

REDLINE | VERLAG

SIMONE JANSON

NACKT IM NETZ



Simone Janson

Nackt im Netz

Simone Janson

Nackt im Netz

Wenn Social Media gefährlich wird

REDLINE | VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie.
Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Für Fragen und Anregungen:

janson@redline-verlag.de

1. Auflage 2011

© 2011 by Redline Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH, München,
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München
Tel.: 089 651285-0
Fax: 089 652096

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Redaktion: Ulrike Kroneck, Melle-Buer
Umschlagabbildung: iStockphoto.com
Satz: HJR, Jürgen Echter, Landsberg am Lech
Druck: Konrad Triltsch, Ochsenfurt
Printed in Germany

ISBN Print 978-3-86881-313-5
ISBN E-Book (PDF) 978-3-86414-267-3

Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter

www.redline-verlag.de
www.facebook.com/redlineverlag.de
www.twitter.com/redlineverlag

Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Das Ende der Privatsphäre – Lieber nackt in der Sauna als nackt im Netz?	7
Sinn und Unsinn sozialer Netzwerke:	
Warum eigentlich Facebook, Twitter & Co.?	13
Der Trick mit dem Gruppenzwang: Was alle machen, will ich auch!	13
Aliens vom anderen Stern: Social-Media-Muffel und Web-2.0-Euphoriker	16
Business, Matching und Biertrinker: Wenn das Private beruflich wird	24
Castingshow oder Talkrunde: Wie funktioniert die Kommunikation?.....	30
Zeitfallen, Überforderung und Zahlenspiele:	
Wie man soziale Netzwerke richtig nutzt.....	39
Byte-Stress, Denkfaulheit und Liebesentzug: Überfordert uns das Netz?....	39
Macht uns das Internet krank?	45
Filtern, filtern, filtern: Zeitmanagement und Arbeitsorganisation 2.0.....	53
Tools, Tools, Tools: Arbeitsorganisation mit Social Media.....	61
Schwanzvergleiche und Statistikneurosen.....	70
Die Ethik-Frage: Social Media, PR und Journalismus	81
Was bringt Social Media eigentlich wirklich?.....	87
Datenschutz und Datenhysterie: Identität im Netz, Ängste und Sicherheit	95
Wer bin ich und wo bin ich?.....	95
Öffentlich oder privat? Wer im Netz alles so mitliest!.....	104
Auf der Suche nach Kontrolle: Können wir das Netz beherrschen?	112
Nackt vielleicht – aber niemals allein: Warum überhaupt Datenschutz?	118
Höchstpersönlich: Bedroht das Internet unsere Identität?	125
Datenschutz absurd: Wenn aus Angst Panik wird.....	133
Social Media in Unternehmen: Gläserne Bewerber und Arbeitgeber mit Kontrollwut?	140
Das Leben der Anderen: Was machen die mit unseren Daten?	148

Am Ende: Wie nackt wollen wir im Netz stehen?	157
Internetverzeichnis	160
Literaturverzeichnis	169
Über die Autorin.....	173
Stichwortverzeichnis.....	174

Einleitung: Das Ende der Privatsphäre – Lieber nackt in der Sauna als nackt im Netz?

Bier ist Bier und Job ist Job! Oder anders ausgedrückt: Im Berufsalltag geben wir uns Mühe, dem Bild von Professionalität zu entsprechen. Wir verhalten uns – meistens jedenfalls – so, wie Chefs, Kollegen und Kunden es von uns erwarten: nämlich zugeknöpft. Private Dinge haben im Büro nichts zu suchen. Die leben wir in unserer Freizeit aus, wenn wir mit einer Flasche Bier vor dem Fernseher lümmeln, in die Sauna gehen und ähnliche Dinge tun, von denen Chefs, Kollegen und Kunden nicht unbedingt etwas wissen müssen. Oder?

