

Patrick Wildermann

HAUPTSACHE BEQUEM?

Das Dilemma der Generation TikTok
mit dem Datenschutz



▶ digitalcourage

KURZ & MÜNDIG
ART D'AMEUBLEMENT

KOSTENFREI

BAND 33

»Gut, für viele ältere Leute
ist es ja ganz normal, ohne Internet zu leben,
aber für jemanden der heutigen Zeit
ist es relativ komisch.«*

IMPRESSUM

1. Auflage 11-25, Art d'Ameublement, cc-by 4.0, ISBN 978-3934636-72-9
Herstellung und Druck über Art d'Ameublement | Marktstraße 18 | 33602
Bielefeld. Printed in Germany: Flyeralarm, Würzburg. Fragen zu Produktsi-
cherheit an: gpsr@ameublement.de

Autor: Patrick Wildermann

Redaktion: Aiga Kornemann, aigiko.de

Layout und Illustration: Isabel Wienold, iwi-design.de

Bildlizenzen: S. 2-3: Alan Warburton on betterimagesofai.org cc-by 4.0;
S. 24: Screenshot Lightbeam; S. 26: Patrick Wildermann cc-by 4.0;
Alle weiteren Bilder: iwi-design.de, Isabel Wienold cc-by 4.0

*Quelle: [jff](http://jff.de) – Institut für Medienpädagogik

Wer mit jungen Menschen zu tun hat, wird genügend
Beispiele für sorglosen Umgang mit persönlichen Infor-
mationen im Netz finden.

Da ist die 16-Jährige, die zwar in der Schule ein gut infor-
miertes Referat über die Tücken von TikTok hält, privat
aber darauf pfeift, dass die Plattform unter anderem zu
einer Millionenstrafe wegen Verstößen gegen das euro-
päische Datenschutzrecht verdonnert wurde. Oder der
14-Jährige, der Stunden mit Musik und Podcasts auf
Spotify verbringt – aber noch nie davon gehört hat, dass
die App auf Kontakte, Mikrofon, Standort und Daten von
Bewegungssensoren zugreift, wenn man es ihr nicht
verbietet.

Das gefährlichste Argument der Uninformierten – "Na
und? Ich hab' doch nichts zu verbergen" [siehe k&m
Nr. 12] – scheint zum Motto einer ganzen Generation
geworden zu sein.

Oder täuscht der Eindruck?

Quellen und weiterführender Lesestoff
sind in der digitalen Version direkt
verlinkt, sowie über diesen QR-Code
auf der [Webseite digitalcourage.de/](http://Webseite.digitalcourage.de/)
kurz-und-muendig-quellen zu finden.

