

Digitale Wegelagerei. Soziale Netzwerke und Datenschutz



GI SECMGT-Tagung, Frankfurt, 19.6.2015



facebook®



Intransparenz

Datenlöschung

Friend Finder

Timeline

Nutzungs-
bedingungen

Fanpage

Datenweitergabe an
Dritte

Social Plugins

Minderjährigen-
schutz

Datenschutz-
bestimmungen

...

Kontrolldefizite



Feststellungen Facebook Audit Irish Data Protection Commissioner

„must be provided“

„should be improved“



„not appropriate“

„unacceptable“

„must be empowered“

„ability should be provided“

„obvious concern“

„in contravention of the ePrivacy law“

„strong preference“

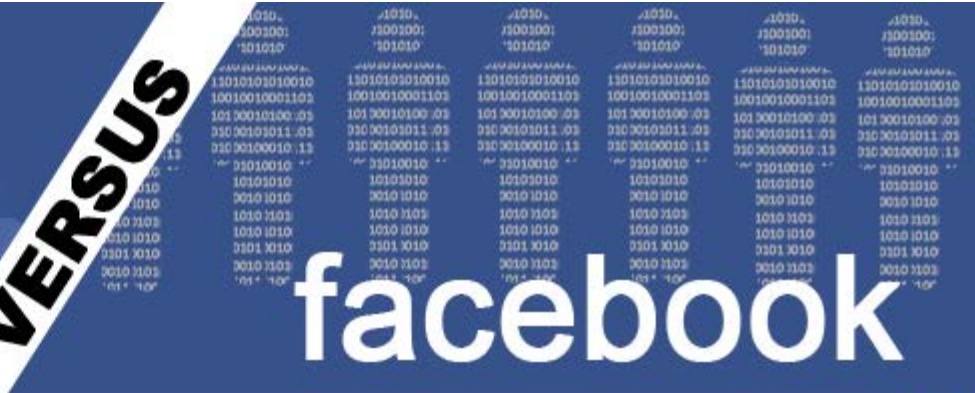
„requires additional measures“



Europe

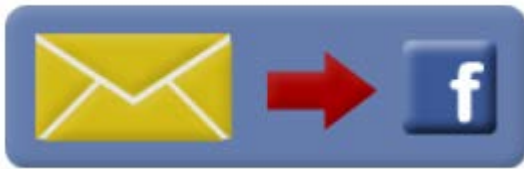


VERSUS



facebook

Start Ziele Verfahren Datenbestand Daten verlangen! Unterstützen! PRESSE 



Max Schrems

3 Jahre Facebook – 1.200 Seiten

09.04.2015 15:14

 « Vorige | Nächste »

Datenschutz-Streit: Facebook hält Wiener Gericht nicht für zuständig

 vorlesen / MP3-Download



Es ist ein Prozess mit möglicher Sprengkraft. Aber wie brisant die Musterklage eines Datenschutz-Aktivisten gegen Facebook wird, ist noch unklar.: Ob sich das Gericht für zuständig hält, soll erst in den kommenden Wochen entschieden werden.



Fragen und Antworten zum EuGH-Verfahren

Facebook und der "sichere Hafen"

Stand: 24.03.2015 11:05 Uhr



Darf Facebook die Daten von europäischen Usern in den USA speichern - oder verstößt der Konzern gegen die EU-Datenschutzrichtlinie? Und was hat das mit dem Prinzip des "sicheren Hafens" tun? Fragen und Antworten zu den Verhandlungen des Europäischen Gerichtshofs.

ALLES AUSKLAPPEN

PRISM

TOP SECRET//SI//ORCON//NOFORN

Gmail facebook msn Hotmail Google Apple skype paltalk.com YouTube AOL mail

 (TS//SI//NF) PRISM Collection Details 

Current Providers

What Will You Receive in Collection
(Surveillance and Stored Comms)?

Süddeutsche.de Digital

4. Februar 2014 05:48 Neue Zahlen zum Ausmaß der NSA-Überwachung

Geheimdienste griffen auf Zehntausende Online-Accounts zu

Sie haben die Lizenz zum Spionieren und sie nutzen sie auch: Neue Zahlen zeigen, dass US-Behörden innerhalb eines halben Jahres ganz legal mindestens 59.000 Online-Accounts bei Google, Facebook, Yahoo und Microsoft angezapft haben. Das tatsächliche Ausmaß der Überwachung ist weitaus größer.

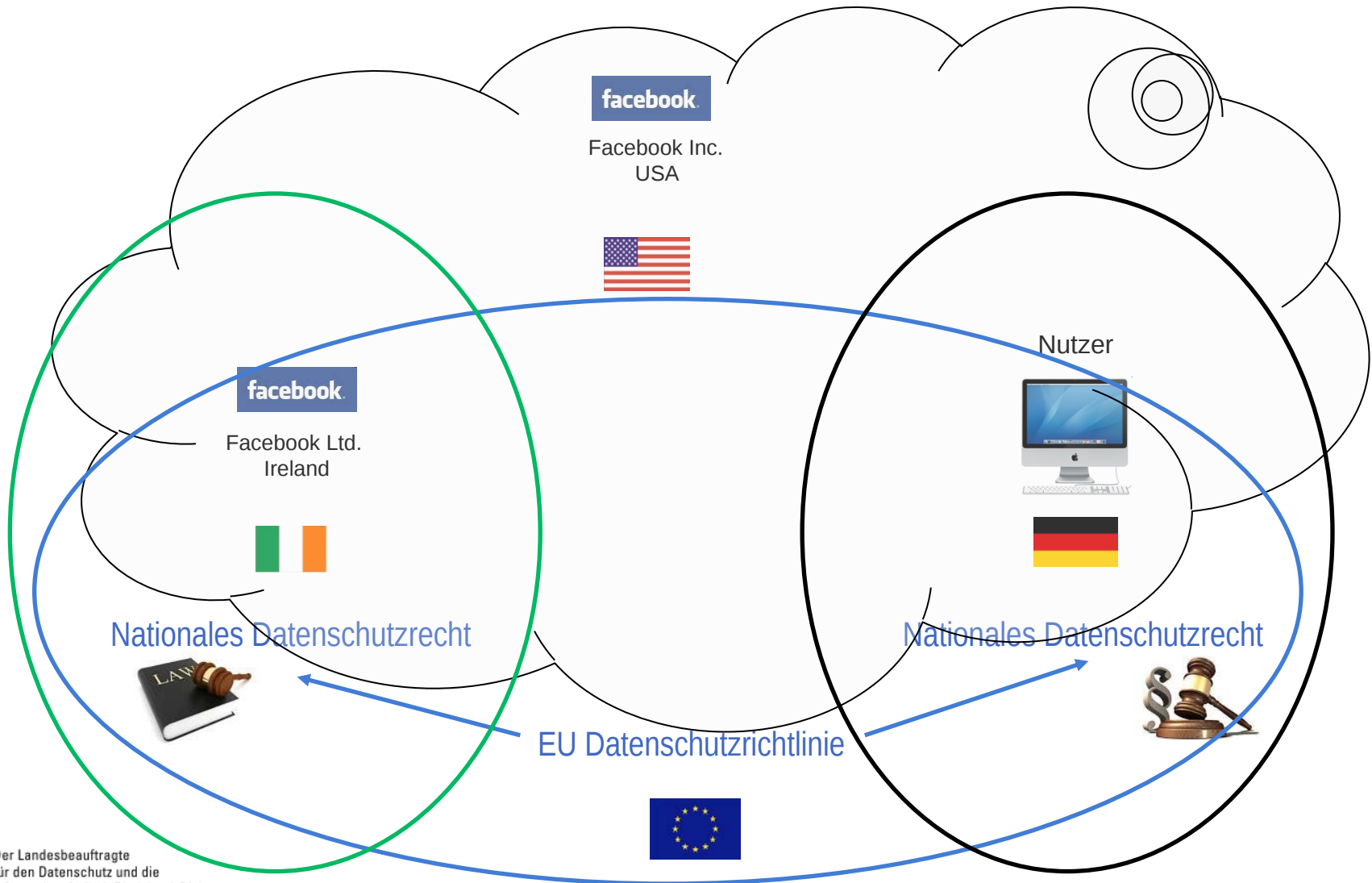
Facebook-Streit in Schleswig-Holstein wird gerichtlich geklärt

 vorlesen / MP3-Download

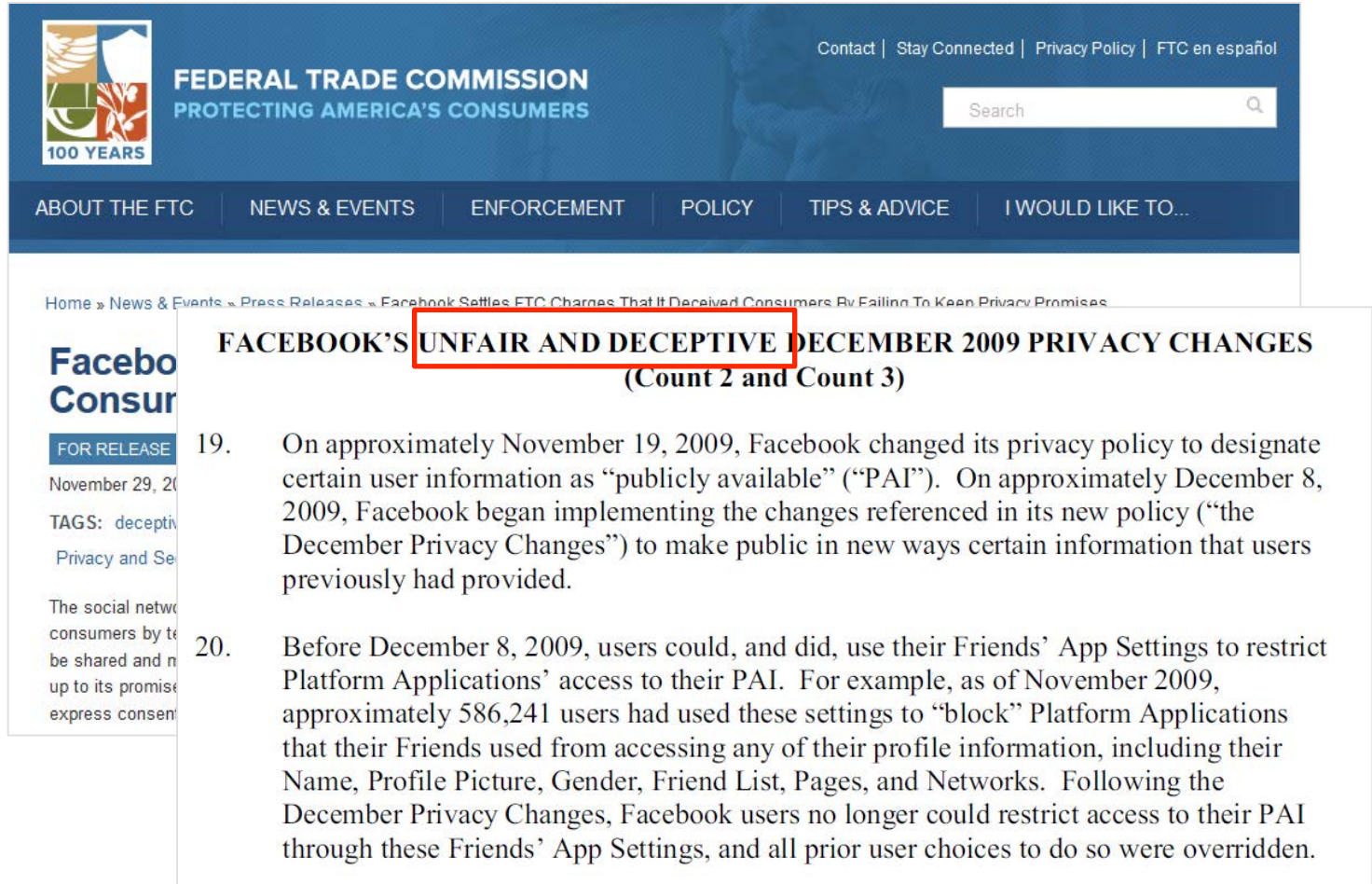
Die Industrie- und Handelskammer (IHK) Schleswig-Holstein hat beim Verwaltungsgericht Schleswig Klage gegen das Unabhängige Landeszentrum für Datenschutz (ULD) wegen dessen Initiative gegen Facebook-Fanseiten eingereicht. Dies berichten die *Lübecker Nachrichten*. Das ULD hatte im Herbst über ein Dutzend öffentliche und private Betreiber einschließlich der Staatskanzlei aufgefordert, ihre Auftritte bei dem sozialen Netzwerk abzuschalten. Bis zum November war aber nur eine öffentliche Stelle dem nachgekommen. Auch Appelle an die IHK und die Staatskanzlei, eine Rechtsklärung verwaltungsgerichtlich über Feststellungsklagen voranzutreiben, blieben bis Mitte Dezember ohne Reaktion.

