

www.anonymitaet.de

Internet. Fotos verschicken, Postings schreiben, Netzwerke bilden: Millionen von Menschen nutzen die Möglichkeiten des Web 2.0. Über die Folgen sind sich die wenigsten im Klaren. Jeder Klick kann eine Karriere zerstören – oder zumindest sehr viel Geld kosten. Von Josef Barth

Ein Foto wie Millionen andere: ein Schluck aus einem Plastikbecher, ein verschmutzter Blick in die Kamera. Blitzlicht, Gelächter, Partylaute. Wahrscheinlich ärgerte sich Stacy Snyder auf ihrer Halloween-Party noch über die roten Pupillen, die ihr der Schnappschuss durch das grelle Blitzlicht verpasste. Zumindest die Verkleidung, ein billiges schwarzes Piratenhütchen, saß perfekt.

Eine Userin wie Millionen andere: Stacy Snyder stellte den Schnappschuss auf ihre MySpace-Seite im Internet, gemeinsam mit den anderen Fotos von der kleinen Feier. Schließlich zeigt man sein Fotoalbum gern den Freunden. Das Bild betitelte die 25-Jährige mit zwei kurzen Worten: „Drunken Pirate“, betrunkenener Pirat.

Ein Fehler, wie ihn Millionen andere auch begehen. Täglich.

Durch Zufall war die Unileitung auf Snyders Foto im Netz gestoßen. Die Millersville University im US-Bundesstaat Pennsylvania verweigert Snyder nun den Abschluss als Lehrerin in Biologie und Englisch. Das Foto sei „unprofessionell“ und einer Erzieherin nicht würdig, so die Argumentation der Hochschule. Jugendlichen sei Snyder ein schlechtes Beispiel im Umgang mit Alkohol. Trotz guter Noten und tadellosen Lebenslaufs wird die Mutter zweier Kinder auch von der Bildungsbehörde derzeit nicht als Lehrerin in einer staatlichen Schule zugelassen.

Snyders Fall ist nur der erste von vielen, der so beträchtliche Auswirkungen hat, dass er als Präzedenzfall „Drunken Pirate“ derzeit die US-Gerichte und -Medien beschäftigt.

In einer Zeit der schnellen Fakten spielt es keine Rolle, ob überhaupt Alkohol in dem gelben Becher mit dem Schokoriegel-Werbeaufdruck war. Es ist irrelevant, ob Stacy Snyder tatsächlich jenseits irgendeiner undefinierten Promillegrenze alkoholisiert war. Und es hat keine Bedeutung, dass das Foto weder im Klassenzimmer noch gemeinsam mit Schülern entstanden war, sondern bei einer kleinen Privatfeier.

Die neue Form des Internets, das so genannte Web 2.0, macht das Private öffentlich. Während Websites früher etwas Statisches waren, das man ansehen, durchlesen oder bestenfalls durchblättern konnte, kann sich mit unterschiedlichen Tools nun jeder selbst einbringen. Auf Plattformen wie MySpace, StudiVZ oder Facebook lassen sich Kontakte quer über alle Kontinente knüpfen. Auf Flickr oder dem österreichischen Szene1-Portal können auch Freunde, die nicht gerade nebenan wohnen, das eigene Hochzeitsalbum oder die jüngsten Urlaubsfotos abrufen. Mehrere hundert Millionen Menschen sind zumindest in einem dieser Portale registriert.

Social Software. Je mehr User solche Plattformen haben, umso besser funktionieren sie (siehe Kästen). Mit so genannter Social Software kommunizieren „many to many“: Sie bilden Netzwerke, tauschen sich in Foren aus und produzieren damit selbst Wissen im Netz („user generated content“), statt lediglich Vorgegebenes zu konsumieren. Bekanntestes Beispiel: das Online-Lexikon Wikipedia, das ausschließlich von Usern geschrieben wird und das jeder bearbeiten kann. Erstmals kürte das renommierte „Time“-Magazin 2007 keinen Weltpolitiker oder Wirtschaftsboss, sondern erklärte den Internetuser zur „Person des Jahres“ auf seinem Cover: „Yes, you. You control the Information Age. Welcome to your World.“

Doch so verführerisch-praktisch und kommunikativ-revolutionär diese neue Welt erscheint, so rasch kann sie – wie im Fall von Stacy Snyder – zum Bumerang werden. Denn Anonymität ist nicht mehr als eine Illusion. Dabei ist es weniger der ominöse „Big Brother“, der mit Rasterfahndung und Überwachungsviren versucht, an intime Daten zu gelangen. Der Einzelne selbst ist es, der durch seine Selbstveröffentlichung im Netz das eigene Grundrecht auf Privatsphäre aushöhlt.