In den letzten Jahren hat sich durch Internet, soziale Netzwerke und Handys schon einiges verändert, und dabei wird es vermutlich nicht bleiben. Möglicherweise stehen wir vor der größten gesellschaftlichen Herausforderung seit Beginn der Industrialisierung. Denn voraussichtlich wird sich in den kommenden Jahren unser aller Informations- und Kommunikationsverhalten und dadurch bedingt unsere Arbeits- und dementsprechend unsere Lebensweise grundlegend ändern. Die Grenzen zwischen Beruf und Privatleben verschwimmen immer mehr. Dank Smartphone, Laptop und mobilem Internet sind wir praktisch rund um die Uhr für unsere Chefs greifbar. Durch soziale Netzwerke und standortbezogene Dienste wie Foursquare oder Google Latitude kann er Tag und Nacht nachvollziehen, was wir so treiben. Ein Mobilfunk-Anbieter bietet Firmenkunden sogar ein Mitarbeiter-Überwachungs-Paket per GPS an. Personaler durchforsten das Internet nach Informationen über Bewerber. Gesichtserkennungssoftware spürt auch jede noch so peinliche Momentaufnahme von uns im Netz auf. Und wer weiß: Vielleicht gehören Begriffe wie Freizeit und Privatsphäre bald der Vergangenheit an, und wir stehen praktisch nackt im Netz?

In der Fantasie vieler Menschen bestimmt. Sätze wie »Das Internet ist echt gefährlich« und »Das ist mir alles zu viel und zu privat« höre ich öfter, wenn ich erzähle, dass ich beruflich mit Social Media zu tun habe. Dabei sind Panik und Verunsicherung vor dem Netz mindestens genau so groß wie die Polemik und die Unwissenheit, mit der dem Thema begegnet wird. Regelrechte Verschwörungstheorien hat sich so mancher zurechtgelegt. Und doch nutzen viele Leute das Internet dann doch irgendwie. Es ist ja praktisch, man macht das heute eben so oder man will beruflich nicht den Anschluss verlieren. So richtig beschäftigen mag man

sich aber nicht damit – es kostet zu viel Zeit. Aber ein ungutes Gefühl, was andere jetzt möglicherweise über einen erfahren, bleibt dann doch. Auch wenn der Vergleich sicher ein wenig hinkt: Der bekannte amerikanische Journalist und Blogger Jeff Jarvis machte sich nicht ganz zu unrecht über »diese Deutschen« lustig, die im Internet ein solches Gewese um ihre Privatsphäre machen, sich aber gegenüber wildfremden Menschen in der Sauna entblößen. Damit zeigten sie: Nackt sein in der Öffentlichkeit kann durchaus o.k. sein. Eben in der Sauna oder am FKK-Strand. Aber bitte nicht im Netz!

Klar, die Entwicklung im Netz kann einem schon manchmal Angst machen. Doch sie bietet auch Chancen: Wir finden über Soziale Netzwerke alte Freunde wieder, die über die ganze Welt verstreut sind. Wir knüpfen neue Kontakte zu Menschen, die die gleichen Dinge mögen wie wir. Und wenn wir bei Firma XY etwas kaufen oder uns bewerben wollen, stehen wir nicht mehr wie blöd vor einer mystischen Blackbox, sondern schauen hinein: Denn andere Menschen erzählen uns via Social Media oder in Bewertungsforen, wie es wirklich um die Qualität eines vermeintlichen Verkaufsschlagers bestellt ist, und wie der Service oder das Betriebsklima in einer Firma zu beurteilen ist. Überhaupt können wir uns heute durch das Internet viel schneller und besser über alles informieren. Und weil nicht nur ein oder zwei, sondern eine Vielzahl von Quellen zu unserer Verfügung stehen, sind wir kritischer geworden. Mehr noch: Aktionen wie das Guttenplag-Wiki, das einen Verteidigungsminister zu Fall brachte, weil es in gemeinsamer, ehrenamtlicher Arbeit die Plagiatsvorwürfe gegen Karl-Theodor zu Guttenberg bestätigte, zeigen, dass das Internet auch zur politischen Meinungsbildung und für demokratische Prozesse taugt.