Diesen Weg hat die IHK nun aber doch im Namen der Wirtschaftsakademie des Landes beschritten, um für alle schleswig-holsteinischen Unternehmen Rechtssicherheit zu schaffen und "Wettbewerbsverzerrungen" auszuräumen. Geklagt hat nach Angaben der Handelskammer auch ein Unternehmen aus dem Kieler Raum. Thilo Weichert, der Leiter des ULD, begrüßte das von ihm seit Längerem angestrebte Vorgehen der Wirtschaftsseite. Der schleswig-holsteinische Datenschutzbeauftragte rechnet mit bundesweiten Auswirkungen im Rahmen der Behandlung des Falls vor Gericht.

Situation Facebook



FTC: „Datenschutzbestimmungen ... unfair und irreführend“



The screenshot shows the Federal Trade Commission (FTC) website. The header includes the FTC logo, the text "FEDERAL TRADE COMMISSION PROTECTING AMERICA'S CONSUMERS", and a search bar. Below the header is a navigation menu with links: ABOUT THE FTC, NEWS & EVENTS, ENFORCEMENT, POLICY, TIPS & ADVICE, and I WOULD LIKE TO... The main content area displays a press release titled "FACEBOOK'S UNFAIR AND DECEPTIVE DECEMBER 2009 PRIVACY CHANGES (Count 2 and Count 3)". The text of the press release is as follows:

Home » News & Events » Press Releases » Facebook Settles FTC Charges That It Deceived Consumers By Failing To Keep Privacy Promises

Facebook's Unfair and Deceptive December 2009 Privacy Changes (Count 2 and Count 3)

FOR RELEASE
November 29, 2009
TAGS: deceptive
Privacy and Security

The social network...

19. On approximately November 19, 2009, Facebook changed its privacy policy to designate certain user information as “publicly available” (“PAI”). On approximately December 8, 2009, Facebook began implementing the changes referenced in its new policy (“the December Privacy Changes”) to make public in new ways certain information that users previously had provided.

20. Before December 8, 2009, users could, and did, use their Friends’ App Settings to restrict Platform Applications’ access to their PAI. For example, as of November 2009, approximately 586,241 users had used these settings to “block” Platform Applications that their Friends used from accessing any of their profile information, including their Name, Profile Picture, Gender, Friend List, Pages, and Networks. Following the December Privacy Changes, Facebook users no longer could restrict access to their PAI through these Friends’ App Settings, and all prior user choices to do so were overridden.

Was ist an Facebook problematisch ?

Thilo Weichert

Datenschutzverstoß als Geschäftsmodell – der Fall Facebook

Mit dem Börsengang im Mai 2012 hat Facebook einige Milliarden Dollar eingesammelt. Dies war nur durch eine personenbezogene Datenverarbeitung möglich, die in Deutschland und Europa gegen Datenschutzrecht verstößt.

Was ist an Facebook problematisch ?



- **Exzessive Verarbeitung** von Inhalts- und Nutzungsdaten
- Privatsphäreneinstellungen **unverständlich** und **kompliziert**
- Lösungsregelungen und Lösungspraxis **unzureichend**
- Fehlende **Widerspruchsmöglichkeit** gegen Nutzungsprofile
- Auskunftsansprüchen wird **nur teilweise** entsprochen
- **Unzureichende Information** der Nutzerinnen und Nutzer
- Datenverwendungsrichtlinien sind **unbestimmt, unklar** und **zu weitreichend**

Our Facebook Community

Every month there are...



1.39 BILLION
on Facebook



700 MILLION
on Groups



700 MILLION
on WhatsApp



500 MILLION
on Messenger



300 MILLION
on Instagram

Every day there are...



890 MILLION
on Facebook



1+ BILLION
Searches on Facebook



~2 BILLION
Photos shared across our apps



3+ BILLION
Video views on Facebook



7+ BILLION
Likes on Facebook



30+ BILLION
Messages on WhatsApp

Q4'14 community highlights

Die kleine Geschichte...



... vom „Bilderbuchland“.

Es gibt ein Land ... das Bilderbuchland ...

... das hat kein Staatsgebiet



Es gibt ein Land ... das Bilderbuchland ...

... und (noch) keine Nationalhymne

**National Anthems
of the World**

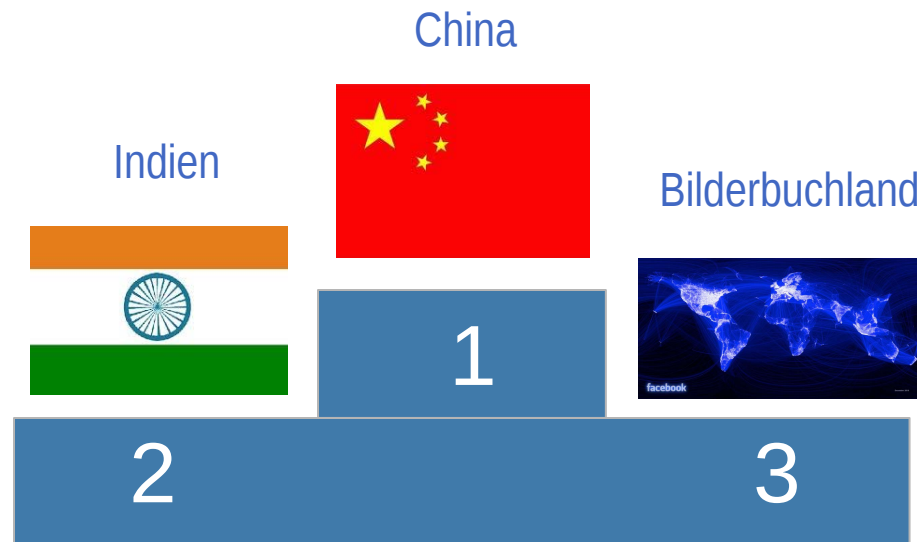


Es gibt ein Land ... das Bilderbuchland ...

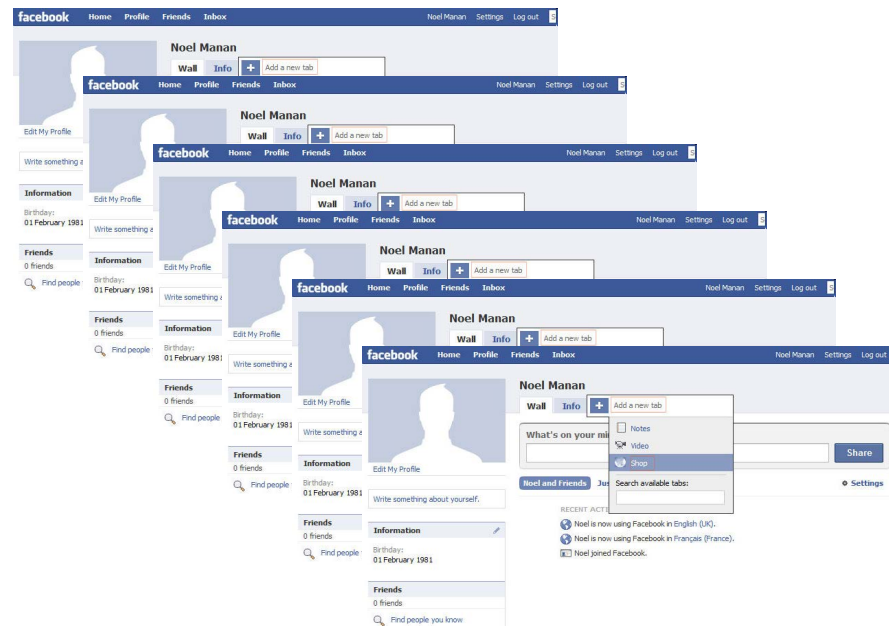
... und doch hat es mehr als 1 Mrd. Mio Einwohner ...



... und ist damit das drittgrößte Land der Erde.



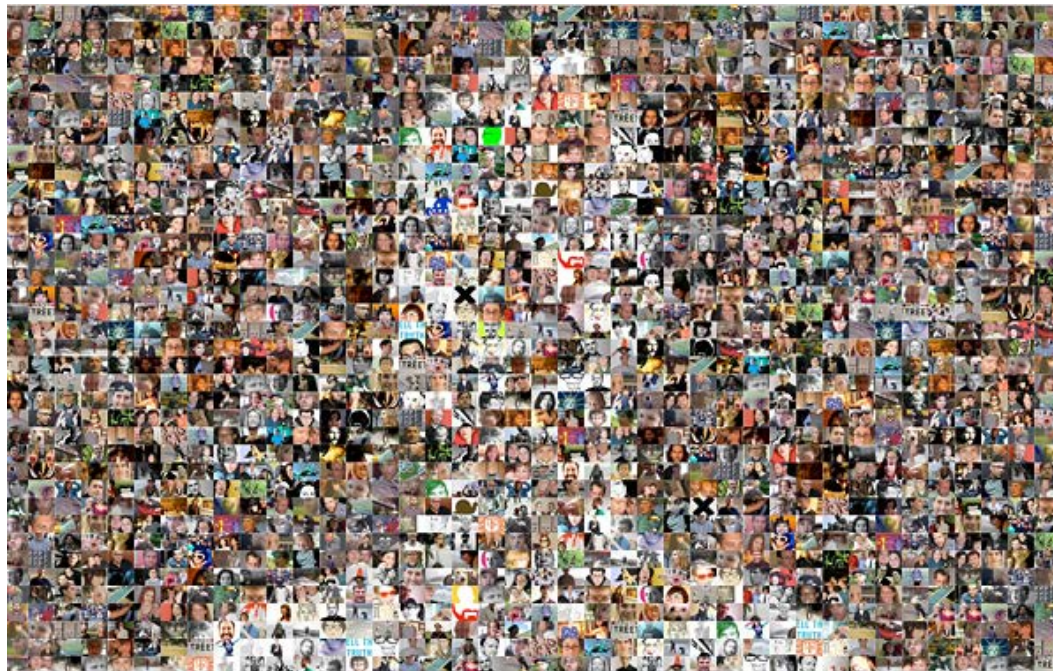
Jeder Einwohner hat auch einen Ausweis.



Das Land hat sogar eine eigene Währung.



Viele Einwohner sind Freunde ...



Das Bilderbuchland wird von einem jungen König regiert ...



... der sich sehr für seine Untertanen interessiert, ...



... wie, wo, wann, und was sie tun ...

- 21 Gender
- 22 Groups
- 23 Hometown
- 24 Last Location
- 25 Linked Accounts
- 26 Locale
- 27 Logins
- 28 Machines
- 29 Messages
- 30 Minireed
- 31 Name
- 32 Name Changes
- 33 Networks
- 34 Notes
- 35 Notification Settings
- 36 Notifications
- 37 Password
- 38 Phone Numbers
- 39 Photos
- 40 Physical Tokens
- 41 Pokes
- 42 Political Views
- 43 Privacy Settings
- 44 Profile Blurb
- 45 Realtime Activities
- 46 Recent Activities
- 47 Registration Date
- 48 Relationship
- 49 Religious Views
- 50 Removed Friends
- 51 Screen Names
- 52 Shares
- 53 Status Updates
- 54 Vanity
- 55 Wallposts
- 56 Website
- 57 Work

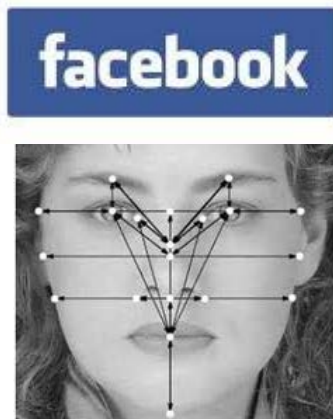
28 Actions and Interactions with Your Data

D. DATA CATEGORIES FOUND IN THE REPORT ONLY

- Apps Admin
- Friends' E-Mail address
- Likes off Site
- Pages Admin
- Profile Status Change
- Subscribers
- Subscriptions

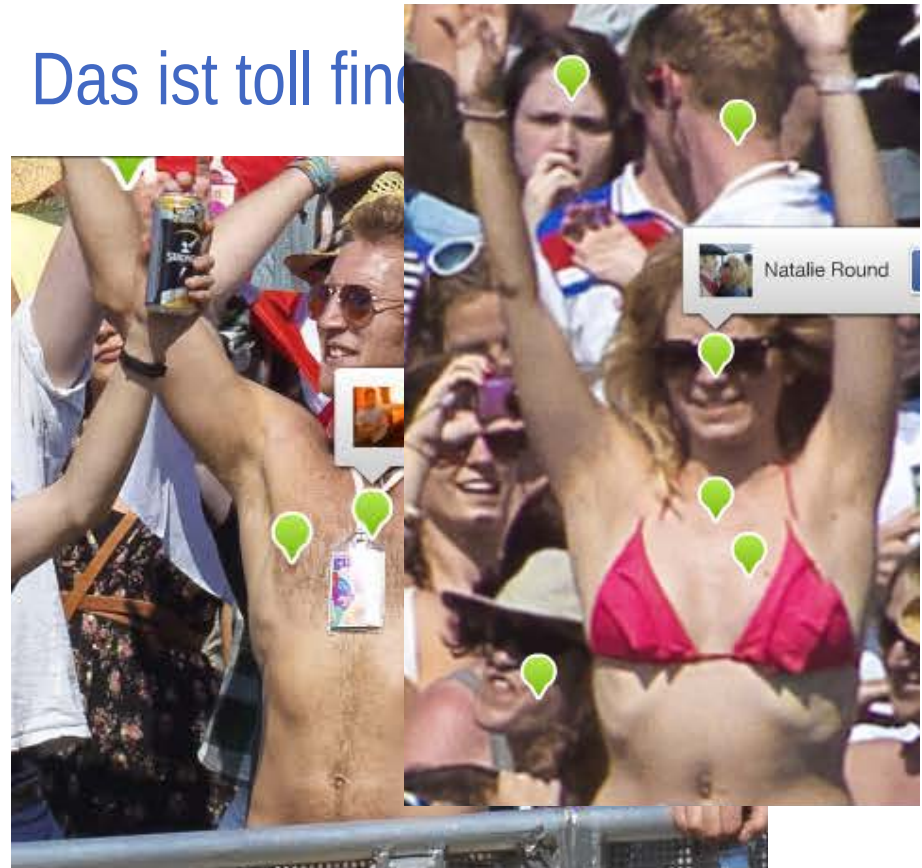
Facebook likely holds about every user.