Die Konsequenzen, die sich daraus ergeben, sind noch den wenigsten bewusst. „Kein Mensch kann ▶



STUDIVERZEICHNIS

suche einladen hille klarheit boutique einstieg raus hier

Dario Suters Seite

Uni St.Gallen

- Leute suchen
- Start
- Meine Seite ändern
- Meine Freunde
- Meine Fotos
- Meine Gruppen
- Nachrichtendienst
- Mein Account
- Privatsphäre

Anzeige - Jetzt auf deinem Campus!



Du bist auf 33 Fotos verlinkt

Meine Seite bearbeiten

Mein Foto bearbeiten

Privatsphäre-Einstellungen

Freunde (gleiche Hochschule)

Dario hat 29 Freunde an der Uni St.Gallen



Anica Carstea



Matthias Walk



Sean Buttinger



Stefan Lenhof



Agnieszka Walonka



Julian Anzopé

[alle anzeigen]

Verbindung

Keine gefunden

Information

Dario ist studivZ Campus-Captain

Account

Name: Dario Suter
 Mitglied seit: 28.11.2005
 Letztes Update: 02.02.2007

Allgemeines [bearbeiten]

Hochschule: Uni St.Gallen (seit 1999)
 Status: Alumnus / Alumna
 Geschlecht: männlich
 Studienrichtung: Wirtschaftswissenschaft / BWL / VWL, Medienswissenschaft / Journalismus
 Geburtstag: 21.06.1978
 Heimatland: Schweiz / Deutschland
 Heimatstadt: Zürich / Hamburg
 Letzte Schule: Gymnasium Stadthofen, Zürich

Kontakt [bearbeiten]

Ort: 10117 Berlin
 Land: Deutschland

Persönliches [bearbeiten]

Auf der Suche nach: netten Leuten, Parties, Dating, was sich eben ergibt
 Beziehungsstatus: Romanze
 Politische Richtung: liberal
 Interessen: Medien, Politisierung & Clubbing
 Clubs, Vereine: AIESEC FORUM HSG
 Musikgeschmack: Rock, House, Jazz
 Lieblingsbücher: A Streetcar Named Desire
 Lieblingsfilme: Beautiful Thing, Dead Poets Society
 Lieblingszitat: Wer liebt, riskiert zu leiden - wer nicht liebt, leidet schon.

Arbeit [bearbeiten]

Art des Jobs: furchtlose(r) Söldner(in)
 firma: studivZ
 Was er da macht: Die Studenten Europas vernetzen!
 Bisherige Karriere: Axel Springer AG, Ringier AG, World Economic Forum, Johansen Kretschmer, Arthur Andersen AG, AIESEC FORUM HSG 2000, Credit Suisse

StudiVZ.net

„Bist du schon drin?“, lautet der Slogan von studiVZ, einer sozialen Netzwerkplattform für Studenten aus aller Welt, die sich darauf über studentische Belange (Vorlesungen, Skripten, Partys, Partnerschaften) austauschen. Knapp drei Millionen Mitglieder zählt die Seite heute, 183.000 davon stammen aus Österreich. Täglich kommen zwischen 5000 und 11.000 Neuanmeldungen hinzu; Studenten von rund 1500 Hochschulen sind bereits registriert. Im Oktober 2005 von den deutschen Studenten Ehssan Dariani und Dennis Bemann gegründet, entwickelte sich die virtuelle Gemeinschaft schnell zum größten Studentennetzwerk Europas und zu einer der erfolgreichsten Internetneugründungen der letzten Jahre. Im Jänner 2007 kaufte die deutsche Verlagsgruppe Holtzbrinck („Die Zeit“, „Handelsblatt“) die Plattform. Der Kaufpreis: sagenhafte 85 Millionen Euro.

„Man ist vollkommen machtlos“

Viktor Mayer-Schönberger, österreichischer Universitätsprofessor mit Lehrstuhl für Recht in Harvard, über Sexbilder im Internet, die Geilheit des Menschen auf gute Geschichten und die Rache des Archivs am Durchschnittsbürger.



Internetjurist Mayer-Schönberger
 „Information wird mit der Zeit schlecht – so wie Milch. Wer kann heute schon sagen, welches Foto in wessen Gesellschaft ihm in 20 Jahren noch angenehm ist?“

profil: Die gesamte Entwicklungsgeschichte über hat der Mensch gegen das Vergessen angekämpft: Er hat gemalt, geschrieben, Aufzeichnungen geführt. Nun plädieren Sie für ein automatisches Ablaufdatum von Informationen. Was ist am Vergessen so toll?

