

Springe zum HeftSpringe zur NavigationSpringe zum InhaltSpringe zu Breadcrumbs



Facebook und der Datenschutz

Interview mit Dr. Höhne und Mag. Koukal

veröffentlicht: 21.05.2012, aktualisiert: 24.05.2012

Inhalt

Datenschutz ist ein hohes Gut und Facebook eine wichtige Social Media-Plattform: Was darf Facebook mit den Daten seiner User machen? Interview mit Dr. Thomas Höhne und Mag. Alexander Koukal: Was die KONSUMENT-Anwälte Facebook-Nutzern empfehlen.



Mag. Alexander Koukal und Dr. Thomas Höhne

Für KONSUMENT haben die beiden Anwälte das Buch „Ihr Recht im Internet geschrieben“. Hier beantworten sie Fragen zu Facebook, vor allem zum Datenschutz und zum Urheberrecht.

KONSUMENT: Was darf Facebook mit den Daten seiner User machen?

Thomas Höhne und Alexander Koukal: Facebook ist der Auffassung, dass der Nutzer bei der Registrierung die "Datenverwendungsrichtlinien" akzeptiert und deshalb jeder Verwendung der Daten zustimmt, die darin – auch nur ansatzweise – enthalten ist. Das hat das Unternehmen gegenüber Max Schrems und seiner „Europe versus Facebook“-Initiative erklärt. – Schrems kämpft dafür, dass Facebook den Datenschutz ernst nimmt.

Verräterischer "Gefällt-mir"-Button

Ein paar Beispiele, was sich Facebook da alles herausnimmt: Facebook speichert alle Informationen, die ein User bei der Anmeldung oder später über sich preisgibt. Die Plattform gewinnt aber auch Daten durch die jeweiligen Facebook-Freunde. Wenn ein Facebook-User zum Beispiel auf einem Foto markiert wird, erfährt Facebook etwas über diese Person – ohne Zutun des Betroffenen. Dasselbe passiert, wenn ein User in Facebook angemeldet bleibt und Websites besucht, die einen „Gefällt mir“-Button enthalten: Facebook erfährt, dass diese Person die Seite besucht hat.

Facebook veröffentlicht alle angegebenen Daten so weit, wie es der User in den Einstellungen zulässt. Man kann Informationen bekanntlich mit allen oder nur mit den Freunden teilen – je nach Auswahl.

Auswertung der Daten für Werbekunden

Wesentlich wichtiger ist für Facebook die Auswertung der Daten für Werbekunden. Es geht dem Unternehmen nicht nur darum, dem Nutzer ein gutes Erlebnis zu verschaffen. Vor allem möchte Facebook seinen Werbekunden möglichst treffsicher platzierte Werbeanzeigen verkaufen.

Wohnort, Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus

Facebook wertet den Wohnort, Alter, Geschlecht, Beziehungsstatus, Beruf und Werdegang aus. Facebook protokolliert, wenn ein Nutzer durch einen Klick auf „Gefällt mir“ Interesse an einem Thema bekundet. Auf Basis all dieser Informationen und Aktionen auf Facebook landet ein Nutzer in bestimmten "Interessensschubladen" und bekommt dann die passende Werbung zu sehen. Auch die Aktionen der Freunde werden bei der Auswahl der Werbung einbezogen; unter Umständen auch Schlagworte aus der Statusmeldung oder der Standort.

Verwandte Themen

Wir empfehlen auf Konsument.at

Internet: Facebook 6/2012Datenschnüffler
Smartphones 5/2012Spion liest mit
Facebook Verweigerer 2/201267 % haben Datenschutzbedenken
Datenschutz: Persönliche Daten 2/2012Persönliche Daten
Facebook 9/2011Das andere Gesicht
Kinder und Werbung 8/2011Im Visier
Virengefahr durch Apps 4/2011Zusatzprogramme für Facebook oder Smartphones
Kartoon: Facebook 3/2011Geburtstagsparties 2.0
Ratgeber für Datenschutz 01/2010Das Recht auf Privatsphäre
Spuren im Internet 4/2008Der gläserne User
Online-Umfrage: Datenschutz 8/2008Abonnnenntebefragung 7/2008

Links zum Thema

Facebook www.facebook.com
Europe versus Facebook: Datenschutz <http://europe-v-facebook.org>

Kommentare

1 Kommentar

Kommentar via RSS

Datenschutz gehört nicht zum Geschäftsmodell
von powerplana am 21.05.2012 um 14:31

Na ja, es ist ja so ähnlich wie bei Google und wohl Teil des Geschäftsmodells. Da kommt ein Konzern daher und schafft einfach einmal weltweit Fakten, die nationalen bzw. europäischen Gesetzgebungen sind da zunächst egal oder hinken eben hinterher. Aber es gibt ja auch ein Leben ohne Facebook :)

Bitte bewahren Sie Fairness und Sachlichkeit. Bedenken Sie, dass Sie für den Inhalt Ihrer Beiträge selbst verantwortlich sind. Am besten, Sie vermeiden unrichtige Tatsachenbehauptungen über Firmen bzw. deren Produkte oder Dienstleistungen.

Copyright 2012 Verein für Konsumenteninformation (VKI)