... er kennt ihre Gesichter.



... und findet auch Natalie ...

Das ist toll find



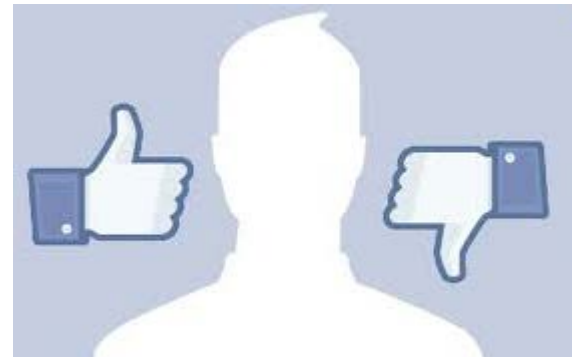
Der junge König weiß auch...



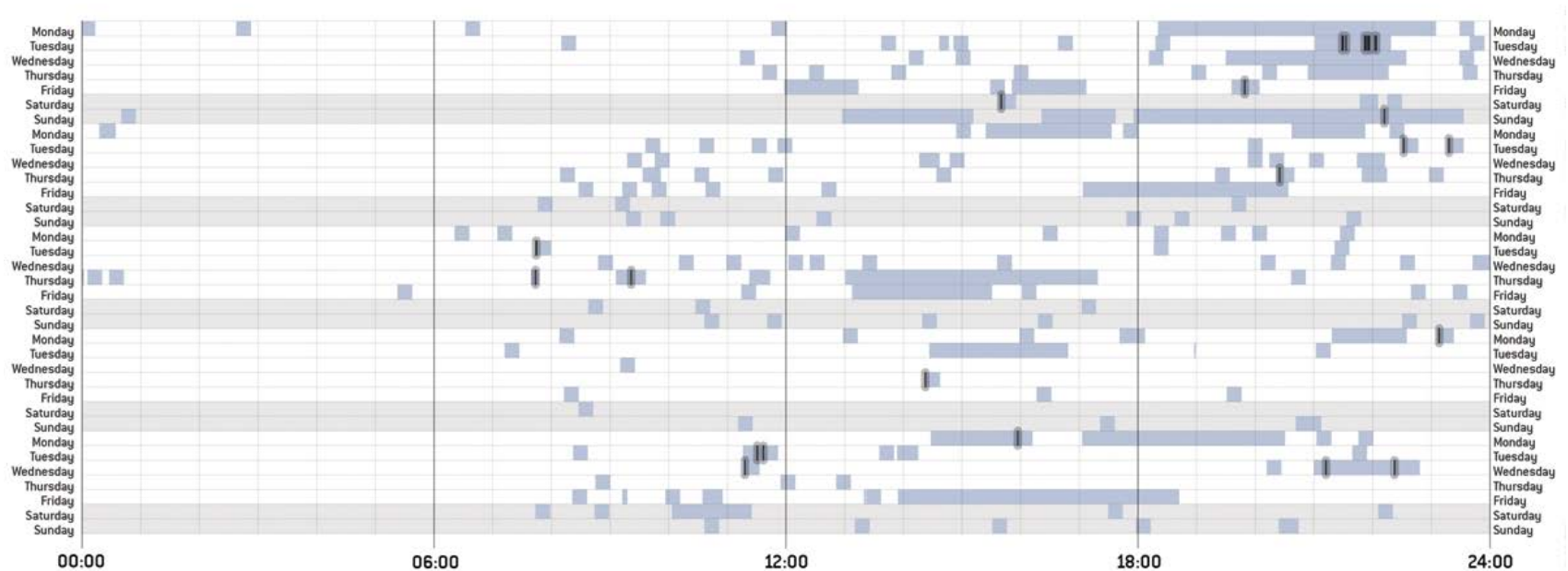
...worüber sich seine Untertanen unterhalten...



... was ihnen gefällt oder nicht ...



... wann sie online sind und Nachrichten schreiben...



Beispiel: Wann war Max eingeloggt und wann schrieb er Nachrichten [schwarze Linien]

00101100110000101100

... in dessen Leben eine
Teresa eine größere Rolle
spielt ...



Max scheint ein höflicher Mensch zu sein...

... und der gelegentlich demonstriert.

... der zum Teil offenbar Probleme bei Prüfungen hat....

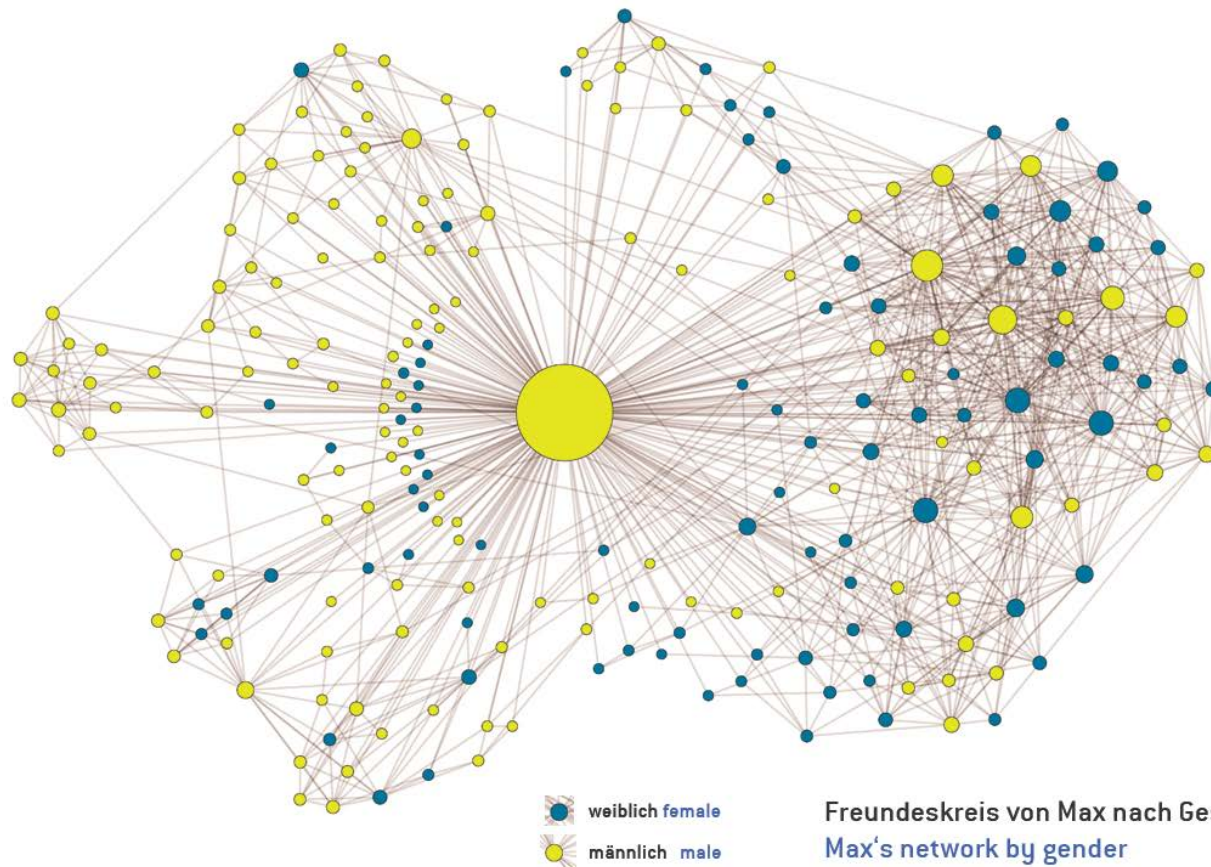
Das kann alles ganz interessant sein!

„Hey, ich habe einen
Schiss getan, der
aussieht wie ein
Schneckenhaus !!!“



Muss es aber nicht.

Der junge König weiß auch wieviele
Freunde seine Untertanen haben, und welche ...



... und wann sie wo ihre Fotos aufgenommen haben.



Das ist cool, wenn man soviel weiß ...



... und wenn man damit machen kann, was man will.

Alles, was Du auf Facebook einstellst, teilst oder bewertest...

...kann genutzt oder weitergegeben werden...

...gegen Entgelt...

Du gibst uns eine nicht-exklusive, **übertragbare**, **unterlizenzierbare**, gebührenfreie, **weltweite Lizenz für die Nutzung jeglicher IP-Inhalte**, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest („IP-Lizenz“).

Diese IP-Lizenz endet, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto löschst, **außer** deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben die Inhalte nicht gelöscht.

...an Jeden...

...quasi für immer.

... und er will auch, dass jeder weiß,
was der andere tut.

In Facebook-Gruppen ist keiner mehr unbeobachtet

Bislang konnten Nutzer in Facebook unerkannt
stöbern, niemand wusste, wann sie eingeloggt waren.
In den Gruppen ist das nun abgeschafft: **Sie zeigen, wer
wann etwas liest.**

Natürlich speichert Facebook, wann ein Nutzer in einer Gruppe online war
und welche Beiträge er sich dabei angesehen hat. Neu ist, dass diese Daten
jetzt nicht nur das Unternehmen einsehen kann, sondern jeder, der
Mitglied in der jeweiligen Gruppe ist.

Bisher konnten Facebook-Nutzer einfach so tun, als hätten sie bestimmte
Fotos oder Kommentare übersehen. Sie konnten unbemerkt im
Gruppenleben stöbern, ohne dabei sichtbare Spuren zu hinterlassen. Wer
Mitteilungen wissentlich ignorierte, musste keine Ächtung fürchten. Das
ändert sich jetzt.

... deswegen hat er kleine Helfer...



... die sammeln Informationen über seine Untertanen,
auch wenn sie außerhalb des Landes sind.



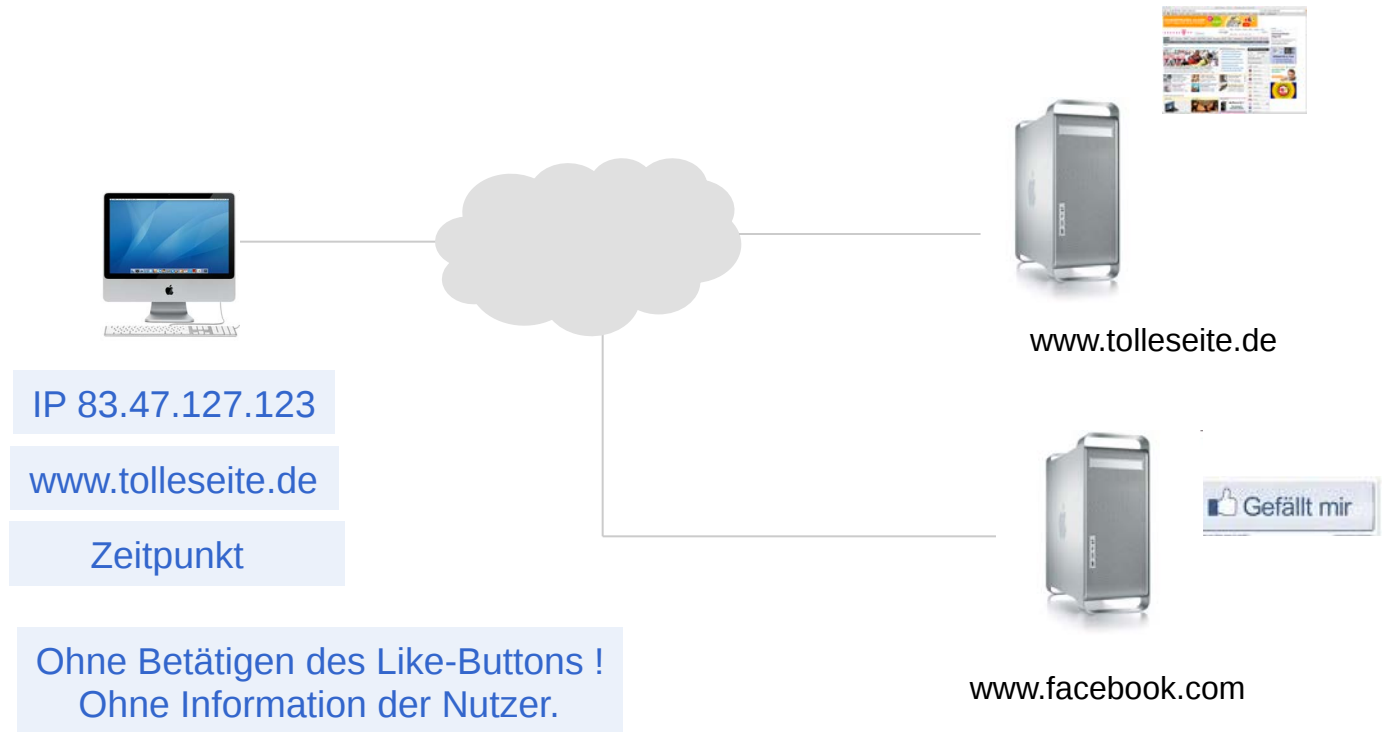
... meist ohne dass die Betroffenen das wissen.