Mayer-Schönberger: Durch die technischen Möglichkeiten lässt sich heute über jeden Menschen viel aus seiner Vergangenheit abrufen. Das meiste davon trifft wahrscheinlich nicht mehr zu. Jeder entwickelt sich weiter. Doch sein ganzes Leben ist für uns gleichzeitig erlebbar. Und eine kleine Information steht plötzlich gleichberechtigt neben seinem ganzen Lebenswerk. Das zeichnet ein falsches Bild dieses Menschen.

profil: Wie kann der Einzelne sein so im Netz entstandenes Bild korrigieren?

Mayer-Schönberger: Derzeit gar nicht, man ist vollkommen machtlos – solange die Gesellschaft nicht akzeptiert, dass Information mit der Zeit schlecht wird wie Milch.

Heutzutage werden viele Belanglosigkeiten dokumentiert, weil es einfacher ist zu speichern als zu überlegen und auszuwählen, ob oder was man speichern soll. Mein Vater wählte in meinem Alter noch aus, welche Erinnerung es wert ist, dokumentiert zu werden, und welche nicht. Mit seiner ersten Kodak machte er zehn Fotos im Jahr.

profil: Und wie viele machen Sie im Jahr?

Mayer-Schönberger: Ein paar tausend. Und ich kann gar nicht abschätzen, wie oft ich von Freunden, Bekannten, Kollegen oder auch auf der Straße fotografiert worden bin. Damit kann ich nicht ausschließen, dass es Fotos von mir gibt, auf denen ich in lächerlicher Haltung zu sehen bin.

profil: Benehmen Sie sich so schlecht?

Mayer-Schönberger: Ich hoffe nicht. Aber schon ein aus dem Kontext gerissener Schnappschuss kann kompromittierend wirken. Ich kann nicht einmal ausschließen, dass jemand meine Frau und mich nachts durchs Schlafzimmerfenster fotografiert, und auch nicht, ob das irgendwer ins Netz gestellt hat. In einer Zeit, in der fast jeder über eine Digitalkamera und einen Internetzugang verfügt, kann man gar nichts ausschließen.

profil: Nun würde man solchen Fotos ja ansehen, dass sie auf fragwürdigem Weg zustande gekommen sind. Ist der Mensch zivilisiert genug, solche Bilder bei seiner Bewertung eines anderen auszublenden?

Mayer-Schönberger: Nein. Auch wenn wir's nicht wahrhaben wollen: Der Mensch ist geil; geil auf Geschichten, geil auf Information, ganz gleich, wie sie zustande kommen oder von wann sie stammen. Nehmen sie als Beispiel den deutschen Literaturnobelpreisträger Günther Grass. Sein Leben lang hat er gegen den Faschismus geschrieben. Ob er als 17-Jähriger bei der SS war, müsste für die Bewertung seiner Person nahezu irrelevant sein. Doch seine Mitgliedschaft bei der SS ist als Faktum für die Masse leicht greifbar – wer dagegen hat schon die „Blechtrömmel“ gelesen?

profil: Das heißt, Robert Hochners Satz, die Rache des Journalisten am Politiker sei das Archiv, kann nun auch für jede Privatperson schmerzhaft Wirklichkeit werden?

Mayer-Schönberger: So ist es. Und ohne einen Heinz-Christian Strache für seine momentan thematisierten Jugendfotos verteidigen zu wollen – es wäre wesentlich verdienstvoller für die Medien, seine momentane Geisteshaltung zu entlarven als jene von vor 20 Jahren. Nun ist nicht an-

zunehmen, dass der Durchschnittsbürger sich in solchen Kreisen bewegt. Aber wer kann heute sagen, welches Foto mit wem ihm in 20 Jahren noch angenehm ist?

profil: Warum höhnen die Menschen ihr Recht auf Privatsphäre aus, indem sie sich und ihre Fotos im Netz veröffentlichen?

Mayer-Schönberger: Erstens, weil viele nicht wissen, dass sie dieses Recht haben. Zweitens, weil die Durchsetzung für Nichtprominente teuer und schwierig ist. Und drittens, weil uns nicht bewusst ist, wie breit die Verteilung durch Plattformen wie Flickr und MySpace bereits geht. Viele wissen nicht, dass Google oder Internetarchive von diesen Plattformen Kopien ziehen, die gespeichert bleiben, wenn der User seine Fotos längst gelöscht hat.

profil: Aber generell ist der Mensch doch vorsichtig, wenn er nicht weiß, worauf er sich einlässt.

Mayer-Schönberger: Das ist ja das Absurde am Netz. In unserer Gesellschaft leben wir seit Jahrzehnten nach dem Precautionary Principle: Ist man sich bei einer neuen Substanz nicht sicher, ob sie Krebs erregt oder andere Krankheiten hervorruft, geht man im Zweifel lieber vorsichtig damit um. Im Internet ist es umgekehrt: Hier veröffentlicht man Informationen über sich, obwohl kein Mensch weiß, wer sie später einmal wie verwenden wird.

profil: Sind Sie auf einer dieser Plattformen registriert?