Die neuen Kommunikationsformen verändern auch unsere Arbeitsweise: Sie wird nicht nur schneller und effizienter, Arbeiten ist auch an jedem Ort und zu jeder Zeit möglich. Das bedeutet also nicht mehr von neun bis fünf tagaus tagein malochen, sondern bringt mehr persönliche Freiheit: Immer mehr setzt sich auch in Deutschland durch, dass Arbeitnehmer nicht an feste Arbeitszeiten und -orte gebunden sind, sondern von überall arbeiten können, wann sie wollen. Internet und Social Media helfen auch, sich seinen Job nach den eigenen Vorstellungen zu schaffen: Einfach das tun, was man mag und am besten kann, die Kontakte finden, die man dazu braucht. Einige Musiker, die über die Videoplattform YouTube bekannt geworden sind, haben erfolgreich vorgemacht, wie man relativ einfach eigene, kreative Ideen verwirklichen und sein Publikum erreichen kann. Denn komplexe, teure Vertriebsstrukturen sind nicht mehr unbedingt nötig. Und bei Social

Media geht es auch nicht – selbst wenn das manche meinen – um die meisten Follower und die höchsten Fanzahlen. Vielmehr sind die wichtigsten Marketing-Instrumente gute Ideen und die eigene Persönlichkeit. Denn was zählt, ist die offene, authentische Kommunikation zwischen Menschen. Es »gewinnt« am Ende nicht zwangsläufig, wer das meiste Geld hat, um mit Werbung auf sich aufmerksam zu machen, sondern derjenige, der auf Fragen, Bedürfnisse und Wünsche seiner Mitmenschen eingeht. Denn Social Media ist kein Vertriebsweg, es ist ein Kulturraum. Einer, in dem wir entspannt miteinander sprechen und in dem wir als echte Menschen mehr und mehr das professionelle Bild, das wir abgeben wollen, verdrängen. Die Vermischung von beruflichen und privaten Aspekten könnte dazu beitragen, die Welt ein Stück ehrlicher und offener zu machen. Wer weiß, am Ende finden wir es vielleicht sogar befreiend, nackt im Netz zu stehen – wie in der Sauna oder am FKK-Strand.

Ich gebe zu, der Idee von einer demokratischeren, offeneren, freieren und ehrlicheren Welt dank Social Media haftet etwas Utopisches an. Denn wie bei jeder Innovation ist auch hier das Missbrauchspotenzial groß. Ehrliche, authentische Kommunikation mag total klasse sein: Doch vielleicht ist jemand, der bei Twitter cool und sympathisch rüberkommt in Wirklichkeit ein stubenhockender Langweiler, der sich einfach nur darauf versteht, im Netz lustige Sprüche loszulassen. Und natürlich haben mit allen Wassern gewaschene PR-Strategen längst kapiert, wie sie ihre Kunden via Facebook und Co. besonders offen und sympathisch erscheinen lassen – weil es sich einfach besser verkauft. Es ist schön, dass wir im Netz Informationen über Unternehmen, Behörden und Politiker finden; diese Möglichkeiten sollten wir auch unbedingt nutzen, um uns besser zu informieren. Aber auch Behörden, Geheimdienste und Unternehmen haben natürlich soziale Netzwerke längst als Informationsquelle entdeckt, um uns genauer zu durchleuchten. Schließlich hat auch der sonnige Traum vom freien, flexiblen Arbeiten seine Schattenseiten: Denn was flexibel heißt, bestimmen leider oft Chef und Kunde. »Allways on«, wie es in der Internetszene euphemistisch heißt, sind dann eben nicht nur Laptop und Handy, sondern auch man selbst steht schnell auf ständiger innerer Bereitschaft. Dauerstress und Überlastung sind die Folge.

Gefahren im Internet – es gibt sie also tatsächlich. Vielleicht sollte man sie besser als Herausforderungen bezeichnen, die durch die neuen Technologien entstanden sind und mit denen wir noch lernen müssen, umzugehen. Zum Beispiel, indem wir für uns selbst das richtige Maß an Offenheit und Ehrlichkeit erkennen – jeder für sich – und in der Kommunikation einhalten: zugeknöpft, leicht bekleidet oder eben ganz nackt. Indem wir das Spiel um Authentizität im Netz durchschau-

