusst eingestellt.¹¹

Zu den genutzten Netzwerken lässt sich feststellen, dass auch in Mecklenburg-Vorpommern das meistgenutzte Netzwerk mit 70 Prozent SchülerVZ ist, danach kommt mit 41 Prozent Facebook. An dritter Stelle jedoch folgt das regionale Netzwerk NB-Town mit 19 Prozent, womit doch ein guter Teil der Daten der Kinder und Jugendlichen „im Land“ bleiben.

Zur Fragestellung, wie viel Kinder und Jugendliche über Datenschutz und geeignete Möglichkeiten zum Selbstschutz wissen, ist wie oben erwähnt festzustellen, dass die Optionen zu Privatsphäreinstellung den meisten bekannt sind, was auch die teilweise restriktiven Sichtbarkeitseinschränkungen bei den einzelnen Profilelementen zeigen (s. a. Punkt 4.4.2).

¹¹ vgl. Medienkonvergenz Monitoring - Soziale Online-Netzwerke-Report 2010, S. 58, Universität Leipzig, Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung, http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_SON10.pdf

Ferner ist positiv zu vermerken, dass die in der Fragematrix zu den Profileinstellungen angebotenen Sichtbarkeitsoptionen „Freude und Freunds-Freunde“ bzw. „Freude und Freunds-Freunde und Mitschüler“ von den Nutzern nur in begrenztem Maße gewählt wurden. Die Angaben lagen meist im unteren einstelligen Prozentbereich.

Dies ist begrüßenswert, da diese Sichtbarkeitsoptionen aus Datenschutzsicht kritisch sind und prinzipiell einer Freigabe für alle Netzwerkmitglieder gleichkommen.

Während der Nutzer eigene „Freunde“ im Netzwerk noch gezielt auswählen oder auch wieder abwählen kann, bestehen auf die Freunde der Freunde kein Einfluss und keine hinreichende Transparenz.

Dies verdeutlicht die folgende Beispielrechnung: Hat ein Nutzer 100 „Freunde“, die sein Profil einsehen können, und diese „Freunde“ haben ebenfalls jeweils 100 „Freunde“, steigt die Zahl der Personen mit Einsicht in das Nutzerprofil rein rechnerisch von 100 auf 10.000.

Der Nutzer gibt damit die eigene Kontrolle über die Zugriffsberechtigung auf. Einziger Vorteil gegenüber einer allgemeinen Zugriffsfreigabe ist, dass Suchmaschinen ausgegrenzt bleiben.

Weiterhin kennen mehr als die Hälfte der Nutzer die Schattenseiten in sozialen Netzwerken wie Mobbing, Stalking oder Rechtsradikalismus. Sie kennen allerdings auch die Möglichkeiten sich dagegen zu wehren. So haben 65 Prozent der Teilnehmer unserer Umfrage schon einmal Personen blockiert oder ignoriert, 30 Prozent haben auch schon Personen dem Betreiber des Netzwerkes gemeldet, der dann, in der Regel nach einer Prüfung, Verstöße abmahnt oder bei Wiederholung bzw. besonders schwerwiegenden Verfehlungen die Profile der Personen löscht.

Im Gegensatz dazu hat ein verhältnismäßig großer Teil der Befragten schon einmal selbst Erfahrungen mit Sanktionen gemacht. So geben 27 Prozent an, schon einmal selbst blockiert oder ignoriert worden zu sein. Geht man davon aus, dass die 20 Prozent, die keine Aussage dazu getroffen haben, diese Erfahrung ebenfalls gemacht haben, diese Frage allerdings neutral beantwortet haben (z. B. weil es ihnen vielleicht unangenehm ist), wären es fast 50 Prozent der Teilnehmer der Umfrage.

Auch zur Frage, ob und wie die Kenntnis der Eltern über das Profil, das Verhalten der Kinder im sozialen Netzwerk beeinflusst, kann anhand der Zahlen eine Tendenz abgelesen werden. Es scheint so zu sein, dass Nutzer, die sich einer nicht so starken Kontrolle unterzogen fühlen, eher zu negativen oder problematischen Verhalten hinreißen lassen und infolgedessen von anderen blockiert oder ignoriert werden.