Mayer-Schönberger: Auf mehreren.

profil: Haben Sie dort überall die Geschäftsbedingungen gelesen?

Mayer-Schönberger: Nein, weil ich ohnehin nur eine binäre Wahl habe – akzeptieren oder nicht, teilnehmen oder nicht. Und ich will teilnehmen, wie Millionen andere auch.

profil: Aber wissen Sie als Experte wenigstens, welche Rechte Sie im Netz haben?

Mayer-Schönberger: Nein, nicht einmal ansatzweise. Dazu ist an Nationalstaaten gebundenes Recht zu fragmentiert im globalen Netz. In der Praxis spielt damit das Recht online eine sehr untergeordnete Rolle, eine wirtschaftlich sinnvolle Durchsetzbarkeit kann man sich oft abschminken. Und selbst wenn ich in der nationalen Rechtsordnung Recht bekomme: Ist ein Bild, eine Geschichte über mich nur spektakulär genug, verteilt sie sich über Staatsgrenzen hinweg und lässt sich nie mehr aus dem Netz löschen. Da kann man noch so viele Prozesse gewinnen.

Interview: Josef Barth

MySpace.com

Die Mutter aller Sozialnetzwerkgemeinschaften. Als Rupert Murdoch im Juli 2005 stolze 580 Millionen Dollar für das damals zwei Jahre alte Community-Portal zahlte, schüttelten viele Analysten den Kopf; inzwischen gilt der Medienunternehmer dafür als Online-Visionär. Mit 200 Millionen registrierten Benutzern ist MySpace längst zum maßgeblichen Web-2.0-Phänomen gewachsen, dessen (meist jugendliche) Benutzer sich auf eigenen Profildseiten beschreiben, Fotos und Musik online stellen, Kommentare verfassen und sich untereinander vernetzen. Damit wurde MySpace zum mächtigen Marketingwerkzeug: Mundpropaganda in der MySpace-Gemeinde bescherte Popgruppen Hitparadenerfolge, und die Tatsache, dass MySpace-User auf ihren Seiten freiwillig über Vorlieben, Hobbys, Lieblingsbands und -filme informieren, eröffnet neue Dimensionen des Zielgruppenmarketings.

heute sagen, wie sich ein Eintrag, den er heute macht, in 20 Jahren auf ihn auswirkt. Google weiß mittlerweile mehr über uns als wir selbst“, sagt der Netzexperte und Harvard-Jurist Viktor Mayer-Schönberger. „Das Wissen über unsere Vergangenheit wird dort ja nicht vergraben. Es ist abrufbar. Für jeden.“

Mit Softwaretools wie Spock.com lassen sich ganze Dossiers über das Leben eines Menschen erstellen. Für viele Personalchefs gehört es bereits zur täglichen Routine, Bewerber nicht nur nach deren Lebenslauf zu beurteilen, sondern ihren Namen auch via Google durchs Netz zu jagen. „Es ist teilweise wirklich unglaublich, was man alles über einen Menschen findet“, sagt Gabriele Gradnitzer vom Personalberater Neumann. „Die Österreicher gehen noch sehr freizügig mit ihren persönlichen Daten um. Manche Vereinsmitgliedschaften oder politischen Einstellun-

Präzedenz-Fall Snyder Der Bildtext „Drunken Pirate“ zu diesem Bild kostete die Lehrerkarriere



gen, die dadurch ans Licht kommen, können für einen potenziellen Arbeitgeber ein Grund sein, jemanden nicht einzustellen.“

Dabei muss man einschlägige Informationen gar nicht selbst ins Netz gestellt haben. Selbst Experten wie Mayer-Schönberger können nicht ausschließen, von Freunden oder Bekannten ohne ihr Wissen im Netz „abgelegt“ worden zu sein (siehe Interview Seite 112). Aktuelles Beispiel: das kürzlich auf YouTube.com aufgetauchte Nazi-Video aus einer österreichischen Kaserne. Es ist zu bezweifeln, dass allen Rekruten klar war, per Handykamera gefilmt zu werden. Noch weniger dürften sie damit gerechnet haben, dass ein Kamerad das Video ins Netz stellen würde.

