



Mein digitaler Tag

	Digitale Medien und Anwendungen	Ort	Nutzungsdauer	Nutzungszweck
Morgen				
Vormittag				
Mittag				
Nachmittag				
Abend				
Nacht				



Gruppenarbeit zum Thema „Suchmaschine“

Aufgabe 1

Lesen Sie zunächst gemeinsam den folgenden Text.

Suchmaschine

Um lokale Rechner oder das Internet zu durchsuchen, werden Suchmaschinen eingesetzt. Sie bilden einen Index aller vorhandenen Dateien oder Websites ab. In Suchanfragen werden die Ergebnisse aus diesem Index verarbeitet und als Suchergebnis aufbereitet.

In erster Linie verbinden Menschen mit dem Begriff Suchmaschine eine Suche im Internet, eigentlich nur im World Wide Web. Um es durchsuchbar zu machen, setzen Suchmaschinenbetreiber Webcrawler ein. Diese Programme grasen jede öffentlich auffindbare Website ab, folgen allen Links, die von ihr ausgehen, und ordnen ein, wohin diese Links führen. Die Ergebnisse landen in einem großen Index, mit dem die eigentliche Suchmaschine arbeitet. Der Vorteil eines solchen Index: Das Web muss nicht in Echtzeit durchsucht werden, die Suchergebnisse werden somit schneller präsentiert.

Für das Ranking und die Treffergenauigkeit spielt der Algorithmus eine entscheidende Rolle. Er interpretiert den Text einer Anfrage und ordnet ihn Einträgen aus dem Index zu. In der Ergebnisliste steht ein Eintrag desto höher, je relevanter er für die Suche ist.

Die Suchmaschine von Google etwa bewertet die Relevanz einer Seite zum einen nach ihrer Wichtigkeit, nämlich nach der Anzahl und der Qualität von Websites, die auf sie verweisen. Zum anderen ist Googles Algorithmus in der Lage, Suchanfragen als Sinneinheit zu verstehen (semantische Suche) und dementsprechend Ergebnisse zuzuordnen. Wenn eine Person also „Wie viele Mäuse isst eine Katze“ eingibt, könnte ein schlichterer Algorithmus einfach Websites auflisten, in denen „Mäuse“ beziehungsweise „Maus“, „Katze“ und gegebenenfalls „essen“ auftauchen. Die semantische Suche erkennt indes den Gesamtzusammenhang der Begriffe und listet die Ergebnisse entsprechend auf.

Am Ende legt die Suchmaschine eine Rangfolge (Ranking) der Ergebnisse fest. Speziell Google hat durch seine starke Nutzung ein weiteres Element einfließen lassen: Der Suchmaschinenbetreiber kann auswerten, welche Einträge im Ergebnis-Ranking besonders oft ausgewählt werden, und dies kann er wieder in künftige Rankings einfließen lassen. Das System lernt dabei ständig dazu.

Für alle Web-Suchmaschinen gilt: Nicht alle Inhalte sind auffindbar, da sich vieles zum Beispiel geschützt hinter Login-Bereichen verbirgt, zu denen Webcrawler keinen Zugang haben. Darüber hinaus gibt es Bereiche im Web, die sich gezielt einer Suche entziehen.



Gruppenarbeit zum Thema „Filterblase“

Aufgabe 1

Lesen Sie zunächst gemeinsam den folgenden Text.

Filterblase (engl.: Filter Bubble)

Der Begriff Filterblase (Filter Bubble) umfasst mehrere Aspekte. Es geht grundsätzlich darum, dass Personen nur noch Meinungen und Tatsachen ausgesetzt werden, die zu ihrem Weltbild passen. Gegenargumente nehmen sie dadurch kaum noch wahr, ihre Diskussionen führen sie vor allem mit Gleichgesinnten. Die Folge kann eine digitale Echokammer sein: Menschen steigern sich in ihr Weltbild hinein und sind dann irritiert, wenn andere nicht so denken wie sie. Sie geraten möglicherweise mit Menschen, die sich ihrerseits in ein völlig entgegengesetztes Weltbild hineingesteigert haben, in drastische Auseinandersetzungen. Denn es fehlt ihnen die Auseinandersetzung mit Themen, die viele Meinungen berücksichtigt.