Allgemein kann festgestellt werden, dass soziale Netzwerke den „Trend“ zu immer mehr Datenfreizügigkeit fördern. Bei weiten Teilen der Bevölkerung ist bereits eine Erosion des Bewusstseins für Privatheit und den Wert des Rechts auf informationelle Selbstbestimmung eingetreten. Zunehmende Nachvollziehbarkeit individuellen Verhaltens und Handelns jedoch lässt den Raum für freies oder anonymes Handeln kleiner werden, Inkonformität wird schnell transparent. Dies kann dazu führen, dass abweichendes Verhalten oder unpopuläre Meinungen unterdrückt und vermieden werden, um Nachteile wie Ausgrenzung, Mobbing zu vermeiden. Daraus würde eine neue Gesellschaft von „Anpassern“ entstehen, die von einer Art „kollektiver Norm“ geleitet wird, was wiederum einen fruchtbaren Boden für alle möglichen politischen oder sozialen Fehlentwicklungen bieten könnte.

Ein weiteres Problem bei den sozialen Netzwerken aus Sicht von Datenschützern ist die zunehmende Ausbreitung des amerikanischen Netzwerkes Facebook (s. a. 4.2.2.). Die auch in diesem Dokument empfohlene Anmeldung mit Pseudonym hebt Facebook durch aggressiv gehaltene Nutzungsbedingungen wie „Du wirst keine falschen persönlichen Informationen auf Facebook bereitstellen“¹² und impliziert damit, dass eine Anmeldung mit Pseudonym verboten ist. Auch wurden in den Medien Fälle bekannt, in denen offensichtliche Pseudonyme zur Sperrung des Facebook-Profiles führten. Die für den Selbstschutz sinnvolle Verwendung eines Pseudonyms rückt somit immer mehr in den Hintergrund. Facebook wird zu einem weltweiten Personenverzeichnis, welches nicht nur Namen, Alter und Wohnort kennt, sondern auch umfassende persönliche und soziale Attribute erhebt und in extrem effektiver Weise analysiert und verwertet. Dabei erfüllt das Unternehmen nicht annähernd die datenschutzrechtlichen Anforderungen, die an die Verarbeitung derart umfangreicher und kritischer Datensammlungen zu stellen sind. Deutsche Netzwerke müssen strenge datenschutzrechtliche Bestimmungen im Umgang mit personenbezogenen Daten einhalten und kommen diesen Anforderungen grundsätzlich auch nach. In den USA jedoch gibt es kaum Gesetze, die definieren oder einschränken, was mit Mitgliederdaten heute oder in der Zukunft passieren darf. Nutzer aus Deutschland haben keinerlei Möglichkeiten, ihre Rechte bei einer ihnen widerstrebenden Datenverwendung durchzusetzen. Oder bei Kündigung der Mitgliedschaft die endgültige Löschung ihrer Daten zu erwirken.

¹² vgl. Nutzungsbedingungen Facebook, <http://de-de.facebook.com/terms.php?ref=pf>

6. Fazit und Empfehlungen

Soziale Netzwerke haben sich bei Kindern und Jugendlichen als elementarer Bestandteil ihres täglichen Lebens und ihrer sozialen Kommunikation etabliert. Für viele Menschen sind sie die erste „sinnvolle“ Anwendung, die sie regelmäßig an einen Computer oder ins Internet bringt.

Das Bewusstsein für die damit einhergehenden Probleme und Risiken hingegen ist, wie auch einige Ergebnisse der Umfrage zeigen, oft noch zu gering ausgeprägt. Oder stellt sich erst ein, wenn in irgendeiner Form Schaden für die eigene Person eintritt, beispielsweise durch Mobbing oder auch Identitätsmissbrauch.