Fallende Schranken. Ob ein Video, ein Foto, ein Text in einen geschlossenen Bereich gestellt wird, ist früher oder später irrelevant. „Irgendwann fallen auch diese Schranken“, sagt Wolfgang Zeglovits, von der Innovationsagentur Datenwerk. „Anonymität ist in Social Networks nicht vorgesehen. Der Austausch funktioniert über Vertrauen. Und alles, was du von dir preisgibst, kann natürlich auch gegen dich verwendet werden.“ Selbst der 34-jährige Internetprofi ist immer wieder überrascht, was als Bumerang wiederkehrt. Zuletzt konfrontierten ihn Studenten, die er unterrichtet, mit Kommentaren, die er während seiner Zeit als Studentenpolitiker in internen Kommunikationsforen geschrieben hatte. Technische und rechtliche Voraussetzungen hatten sich geändert, das einst geschützte Forum war nun öffentlich einsehbar. „Seitdem schreibe ich jedes E-Mail so, als wäre es ein öffentliches Dokument. Irgendwann findet es oh- ▶

„Das Netz kennt kein Gesetz“

Der japanische Internetaktivist Joichi Ito, Vorstandsmitglied der Internetverwaltung ICANN, über ...



APKOJI SASAHARA

Internetkone Ito
„Permanent online“

... die Veränderung des Lebens durch Web 2.0 Die Anwendungen von Web 2.0 schaffen einen Zustand permanenter Co-Präsenz. Zwölfjährige Kids in Japan sind permanent auf irgendeine Art online. Arbeiten

sie am PC, chatten sie nebenbei in kleinen Fenstern mit Freunden. Sind sie unterwegs, tippen sie SMS, ohne das Handy aus der Hosentasche zu nehmen. Fünf bis zehn Freunde wissen immer, wo sie gerade sind. Darum machen sie kaum Pläne, wenn sie ausgehen. Sie wissen ohnehin, wo die anderen anzutreffen sind. Telefon- und Internetunternehmen setzen in Japan dadurch rund zehn Milliarden Dollar jährlich um. Für unsere Eltern war es einst unvorstellbar, eine Stunde lang zu telefonieren, heute legen sie nur ungern den Hörer auf. Das Verhalten von Menschen ändert sich mit den Möglichkeiten.

... die Gemeinsamkeiten von Kids im Iran, Brasilien und den USA

Teenager in den USA, Brasilien und dem Iran nutzen die gleichen Internetplattformen. Sie tauschen sich über Kontinente hinweg aus und haben mehr miteinander gemein als mit ihrer jeweiligen Elterngeneration im eigenen Land. Das Kuriose daran ist, dass die Elterngeneration die Gesetze für die Welt ihrer Kinder, das Internet, aufstellt, obwohl sie von dieser Welt kaum Ahnung hat. Abgesehen davon kennt das Netz kein Gesetz, nur den Konsens der User. Nur was die Mehrheit gutheißt, setzt sich durch.

... den Trend zur Selbstveröffentlichung und seine Gefahren

Wenn wir Erwachsenen über bestimmte Dinge sprechen, beschreiben wir sie oft nur. Ein gutes Lied, einen Film oder Erlebnisse aus dem Urlaub. Die Web-affine Generation spricht nicht nur darüber, sie macht Dinge gemeinsam erlebbar: Da lädt man den Song bei iTunes runter und mailt ihn weiter, schickt einander Links für das YouTube-Video oder stellt das Urlaubsfoto auf Flickr, um es herzuzeigen. Sich öffnen heißt freilich immer auch, sich verletzlich zu machen. Für viele wird die Selbstveröffentlichung im Netz auch negative Folgen haben. Aber wer in keimfreier Umgebung aufwächst, entwickelt keine Abwehrstoffe und erlebt keine Abenteuer. Wer Risiken nicht eingeht, beraubt sich unglaublicher Chancen – vor allem im Internet.

Spock.com

Neuartige, Anfang August online gegangene Personensuchmaschine, die alle öffentlich zugänglichen Internetportale (darunter Xing, MySpace, Wikipedia), aber auch Presseberichte und Weblogs nach personenbezogenen Informationen durchforstet und diese gesammelt darstellt. Derzeit sind nach Unternehmensangaben bereits Daten von knapp 100 Millionen Menschen gespeichert, das Ziel von Spock ist allerdings, möglichst jeden Menschen mit einem eigenen Profil zu versehen.



Xing.com

Auf berufliche Kontakte fokussierte Netzwerkgemeinschaft, die bis zum November des Vorjahres als Open-BC (Open Business Club) firmierte. Jeder Teilnehmer beschreibt sich, seine beruflichen Erfahrungen und Vorhaben auf einer eigenen Seite und vernetzt diese mit anderen Teilnehmern. Dadurch zeigt sich, wer wen über wen kennt: Überraschende Querverbindungen bringen unter Umständen auch neue Geschäftsbeziehungen.