Der Begriff geht zurück auf den Aktivistin Eli Pariser, der ihn 2011 in seinem Buch „Filter Bubble: Wie wir im Internet entmündigt werden“ verwendet. Die Ursache für Filterblasen kann sein, dass Menschen gezielt ihre Quellen und Netzwerke nach „ihrer“ Lebensrealität auswählen. Ein Hauptgrund ist Pariser zufolge, dass Algorithmen in sozialen Medien wie Facebook und Twitter oder von Suchmaschinen Menschen gezielt solche Quellen vorschlagen, die schon ihrer Meinung entsprechen. Zudem werden zum Beispiel bei Facebook Inhalte, die anderen Personen nicht gefallen, nicht mehr in der persönlichen Übersicht anderer angezeigt. Kritiker*innen von Parisers Ansatz zweifeln den großen Einfluss von Algorithmen allerdings an.

Der Begriff Filterblase kann auch sehr selbstkritisch verwendet werden – in dem Sinne, dass sich Menschen der Selektivität ihrer Wahrnehmung bewusst sind: „In meiner Filterblase ist das ein super wichtiges Thema, aber vielleicht bei anderen gar nicht.“



Gruppenarbeit zum Thema „Cookies“

Aufgabe 1

Lesen Sie zunächst gemeinsam den folgenden Text.

Cookie

Cookies – genauer: HTTP-Cookies – sind kleine Textdateien, die es Webanwendungen ermöglichen, personenbezogene Daten zu sammeln. Dies können Surfverhalten, Warenkörbe in Webshops oder gespeicherte Einstellungen von Websites sein. In der Regel legt ein Browser für jede besuchte Domain ein Cookie an. Darin wird auch gespeichert, welche Sprache die Nutzer*innen verwendet haben. Der Rechner ist über eine zufällig erzeugte Nummer eindeutig von anderen unterscheidbar. Auch persönliche Merkmale wie Name, Adresse oder E-Mail können in Cookies stehen. Sie enthalten zudem Metadaten wie den Zeitpunkt ihrer Erstellung, ein mögliches Verfallsdatum und die letzte Aktualisierung. Cookies, die direkt von Website-Betreibern stammen, werden als First-Party-Cookies bezeichnet.

Grundsätzlich ist es möglich, dass Cookies statt auf dem Endgerät der Nutzer*innen auf dem Server gespeichert werden. Auf diese Weise kann das Nutzungsverhalten von Personen über mehrere Domains hinweg ausgewertet werden. Solche Third-Party-Cookies auf Adservern zeichnen Verhalten und Interessen oft über einen längeren Zeitraum auf und sind vor allem für Marketingzwecke gedacht. Mithilfe dieser Tracking-Cookies lässt sich gezielt personenbezogene Werbung schalten. Seit einigen Jahren setzen große Dienste wie Google, Facebook und Microsoft für ihr Tracking Technologien ein, die Third-Party-Cookies in technische First-Party-Cookies umwandeln. So ist es ihnen möglich, die zunehmende Blockierung von Drittanbieter-Cookies zu umgehen.



11 Alltagstipps zum Surfen im Netz

Tipp 1: Sie haben ein Recht auf Vergessen werden!

Sie können das Löschen Ihrer Daten aktiv einfordern, zum Beispiel nach der Kündigung eines Vertrags. Das betrifft auch Suchmaschinenergebnisse: Betroffene können bei den Suchmaschinenbetreibern einfordern, dass bestimmte Treffer über sie nicht mehr angezeigt werden. Die Betreiber müssen die Ergebnisse jedoch nicht in jedem Fall bereinigen, es kommt auf den Einzelfall an. Wer Daten löschen lassen will, muss sich zudem an die Betreiber*innen der eigentlichen Websites wenden, bei denen die Daten eingegeben worden sind.

Tipp 2: Löschen Sie Cookies!