The image shows a screenshot of the Bild.de website in a Mozilla Firefox browser window. The website's header features the headline "Der Onlineshop räumt die Lager!" and a navigation bar with categories like "Aktuelle Nachrichten", "Sport", "Politik", etc. The main content area includes a "TOP NEWS" section with articles about the "OLYMPIA 2012 LONDON" medal standings, "Krieg der Sprint-Legenden! Bolt attackiert Carl Lewis", and "Schöne Taekwondo-Helena will ins Halbfinale". There is also a section for "Dortmund-Schock" and "Leisten-OP! Bender fällt 4 Wochen aus". A large red overlay covers the right side of the page, with the text "RADIKAL REDUZIERT" repeated twice. A "Like" button with a hand cursor is visible at the bottom center of the red area. Two black silhouettes of people are positioned on the left and right sides of the red overlay, appearing to peek around it.

Facebook Like-Button



Social Plugins (Facebook Like-Button)



Social Plugins (Facebook Like-Button)





Adult Inkontinenz Windel mit extra SaugEinlage
WASCHBAR

[Für Kunden: Stellen Sie Ihre eigenen Bilder ein.](#)

Bambinex Waschbare Adult Windel - Größe 3 - InkontinenzWindel / Erwachsenenwindel / Windelhose
von [Bambinex](#)
[Geben Sie die erste Bewertung für diesen Artikel ab](#)

Preis: **EUR 69,99** **Kostenlose Lieferung.** [Details](#)
Alle Preisangaben inkl. MwSt.

Nur noch 7 auf Lager
Verkauf durch [Baby Egert](#) und [Versand durch Amazon](#). Für weitere Informationen, Impressum, AGB und Widerrufsrecht klicken Sie bitte auf den Verkäufernamen. Geschenkverpackung verfügbar.

Lieferung bis Dienstag, 8. April: Bestellen Sie innerhalb **24 Stunden und 28 Minuten** per **Morning-Express**. [Siehe Details.](#)

- Waschbare Windel für Erwachsene
- Kuschelig weich
- Inkl. Extra SaugEinlage
- Komfortabel mit Klett zu verschließen
- Maschinewäsche / Trocknergeeignet

[Weitere Produktdetails](#)
2 neu ab EUR 69,99

Menge:

[In den Einkaufswagen](#)
oder
[Loggen Sie sich ein](#), um 1-Click® einzuschalten.
oder
[In den Einkaufswagen mit GRATIS Premiumversand](#)
Mit kostenloser Probeteilnahme bei Amazon Prime. Melden Sie sich während des Bestellvorgangs an.

[Auf meinen Wunschzettel](#)
[Auf die Baby-Wunschliste](#)

Alle Angebote
2 neu ab EUR 69,99
Möchten Sie verkaufen?
[Diesen Artikel verkaufen](#)

[Empfehlen](#)    

Kunden, die diesen Artikel angesehen haben, haben auch angesehen

Seite 1 von 4

Social Plugins (Facebook Like-Button)





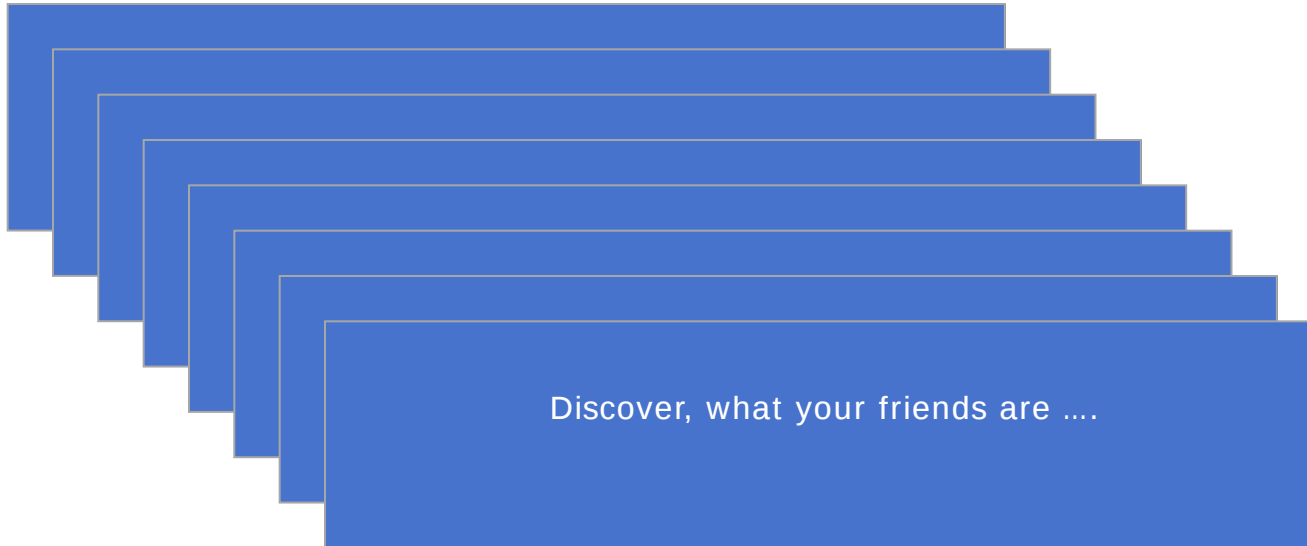
Facebook Connect



001011001100001011001100

facebook

Facebook Ticker



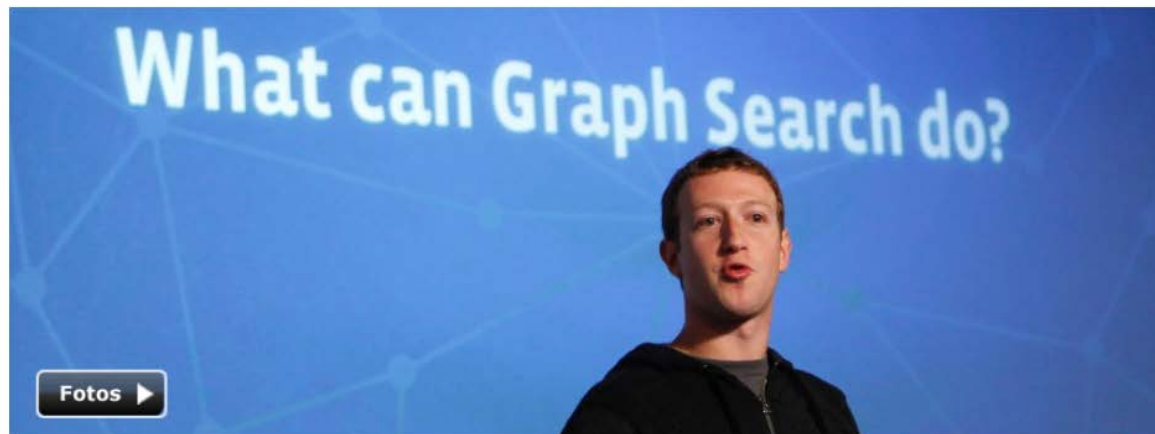
Your apps, now with friends.





Graph Search: Das verrät Facebooks Suchmaschine

Von *Konrad Lischka*

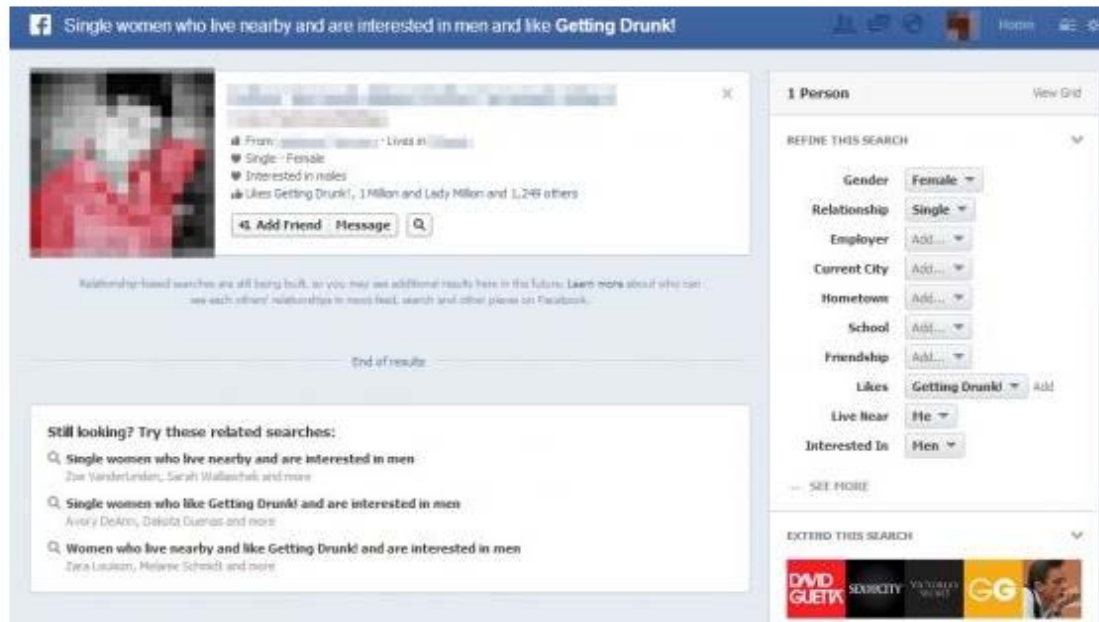


REUTERS

Was sind die Lieblingsfilme von Apple-Angestellten? Wie heißen Singles, die bei Facebook als Entwickler arbeiten? Und wo gehen meine Freunde am häufigsten aus? Solche Fragen beantwortet Facebooks neue Suchfunktion - der Test.

Digitaler Voyeurismus: Facebook Graph Search

Ein Beispiel: "Single Frauen, die in der Nähe wohnen, interessiert an Männern sind und sich gerne betrinken". Diesen Satz hat auch schon Tom Scott in Graph Search eingetippt und erstaunlich viele Ergebnisse bekommen. Über 100 Frauen fand der Blogger, die laut Facebook auf die Beschreibung zutreffen. Auch netzwelt konnte mit denselben Such-Parametern zumindest ein Mädchen mit den entsprechenden Angaben in der näheren Umgebung finden.



<http://www.netzwelt.de>

Digitaler Voyeurismus: Facebook Graph Search

Rechtsextreme, die einem Döner nicht abgeneigt sind? Graph Search findet 100 von diesen widersprüchlichen Geistern, die bei NPD und dem berühmten Fladenbrot mit Salat, Fleisch und Soße auf "Gefällt mir" klicken.