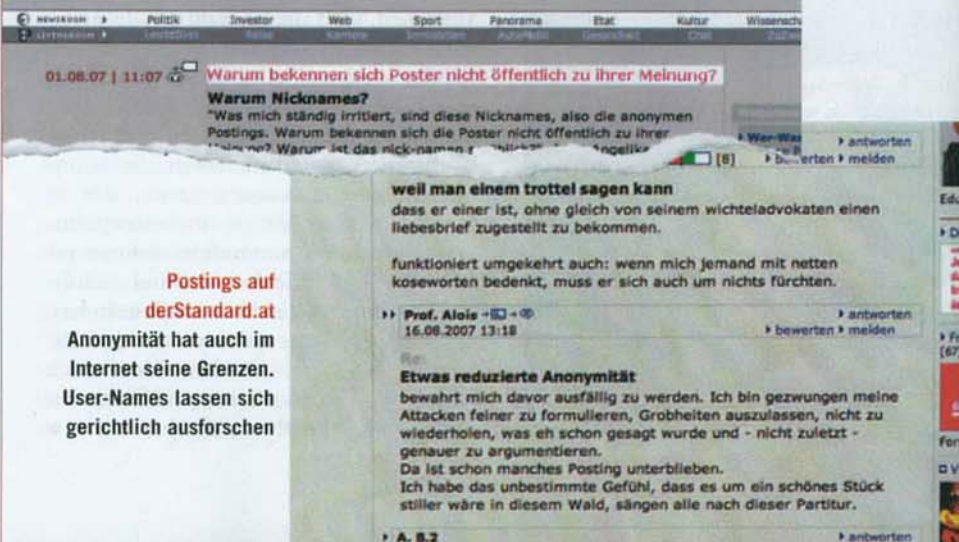
nehin jemand irgendwo.“ Auch seinen Blog schrieb Zeglovits jahrelang geschützt. Obwohl er in diesem Internettagebuch als „Weo“ (Name geändert) alles anonymisierte, fand es sich eines Tages unter den Suchergebnissen, als er seinen realen Namen googelte. „Wie so was passiert, lässt sich nie rekonstruieren“, sagt Zeglovits. „Sicher ist nur, dass es so ist.“ Nun muss Wolfgang Zeglovits zu allem stehen, was er als „Weo“ schreibt.

Internetklagen. Doch nicht nur das: Wolfgang Zeglovits muss nun auch zu allem stehen, was „Weo“ bisher geschrieben hat, auch in jener Zeit, als er noch glaubte, anonym zu sein. „Was glücklicherweise kein Problem für mich ist. Mir war immer klar, dass sich die Verbindung zwischen mir und meinem Pseudonym irgendwann herstellen lässt“, schmunzelt Zeglovits. Alte Texte oder Fotos aus dem Netz nehmen zu wollen ist zwecklos. So versuchte ein

deutscher Anwalt jüngst, einen politischen Kommentar, den er als Student geschrieben hatte, via Gerichtsbeschluss löschen zu lassen – und blitzte ab. Doch selbst bei erfolgreicher Klage wäre es faktisch unmöglich. Organisationen wie Archive.com oder Google selbst schicken in regelmäßigen Abständen Speicherprogramme durchs Netz und machen damit längst gelöschte Versionen von Internetseiten für immer abrufbar. Selbst staatliche Stellen übernehmen diese Praxis nun: So soll die Österreichische Nationalbibliothek künftig ebenfalls per Gesetz zweimal jährlich Kopien von heimischen Websites ziehen und wie alte Zeitschriften aufbewahren.

Denn Websites werden prinzipiell wie Zeitungen als Medien behandelt. Ihr Inhalt ist klagbar, von jedem Betroffenen. Der Swingerklub-Betreiber Viktor Hennemann etwa, Nebendarsteller in Ulrich Seidls Alltags-Doku „Hundstage“, klagte einen Blogger wegen übler Nachrede. Der

derStandard.at/Meinung



Postings auf derStandard.at

Anonymität hat auch im Internet seine Grenzen. User-Names lassen sich gerichtlich ausforschen



YouTube.com

Die Videoplattform YouTube ermöglicht Benutzern, selbst produzierte Videos, TV-Ausschnitte oder Musikclips ins Netz zu stellen und damit anderen zu zeigen. Täglich werden rund 65.000 Videos online gestellt und rund 100 Millionen Clips abgerufen. 2006 kaufte Google das Internetportal für rund 1,3 Milliarden Euro. Zunehmende Brisanz entwickeln zuletzt Klagen großer Medienkonzerne, die YouTube wegen Verletzung des Urheberrechts belangten. Weiters sorgt YouTube auch mit ethisch oder juristisch bedenklichen Clips für Schlagzeilen, zuletzt durch Nazi-Videos österreichischer Bundesheersoldaten (oben).

hatte in Internettexten behauptet, „der Vicker!“ pfeife wirtschaftlich „aus dem letzten Loch“. Hennemann gewann. Inzwischen überziehen deutsche Anwälte die Blogger-Szene mit so genannten Abmahnklagen. Für Übertretungen werden tausende Euro Entschädigung gefordert. Von Blog-Provider Dieter Rappold (Agentur Knallgrau und Twoday.net) forderte ein Hamburger Anwalt sogar Entschädigung für das angeblich urheberrechtlich geschützte Foto, das sein Mandant von einigen Scheiben Extrawurst aufgenommen hatte und das ein Blogger auf seiner Seite verwendete. „Wir lassen uns von solchen Schreiben nicht einschüchtern“, sagt Rappold. Ob der Durchschnittsbürger ebensolche Nerven hat, es auf einen Rechtsstreit ankommen zu lassen, ist fraglich.