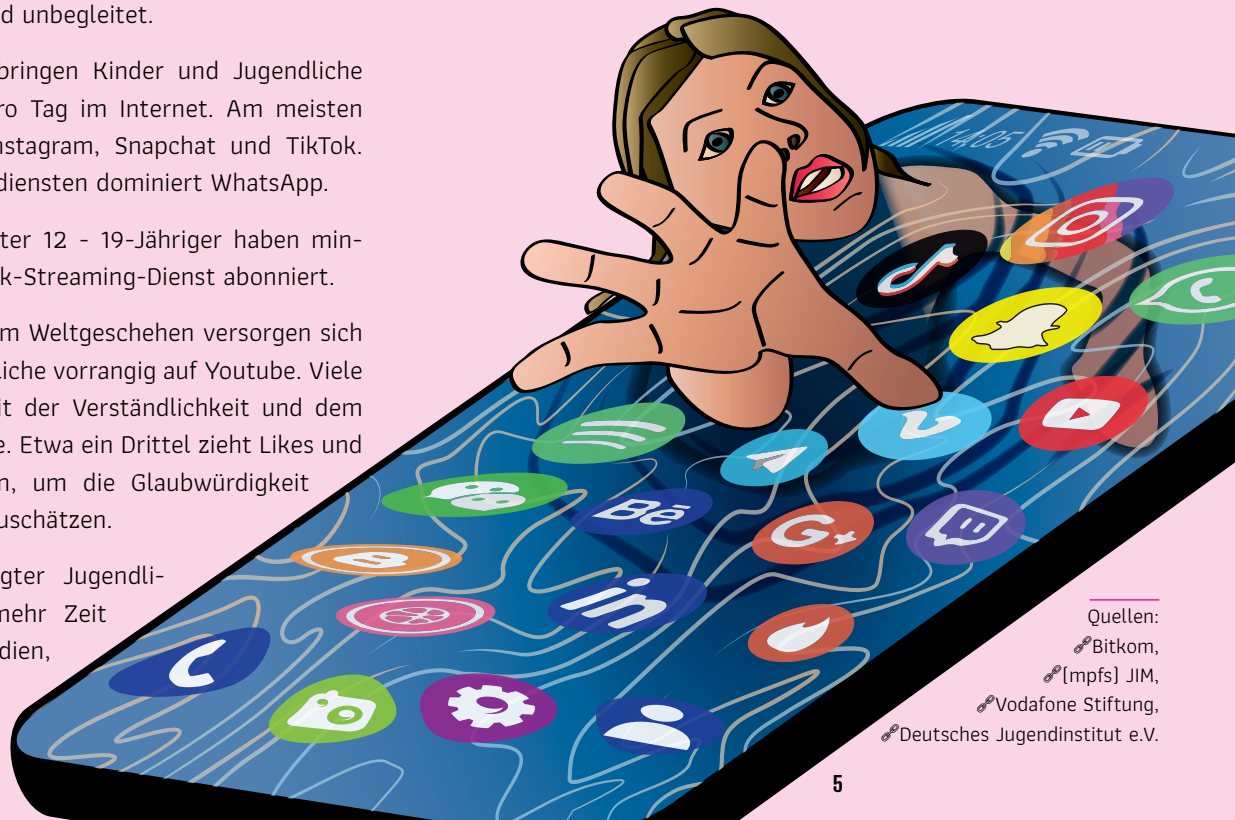


ONLINE SIND FAST ALLE

- 👁️ Spätestens ab 12 Jahren nutzen über 90 Prozent der jungen Menschen ein Smartphone, 13- bis 15-Jährige besitzen zu 95 Prozent auch ihr eigenes Gerät.
- 👁️ Ab 13 Jahren nutzen Kinder und Jugendliche das Internet weitgehend unbegleitet.
- 👁️ Zwei Stunden verbringen Kinder und Jugendliche im Durchschnitt pro Tag im Internet. Am meisten genutzt werden Instagram, Snapchat und TikTok. Bei den Messengerdiensten dominiert WhatsApp.
- 👁️ Drei Viertel befragter 12 - 19-Jähriger haben mindestens einen Musik-Streaming-Dienst abonniert.
- 👁️ Mit Nachrichten zum Weltgeschehen versorgen sich Kinder und Jugendliche vorrangig auf Youtube. Viele begründen dies mit der Verständlichkeit und dem Humor der Beiträge. Etwa ein Drittel zieht Likes und Kommentare heran, um die Glaubwürdigkeit eines Beitrags einzuschätzen.
- 👁️ Drei Viertel befragter Jugendlicher verbringen mehr Zeit in sozialen Medien, als ihnen lieb ist. Über die Hälfte

würden ihre Zeit am Smartphone gern begrenzen, schaffen es aber nicht. Sie sind suchtgefährdet.

- 👁️ Eine deutliche Mehrheit Jugendlicher wünscht sich mehr digitale Bildung, zum Beispiel eine Social-Media-Sprechstunde in der Schule.



Quellen:

🔗 Bitkom,

🔗 [mpfs] JIM,

🔗 Vodafone Stiftung,

🔗 Deutsches Jugendinstitut e.V.

WER SCHÜTZT DIE EIGENEN DATEN?

In der Mehrheit sind sich Kinder und Jugendliche der sogenannten Interaktionsrisiken bewusst – also der Gefahr, im Netz beispielsweise zum Opfer von Mobbing, Cybergrooming oder Phishing zu werden. Viele stellen ihr Profil auf Plattformen wie Instagram oder TikTok auf privat, um anderen Nutzenden weniger von sich preiszugeben.

Aber wenn es darum geht, Konzernen persönliche Daten zu überlassen, sieht die Lage anders aus. Umfragen zufolge bemüht sich nur ein knappes Drittel der zwischen 1995 und 2012 Geborenen, seine Daten aktiv zu schützen.



Interaktionsrisiken

Damit sind Gefahren gemeint, denen Nutzende untereinander häufig ausgesetzt sind. Sie reichen von unerwünschten Kontakten und Belästigungen über toxische Challenges bis hin zu Erpressung und Betrug.