Es ist daher weiterhin sehr viel Aufklärung, Prävention und Bereithalten von Angeboten zur Information und Prävention erforderlich. Von den Medien wird dies nur bedingt geleistet, da diese selbst von den mächtigen Internetunternehmen als Werbepartner abhängig sind. Auch richten immer mehr Verlage, Zeitschriften und TV-Formate (auch von den öffentlich-rechtlichen Sendern!) eigene „Fanseiten“ in sozialen Netzwerken ein. Sie sehen sich dazu gezwungen, um ihre „Kundschaft“ zu erreichen, tragen damit jedoch selbst stark dazu bei, den „Sog“ in die Netzwerke zu erhöhen.

Die Aufklärung obliegt daher vor allem wirtschaftlich unabhängigen Stellen. Dies sollten neben den Datenschutzbehörden auch die Schulen sein, welche das Bewusstsein für Privatsphäre und die Risiken des Internets stärker thematisieren und fördern sollen.

Die Politik muss ferner durch zeitgemäße Anpassung der Datenschutzgesetze Antworten finden auf neue Herausforderungen wie z. B. Erfassung und Verarbeitung von Geo- oder Standortdaten oder die Erhebung und Verwertung von Daten deutscher Nutzer durch datenschutz-ignorante Unternehmen aus den USA. Dies kann kaum durch nationale Initiative gestemmt werden, sondern erfordert europaweite oder internationale Abstimmung.

Trotz der großen Anzahl von datenschutzrechtlichen Kritikpunkten, insbesondere an den international tätigen Unternehmen, muss festgestellt werden, dass soziale Netzwerke als neues Kommunikationsmedium nicht mehr wegzudenken sind. Es muss ein Weg gefunden werden, Kinder und Jugendliche auf dem richtigen Weg zu erreichen, um auf die Gefahren hinzuweisen. Angesichts der Anzahl an bereits bestehenden Aufklärungsbroschüren scheint

es wenig hilfreich, noch eine weitere zu gestalten. Sinnvoller erscheint stattdessen, vor Ort an Schulen, bei Jugendverbänden, Sportvereinen usw. die Kinder und Jugendlichen direkt aufzuklären. Jedoch nicht als Erwachsene mit erhobenen Zeigefinger, sondern - wie beispielsweise im Bundesland Rheinland-Pfalz getestet - in Form so genannter „Medien-Scouts“, d. h. interessierte Jugendliche, die gezielt in Datenschutz-Belangen geschult werden, um dann ihr Wissen an Gleichaltrige auf gleicher Augenhöhe weiterzugeben. Medienkompetenz wird wohl das neue Stichwort sein, was durch entsprechende Initiativen der Schulämter auch bereits in Mecklenburg-Vorpommern umgesetzt wird.

Auch die von vielen Seiten als „Referenz“ angesehene und seit 1998 jährlich durchgeführte „JIM-Studie“ des Medienpädagogische Forschungsverbund Südwest hat in der letzten Erhebung im Jahr 2010 eine beachtliche Hinwendung zum Datenschutz festgestellt. Die Einstellungen zur Privatsphäre werden von Kindern und Jugendlichen nun aktiver und häufiger aufgesucht und angepasst. Allgemein wurde ein Trend zu mehr Bedecktheit und Verschwiegenheit festgestellt.

Abschließend noch einige datenschutzrechtliche Hinweise und Empfehlungen:

- Angabe des richtigen Namen vermeiden, besser Pseudonyme nutzen
- Bei Bedarf: Anlegen eines „Lockprofils“ mit dem echten Namen, Nutzung des Netzwerks jedoch unter Pseudonym. Bei Kontaktanfragen: Verweis auf „Privatprofil“
- Vorher überlegen was man wem preisgibt. Im realen Leben hat man mehrere Identitäten, im Netzwerk nicht. Dort sind ggf. verschiedene soziale Gruppen und Freundeskreise (Schule, Sport, Familie, Urlaub, Ferienlager, Hobby etc.) auf einer Plattform
- Keine Angabe von Kontaktdaten, über die man persönlich zu erreichen ist. Auch keine Anhaltspunkte liefern, über die man im „echten Leben“ aufgesucht werden kann (z. B. Adresse, Sportverein, Lieblings-Cafe)
- Sichtbarkeit für „Freunde von Freunden“ vermeiden, da nicht kontrollierbar
- Auffindbarkeit des Profils für Suchmaschinen ausschließen
- Zugriffe von Dritten verhindern. Besonderes Risiko besteht durch externe Applikationen („Apps“), die dem Anbieter Zugriff auf persönliche Daten erlauben
- Beim Hochladen von Bildern und Videos die Rechte Dritter bedenken
- **Grundsätzlich bedenken: Mit jeder Veröffentlichung einer Information im Internet gibt man die eigene Kontrolle darüber unwiderruflich auf!**

7. Ausblick

Aussicht auf eine Besserung der Situation für die Nutzer sozialer Netzwerke besteht dadurch, dass das gestiegene Bewusstsein für Datenschutz den Betreibern und der angeschlossenen Werbewirtschaft zunehmend Grenzen aufzeigt. Indem die Mitglieder gewisse Entwicklungen einfach nicht mehr mitmachen, weil ihnen der Grad der dafür offenen Privatsphäre zunehmend suspekt wird. Die Anbieter der Dienste wollen vermeiden ihre Mitglieder zu verschrecken, um ihr Vertrauen nicht zu verlieren. Dieses bildet schließlich die Basis ihres Geschäftsmodells.

Eine weitere Hoffnung steckt in der Idee dezentraler sozialer Netzwerke im Internet. Bei diesen liegen im Gegensatz zum jetzigen Status Quo die Daten der Nutzer nicht mehr zentral in einer riesigen Datenbank, auf die alleine der Betreiber Zugriff hat und die er für seine Zwecke ausbeuten kann. Sondern das Netzwerk entsteht durch die lokalen Clients seiner Mitglieder, die jeweils den Netzwerkbetrieb und auch die Datenspeicherung anteilig übernehmen. Dieses Konzept einer verteilten Netzwerkstruktur nennt sich Peer-to-Peer (kurz: P2P), dass derartige Konzepte funktionieren, haben in der Vergangenheit Tauschbörsen wie Napster oder eMule bewiesen.

Eine dezentrale Datenhaltung würde den unbefriedigenden Zustand des „Ausgeliefertseins“ an einen Netzbetreiber beseitigen und den Datenschutz massiv stärken. Erste Prototypen für dezentrale Netzwerke wurden bereits entwickelt, wie Diaspora¹³ oder GNU social¹⁴. Der aktuelle Boom von Smartphones und Tablet-PCs, die mit kleinen Programmen (sog. „Apps“) aufgepeppt werden, könnte derartigen Ideen zu einem schnellen und weltweiten Durchbruch verhelfen. Sofern sich clevere Köpfe finden, die ein durchschlagendes und einfach zu nutzendes Konzept auf die Beine stellen. Insofern bleibt es spannend.

Mit Sorge zu betrachten ist, dass die steigende Verfügbarkeit von Personendaten im Internet von der Wirtschaft zunehmend für das „echte Leben“ genutzt wird. So könnten in naher Zukunft beispielsweise Zinskonditionen oder die Beiträge für Versicherungen oder Krankenkasse von den öffentlich verfügbaren Daten der jeweiligen Person beeinflusst sein.¹⁵

¹³ URL: <https://joindiaspora.com/>

¹⁴ URL: <http://foocorp.org/projects/social/>

¹⁵ vgl. Spiegel-Artikel vom 19.11.2010, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/service/0,1518,730062,00.html>

8. Anhang

8.1. Fragenkatalog

Nachfolgend die Fragetexte der Umfrage im Originalwortlaut:

Persönliche Angaben:

01.) „In welchem Kreis / welcher kreisfreien Stadt gehst Du zur Schule?“

02.) „Bist Du weiblich oder männlich?“

03.) „Wie alt bist Du?“

04.) „Welche Schulform besuchst Du?“

05.) „Bist Du bei einem (oder mehreren) sozialen Netzwerk angemeldet?“

Kontroll-Rückfrage bei Antwort „Nein“:

05b) „Du hast also kein Profil in einem sozialen Netzwerk? Falls richtig, bitte "Ja" ankreuzen und auf <Weiter> klicken. Die Umfrage endet dann.“

Netzwerknutzung - Allgemeine Fragen

06.) „Hast Du vor oder nach Anmeldung in einem sozialem Netzwerk die Allgemeinen Geschäftsbedingungen gelesen?“

07.) „Hast Du vor oder nach Anmeldung in einem sozialem Netzwerk die Datenschutzbestimmungen gelesen?“

08.) „Hast Du vor oder nach Anmeldung in einem sozialem Netzwerk den Verhaltenskodex zur Benutzung des Netzwerkes gelesen?“

09.) „Welche sozialen Netzwerke nutzt Du?“

10.) „Wie viel Zeit verbringst Du täglich in sozialen Netzwerken?“

Netzwerknutzung - Probleme

11.) „Bist Du in einem sozialen Netzwerk schon einmal auf rechtsradikale Inhalte gestoßen?“

12.) „Hast Du in Deinem sozialen Netzwerk schon mal jemanden ignoriert, blockiert oder von Deinem Profil ausgeschlossen?“

12a) *„Wenn Du die vorherige Frage mit ja beantwortet hast, welchen Grund / welche Gründe gab es hierfür?“*

13.) „Hast Du in Deinem sozialen Netzwerk schon mal jemanden dem Betreiber der Seite gemeldet?“

13a) *„Wenn Du die vorherige Frage mit ja beantwortet hast, welchen Grund / welche Gründe gab es hierfür?“*

14.) „Wurdest Du schon mal ignoriert, blockiert oder von einem Profil ausgeschlossen?“

15.) „Wurdest Du schon mal dem Betreiber der Seite gemeldet?“

Konkretes Netzwerk - Profileinstellungen

16.) „Für welches soziale Netzwerk (Lieblingsnetzwerk) beantwortetest Du die folgenden Fragen?“

17.) „Bist Du in Deinem "Lieblingsnetzwerk" mit Deinem richtigen Namen angemeldet?“

18.) „Welche Daten sind in Deinem "Lieblingsnetzwerk" für wen auf Deinem Profil zu sehen?“

Konkretes Netzwerk - Nutzungsverhalten

19.) „Wie viel Zeit verbringst Du täglich in Deinem "Lieblingsnetzwerk"?“

20.) „Wie viele Personen ("Freunde") hast Du in der Kontaktliste in Deinem "Lieblingsnetzwerk"?“

21.) „Wissen Deine Eltern, bei welchem Netzwerk Du bist und unter welchem Namen?“

Wenn Antwort „Ja“:

21a) „Haben Deine Eltern Zugang zu Deinem Profil, d. h. kennen Anmeldeadresse und Passwort?“

8.2. Dokumentation der Maßnahmen zur Qualitätssicherung

Wie im Abschnitt „Qualitätssicherung“ dargelegt, wurden einige Teilnehmerdatensätze als grob unplausibel oder Versuch einer Fehlinformation identifiziert. Zur Steigerung der Ergebnisqualität wurden diese manuell aus der Umfragedatenbank herausgefiltert:

Datensatz	Grund bzw. Unplausibilität
89	12 Jahre, Regionalschule, alle 13 Netzwerke ausgewählt
295	21 Jahre, Grundschule
592	21 Jahre, Grundschule
609	8 Jahre, „Behindertenschule“, alle 13 Netzwerke ausgewählt
627	21 Jahre, Grundschule, alle 13 Netzwerke ausgewählt
1033	21 Jahre, Grundschule
1153	21 Jahre, Orientierungsstufe, alle 13 Netzwerke ausgewählt
1238	21 Jahre, Grundschule
1384	8 Jahre, Berufsschule, 9 Netzwerke ausgewählt, sonstiges Netzwerk: "porno.de"
1423	21 Jahre, Grundschule
1583	21 Jahre, Grundschule, alle 13 Netzwerke ausgewählt