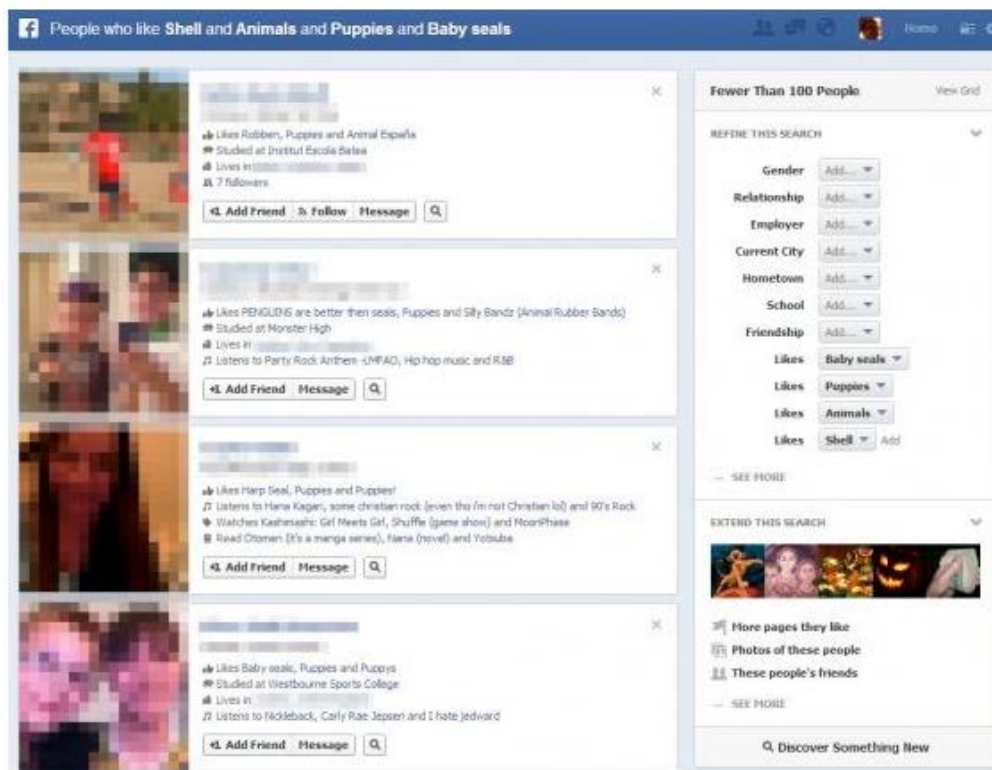
<http://www.netzwelt.de>



Der Landesbeauftragte
für den Datenschutz und die
Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz

Digitaler Voyeurismus: Facebook Graph Search

Eine ähnlich belustigende Doppelmoral gibt es bei Vegetariern, die gerne bei McDonalds essen: Laut Facebook sind das über 1.000. Auch interessant: Den "Gefällt mir"-Knopf bei dem Öl-Multi Shell drücken und gleichzeitig ein Herz für Vögel, Robben und anderes Getier haben.



<http://www.netzwelt.de>

Facebook Datenbestand

A. DATA CATEGORIES IN OUR DATA SETS

- 01 About Me
- 02 Account End I
- 03 Account Statu
- 04 Address
- 05 Alternate Nar
- 06 Applications
- 07 Chat
- 08 Checkins
- 09 Connections
- 10 Credit Car
- 11 Currency
- 12 Current C
- 13 Date of Bi
- 14 Education
- 15 E-Mails
- 16 Events
- 17 Family
- 18 Favourite Qu
- 19 Friend Reques
- 20 Friends
- 21 Gender
- 22 Gro
- 23 Hor
- 24 Last
- 25 Link
- 26 Loc
- 27 Log
- 28 Mac
- 29 M
- 30 M
- 31 M
- 32 M
- 33 M
- 34 M
- 35 Notificat
- 36 Notificat
- 37 Passwor
- 38 Phone N
- 39 Photos
- 40 Physical Tokens
- 41 Pokes
- 42 Political Views

B. DATA CATEGORIES FOUND IN THE REPORT AND COMPLAINT

- 01 Wall Posts on others' walls

C. DATA CATEGORIES FOUND IN COMPLAINT ONLY

- 02 Vi
- 03 Li
- 04 Co
- 05 Interaction with Advertisement
- 06 Co
- 07 Ind
- 08 Re
- 10 Se
- 11 M

D. DATA CATEGORIES FOUND IN THE REPORT ONLY

- Apps Admin

E. UNKNOWN OTHER DATA CATEGORIES

There might be more data categories we don't know about so far. We got an internal list of additional categories which Facebook likely holds about every user.

- 18 Rac
- Subscriptions
- Unlike
- Verified Mobile Numbers
- 56 website
- 57 Work

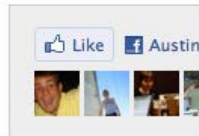


Social Graph

Social Plugins

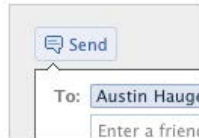
Core Concepts > Social Plugins

Social plugins let you see what your friends have liked.



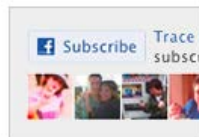
Like Button

The Like button lets users click.



Send Button

The Send button allows you to send a message to a friend.



Subscribe Button

The Subscribe button allows users to subscribe to a page.



Comments

The Comments plugin lets users leave comments on a page.



Activity Feed

The Activity Feed plugin shows comments from your friends.



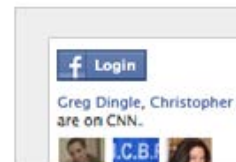
Recommendations

The Recommendations plugin shows pages that your friends might like.



Like Box

The Like Box enables users to see what their friends like.



Login Button

The Login Button shows profile pictures of your friends who are logged in.



Registration

The registration plugin allows users to create a new account.

Facebook Datenbestand

facebook



Hallo Helmut,

Wir haben festgestellt, dass eine Anmeldung für dein Konto von einem unbekannten Gerät um Samstag, 19. April 2014 um 09:02 erfolgt ist.

Betriebssystem: Mac OS X 10.9
Browser: Safari
Ort: Nuremberg, BY, DE (IP-Adresse=2003:51:4918:a001:5585:fa92:6d54:eb8e)

Hinweis: Orte basieren auf den Informationen des Internetdienstleisters.

Falls du das warst, kannst du diese E-Mail ignorieren.
Falls du das nicht warst, bitte [schütze dein Konto](#), weil es sein kann, dass sich jemand anderes dafür anmeldet.

Danke,
Das Facebook-Sicherheitsteam

Bitte beachte: Facebook fragt dich niemals per E-Mail nach deinen Anmeldeinformationen.



Facebook Home



Er ist ein Schelm, der junge König.



Dass der junge König so viel weiß ...



... macht manchen Leuten Sorge.



Weil sich für die Daten auch andere interessieren.

Großversuch in den USA

Online-Daten verraten Versicherern Risikokunden



dpa

Facebook: Öffentliche Daten können Versicherer für Risiko-Prognosen nutzen

Twitter und Facebook bestimmen den Jahresbeitrag: US-Versicherer testen, was Daten aus Online-Profilen über den Lebensstil ihrer Kunden verraten - und ob sie sich so herkömmliche medizinische Risiko-Prüfungen sparen können.

Weil sich für die Daten auch andere interessieren.

Schufa will bei Facebook schnüffeln: Kein Kredit wegen falscher Freunde?

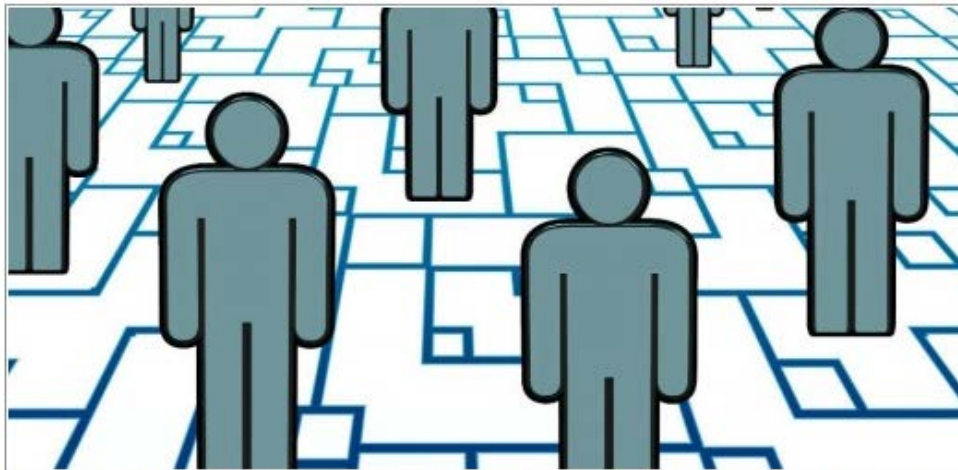
f Gefällt mir 8

Twittern 1

Share 3



Von Redaktion Verbraucherpapst | 7. Juni 2012 | Kategorie: Aktuell, Digital, Geld | 1 Kommentar »



Die Schufa, Deutschlands bekannteste Auskunft plant, Daten von Facebook-Nutzern und anderen sozialen Netzwerken zu sammeln. Das berichtet NDR Info. Die Schufa weist die Kritik an den Plänen zurück und behauptet, dass alles "im legalen Rahmen" geschehe. Verbraucher- und Datenschützer schlagen Alarm.

Facebook-Psychologie: Zeig m bist

Von *Holger Dambeck*



Daumen hoch: Der Like-Button verrät viel über den, der ihn

**Sind Sie Raucher, konservativ, schwul? Solche F
beantworten. Eine Studie zeigt: Die Daten des sc
Prozent Rückschlüsse auf die Persönlichkeit der**

Genauigkeit der Vorhersage

Eigenschaft	Trefferquote
Gebunden/Single	67 %
Zigarettenraucher	73 %
Trinkt Alkohol	70 %
Drogenkonsument	65 %
Weiß/Afroamerikaner	95 %
Christ/Moslem	82 %
Demokrat/Republikaner	85 %
Schwuler/heterosexueller Mann	88 %
Lesbische/heterosexuelle Frau	75 %
Geschlecht	93 %

Was soziale Netzwerke im Internet auch über Nicht-Mitglieder wissen können

30. April 2012 – Nr. 103/2012

Heidelberger Forscher untersuchen die automatische Generierung von sogenannten Schattenprofilen

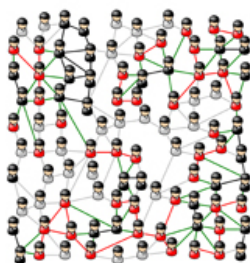


Abbildung: Ágnes Horvát

Soziale Netzwerke teilen die Gesellschaft in Mitglieder und Nicht-Mitglieder auf. Beziehungen zwischen Nicht-Mitgliedern, deren E-Mail-Adressen dem Netzwerk von Mitgliedern mitgeteilt wurden (rote Verbindungslinien), können anhand der beidseitig bestätigten Freundschaftsbeziehungen zwischen Mitgliedern (schwarze Linien) und ihren Verbindungen zu Nicht-Mitgliedern (grüne Linien) mit großer Wahrscheinlichkeit vorhergesagt werden.

Was können soziale Netzwerke im Internet über Menschen wissen, die selbst kein Nutzerprofil besitzen, aber Freunde von Mitgliedern sind? Das haben Forscher des Interdisziplinären Zentrums für Wissenschaftliches Rechnen der Universität Heidelberg untersucht. Ihre Arbeiten zeigen, dass sich Informationen aus der Netzwerkstruktur von Mitgliedern auf Nicht-Mitglieder übertragen und mit Hilfe von netzwerkanalytischen Strukturmerkmalen auswerten lassen. Unter bestimmten Voraussetzungen ist es möglich, etwa 40 Prozent der existierenden Freundschaftsbeziehungen zwischen Nicht-Mitgliedern auf der Basis reiner Kontaktdaten korrekt vorherzusagen.

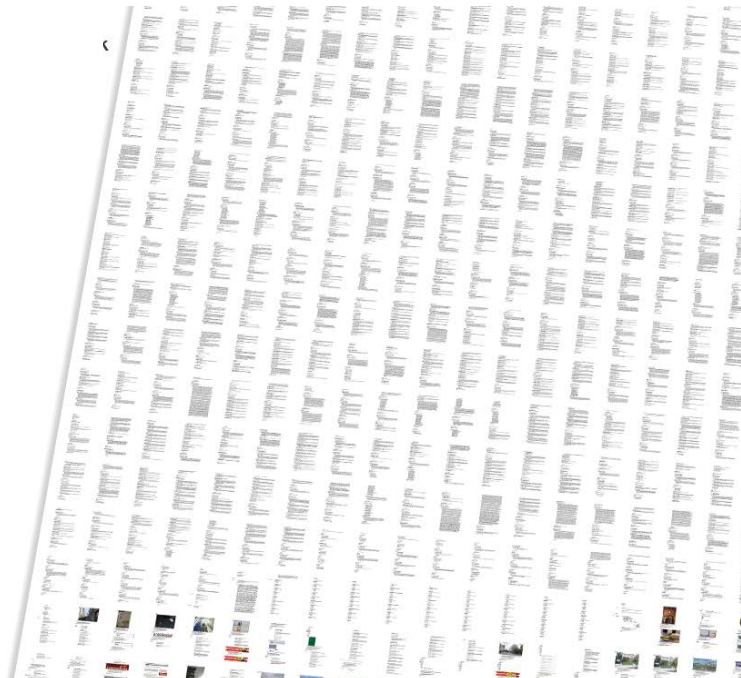
Bereits seit einigen Jahren gehen Wissenschaftler der Frage nach, welche Schlussfolgerungen sich mit Hilfe des Computers aus direkt oder indirekt eingegebenen Daten durch entsprechende Lern- und Vorhersagealgorithmen ziehen lassen. In einem sozialen Netzwerk können auch Angaben wie sexuelle Orientierung oder politische Ausrichtung, die ein Mitglied nicht selbst angegeben hat, mit sehr hoher Präzision „berechnet“ werden, wenn genug Freunde des betreffenden Nutzers die entsprechende Information über sich selbst freigegeben haben. „Sobald bestätigte Freundschaftsbeziehungen bekannt sind, ist die Vorhersage bestimmter unbekannter Eigenschaften keine allzu große Herausforderung mehr für die maschinelle Datenanalyse“, sagt Prof. Dr. Fred Hamprecht, Mitbegründer des Heidelberg Collaboratory for Image Processing (HCI).