Datenschutz

Beim Datenschutz geht es vorrangig um das Recht, selbst zu bestimmen, wie und wofür persönliche Daten gesammelt, verwendet und veröffentlicht werden. Denn das Grundrecht auf Privatsphäre und informationelle Selbstbestimmung ist eng mit freier Meinungs- und Willensbildung verbunden, von der die Offenheit demokratischer Gesellschaften abhängt.

HAUPTSACHE BEQUEM?

Ausgerechnet die Gen Z, die doch mit dem Internet aufgewachsen ist, fällt drei Mal häufiger auf Online-Betrug herein als die gern belächelten Boomer. Erklärt wird das häufig mit antrainierter Bequemlichkeit.

Zeit fressende Apps wie Instagram oder TikTok sind extrem benutzungsfreundlich gestaltet, aber eben nicht sicher, weder in Interaktionen noch für den Schutz persönlicher Daten.

Wer viel im Netz unterwegs ist, kann das Gefühl für Zeit und Raum verlieren – und das soll so. Entwickler:innen steuern, wie Nutzende sich verhalten, indem sie über technische und inhaltliche Ebenen hinweg mit schneller Belohnung und sozialem Druck spielen.



EIN BLICK IN DIE TRICKKISTE

- ➔ Auf Smartphones und Smart-TVs sind Apps wie Youtube und WhatsApp häufig **vorinstalliert**.
- ➔ Einfaches Tippen und Swipen gaukelt vor, sich schnell und unkompliziert entscheiden zu können – die **Spiellust** lockt.
- ➔ Likes und Kommentare sorgen für **Dopamin-Kicks** und wecken die Sehnsucht nach mehr vom "guten Gefühl". Gleichzeitig liest das Gehirn sie als **soziales Feedback** und **Bestätigung**. Dass dieser Sog süchtig machen kann, nehmen Anbieter bewusst in Kauf.
- ➔ Auch die Sorge, etwas zu verpassen, **FOMO** [Fear of Missing Out, Angst, etwas zu verpassen] genannt, folgt dem Grundbedürfnis nach sozialem Anschluss. Automatische Wiedergabe, endlos Inhalte einzuspielen [Infinite Scroll] oder Push-Nachrichten im Minutentakt zu senden, spielt mit dieser Angst.

378

GANZ SCHÖN UNBEQUEM ...

Unauffällige Bremsklötze liegen häufig in Bereichen, in denen es zum Beispiel um Benutzerrechte und Datenschutz geht.

- ➔ **Datenintensive Optionen** sind oft voreingestellt, während das **Ändern kompliziert** gestaltet ist.



- ➔ Nutzende werden unter Massen von Informationen, Unterseiten und Optionen begraben, wodurch sie die **Lust verlieren** sollen, genau hinzuschauen.
- ➔ Immer wieder ploppt ein Fenster auf: Nutzende werden wiederholt gedrängt, **mehr persönliche Daten als nötig** freizugeben.
- ➔ Guck mal hier hin: **Ablenkende Optionen** werden genau so gewichtet, wie eine gesuchte Information – wer einmal draufklickt, vergisst schnell, was er oder sie eigentlich wollte.

... besonders problematisch

Wo Algorithmen **Inhalte personalisieren**, also auf der Basis persönlicher Daten errechnete Entscheidungen für Nutzende treffen, kann der Eindruck entstehen, eine App sei zeitsparend – wobei meist zu spät auffällt, wieviel Zeit sie bindet.

WOZU DAS ALLES?

Social Media, Messenger- und Streaming-Dienste zielen darauf ab, an so viele Daten wie möglich zu gelangen, um Werbeplätze zu verkaufen. Je länger jemand die App nutzt, desto lauter klingeln die Kassen der Anbieter und der Werbewirtschaft. Kinder und Jugendliche sind eine besonders begehrte Zielgruppe, denn die kleinen App-Junkies von heute sind die besten Kunden von morgen.

Von werbebasierter Datenerhebung profitieren nicht allein Werbefirmen und Marketingagenturen. Was und wie lange sich jemand einen Post ansieht, wo genau sich jemand befindet oder wohin sich jemand bewegt, auch was geteilt und geliket wird, lässt sich zusätzlich zu Geld machen, indem die Dienstbetreiber diese Daten so genannten Databrokern schicken.

Die führen Daten aus unterschiedlichen Quellen zu neuen und erweiterten Profilen zusammen, um sie weltweit unkontrolliert zu verramschen. Dieser graue Datenmarkt steht jedem offen – auch Stalkern, Betrügern, kriminellen Netzwerken und autoritären Regimen.