Wer ganz sichergehen möchte, dass keine Daten erhoben werden, muss alle Cookies am Ende seiner Browsersitzung löschen. Dazu wählt man unter „Einstellungen“ den Menüpunkt aus, der den Begriff „Datenschutz“ enthält. Dort findet sich ein Bereich zum Löschen von Cookies. Nicht wundern: Beim nächsten Öffnen des Browsers fragen alle Websites wieder Cookie-Einstellungen ab. Zudem können Sie in den Einstellungen Ihres Browsers angeben, ob dieser immer nach Beenden alle Cookies und Suchverläufe löschen soll.

Tipp 3: Installieren Sie Browser-Add-ons!

Sie können sogenannte Browser-Add-ons nutzen, die bestimmte Cookies oder unliebsame Werbung blockieren. Manche Seiten funktionieren jedoch ohne Cookies nicht.

Tipp 4: Räumen Sie auf!

Es gibt neben Add-ons kleine Programme, die Ihnen dabei helfen, Cookies und Browserverläufe zu löschen, zum Beispiel CCleaner.

Tipp 5: Nutzen Sie nicht immer bloß Google!

Probieren Sie auch mal alternative Suchmaschinen aus, die mehr Privatsphäre bieten, keine Tracking-Cookies setzen und auch anonyme Ansichten bieten. Beispiele: duckduckgo, startpage, metaGer oder die umweltfreundliche Suchmaschine ecosia.

Tipp 6: Probieren Sie mal andere Browser aus!

Es gibt Browser, die Ihre Privatsphäre besser schützen als Chrome, Internet Explorer und Safari. Beispiele sind Mozilla Firefox, Opera, Tor, Comodo „Dragon“ für Fans von Chrome und „Ice Dragon“ für Fans von Firefox und Brave. Hier können Sie auch anonym surfen.

Tipp 7: Werden Sie nicht „faul“!

Melden Sie sich nicht mit Konten sozialer Medien wie Facebook bei anderen Seiten an. So können noch mehr Daten über Sie zusammengeführt werden. Lesen Sie, bevor Sie Cookies-Einstellungen zustimmen. Sie haben die Wahl zwischen „allen zustimmen“ und „Einstellungen“. In den Einstellungen können Sie nur notwendigen Cookies zustimmen (für die Funktionalität der Seite). Nutzen Sie unterschiedliche sichere Passwörter und getrennte E-Mail-Adressen. Richten Sie sich beispielsweise eine E-Mail-Adresse ohne Klarnamen nur für Newsletter-Anmeldungen ein. Achten Sie darauf, dass die Adresse in der Adresszeile des Browsers mit https:// beginnt (und nicht etwa mit http://).



Tipp 8: Sie können Ihre Zustimmung widerrufen oder ändern!

Sie können Ihre Zustimmung zur Datennutzung über die „Datenschutz-Einstellungen“ der jeweiligen Website ändern.

Tipp 9: Lesen Sie die Datenschutzerklärung noch einmal in Ruhe!

Alle Webseiten und auch viele Apps haben einen Link zu den jeweiligen Datenschutzbestimmungen beziehungsweise zur „Datenschutzerklärung“ (DSE). Dort können Sie noch einmal im Detail durchlesen, wo welche Daten erhoben werden.

In manchen Fällen gibt es auch eine Version in einfacher Sprache – das macht es leichter, einen schnellen Überblick zu bekommen. Wenn Ihnen Begriffe unklar sind, können Sie sich auf Websites wie [datenschutz.org](https://www.datenschutz.org) oder bei [verbraucherzentrale.de](https://www.verbraucherzentrale.de) informieren.

Tipp 10: Sie können Auskunft verlangen!

Wenn Sie einen Werbebrief erhalten, bei dem unklar ist, wie das Unternehmen an Ihre Adresse gekommen ist, können Sie Auskunft verlangen.

Die Zustimmung zur Speicherung eigener Daten kann jederzeit widerrufen werden. Manche Unternehmen handeln wenig kundenfreundlich und lassen etwa beim ersten Besuch ihrer Website nicht nur einzelnen Punkten zustimmen, sondern verlangen eine globale Zustimmung. Sie weisen darauf, dass die Zustimmung jederzeit widerrufen werden kann.