Anonyme Postings. „Die Rache der Journalisten an den Politikern ist das Archiv“ – der Satz des verstorbenen „ZiB 2“-Anchorman Robert Hochner lässt sich nun auf jedermann ausdehnen. Die Rache des Archivs trifft nun den Durchschnittsbürger, der sich im Netz bisher anonym und damit in Sicherheit wähnte. Selbst die beliebten Postings unter Artikeln erfolgreicher Internetmedien wie derStandard.at oder orf.at, die in der Regel unter Pseudonymen verfasst werden, sind zurückverfolgbar. Diese Erfahrung musste auch Herbert Dietrichstein machen. In einem Chat mit dem Verleger Christian Mucha, bei



„Time“-Cover Den Internet-User zur „Person des Jahres“ gewählt

dem er in der Standard.at-Redaktion über das Internet mit Usern diskutierte, kritisierten diese die Arbeitsbedingungen in Muchas Verlag. Dietrichstein, selbst Ex-Mucha-Mitarbeiter, schaltete sich nur am Rande in die Online-Diskussion ein. Doch Mucha ließ die User ausforschen, die Kommentarschreiber waren ihm schon länger ein Dorn im Auge. Das Landesgericht Wien ordnete auf Muchas Anzeige an, was derStandard.at lange verweigert hatte: die Daten hinter den Pseudonymen herauszugeben. Die Anzeige wurde zwar zurückgelegt, für Dietrichstein trotzdem keine angenehme Situation: „Da realisiert man erst, dass man im Netz nicht mehr anonym ist.“

Der Standard.at kommt als so genannter Host-Provider, der den Platz zur Verfügung stellt, auf dem diskutiert wird, in eine Zwickmühle. Einerseits beschäftigt er Redakteure, die rechtlich heikle Postings löschen, andererseits will er die Meinungsfreiheit nicht überbordend zensieren. „Wir wollen kritische Stimmen nicht mundtot machen, wegen der ein anderer vielleicht genug Grund zur Klage sieht. Die User müssen auch ein gewisses Maß an Eigenverantwortung übernehmen“, sagt Standard.at-Chefin Gerlinde Hinterleitner.

Technisch lässt sich schon jetzt nachvollziehen, wer wo wann was geschrieben hat. Solange ein Provider die Verbindungsdaten speichert, lässt sich über die so genannte IP-Adresse eines Compu- ▶

Internetisch für Web-Anfänger

Blog, Weblog

Eine Art Onlinetagebuch, in dem Internetuser Geschichten, persönliche Kommentare oder journalistische Beiträge veröffentlichen. Leser haben meist die Möglichkeit, einzelne Blog-Einträge zu kommentieren. Über Feeds können Weblogs abonniert werden.

Feed

Abonnementdienst für Netzinhalte, insbesondere Weblogs und Podcasts. Sobald in einem Blog ein neuer Beitrag erscheint, erhalten die Abonnenten über die Feed-Software eine komprimierte Version zugestellt.

Peer-to-Peer

Programme, die es erlauben, auf andere Computer zuzugreifen. Meist werden Peer-to-Peer-Netzwerke als Tauschbörsen verwendet, in denen Medieninhalte (Musik, Videos) gemeinsam benutzt werden. Vor allem von der Musik- und Filmindustrie heftig angefeindet.

Podcast

Medieninhalte (Audio- und Videodateien), die über das Internet ausgestrahlt werden – unabhängig von einem Programmschema und einer fixen Sendezeit. Podcasts sind in vielen Fällen Audioversionen eines Weblogs, also eine Art private Radiosendung; inzwischen bieten allerdings auch viele institutionalisierte Medien ihre Inhalte als Podcasts an.

Social Software

Programme und Internetplattformen, die es ihren Usern erlauben, gemeinsame Inhalte zu kreieren (etwa über Wikis) oder sich selbst zu präsentieren und untereinander zu vernetzen (etwa über Seiten wie MySpace oder studiVZ).

Web 2.0, Participatory Web

Interaktives Netz, das sich im Gegensatz zum „alten“, passiven Internet (die User müssen mit dem vorliebnehmen, was ihnen vorgesetzt wird) seine eigenen Inhalte schafft. Der User wird selbst zum Autor, der sich in Weblogs, Wikis oder Podcasts äußert.