*»Wir müssen versuchen, den Wert zu entdecken, der mit Technik geschaffen werden kann. Und das ist nicht Geld, nicht Effizienz, nicht Gewinnmaximierung. Sondern Zufriedenheit, Freundschaft und Wissen.«**

*Zitat: Sarah Spiekermann, Autorin, Professorin für Wirtschaftsinformatik

DAS DILEMMA

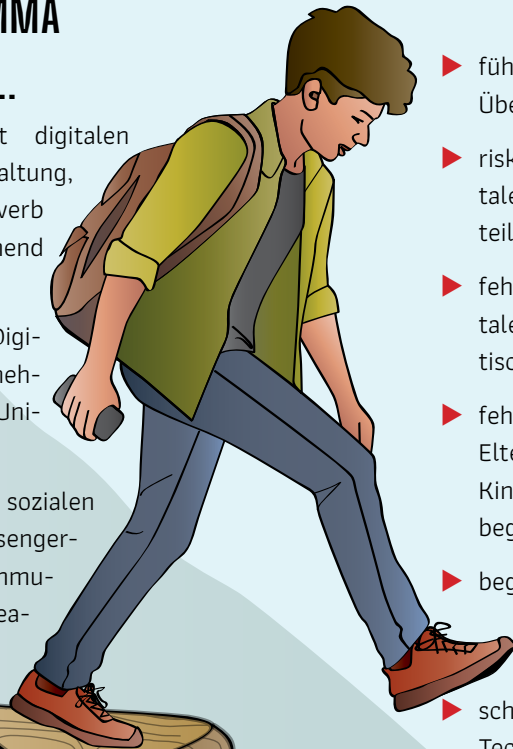
Einerseits ...

gehört der Umgang mit digitalen Medien zum Alltag. Unterhaltung, Kommunikation und der Erwerb von Wissen finden zunehmend digital statt.

gibt es so etwas wie Digitalzwang und diesen zunehmend auch an Schulen und Universitäten.

läuft ein großer Teil des sozialen Austauschs digital: Messenger-Dienste, Social Media, Community-Plattformen und Streaming-Dienste lösen Treffen vor Ort ab.

trennt die Jugendkultur nicht mehr zwischen on- und offline: Kein Treffen vor Ort ohne Smartphone, Gruppen treffen sich analog, um an digitalen Events oder hybriden Veranstaltungen teilzunehmen.



... Andererseits

- ▶ fühlen sich Jugendliche ohnmächtig gegenüber der Überwachung und Manipulation im Netz.
- ▶ riskieren Kinder und Jugendliche ohne Zugang zu digitalen Medien soziale Ausgrenzung und Bildungsnachteile.
- ▶ fehlen Ansprechpersonen: Medienkompetenz und digitale Mündigkeit werden in Schulen weder systematisch, noch fächerübergreifend vermittelt.
- ▶ fehlen Vorbilder: Zum Beispiel sind längst nicht alle Eltern in der Lage, die digitale Mediennutzung ihrer Kinder abseits restriktiver Maßnahmen proaktiv zu begleiten.
- ▶ begeben sich auch Unternehmen und Institutionen weithin in Abhängigkeit von Großkonzernen, trotz kritischer Mängel im Datenschutz.
- ▶ schafft es nicht mal die EU, Big Tech auf der Basis bestehender Gesetze konsequent zu regulieren.
- ▶ fehlt es an nicht-kommerzialisierten Orten im öffentlichen Raum, die analoges Aufwachsen ermöglichen.


BEISPIEL: SPOTIFY


2024 nahm der Konzern rund 1,9 Mrd. Euro mit datengetriebener Werbung ein. Neben Drittanbietern wie Meta, Werbepartnern und Dienstleistern wie Google Analytics gibt Spotify Daten an Personen weiter, die Verwertungsrechte an Musiktiteln besitzen. Die Werbung wird personalisiert, heißt, passend gemacht zu dem, was man gehört hat. So bekommen HipHop-Fans keine K-Pop-Werbung, sondern Werbung für Tickets der Lieblingsrapperin.


Wo ist das Problem?