Tipp 11: Es gibt Datenschutzbeauftragte!

Alle Unternehmen und Behörden, die regelmäßig Daten verarbeiten, müssen eine*n Datenschutzbeauftragte*n einsetzen.

Wenn Sie mit Ihrem Anliegen nicht weiterkommen, weil ein Unternehmen keine Auskunft über gespeicherte Daten erteilt, können Sie sich an die zuständige Behörde Ihres Bundeslandes wenden. In der Regel heißt die zuständige Person Landesbeauftragte*r für Datenschutz. Auf Bundesebene ist dann die oder der „Bundesdatenschutzbeauftragte“ zuständig. Landes- und Bundesbehörden können Unternehmen mit hohen Strafen belegen, wenn sie gegen Datenschutzbestimmungen verstoßen.



Tipp 1

Sie haben ein Recht auf Vergessen werden!

Sie können das Löschen Ihrer Daten aktiv einfordern, zum Beispiel nach der Kündigung eines Vertrags. Das betrifft auch Suchmaschinenergebnisse: Betroffene können bei den Suchmaschinenbetreibern einfordern, dass bestimmte Treffer über sie nicht mehr angezeigt werden. Die Betreiber müssen die Ergebnisse jedoch nicht in jedem Fall bereinigen, es kommt auf den Einzelfall an. Wer Daten löschen lassen will, muss sich zudem an die Betreiber*innen der eigentlichen Websites wenden, bei denen die Daten eingegeben worden sind.

Tipp 2

Löschen Sie Cookies!

Wer ganz sichergehen möchte, dass keine Daten erhoben werden, muss alle Cookies am Ende seiner Browsersitzung löschen. Dazu wählt man unter „Einstellungen“ den Menüpunkt aus, der den Begriff „Datenschutz“ enthält. Dort findet sich ein Bereich zum Löschen von Cookies. Nicht wundern: Beim nächsten Öffnen des Browsers fragen alle Websites wieder Cookie-Einstellungen ab. Zudem können Sie in den Einstellungen Ihres Browsers angeben, ob dieser immer nach Beenden alle Cookies und Suchverläufe löschen soll.

Tipp 3

Installieren Sie Browser-Add-ons!

Sie können sogenannte Browser-Add-ons nutzen, die bestimmte Cookies oder unliebsame Werbung blockieren. Manche Seiten funktionieren jedoch ohne Cookies nicht.

Tipp 4

Räumen Sie auf!

Es gibt neben Add-ons kleine Programme, die Ihnen dabei helfen, Cookies und Browserverläufe zu löschen, zum Beispiel CCleaner.



Tipp 5

Nutzen Sie nicht immer bloß Google!

Probieren Sie auch mal alternative Suchmaschinen aus, die mehr Privatsphäre bieten, keine Tracking-Cookies setzen und auch anonyme Ansichten bieten. Beispiele: duckduckgo, startpage, metaGer oder die umweltfreundliche Suchmaschine ecosia.

Tipp 6

Probieren Sie mal andere Browser aus!

Es gibt Browser, die Ihre Privatsphäre besser schützen als Chrome, Internet Explorer und Safari. Beispiele sind Mozilla Firefox, Opera, Tor, Comodo „Dragon“ für Fans von Chrome und „Ice Dragon“ für Fans von Firefox und Brave. Hier können Sie auch anonym surfen.

Tipp 7

Werden Sie nicht „faul“!

Melden Sie sich nicht mit Konten sozialer Medien wie Facebook bei anderen Seiten an. So können noch mehr Daten über Sie zusammengeführt werden.

Lesen Sie, bevor Sie Cookies-Einstellungen zustimmen. Sie haben die Wahl zwischen „allen zustimmen“ und „Einstellungen“. In den Einstellungen können Sie nur notwendigen Cookies zustimmen (für die Funktionalität der Seite).

Nutzen Sie unterschiedliche sichere Passwörter und getrennte E-Mail-Adressen. Richten Sie sich beispielsweise eine E-Mail-Adresse ohne Klarnamen nur für Newsletter-Anmeldungen ein.