Weitere Maßnahmen:

Datensatz 1061: gab an, soziale Netzwerke nicht zu nutzen, damit Ende der Befragung. Jedoch wurde die vorgesehene Rückfrage vom Teilnehmer nicht mehr explizit bestätigt, womit sich leeres Pflichtfeld in der Datenbank ergibt. Um Störungen bei der Auswertung zu vermeiden, wurde der Datenfeldinhalt manuell auf den Wert „Bestätigt“ korrigiert.

8.3. Glossar

- **Freunde:**

Indem ein Mitglied eine Person im sozialen Netzwerk zum „Freund“ erklärt, erhält diese tieferen Einblick in das eigene Profil. Umgekehrt erhält das Mitglied selbst mehr Einsicht in ihre Aktivitäten. Dies erleichtert die Kontaktpflege, Freunde werden z. B. auf der eigenen Pinnwand (->) über neue Statusmeldungen (->) oder Aktivitäten von Freunden informiert. Der Begriff „Freund“ in sozialen Netzwerken ist historisch gewachsen und nicht mit Freunden im echten Leben gleichzusetzen. Was den Nutzern sozialer Netzwerke auch klar ist. Dennoch sollten virtuelle Freunde nicht wahllos gesammelt werden, da diese mehr Einsicht in das eigene Leben erhalten.

- **Pinnwand:**

Zentrale Übersichtsseite, wird dem Nutzer meist nach dem Anmelden angezeigt. Sie bietet einen Überblick über die Statusmeldungen der Freunde oder andere relevante Informationen. In manchen Netzwerken können Freunde dort auch direkt Nachrichten hinterlassen.

- **Profil:**

Das „Profil“ ist die Visitenkarte im sozialen Netzwerk. Es repräsentiert seinen Inhaber, seine Interessen und seinen Freundeskreis. Je nach Netzwerk sind die Profile entweder in einheitlicher Form oder können optisch angepasst werden, durch individuelle Farbgestaltung oder Einbindung von Bildern, Musik oder Videos.

- **Statusmeldung:**

Eine kurze Nachricht, die auf dem eigenen Profil veröffentlicht und oft automatisiert an die Freunde im sozialen Netzwerk verbreitet wird. Kann zum Verbreiten von Belanglosigkeiten („Ich habe Hunger“), aber auch zum schnellen Abstimmen von Terminen dienen („Treffen heute bei mir ab 19 Uhr, danach ins Kino“). Statusmeldungen erlauben oft tiefe Einblicke in persönliches Verhalten oder Aufenthaltsorte, sie sollten daher nur für Freunde (-->) zugänglich sein.

8.4. Quellenverzeichnis

- Bundesamt für Verfassungsschutz, <http://www.verfassungsschutz.de>
- Bundesdatenschutzgesetz, http://bundesrecht.juris.de/bdsg_1990/
- Facebook Nutzungsbedingungen, <http://de-de.facebook.com/terms.php?ref=pf>
- Heise Online, <http://www.heise.de>
- JIM.-Studie 2010 des Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest, <http://www.mpfs.de/index.php?id=181>
- Landesbeauftragter für Datenschutz und Informationsfreiheit Mecklenburg-Vorpommern, <http://www.datenschutz-mv.de>
- Medienkonvergenz Monitoring - Soziale Online-Netzwerke-Report 2010, Universität Leipzig, Professur für Medienpädagogik und Weiterbildung, http://www.uni-leipzig.de/~umfmed/MeMo_SON10.pdf
- SIS Online – Statistisches Informationssystem des Statistischen Landesamtes M-V, <http://sisonline.statistik.m-v.de>
- Spiegel Online, <http://www.spiegel.de>
- Telemediengesetz, <http://bundesrecht.juris.de/tmg/>
- Wikipedia, <http://de.wikipedia.org>