- ▶ Mit 95 Prozent Marktanteil dominiert die schwedische Plattform das digitale Musikhören in Deutschland. Diese Macht schadet Wettbewerb und Verbraucherrechten.
- ▶ Spotify steuert, was gehört wird. Muskschaffende müssen sich bis in die Substanz ihrer Songs hinein unterordnen, bekommen dafür aber nur wenige Cent.
- ▶ Auch Spotify steht im Ruf, mit Datenbrokern zu handeln. Wer deren Datenprofile dann benutzt, ob mit oder ohne Befugnis und zu welchem Zweck, liegt im Dunkeln.

Datengold

 **Basics:** Benutzername, Passwort, Geschlecht, Anschrift, Postleitzahl, Land, eMail-Adresse, Geburtsdatum, Zahlungsdaten

 **Interaktionen:** Datum und Uhrzeit von Abfragen, mit Werbung, mit Playlists, Abo-Art, mit Songs, mit audiovisuellen Inhalten, mit anderen Usern, mit Produkten und Diensten, mit Anwendungen Dritter

 **Nutzergeneriert:** ein- und ausgehende Nachrichten, Profiltexthe, Bilder, eigene Playlists

 **Technische Daten:** App-Version, zugreifendes Gerät, Sprache, Touchscreen-Daten, URL-Daten, Daten aus Cookies, Netzwerkverbindungsdaten, Netzwerk- und Geräteleistung, Daten von Bewegungssensoren, Geräte-ID, Betriebssystem, Browsertyp, IP-Adresse zur ungefähren Standortbestimmung

BIG TECH DIKTIERT DIE SPIELREGELN

Algorithmen bestimmen, welche Videos die "For you"-Page von TikTok anzeigt oder welche Reels Instagram vorschlägt. Wie sie Inhalte wählen und sortieren, halten die Anbieter geheim. Darum gilt die Personalisierung von Daten als Einfallstor für alle Spielarten der Manipulation.

Die Folgen

Intransparenz: Nutzende können nicht einschätzen, worauf sie sich bei den jeweiligen Anbietern einlassen und was mit ihren Daten geschieht.

Fake News & Desinformation: Algorithmen prüfen nicht, ob ein Inhalt der Wahrheit entspricht, sie zählen nur die Reaktionen. Beiträge, die stark emotionalisieren, werden so automatisch gepusht – auch Hetze und Lügengeschichten.

Filterblase: Algorithmen priorisieren Inhalte, die Nutzer:innen in ihren Ansichten und Vorlieben bestätigen. Andere Perspektiven werden ausgeblendet. Ohne, dass es Nutzenden auffallen muss, beginnt ihre Dialogbereitschaft zu schwächeln.

Echokammern: Auch aus eigenem Antrieb bevorzugen Personen im Internet Inhalte, die ihre Meinungen stützen. Eine Umgebung, in der Nutzer:innen einander hin und her



bestätigen, fördert die Verbreitung von Falschinformationen und Radikalisierung.

Verstärkereffekt: Wer sich gerade schlecht fühlt und sich ein deprimierendes Video anschaut, wird vom Algorithmus mit vielen weiteren deprimierenden Inhalten versorgt – und noch tiefer runtergezogen.

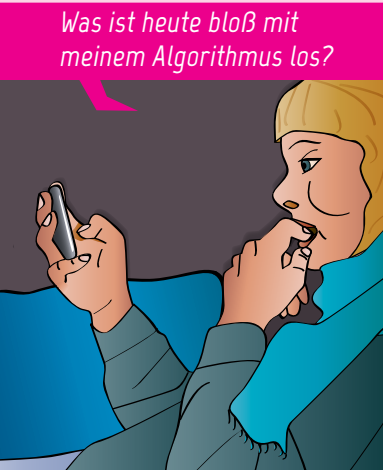
*»Verhaltensbasierte Werbung sollte insgesamt verboten werden. Ihr ökonomischer Nutzen für die Werbewirtschaft steht in keinem Verhältnis zu ihren schwerwiegenden Folgen für individuelle Grundrechte und die Gesellschaft insgesamt.«**

*Quelle:
Digitale Gesellschaft e.V.



Der Youtube-Algorithmus kennt mich besser als andere.

Ich glaube, die hören auf jeden Fall, was ich sage.



Was ist heute bloß mit meinem Algorithmus los?



Der TikTok-Algorithmus ist aggressiv.

KI = KUMPELINTELLIGENZ?