Achten Sie darauf, dass die Adresse in der Adresszeile des Browsers mit https:// beginnt (und nicht etwa mit http://).

Tipp 8

Sie können Ihre Zustimmung widerrufen oder ändern!

Sie können Ihre Zustimmung zur Datennutzung über die „Datenschutz-Einstellungen“ der jeweiligen Website ändern.



Tipp 9

Lesen Sie die Datenschutzerklärung noch einmal in Ruhe!

Alle Webseiten und auch viele Apps haben einen Link zu den jeweiligen Datenschutzbestimmungen beziehungsweise zur „Datenschutzerklärung“ (DSE). Dort können Sie noch einmal im Detail durchlesen, wo welche Daten erhoben werden.

In manchen Fällen gibt es auch eine Version in einfacher Sprache – das macht es leichter, einen schnellen Überblick zu bekommen. Wenn Ihnen Begriffe unklar sind, können Sie sich auf Websites wie datenschutz.org oder bei verbraucherzentrale.de informieren.

Tipp 10

Sie können Auskunft verlangen!

Wenn Sie einen Werbebrief erhalten, bei dem unklar ist, wie das Unternehmen an Ihre Adresse gekommen ist, können Sie Auskunft verlangen.

Die Zustimmung zur Speicherung eigener Daten kann jederzeit widerrufen werden. Manche Unternehmen handeln wenig kundenfreundlich und lassen etwa beim ersten Besuch ihrer Website nicht nur einzelnen Punkten zustimmen, sondern verlangen eine globale Zustimmung. Sie verweisen darauf, dass die Zustimmung jederzeit widerrufen werden kann.

Tipp 11

Es gibt Datenschutzbeauftragte!

Alle Unternehmen und Behörden, die regelmäßig Daten verarbeiten, müssen eine*n Datenschutzbeauftragte*n einsetzen.

Wenn Sie mit Ihrem Anliegen nicht weiterkommen, weil ein Unternehmen keine Auskunft über gespeicherte Daten erteilt, können Sie sich an die zuständige Behörde Ihres Bundeslandes wenden. In der Regel heißt die zuständige Person Landesbeauftragte*r für Datenschutz. Auf Bundesebene ist dann die oder der „Bundesdatenschutzbeauftragte“ zuständig. Landes- und Bundesbehörden können Unternehmen mit hohen Strafen belegen, wenn sie gegen Datenschutzbestimmungen verstoßen.



Verbraucherschützer*in

- „ Als Verbraucher*innen, aber auch als Bürger*innen allgemein, haben Sie das Recht auf informationelle Selbstbestimmung. Das ist der Kern des Datenschutzes. Das bedeutet: Sie haben die Freiheit, selbst zu entscheiden, was mit Ihren Daten geschehen soll. “
- „ Der Umgang mit Cookies ist für die Verbraucher*innen nicht immer transparent. Die Webseitenbetreiber müssen genau darüber informieren, wer für welche Dauer und mit welchem Zweck auf die verarbeiteten Daten zugreift. “
- „ Man sollte bedenken, dass die Personalisierung von Angeboten, z. B. einer Nachrichtenseite, dazu führt, dass man in eine Filterblase gerät: Dann erhält man nur noch die Infos, die die eigene Meinung bestätigen. “

Marketingleiter*in eines großen Versandhandels

- „ Wir benötigen die Daten, die wir zum Beispiel aus Cookies gewinnen, um unseren Kund*innen ein positives Einkaufserlebnis zu ermöglichen. “
- „ Mein Unternehmen kann nur dann die passenden Produkte anbieten, wenn wir genug Daten von unseren Kund*innen verarbeiten können. “

Verbraucher*in

- „ Ich bin mir oft unsicher, was mit meinen Daten passiert, wenn ich im Internet surfe. “
- „ Die Cookie-Regelungen verstehe ich oft nicht. Manchmal ist es mir auch einfach zu lästig, mich damit zu beschäftigen. Dann klicke ich auf ‚Akzeptieren‘, ohne groß nachzudenken. “
- „ Ich wünsche mir mehr Transparenz im Netz. “