en und für unsere Zwecke einsetzen, um zum Beispiel den Job zu finden, den wir wollen und der zu uns passt. Indem wir uns nicht von anderen sagen lassen, welche Netzwerke gerade total angesagt sind, sondern Social Media so nutzen, wie es uns gefällt und wie es zu uns passt. Und indem wir lernen, mit den Anforderungen der ständigen Erreichbarkeit umzugehen, die Technik auch mal abzuschalten und uns nicht von dem ständigen (vermeintlichen) Kommunikationszwang verrückt machen lassen. Sicher, sich damit auseinanderzusetzen, bedeutet Arbeit. Aber sie ist notwendig, allein schon damit es einem nicht so geht wie ausgerechnet Regierungssprecher Steffen Seibert, der am 28. April peinlicherweise schrieb: »Je mehr ich aber übers Twittern lese, desto schwieriger kommt es mir vor, arbeite also lieber ohne theoretischen Unterbau.«¹ Denn lieber unwissend zu bleiben, weil einem das Wissen zu kompliziert erscheint, ist keine Lösung. Wie wir diese hier aufgelistete Gefahren bzw. Herausforderungen meistern, davon handelt dieses Buch.

Die 10 größten Gefahren von Social Media

1. Gruppenszwang: Alle reden von Social Media und jeder will dabei sein. Genau damit fängt die Manipulation jedoch schon an.
2. Always on: Soziale Netzwerke und Mobile Techniken suggerieren uns, nichts verpassen zu dürfen. Manch einer zeigt im Offline-Zustand sogar regelrecht Entzugserscheinungen. Wer nicht lernt, Nein zu sagen und abzuschalten, wird irgendwann vor Überforderung zusammenbrechen.
3. Zeitverlust: Hier noch ein Tool, da die neuste App. Internet und soziale Netzwerke sind voll von Ablenkungen, die uns die Zeit rauben. Wenn wir nicht stringent organisieren, verzetteln wir uns.
4. Facebook-Depression: Wer hat die meisten Follower bei Twitter und die meisten Friends bei Facebook? Schwanzvergleiche sind im Netz unsinnig und depremierend. Wie entkommt man dem?
5. Identitätsverlust: Im Netz verschwimmen die Grenzen zwischen öffentlich und privat, zwischen Authentizität und Selbstdarstellung immer mehr. Wer nicht aufpasst, verliert sich dabei selbst.
6. Datenverlust: Vor allem Google und Facebook zielen immer mehr darauf ab, für viele Nutzer Komplettanbieter für verschiedenste Kommunikationsdienste zu werden. Doch wer alle seine Daten einem Anbieter anvertraut, riskiert, diese zu verlieren.
7. Imageverlust: Ob gezieltes Mobbing oder einfach nur Kritik an der eigenen Person – der Ruf im Internet ist schnell ruiniert. Das zu kontrollieren ist kaum möglich. Was helfen kann, ist ein vernünftiges Reputationsmanagement.

8. Datendiebstahl: Wer sich in Sozialen Netzwerken bewegt, dem könnte nicht nur die Wohnung ausgeräumt werden, weil Diebe stets wissen, wo man ist. Auch wichtige Daten können ausgespäht werden. Wie kann man das verhindern?
9. Überwachung: Gesichtserkennung, an Unternehmen übertragene Standortdaten, googelnde Personaler, verdeckte Ermittler bei Facebook. Wie gehen wir mit solchen Gefahren um?
10. Manipulation: Als gläserner Mensch, der sich mit ähnlich denkenden Freunden umgibt und seine gesammelten Lebensgewohnheiten ins Netz stellt, werden wir auch durchschaubar. Das macht uns berechen- und manipulierbarer.

Sinn und Unsinn sozialer Netzwerke: Warum eigentlich Facebook, Twitter & Co.?

Der Trick mit dem Gruppenzwang: Was alle machen, will ich auch!

Carola Rümper hatte lange keinen Bock auf Facebook: Ständig die ganzen Geschichten über Daten, die weitergegeben werden, alles ist öffentlich und jeder bekommt mit, was man macht – nein danke! Dabei hatte die bildende Künstlerin aus Berlin das Internet längst für sich entdeckt: Auf spezialisierten Kunst-Portalen wie kulturserver.de und artists.de ist sie seit Jahren unterwegs, um Informationen zu finden, sich mit anderen auszutauschen und ihre Arbeit zu vermarkten. Aber Facebook? Das war ihr einfach zu undifferenziert.

Dann kam der 21. Januar 2011. Das war der Tag, an dem Rümperer sich nach langem Zögern dann doch bei Facebook registrierte. Weil – besonders in der Berliner Kunstszene – irgendwie alle da waren. Weil sie ihre Arbeit vermarkten wollte. Und weil sie das Gefühl hatte, etwas zu verpassen, wenn sie nicht auch dabei ist. Mittlerweile nutzt sie Facebook etwa zwei oder dreimal in der Woche, in der Regel um zu sehen, was andere machen, welche Ausstellungen es so gibt und um selber Werbung für ihr eigenes Atelier zu veröffentlichen. Ihre Skepsis allerdings ist geblieben.

Der Mitmacheffekt: Als Vegetarier allein auf der Barbecue-Party

So wie Carola Rümperer geht es vielen Menschen, die bislang noch nicht beigetreten sind: Sie hören ständig von Sozialen Netzwerken wie Facebook und Twitter. Schließlich ist das Thema dauerpräsent – sei es in den Medien, bei Freunden, Kollegen oder Bekannten. Wenn ALLE mittags in der Kantine darüber reden, was aus dem Nachbarbüro bei Facebook gepostet wurde oder man die entsetzte Frage verneinen muss: »Wie, du hast noch kein Account?«, hinterlässt das ein ungutes Gefühl: nämlich der Einzige zu sein, der keine Ahnung hat – ganz so, als ob man

als Vegetarier allein auf einer Barbecue-Party ist oder ein bunt-karriertes Kleid trägt, über das alle tuscheln. Wer will schon derjenige sein, der draußen steht und die Party verpasst?

Diesen Mitmacheffekt nutzen viele Unternehmen, um neue Kunden zu gewinnen – man denke nur an die Partnertarife bei Handys, die darauf abzielen, seine Freunde ebenfalls von den Qualitäten des Anbieters X oder Y zu überzeugen. Und auch soziale Netzwerke, die ja ebenfalls gewinnstrebende Unternehmen sind, machen genau das: Sie spannen all jene vor ihren Karren, die bereits dabei sind, um neue Mitglieder zu werben. Das ist aus unternehmerischer Sicht übrigens durchaus sinnvoll: Schließlich besteht das Geschäftsmodell darin, möglichst viele Benutzer zu gewinnen. Wie sinnvoll und sozial das den Kunden gegenüber ist, darüber lässt sich streiten. Gerade bei Facebook!

Facebook geht nämlich besonders aggressiv vor, wenn es darum geht, noch mehr Menschen von seinen Qualitäten zu »überzeugen« – vermutlich ein Grund, warum es innerhalb weniger Jahre zum beliebtesten Online-Netzwerk weltweit avancierte. Das Webanalyse-Unternehmen Pingdom² hat Google-Trends ausgewertet und 29 soziale Netzwerke aufgelistet, die weltweit mehr als eine Million Zugriffe täglich für sich verbuchen können. Mit 310 Millionen täglichen Seitenzugriffen liegt Facebook mit weitem Abstand ganz vorne. Mit 51 bzw. 37 Millionen Zugriffen weit dahinter liegen die in Deutschland weitgehend unbekannteren Netzwerke Orkut und Qzone. Erst dann folgt Twitter mit 22 Millionen täglicher Zugriffe.

Der Schlüssel zu diesem unglaublichen Erfolg für Facebook heißt E-Mail-Freunde-Finder. Damit können registrierte Mitglieder alte Bekannte und Freunde wiederfinden, indem sie dem Netzwerk Zugriff auf ihr E-Mail-Konto gewähren. Dadurch findet Facebook nicht nur heraus, wem Sie jemals von diesem E-Mail-Account geschrieben haben, nein, praktischerweise können Sie auch noch all diejenigen gleich zu Facebook einladen, die noch nicht registriert sind. Schnell, schön und einfach. Das »Aber« folgt auf dem Fuß: Auch wenn Facebook versichert, Ihr Passwort nicht zu speichern: Zumindest die importierten E-Mail-Adressen werden dabei von Facebook gespeichert und weiterhin genutzt! Und so bekommen dann auch all die ahnungslosen Menschen in Ihrem E-Mail-Adressbuch, die bisher mit Facebook nichts zu tun haben wollten, Post von dem »blauen Riesen« mit der freundlichen, aber doch quengeligen Frage, ob sie nicht doch endlich mal beitreten wollen.