Mittlerweile verstehen Kinder schon mit 8 Jahren, dass Spotify, Youtube, Instagram oder TikTok keine linearen Programme sind. Jugendliche wissen, dass Algorithmen dafür mit den Datenspuren arbeiten, die sie auf einer Plattform hinterlassen. Wozu diese Daten aber genau genutzt werden, schätzen sie sehr unterschiedlich ein. Manche haben nur eine vage Idee, andere formulieren Fantasien von totaler Überwachung. User sollen sich ständig Werbung ansehen, das finden einige nicht cool. Gleichzeitig bauen sie eine regelrechte Beziehung zum Algorithmus auf und vermenschlichen ihn sogar.

*»Am Beispiel dieser algorithmischen Empfehlungssysteme, die nah an der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen sind und sie emotional beschäftigen, lassen sich Fragen von Umgang mit Daten, Datenschutz und Datenökonomie verhandeln. Bei dieser Neugier müssen wir ansetzen, wenn es um die Vermittlung von mehr Medienkompetenz und Datenschutzbewusstsein geht.«**


DATENSCHUTZ BRAUCHT VORBILDER

Dazu gehört zum Beispiel auch ein bewusster Umgang mit dem sogenannten Sharenting – gemeint ist das Teilen von Fotos der eigenen Kinder im Netz. Das Deutsche Kinderhilfswerk hat dazu die Kampagne #DenkenFragenPosten gestartet, die auch Eltern daran erinnert: Das Netz vergisst nichts. Jedes geteilte Foto hinterlässt Datenspuren – einen "digitalen Fußabdruck". Wer mit seinen Kindern bespricht, was wo gepostet werden darf, vermittelt damit auch: Deine Daten sind wichtig.

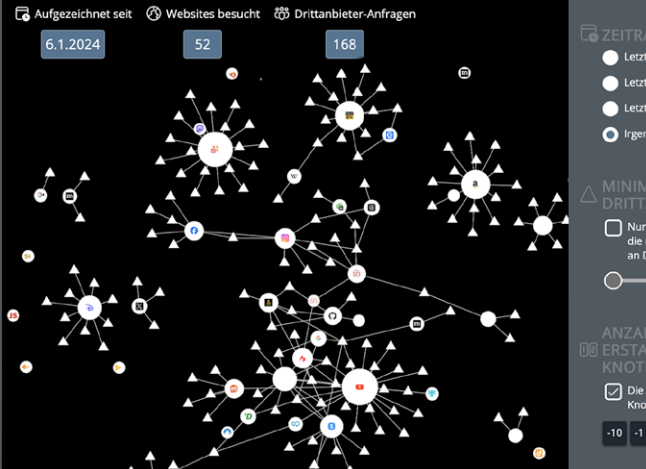
Genauso sind die Eltern als Vorbilder gefragt, wenn es darum geht, sichere Passwörter anzulegen, nicht einfach auf "Alle Cookies annehmen" zu klicken.

Quelle:  Deutsches Kinderhilfswerk

*»Wir können nicht von unseren Kindern erwarten, dass sie sich hochkompetent, eingeschränkt und sicher durch die Medienwelt bewegen, wenn wir als Erwachsene bei Instagram oder Facebook alles in die Welt posaunen.«**

*Zitat: Iren Schulz,
Medienpädagogin,
 Schau hin!





WER ÜBER DIE SCHULTER SCHAUT

Wer sich im Netz bewegt, hinterlässt Spuren. Immer. Dennoch gibt es Möglichkeiten, den Weg durchs Internet selbstbestimmter zu gestalten. Erhellend ist zum Beispiel **Lightbeam**, ein Add-on für Firefox, das grafisch darstellt, welche Unternehmen tracken, wenn sorglos auf "Alle Cookies annehmen" geklickt wird.


Ruft man fünf Websites auf, kann sich schon ein Netz aus 300 Drittanbietern gebildet haben, die gewonnene Datenspur in Echtzeit weiterverkaufen.

Cookies lassen sich im Browser einschränken, Add-Ons wie uBlock Origin sperren Tracker aus. Nur noch ein Dutzend Spione bleibt übrig. Immerhin.