Wiki

Der Begriff stammt vom hawaiianischen Wort für „schnell“ – aus gutem Grund: Wikis sind offene Internetseiten, die von jedem registrierten Benutzer umstandslos (und damit äußerst schnell) bearbeitet werden können. Die Technologie beruht auf der Annahme, dass viele User mehr wissen als bloß einige wenige und dass dieses gemeinsame Wissen möglichst ungefiltert dargestellt werden sollte. Bekanntestes Wiki: die gemeinschaftlich verfasste Online-Enzyklopädie Wikipedia.

Flickr.com

Digitale Fotos mögen schnell gemacht werden, sobald es an die Verwaltung geht, wird es allerdings oft mühsam. Die 2002 in Vancouver entwickelte Onlinegalerie Flickr hat sich dieses Problems angenommen. Jeder angemeldete User kann seine Bilder kostenlos ins Internet stellen, dort ordnen und in Fotoalben sortieren. Außerdem lassen sich ähnliche Motive unter selbst gewählten Schlagworten, so genannten Tags, zusammenfassen. Inzwischen sind rund eine Milliarde Fotos online, die prinzipiell von jedem beliebigen Internetbenutzer betrachtet werden können. Wer's privater mag, kann Fotos aber auch abseits der Öffentlichkeit in einem geschlossenen Bereich speichern. Der Zugangscode dafür kann Freunden weitergemailt werden. Doch: Einmal weitergemailt, verliert der User die Kontrolle darüber, wer sich mit dem Code einloggt und die Bilder ansieht ...



ters rekonstruieren, wann und wo welcher User-Name oder welche E-Mail-Adresse angelegt wurde. Noch ist das nur Usern mit variablen Tarifen möglich. Mit der bevorstehenden Umsetzung der EU-Richtlinie zur Vorratsdatenspeicherung sollen aber künftig alle Verbindungsdaten zumindest sechs Monate gespeichert bleiben. Gerichtlich strittig ist momentan nur, wer die Herausgabe dieser Daten unter welchen Umständen erzwingen kann; ob nur Behörden bei schweren Vergehen oder auch Unternehmen wie die Musikindustrie, um Raubkopierer zu entlarven. Selbst Richter der Oberlandesgerichte hatten zuletzt in ähnlichen Fällen völlig unterschiedlich entschieden. „Derzeit weiß nicht einmal der Durchschnittsjurist, was in diesen Bereichen eindeutig erlaubt oder eindeutig verboten ist, geschweige denn der Durchschnittsbürger“, sagt der auf Internetrecht spezialisierte Richter Franz Schmidbauer. Er wünscht sich von der Po-

litik klarere Bestimmungen. Einen Schritt weiter geht Internetentrepreneur Rappold: „Es wäre der Auftrag des Bildungssystems, seine Bürger im Umgang mit den neuen Medien zu schulen.“ Hunderttausende Kinder surfen in Österreich im Netz, doch kein Lehrer hat die Verpflichtung, verantwortungsvollen Umgang damit zu lehren. Generell tendieren Jugendliche stärker dazu, permanent in irgendeiner Form online zu sein, bestätigt auch Internetaktivist Joichi Ito (siehe Interview Seite 114). „Dabei ist die Generationskluft ohnehin schwer zu überwinden“, kritisiert Rappold: „Jeder 13-Jährige ist seinem Lehrer in technischen Belangen voraus. Da denkt er sich: Von dem lass ich mir auch sonst nichts sagen.“

Stacy Snyder hätte als Lehrerin sicher einiges zu erzählen. Man müsste das Mädchen mit dem Piratenhut nur lassen. ■

Mitarbeit: Anna Giulia Fink, Sebastian Hofer, Gunther Müller, Franziska Troger

VORAB PER TELEFAX: +43/15227638

Knallgrau New Media Solutions
Herrn
Michael Platzer
Lindengasse 56/5

EINGANG

27. NOV. 2006

Abmahnklagen gegen Blogger

Findige Anwälte versuchen jede Übertretung einzuklagen. Selbst Urheberrechte auf Fotos von fünf Extrawurstscheiben

nen gegenüber beauftragt hat. Eine auf mich ausgestellte weitere Korrespondenz wollen Sie bitte ausschließlich über

meiner Mandant hat von verschiedenen Speisen Fotos professionell hergestellt, die er exklusiv auf seiner Webseite mit Kochrezepten veröffentlicht. Die Fotos sind urheberrechtlich geschützt.

2. Kürzlich hat mein Mandant festgestellt, dass Sie auf Ihrer Internetseite eines dieser Fotos zu redaktionellen Zwecken veröffentlicht. Es geht dabei um das unten abgebildete Bild:

