

Neue Richtlinien

Facebook durchleuchtet Nutzer künftig noch mehr

BERLIN · 30.11.2014 · 15:52 UHR

Das soziale Netzwerk ändert zum 1. Januar 2015 seine Nutzungsbedingungen. Künftig sollen noch mehr Daten erhoben werden, die Nutzer sollen aber auch mehr Kontrolle darüber bekommen. Verbraucherschützer bleiben skeptisch.



Arno Burgi 

Die Nutzer des sozialen Netzwerks werden immer durchsichtiger für die Facebook-Betreiber.

Die wichtigsten Neuerungen des sozialen Netzwerks hat Till Simon Nagel zusammengefasst:

Datenschutz

Facebook will es Nutzern leichter machen, zu entscheiden, wer ihre Inhalte sieht. Dazu gibt es jetzt interaktive Anleitungen und auch Möglichkeiten, die Analyse von besuchten Seiten und Apps zu kontrollieren. Rechtsanwältin Sabine Petri weist darauf hin, dass der Nutzer hier aktiv tätig werden muss.

Neue Funktionen müssten in der Regel abgestellt werden, wenn man mit ihnen nicht einverstanden sei. Und man müsse sich bewusst sein, dass trotz aller Einstellungen Facebook selbst immer alles erfahre und möglicherweise auswerte.

Standortdaten

Künftig können bei aktivierten Ortungsdiensten Informationen zum Standort mit denen der Freunde und mit Werbeanzeigen verbunden werden. Wer also seinen Standort teilt, kann beispielsweise Informationen über Restaurants in der Nähe oder Neuigkeiten von Freunden in der näheren Umgebung angezeigt bekommen. Wer das nicht möchte, sollte der Facebook-App auf seinem Smartphone keinen Zugriff auf das GPS-Modul gewähren.

Werbung

Facebook will Werbung noch mehr auf den Einzelnutzer zuschneiden. Bisher werden die Inhalte der Werbeanzeigen aus „Gefällt mir“-Angaben und anderen Aktivitäten im Netzwerk generiert. Bald sollen auch besuchte Internetseiten und genutzte Apps ausgewertet werden. Das Netzwerk ist nämlich in der Lage, die Aktivitäten seiner eingeloggten Nutzer im Netz teilweise nachzuvollziehen. Wer dann etwa online ein Paar Sportschuhe kauft, dem könnten beispielsweise Anzeigen für Sportkurse oder andere Trainingskleidung angezeigt werden. Wer Urlaubsziele recherchiert, könnte Werbung von Reiseveranstaltern sehen.

Facebook-Nutzer sollen in Zukunft außerdem Werbeanzeigen auf ihre Relevanz bewerten können. Dazu wird auch sichtbar gemacht, in welche Zielgruppe Facebook den Nutzer einordnet und warum er eine bestimmte Anzeige sieht. Laut Facebook soll so sichergestellt werden, dass Nutzer nur relevante Anzeigen sehen. Verbraucherschützer sagen, das Unternehmen erhalte so noch präziseren Einblick in die

Interessen seiner Nutzer.

Neue Funktionen

Das Netzwerk will seine Kunden durch neue Optionen wie einen „Kaufen“-Knopf enger an sich binden. So könnte der Kauf von Waren direkt über das Facebook-Konto erfolgen.

In anderen Regionen der Welt wird dies schon getestet. Damit könnte das Unternehmen neben Nutzungsdaten auch Überblick über Einkaufsgewohnheiten erhalten und an Zahlungsdaten der Kunden kommen. „Aus Verbraucherschutzsicht ist das sehr kritisch zu bewerten“, sagt Verbraucherschützerin Petri. Durch Zusammenführung dieser Daten könnten umfassende Personenprofile erstellt werden.

Wer Facebook ab dem 1. Januar aufruft, stimmt den neuen Richtlinien automatisch zu. „Der Nutzer hat keine Chance, dem zu widersprechen“, sagt Sabine Petri. Man habe nur die Möglichkeit, das Netzwerk nicht mehr zu nutzen, wenn man mit den Änderungen nicht einverstanden sei. Grundsätzlich empfiehlt sie Facebook-Nutzern, die Sichtbarkeit ihrer Beiträge stark zu kontrollieren und in den Privatsphäre-Einstellungen auf minimale Auswertung der persönlichen Daten zu Werbezwecken zu setzen. Und wachsam müssen Nutzer sein: „Man sollte regelmäßig nachsehen, ob die Einstellungen noch so sind, wie man sie eingestellt hatte.“