Untersuchungen dieser Art beschränken sich bislang jedoch auf Nutzer von sozialen Netzwerken, also auf Personen, die dort über ein Nutzerprofil verfügen – und damit den jeweiligen Datenschutzbedingungen zugestimmt haben. „Nicht-Mitglieder besitzen hingegen keine derartige Vereinbarung. Aus diesem Grund haben wir ihre Anfälligkeit für die automatische Generierung sogenannter Schattenprofile untersucht“, erläutert Prof. Dr. Katharina Zweig, die bis vor kurzem am Interdisziplinären Zentrum für Wissenschaftliches Rechnen (IWR) der Universität

Heidelberg tätig war.

https://www.uni-heidelberg.de/presse/news2012/pm20120430_netzwerke.html

z.B. an den Daten seiner Untertanen verdienen.



Denn jeder Untertan ist bares Geld wert.

Wieviel ist ein Facebookprofil wert?

Erstellt am 8. Januar 2011 von Fritz



Angesichts der jüngsten Meldungen, das führende Soziale Netzwerk Facebook werde auf einen Firmenwert von 50 Milliarden US-Dollar geschätzt, rechnet uns Techbloggerin Anna Leach von Shinyshiny.tv vor, dass der durchschnittliche finanzielle Wert eines einzelnen Nutzerprofils dann rund 100 US-Dollar betrage. Das müssen wir uns mal vor Augen halten, wenn wir unsere virtuellen Freunde mit Alltagsäußerungen und Youtube-Links beglücken. Wenn das also kein zeitgemässes Geschäftsprinzip ist? Im Verhältnis dazu ist Google

allerdings knapp viermal, Apple knapp sechs mal so viel wert. (via [shinyshiny](http://www.shinyshiny.tv/2011/01/if_facebook_is_worth_50bn_your_profile_is_100_dollars.html))

[http://www.shinyshiny.tv/2011/01/
if_facebook_is_worth_50bn_your_profile_is_100_dollars.html](http://www.shinyshiny.tv/2011/01/if_facebook_is_worth_50bn_your_profile_is_100_dollars.html)

Revenue

In Millions

- Payments and Other Fees
- Advertising



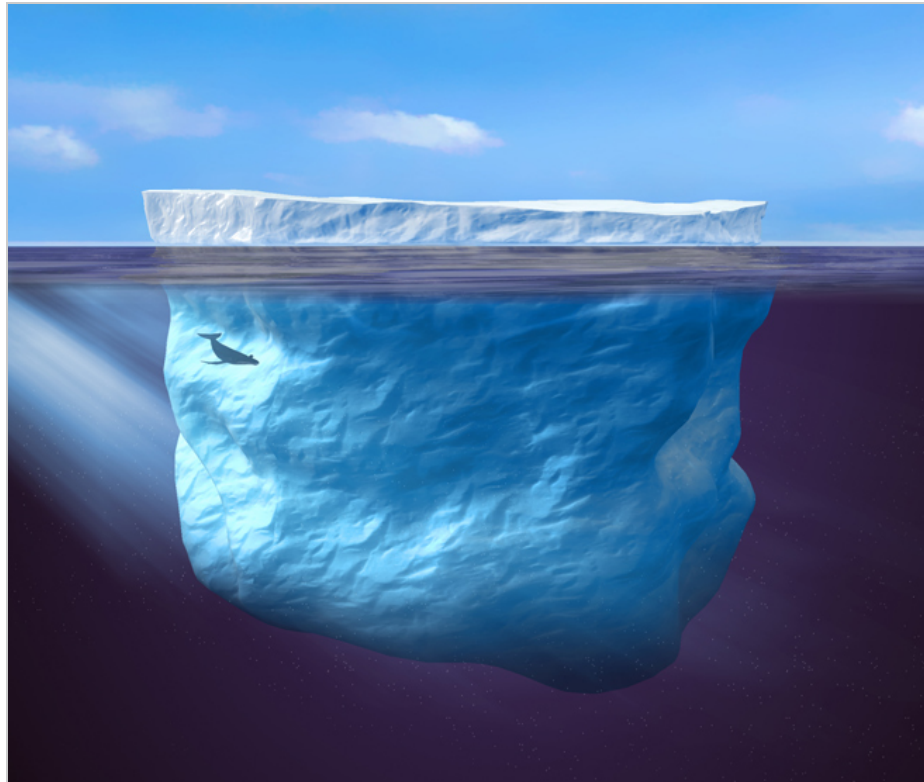
HOW COMPANIES ARE SELLING



Quelle www.digitalriver.com

Geschäftsgrundlage Sozialer Netzwerke

- Sammlung und Auswertung von **Inhalts-** und **Nutzungsdaten** als Grundlage des Facebook-Geschäftsmodells



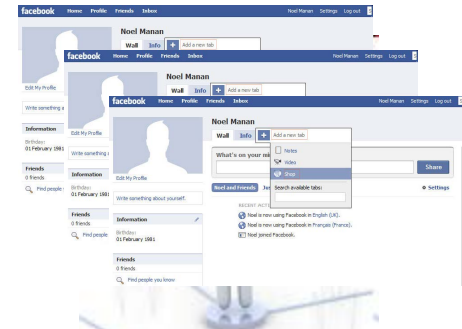
← Inhaltsdaten

← Nutzungsdaten

Hier ein Beispiel

Facebook-Werbung

- Bereitstellung von (anonymisierten) Daten für „Soziale Werbung“
(Demographiedaten, Vorlieben, Freunde → Zielgruppenanalyse)



Kunden

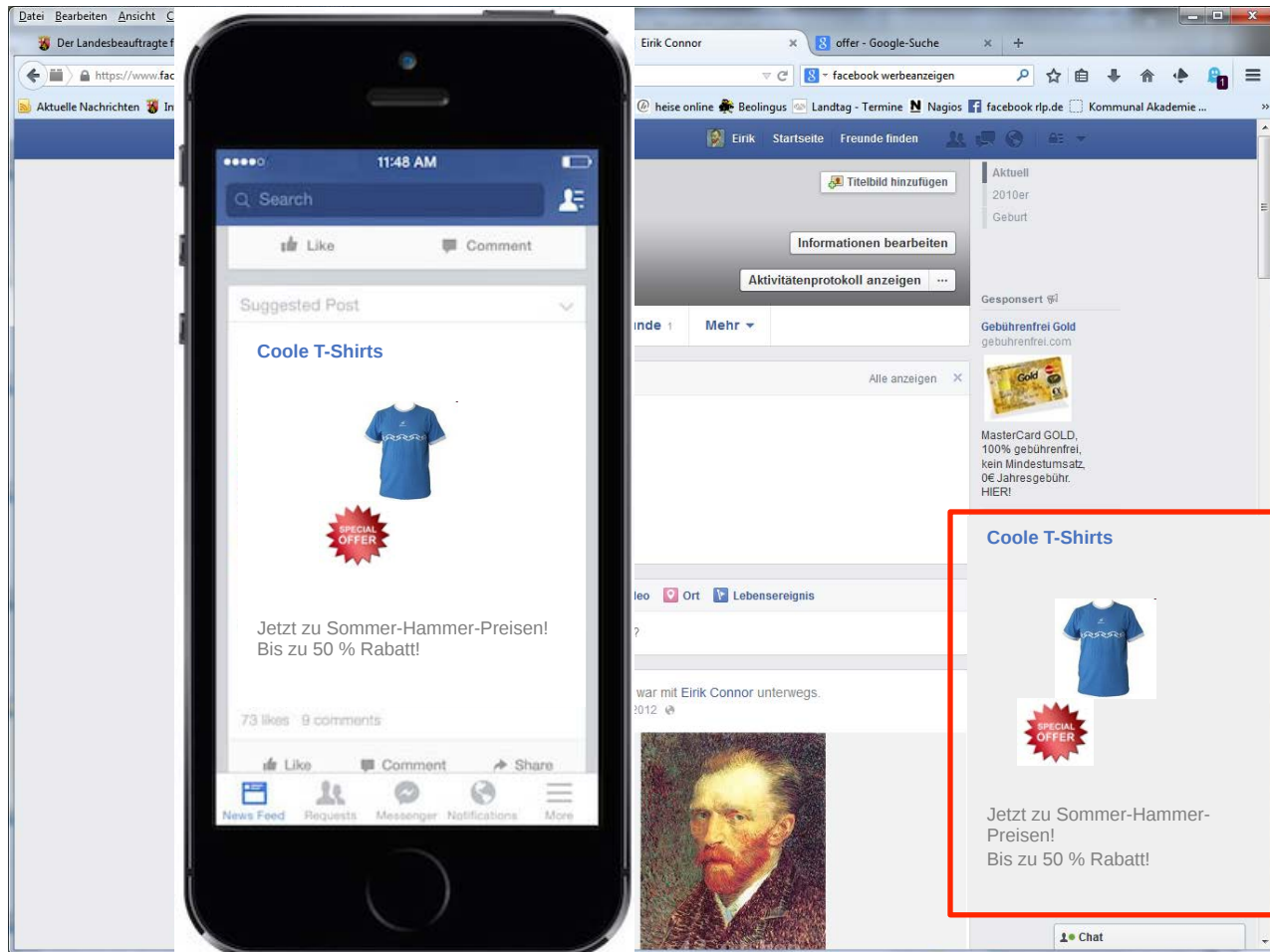
Beispiel

facebook gets Money,



nach der Zahl der Nutzer, die die Anzeige sehen
nach der Zahl der Nutzer, die auf die Anzeige klicken
nach der Zahl der Nutzer, die ein T-Shirt bestellen

Mobile Commerce und Datenschutz



Soziale Werbung

- „Fansuser“ / Multiplikatoren

- Bücher / Filme / Musik / Sport:
Auto / Essen / Kleidung:

bis zu 50 % Klickrate

bis zu 66 % Klickrate

20 % tätigen einen Kauf

Social Networks...



Facebook präsentiert sein Werbenetzwerk Atlas

 vorlesen / MP3-Download

Mit dem Werbe-Netzwerk Atlas will Facebook auch außerhalb seines sozialen Netzwerks Anzeigen ausliefern.

Facebook wird zum Werbenetzwerk: Lieferte Facebook eigenen Seiten und in den eigenen Apps aus auch auf den Seiten Dritter Anzeigen schalten. Das Atlas. Facebook hatte das Unternehmen Anfang

Atlas-Chef Erik Johnson stellt in einem [Blog-Post](#) als Vorteil seines Dienstes vor allem heraus, dass Atlas Verbraucher über mehrere Geräte gut (wieder-) erkennen und mit maßgeschneiderter Werbung versorgen kann. Mit Cookies alleine lassen sich Konsumenten über verschiedene Geräte hinweg nicht gut genug verfolgen – damit erteilt Johnson dem Konkurrenten Google einen kleinen Seitenhieb.

Atlas benutzt laut [Datenschutzerklärung](#) "Cookies um Konsumenten wiederzuerkennen. Dazu zähle Facebook-ID auch eindeutige Geräte-Identifizierer wie (IDFA) und die Advertising-ID von Android. Zugriff Facebook-Nutzer sollen Werbekunden laut einem aber nicht erhalten. ([io](#))

The New York Times | <http://nyti.ms/ZJAMRB>

TECHNOLOGY | NYT NOW

With New Ad Platform, Facebook Opens Gates to Its Vault of User Data

By VINDU GOEL SEPT. 28, 2014

SAN FRANCISCO — Facebook built itself into the No. 2 digital advertising platform in the world by analyzing the vast amount of data it had on each of its 1.3 billion users to sell individually targeted ads on its social network.

Now it is going to take those targeted ads to the rest of the Internet, mounting its most direct challenge yet to Google, the leader in digital advertising with nearly one-third of the global market.

On Monday, Facebook will roll out a rebuilt ad platform, called Atlas, that will allow marketers to tap its detailed knowledge of its users to direct ads to those people on thousands of other websites and mobile apps.

"We are bringing all of the people-based marketing functions that marketers are used to doing on Facebook and allowing them to do that across the web," David Jakubowski, the company's head of advertising technology, said in an interview.



Das freut den jungen König ...



... denn es passt in die
Philosophie seines Reiches:

Facebook 's Mark Zuckerberg says **privacy is no longer a ,social norm** '

Facebook founder Mark Zuckerberg has denounced privacy as a past as social networking's popularity continues to grow.



Ja, so ist das im Bilderbuchland ...



... und im Lupenland



Google Datenspuren

Google weiß viel, aber wieviel denn nun genau? Nun das kommt ganz darauf an, wie Google und deren Dienste genutzt werden durch Dich. Fakt ist, je mehr Google Dienste genutzt werden, desto mehr Daten fallen an und desto mehr Informationen werden an Google geliefert. Auch wenn die Daten beschränkt sind, da ja die Cookies nach gewisser Zeit verfallen, reicht schon ein kurzer Schnapsschuß Deines Lebens um zu wissen, wer Du bist, wo Du wohnst, wieviel Du verdienst, welches Deine Vorlieben sind und viele andere Dinge noch zusätzlich...



- **Adwords**, Sie kennen deinen Marketing Plan und deine Suchwörter.
- **Adsense**, Sie wissen welche Seiten du bewirbst und wieviel du ausgezahlt bekommst + Kontodaten.
- **Alerts**, Sie wissen welche Topics wichtig sind für Dich.
- **Analytics**, Sie wissen welche Seiten und welche Besucher du woher hast und erkennen die Trends dazu.
- **Blogger**, Sie wissen über was Du schreibst. Jedes Wort, jede Phrase und kennen jeden ein- und ausgehenden Link.
- **Kalender**, Sie wissen welche Termine du hattest und welche Du noch haben wirst.
- **Catalog search/Product Search**, Sie wissen wonach Du suchst und was Du eventuell kaufen möchtest.
- **Checkout**, Sie kennen Deine kompletten persönlichen Daten wie Name, Adresse, Telefon, Kreditkartennummer.
- **Chrome**, Sie wissen alle Seiten die Du besuchst, wenn Sie es bis jetzt noch nicht wußten.
- **Desktop**, Sie wissen was Du auf deinem PC hast.
- **Text und Tabellen**, Sie wissen welche Dokumente du schreibst oder gerade mit anderen zusammen bearbeitest.
- **Earth**, Sie wissen welche Orte auf der Welt, Du dir genauer ansiehst.
- **FeedBurner**, Sie wissen alles über Deine Feedleser und deine Artikel.
- **Finance**, Sie wissen was Du hast und welchen Trends Du folgst.
- **Gmail**, Sie wissen alles über Deine Mails.
- **Groups**, Sie wissen Deine Vorlieben und Deine Beteiligungen an Gruppen.
- **Bilder suche**, Sie wissen was für Bilder Du dir ansiehst und worauf Du stehst.
- **Local search**, Sie wissen wo Du bist und wonach Du suchst.
- **Maps**, Sie wissen wo Du wohnst, welche Routen Du planst und welche Orte Du genauer betrachtet hast.
- **Reader**, Sie wissen welche Blogs Du liest und was Dich interessiert.
- **Suche**, Sie wissen jeden Suchbegriff den Du jemals eingegeben hast.
- **Talk**, Sie wissen wer Deine Freunde sind.
- **Toolbar**, Sie wissen jede Webseite, die Du dir ansiehst.
- **Translate**, Sie wissen welche Übersetzungen Du benötigst.
- **Video**, Siehe einen Punkt tiefer.
- **YouTube**, Sie wissen welche Videos Du hochgeladen hast, welche Du kommentierst hast, welche Art von Videos Du dir gerne ansiehst und welches Deine Vorlieben sind.

Viele User nutzen teilweise unbewußt mehrere Dienste und sind sich gar nicht bewußt, wieviele Daten Sie an Google liefern. Was Google davon nun für den eigenen Vorteil nutzt weiß keiner so genau, aber es ist schon erschreckend, wieviele persönliche Daten anfallen und einem einzigen Anbieter zur Verfügung gestellt werden.

Google Geschäftsmodell

Serving better ads in Gmail

Wednesday, January 20, 2010 | 2:23 PM

Posted by Steve Crossan, Gmail Product Manager

Ever since we launched Gmail, we've tried to show relevant and unobtrusive ads. We're always trying to improve our algorithms to show better, more useful ads.

When you open a message in Gmail, you often see ads related to that email. Let's say you're looking at a confirmation email from a hotel in Chicago. Next to your email, you might see ads about flights to Chicago.

But sometimes, there aren't any good ads to match to a particular message. From now on, you'll sometimes see ads matched to another recent email instead. For example, let's say you're looking at a message from a friend wishing you a happy birthday. If there aren't any good ads for birthdays, you might see the Chicago flight ads related to your last email instead.

To show these ads, our systems don't need to store any extra information -- Gmail just picks a different recent email to match. The process is entirely automated: no humans are involved in selecting ads, and no email or personal information is shared with advertisers.

We've updated a help center [article](#) and [a few FAQs](#) where we had specified that ads alongside an email were related only to the text of the current message. This doesn't change the [Gmail privacy policy](#). We've also created this short video explaining the change:

Quelle: <http://gmailblog.blogspot.com/2010/01/serving-better-ads-in-gmail.html>

Google Datenspuren



Ein Konto für alle Dienste

Google will das Mega-Profil

Google ist längst nicht mehr nur Suchmaschine, sondern auch soziales Netzwerk, Office-Anwendung, E-Mail-Service und mehr. Jetzt will die Firma, dass jeder Nutzer dieser Dienste nur noch einen Account benutzt. Mit den genaueren Daten will Google zum persönlichen Assistenten werden - und

detailliertere Profile seiner Kunden erhalten. [mehr...](#)

Google™



*"Wir behandeln dich über alle unsere Plattformen hinweg als
der individuelle Nutzer, der du tatsächlich bist."*

"Wir behandeln dich über alle unsere Plattformen hinweg als der individuelle Nutzer, der du tatsächlich bist."

➔ Zusammenführung der Daten aller Dienste unter einer User-ID

Französische Datenschutzbehörde

Höchststrafe für Google

09.01.2014 · In vielen Ländern Europas gehen die Datenschützer gegen Google vor. In Frankreich hat die Behörde jetzt das höchstmögliche Bußgeld gegen das Unternehmen verhängt. Die Summe ist nicht groß. Aber es ist ein Symbol.

Von JÜRG ALTWEGG

Artikel

Bilder (1)

Lesermeinungen (0)

Wegen Verstößen gegen den Schutz der Privatsphäre verurteilt Frankreich die amerikanische Suchmaschine zu einer Buße in der Höhe von 150.000 Euro. Innerhalb von acht Tagen muss Google das Urteil auf der eigenen Homepage veröffentlichen.



© AFP

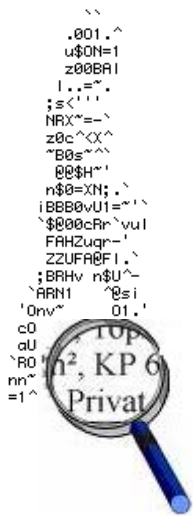
Google™ Eric Schmidt*:

"Wir versuchen herauszufinden, wie die Zukunft der Suche aussieht. Ich glaube, dass die meisten Menschen gar nicht wollen, dass Google ihre Fragen beantwortet. Sie wollen, dass Google ihnen sagt, was sie als nächstes tun sollen."

Der Google-Chef gibt ein Beispiel: Jemand spaziert eine Straße entlang. Angesichts der Informationen, die Google über ihn hat, "wissen wir ungefähr, **wer Sie sind, was Sie umtreibt und wer Ihre Freunde sind.** Und wir wissen, **wo genau Sie sich in dem Moment aufhalten**", so Schmidt zum "WSJ".

"Wenn Sie Milch brauchen, und es gibt in der Nähe einen Laden, der Milch verkauft, werden wir Sie daran erinnern. Wir werden Ihnen auch sagen können, dass ein Laden in der Nähe Poster von Pferderennen hat. Und dass das Verbrechen aus dem 19. Jahrhundert, von dem Sie gerade gelesen haben, um die Ecke stattgefunden hat."

* Wall Street Journal, „Google and the search of the future“, 14. 8.2010



Startseite

Online-Werbung: Google verfolgt Verbraucher bis ins Geschäft

Verfasst von sac am 15. April 2014 - 5:45

[Datenschutz](#) [Online Tracking / Behavioural Targeting](#) [Privatsphäre](#)



Google hat ein Pilotprogramm gestartet, dass es seinen Werbekunden ermöglicht festzustellen, ob Personen, die online auf Werbeanzeigen geklickt haben, die gezeigten Artikel auch tatsächlich im Laden erworben haben. Der US-Konzern ist somit in der Lage Verbraucher vom heimischen Wohnzimmer bis in Geschäfte zu verfolgen.

Möglich sei dies mit Hilfe des neuen Systems "In-Store Attribution Transaction Reporting", bei dem Cookie-Daten mit Informationen von Datenfirmen, etwa Informationen zu Einkäufen mit Kundenkarten, abgeglichen werden. Bisher nehmen sechs Werbefirmen an dem Testprogramm teil, wie das *Wall Street Journal* berichtet. Involviert seien außerdem die Datenfirmen Acxiom und DataLogix.

<http://s.rlp.de/b3u>

Nutzer



Google-Account

+ logged in



Click-Cookie





Name

Nutzernamen wählen

@gmail.com

[Ich möchte lieber meine aktuelle E-Mail-Adresse verwenden](#)

Passwort erstellen

Passwort bestätigen

Geburtsdatum

Geschlecht

Mobiltelefon

Aktuelle E-Mail-Adresse

Google Registrierungsdaten

Hashwert



Click-Cookie

Nutzer



Google-Account

+ logged in



Ad-Cookie



Click-Cookie

Werbe-
Distributionsplattform



Ad-Cookie



Hashwert

= ?

Hashwert



Laden



Kundenkarte

- Name, Vorname
- Geburtsdatum
- E-Mail-Adresse
- Geschlecht

... und im Zwitscherland



Twitter



Twitter Datenschutzrichtlinien



Austausch und Offenlegung von Informationen

Tip : Wir geben Ihre personenbezogenen Daten nur unter den hier dargelegten Umständen an Dritte weiter.

Ihr Einverständnis: Wir dürfen Ihre Daten nach Ihren Anweisungen mit Dritten austauschen oder an Dritte weitergeben, wenn Sie zum Beispiel einem Web-Client oder einer Anwendung gestatten, auf Ihren Twitter-Account zuzugreifen.

Dienstanbieter: Wir beauftragen Dienstanbieter, die für uns in den Vereinigten Staaten und im Ausland Funktionen ausführen und Dienste bereitstellen. Wir können Ihre personenbezogenen Daten mit diesen Dienstanbietern unter Einhaltung der dieser Datenschutzrichtlinie entsprechenden Vertraulichkeitsverpflichtungen und unter der Bedingung austauschen, dass die Drittanbieter Ihre persönlichen Daten nur in Ihrem Namen und gemäß unseren Anweisungen verwenden.

Einhaltung von Gesetzen und Rechtsverletzungen: Ungeachtet anderslautender Bestimmungen in dieser Datenschutzrichtlinie dürfen wir Ihre Daten offenlegen, wenn wir der Auffassung sind, dass dies erforderlich ist, um Gesetze und Vorschriften einzuhalten oder gerichtlichen Aufforderungen nachzukommen; um die Sicherheit von Personen zu schützen; um gegen Betrug vorzugehen oder Sicherheits- und technische Probleme zu lösen; oder um die Rechte oder das Eigentum von Twitter zu schützen. Durch die Bestimmungen dieser Datenschutzrichtlinie werden jedoch Ihre rechtlichen Einreden oder Einwände nicht eingeschränkt, die Sie gegen die Offenlegung Ihrer Daten durch Dritte, einschließlich Behörden, vorbringen können.

Betriebsübergang: Falls gegen Twitter ein Insolvenzverfahren eröffnet wird oder an einem Unternehmenszusammenschluss, einer Übernahme, einer Umstrukturierung oder einem Verkauf der Vermögenswerte beteiligt ist, können Ihre Daten im Rahmen einer solchen Transaktion verkauft oder übertragen werden. Die in dieser Datenschutzrichtlinie enthaltenen Zusicherungen gelten auch für die Daten, die an das neue Unternehmen übertragen werden.

Nicht private oder nicht personenbezogene Daten: Wir sind befugt, nicht private, erfasste oder andere nicht personenbezogene Daten mit Dritten auszutauschen oder an Dritte weiterzugeben. Dies betrifft Daten, wie Ihr öffentliches Nutzerprofil, öffentliche Tweets, Informationen zu Personen, denen Sie folgen, oder die Ihnen folgen oder die Anzahl der Nutzer, die einen bestimmten Link angeklickt haben (auch wenn der Link nur von einem Nutzer angeklickt wurde).