»Wenn ich über die Vor- und Nachteile eines Dienstes Bescheid weiß, kann ich mich selbstbestimmt und frei dafür entscheiden, wie und in welchem Umfang ich sie nutze. Medienkompetenz bedeutet für mich, Kinder und Jugendliche zu befähigen, ihre eigenen Entscheidungen zu treffen.«*

Tipps

- ➔ data-kids.de bündelt vor allem Informationen für Kinder und Lehrkräfte. Ein Datenschutz-Lexikon erklärt Begriffe von A wie Account bis Z wie Zweckbindung. Außerdem gibt es weiterführende Links und Spiele rund um Datenschutz.
- ➔ youngdata.de beackert Themenfelder, die Jugendliche betreffen. Zum Beispiel: Wie steht es um den Datenschutz bei Discord? Oder: "Twitch und Datenschutz – worauf du achten solltest".
- ➔ medienscouts-mv.de: Das Projekt erweitert euer Wissen im Umgang mit digitalen Medien, so dass ihr es an Gleichaltrige weitergeben könnt – weil es untereinander viel mehr Spaß macht!

*Zitat: Antje Kaiser,  Medienscouts MV

DER AUTOR



Patrick Wildermann ist freier Kulturjournalist in Berlin, schreibt für den Tagesspiegel und arbeitet regelmäßig auch für Wikimedia Deutschland und das Goethe-Institut. Mit Digitalcourage e.V. verbindet ihn eine langjährige Zusammenarbeit als Lektor und Texter.

Die kurz&mündig-Reihe wird herausgegeben von:

► **digitalcourage** e.V. engagiert sich seit 1987 für Grundrechte, Datenschutz und eine lebenswerte Welt im digitalen Zeitalter. Wir sind technikaffin, doch wir wehren uns dagegen, dass unsere Demokratie "verdatet und verkauft" wird. Seit 2000 verleihen wir die BigBrother-Awards. Digitalcourage ist gemeinnützig, finanziert sich durch Spenden und lebt von viel freiwilliger Arbeit.

► Mehr zu unserer Arbeit finden Sie auf digitalcourage.de und bigbrotherawards.de

In der kurz&mündig-Reihe sind bisher erschienen:

- | | |
|---|--|
| 01 Digitale Mündigkeit | 18 Smart Toys und Kinder-Tracking-Apps |
| 02 Datenschutzrechte in Schulen durchsetzen | 19 Datenschutzbeschwerden richtig einreichen |
| 03 Faire Websites | 20 Datenschutz in Kirchengemeinden |
| 04 Leitlinien für digitale Bildung in Schulen | 21 Videoüberwachung an Schulen |
| 05 Uploadfilter | 22 Digitale Selbstverteidigung für Mädchen* |
| 06 Stalking, Hass, Kontrolle | 23 Workshops clever planen |
| 07 Homeoffice | 24 Bodyshaming |
| 08 Digitale Bildungsangebote selbst erstellen | 25 Umgang mit Fotos |
| 09 Digitale Angriffe im Büro | 26 Künstliche Intelligenz |
| 10 Digitale Sicherheit für Frauenhäuser | 27 Staatstrojaner |
| 11 Versammlungsfreiheit | 28 Fundraising |
| 12 Nichts zu verbergen? | 29 Open Educational Resources |
| 13 Apps selbst prüfen und bewerten | 30 Creative-Commons-Lizenzen |
| 14 Überwachung in China | 31 Digitalzwang |
| 15 Solidarität im Netz | 32 Schönes neues Netzwerk |
| 16 Fediverse. So geht Social Media | 33 Hauptsache bequem? |
| 17 Einfach. Linux. | |

Erhältlich unter: digitalcourage.de/kum

Weitere kurz&mündig-Ausgaben passend zum Thema:

Fediverse – So geht Social Media [Band 16]

Nichts zu verbergen? – Ein gefährlicher Irrglaube [Band 12]

Schönes neues Netzwerk – Wie man entspannt in sozialen Medien umzieht [Band 32]



Dieses KURZ&MÜNDIG-Minibuch ist auch als komfortables interaktives PDF erhältlich. Es kostet nur 5,00 Euro und ist wie alle KURZ&MÜNDIG-Ausgaben [auch als Printversion] erhältlich unter: digitalcourage.de/kum

Technische Basics, kritische Kompetenz
und digitale Kreativität sind alles andere
als Zeitverschwendung: Kinder und Jugendliche
verdienen mehr Unterstützung beim Umgang
mit digitalen Medien – denn diese
gehören zu ihrem Alltag.



Digitalcourage e.V.

Marktstraße 18 | 33602 Bielefeld

mail@digitalcourage.de

digitalcourage.de

T: +49 521 1639 1639



ISBN 978-3934636-72-9

5,00 Euro
5,00 CHF

 **digitalcourage**

k&m 33 Hauptsache bequem?