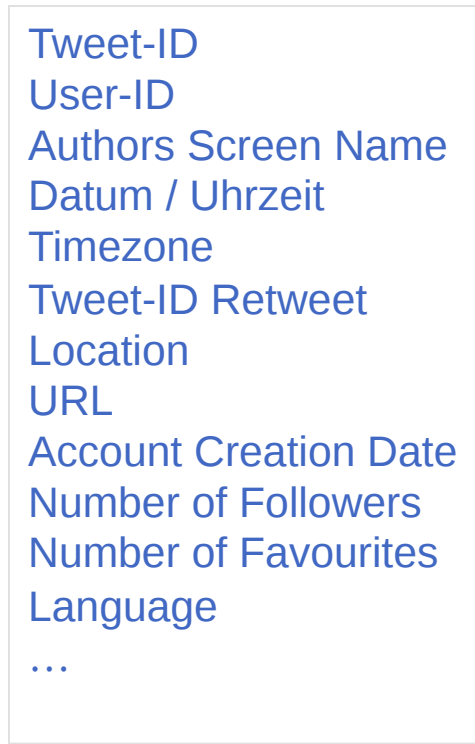
Twitter Datenschutzrichtlinien

Tweets, Folgen, Listen und andere öffentliche Informationen: Unsere Dienste sollen Ihnen in erster Linie ermöglichen, weltweit Informationen auszutauschen. Bei den meisten Informationen, die Sie uns bereitstellen, handelt es sich um solche, die wir für Sie öffentlich machen sollen. Dies schließt nicht nur Ihre Tweets und die mit Ihren Tweets übermittelten Metadaten mit ein, sondern auch die von Ihnen erstellten Listen, die Personen, denen Sie folgen, die Tweets, die Sie als Favoriten markieren oder weiterleiten („retweeten“) und viele andere Einzelinformationen, die mit der Verwendung unserer Dienste verbunden sind. In den meisten Fällen werden die von Ihnen bereitgestellten Informationen standardmäßig veröffentlicht, solange Sie die Informationen nicht löschen. In den [Einstellungen](#) haben Sie jedoch die Möglichkeit, die Informationen privater zu gestalten, wenn Sie dies wünschen. Ihre öffentlichen Angaben werden einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht und unverzüglich verbreitet. Ihre Profilangaben und öffentlichen Tweets können zum Beispiel über Suchmaschinen gesucht werden und werden umgehend per SMS und über unsere [APIs](#) an eine Vielzahl von Nutzern und Diensten versendet, unter anderem an die United States Library of Congress, die Tweets zu historischen Zwecken archiviert. Wenn Sie über die Dienste Informationen oder Inhalte, wie Fotos, Videos und Links bereitstellen, sollten Sie sich gut überlegen, was Sie veröffentlichen möchten.

1 Tweet – 140 Zeichen



001011001100



Geschäftsmodell Twitter

GNIP UND MEDIASIFT

Daten sind Twitters Geschäftsmodell

Nicht Werbung wird Twitter profitabel machen, sondern die Tweets seiner Nutzer. Das Unternehmen  hat erste Deals zur Auswertung der Daten geschlossen.



Artikel:

GNIP UND MEDIASIFT

Daten sind Twitters Geschäftsmodell



Our Data Sources

[View all Sources and Augmentations](#)



Companies use DataSift to:



Build a Complete Target Audience Profile



Identify Pulse of Public Opinion in Real Time

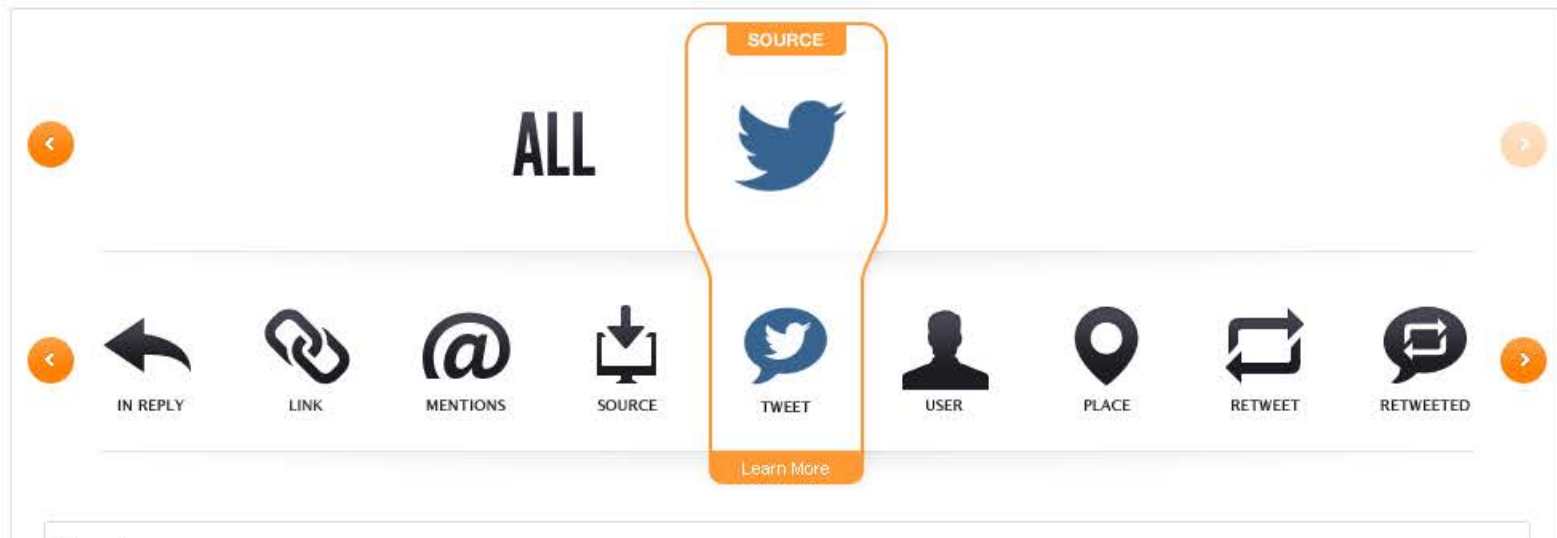


Uncover Trends from 2+ Years of Twitter History



Connect News with Social Conversation

Geschäftsmodell Twitter



Google

Contains words

Analyze social conversations and click trends together for a complete view of social content engagement.

- Measure Customer Engagement
- Optimize Campaign Content
- Improve ROI (Return on Influencers)

Historical PowerTrack



Have you ever wanted to analyze Tweets from months or years ago? With Historical PowerTrack for Twitter you can make this a reality. Available exclusively from Gnip, Historical PowerTrack for Twitter gives you complete and comprehensive access to every publicly available Tweet dating back to the very first Tweet from March 21, 2006. [more »](#)

Access the Complete Archive of Public Tweets

Historical PowerTrack for Twitter gives you complete and comprehensive access to every publicly available Tweet dating **back to the very first Tweet from March 21, 2006.** Available exclusively from Gnip.



Realtime Volume Streams

Decahose

Looking for a high-volume stream of Twitter data to power your applications? The Decahose is a stream of a statistically valid sample of at least 10% of all Tweets, selected at random and delivered in realtime.

[more »](#)

Spritzer

The Spritzer is a stream of a statistically valid sample of at least 1% to 2% of all Tweets, selected at random and delivered in realtime.

[more »](#)

<http://gnip.com/twitter>

Vermarktung von Twitter-Daten

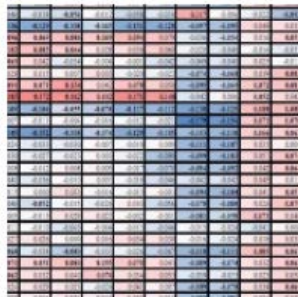
Gardenhose	50 %	\$ 360.000 / Jahr
Spritzer	5 %	\$ 60.000 / Jahr
Firehose	100 %	30 cts / Stunde 10 von 10.000 Suchkriterien



<http://gnip.com/twitter>

Twittern verrät Persönlichkeitsstörungen

03.09.2012 – Ben Schwan



Wissenschaftler an der Florida Atlantic University versuchen aus Kurznachrichten Rückschlüsse auf Psychopathien zu ziehen.

140 Zeichen können verraten, ob Sie ein Narziss sind oder vielleicht eine andere Persönlichkeitsstörung haben. Das jedenfalls glauben Wissenschaftler an der Florida Atlantic University, die



<http://heise.de/-1674160>



*„If you are not paying for something,
you are not the customer.
You are the product beeing sold.“*

Andrew Lewis

Und das ist dann die Frage ...



*„Ist Datenschutz in Zeiten
des Internets und Sozialer
Netzwerke noch eine
soziale Norm?“*

Social Media:

*„Die Entwicklung ist nicht aufzuhalten,
es kommt darauf an, dass wir sie gestalten.“*

Und das ist dann die Frage ...



*„Ist Datenschutz in Zeiten
des Internets und Sozialer
Netzwerke noch eine
soziale Norm ?“*

„Welche Konzepte braucht es ?“

Transparenz

Opt-in

Privacy by
Default

Opt-out

Löschung

Pseudonymität

Privacy by
Design

...

Telemediengesetz

- Pseudonyme Nutzungsprofile
- § 13 Abs. 1 TMG Unterrichtung / Einwilligung
- § 15 Abs. 3 Satz 2 TMG Widerspruch
- § 15 Abs. 3 Satz 3 TMG Zusammenführungsverbot

→ Pseudonymität → Transparenz → Kontrolle

Telemediengesetz (TMG)

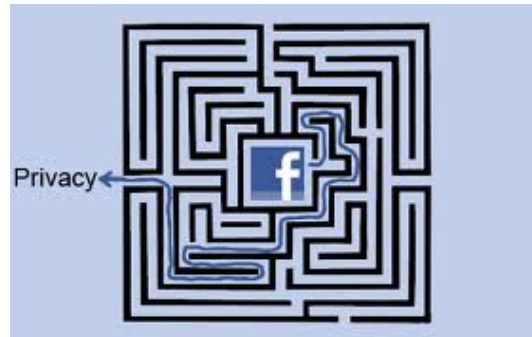
Grundsätzliches Verbot der Bildung von Nutzungsprofilen

Ausnahmen:

- die Nutzer werden unterrichtet
- die Nutzungsprofile sind nur in pseudonymer Form zulässig
- die Nutzer können der Profilbildung widersprechen

oder:

- informierte Einwilligung



**Entwurf
EU Datenschutzgrundverordnung
(2012)**



**EU Datenschutzrichtlinie
(1995)**

- Rechtsrahmen für Datenverarbeitung durch Anbieter in Drittstaaten
- Informations- / Transparenzpflichten
- “Recht auf Vergessen“
- Widerspruch gegen Profilbildung
- Opt-In-Lösungen
- Datenportabilität
- Verbandsklage

Materialien:

Entschließung der 82. Konferenz der Datenschutzbeauftragten des Bundes und der Länder am 28./29. September 2011 in München

http://www.datenschutz.rlp.de/de/ds.php?submenu=grem&typ=dsb&ber=082_nutzerdaten

Beschluss der Datenschutzaufsichtsbehörden (Düsseldorfer Kreis) vom 8.12.2011
„Datenschutz in Sozialen Netzwerken“

http://www.datenschutz.rlp.de/de/ds.php?submenu=grem&typ=ddk&ber=20111208Umlauf_socznet

Beschluss des Düsseldorfer Kreises 5. November 2010
„Minderjährige in sozialen Netzwerken wirksamer schützen“

http://www.datenschutz.rlp.de/de/ds.php?submenu=grem&typ=ddk&ber=20101125_socialnet

23. Tätigkeitsbericht LfDI Rheinland-Pfalz, Kap. I 3.2

<http://www.datenschutz.rlp.de/downloads/tb/tb23.pdf>

Facebook Audit Report des Irischen Datenschutzbeauftragten

<http://dataprotection.ie/viewdoc.asp?DocID=1182>

Materialien:

Pressemeldungen LfDI Hamburg zum Anordnungsverfahren gegen Facebook (Gesichtserkennung)

[http://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/biometrie-datenbank-von-facebook-weiterhin-rechtswidrig.html?tx_ttnews\[backPid\]=170&cHash=82b5fbba261bc145fb3131d61abea53b](http://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/biometrie-datenbank-von-facebook-weiterhin-rechtswidrig.html?tx_ttnews[backPid]=170&cHash=82b5fbba261bc145fb3131d61abea53b)

[http://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/verfahren-gegen-facebook-vorlaeufig-ausgesetzt.html?tx_ttnews\[backPid\]=1&cHash=db5868252853135afe1a0529c38e97a0](http://www.datenschutz-hamburg.de/news/detail/article/verfahren-gegen-facebook-vorlaeufig-ausgesetzt.html?tx_ttnews[backPid]=1&cHash=db5868252853135afe1a0529c38e97a0)

Pressemeldungen ULD Schleswig-Holstein zu Beanstandungen / Anordnungen

<https://www.datenschutzzentrum.de/presse/20111104-facebook-abmahnungen.htm>

Pressemeldungen LfDI Rheinland-Pfalz zu Facebook

<http://www.datenschutz.rlp.de/de/presseartikel.php?pm=pm2012062601>

<http://www.datenschutz.rlp.de/de/presseartikel.php?pm=pm2012060501>

<http://www.datenschutz.rlp.de/de/presseartikel.php?pm=pm2011120101>

<http://www.datenschutz.rlp.de/de/presseartikel.php?pm=pm2011081901>



Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Rheinland-Pfalz

www.datenschutz.rlp.de | poststelle@datenschutz.rlp.de

Helmut Eiermann

Gruppenleiter Technik

Hintere Bleiche 34 | 55116 Mainz

Tel (06131) 208 2226

Fax (06131) 208 2497

h.eiermann@datenschutz.rlp.de