MIT FLÜCHTIGEN GRÜSSEN

Jedes peinliche Foto, jeder dümmliche Kommentar – bisher blieb er im Web für alle Zeiten gespeichert. Nun werden soziale Medien diskreter.

VON JENS LUBBADEH

MITARBEIT: RACHEL METZ, TOM SIMONITE

Illustration: Brian Cronin

© Copyright by Heise Zeitschriften Verlag

Der Klick auf den „Posten"-Button dauert nur einen Moment – aber seine Folgen können Jahre später noch nachwirken. Denn im Gegensatz zu Menschen vergessen Google, Facebook und Twitter nichts. Nicht das peinliche Partyfoto, das man in einem überschwänglichen Moment hochgeladen hat. Auch nicht den dümmlichen Tweet unter dem „Neuland"-Hashtag. Und die Beschimpfungen der besserwisserischen Nerds im Android-Diskussionsforum hätte man sich auch sparen können.

Das gnadenlose Gedächtnis des Netzes wird auch in Zukunft keinen Ausrutscher verzeihen. Erst kürzlich stellte der Generalanwalt des Europäischen Gerichtshofes, Niilo Jääskinen, in einem spektakulären Gutachten fest: Die derzeitige EU-Datenschutzrichtlinie beinhalte kein „Recht auf Vergessen". Suchmaschinenbetreiber – de facto ist damit natürlich in erster Linie Google gemeint – könnten nicht dazu gezwungen werden, Informationsseiten aus ihrem Index zu streichen. Jääskinen beruft sich auf ein wertvolles Gut: „Von Suchmaschinen-Anbietern zu verlangen, veröffentlichte legitime und rechtmäßige Informationen zu unterdrücken, wäre ein Eingriff in die Freiheit der Meinungsäußerung."

Das Gutachten wurde erstellt anlässlich der Klage eines Spaniers, dessen Haus 1998 zwangsversteigert wurde. Eine Zeitung hatte damals darüber berichtet, der Link darauf ist noch immer bei einer Namenssuche zu finden, was der Kläger als rufschädigend empfindet. Einleuchtend, doch Jääskinen urteilte, eine „subjektive Präferenz" sei noch „kein überwiegender, schutzwürdiger Grund". Noch hat der EuGH kein Urteil gefällt, doch es ist wahrscheinlich, dass er in wenigen Monaten der Empfehlung seines Generalanwaltes folgen wird.

Das Urteil wird Folgen haben – vor allem für junge Leute, die mit dem Internet und sozialen Medien aufwachsen, sich aber nicht ungezwungen im digitalen Raum bewegen können. Das Dilemma: Facebook und Twitter machen es ihren Nutzern verführerisch leicht, Informationen zu veröffentlichen. Auf der anderen Seite aber entziehen sie, abgesichert durch unverständliche, seitenlange AGBs, ihren Usern die Kontrolle darüber und warnen sie nicht vor den möglichen Konsequenzen unbedachter Äußerungen. Zum Beispiel für die Karriere: Jeder zweite Personaler stöbert bei Google und Facebook in den digitalen Hinterlassenschaften eines Bewerbers, wie 2011 eine Umfrage im Auftrag des Verbandes Bitkom unter 1500 Geschäftsführern und Personalverantwortlichen ergab.

Allein gelassen von den Konzernen und den Politikern, helfen sich die Jugendlichen selbst: Sie kodieren ihre Sprache, um es ihren Lehrern, Eltern, Facebook und Personalern schwerer zu machen, ihnen in die Karten zu gucken – und nicht zuletzt, um ungestört Sexting zu betreiben, also Nachrichten mit sexuellem Inhalt auszutauschen. So wird „Cannabis" zu 420, „get your pants off" zu GYPO und 8 steht für Oralsex. Nachrichten kann man so verbergen, aber wie steht es mit Bildern?

Genau aus diesem Grund schufen 2011 die Stanford-Studenten Evan Spiegel und Bobby Murphy die kostenlose App „Snapchat". Mit ihr lassen sich Schnappschüsse versenden, die ihren Namen auch verdient haben: Der Sender kann einstellen, dass der Empfänger das Bild nur wenige Sekunden lang betrachten kann. Dann löscht sich die Nachricht. Zwar gibt es ein Schlupfloch – der Empfänger kann mit etwas Geschick einen Screenshot der Nachricht machen, doch der Absender wird darüber benachrichtigt. Trotzdem ist Snapchat enorm populär. Wurden im Dezember 2012 noch 50 Millionen Schnappschüsse versendet, waren es im Juni 2013 bereits 200 Millionen. Mit Sexting allein kann man diesen Erfolg nicht erklären, die meisten Schnappschüsse würden tagsüber verschickt, meint Jeremy Liew vom Snapchat-Investor Lightspeed Venture Partners. Da seien derart anstößige Inhalte eher unwahrscheinlich. Liew führt den Erfolg vielmehr auf das zunehmende Unbehagen der jungen Leute bei Diensten wie Twitter, Instagram und Facebook zurück. „Viele Menschen wollen weniger einen Rundfunkkanal, der an alle sendet, als vielmehr einen Kanal, auf dem sie persönlicher, rauer und authentischer sein können."

Die kurze, persönliche, vergängliche Kommunikation ähnelt einem Telefonat. Endlich kann man sagen, was man denkt, ohne sich darum Sorgen machen zu müssen, dass es in der digitalen Akte landet. Sich rasch selbst zerstörende Nachrichten verstärken die Privatsphäre von Online-Kommunikation, könnten die User im Netz freier machen, ungezwungener und spontaner. Passenderweise ist das Logo von Snapchat ein grinsender Geist.

Facebook hat die Zeichen der Zeit erkannt und reagiert: Ende 2012 brachte Mark Zuckerberg eine Facebook-App namens „Poke" heraus. Es ist de facto eine Kopie von Snapchat. Mit Poke kann man Nachrichten versenden, die maximal zehn Sekunden sichtbar sind. Der Sender wird gewarnt, wenn der Empfänger einen Screenshot macht.

Sich selbst löschende Nachrichten könnten auch Standards wie SMS und E-Mail ablösen. Installiert man die Android-App „Gryphn", ersetzt sie die SMS-Anwendung auf dem Smartphone und verschlüsselt ausgehende Nachrichten mit AES-256-Standard, was auch vor den Spähdiensten Prism und Tempora einen gewissen Schutz bietet. Screenshots blockiert sie, ebenso die Weiterleitung von SMS. Versendete Bilder löschen sich nach kurzer Zeit selbst. Die App „Wickr" verschickt verschlüsselte Text-, Ton-, Bild- und Video-Nachrichten. Der Empfänger hat sechs Tage Zeit, sie anzuschauen oder anzuhören. Und der Telekommunikationskonzern AT&T hat Ende Juni in den USA ein Patent für eine sich selbst zerstörende E-Mail eingereicht.

Der Erfolg der vergänglichen Nachrichten aber steht und fällt mit dem Vertrauen, das die Nutzer in sie haben. Wie vertrauenswürdig die Nutzer Facebooks Poke einschätzen, bleibt abzuwarten. Aber auch Snapchat muss aufpassen. Der Konzern verspricht zwar, die Daten von seinen Servern zu löschen. Aber in seinen Datenschutzregelungen hält er sich noch ein Hintertürchen offen: So könne man nicht in jedem Fall garantieren, dass die Nachrichten immer gelöscht würden. In einem Fall hat das schon mal nicht funktioniert: Im Mai spürte der 24-jährige Datenforensiker Richard Hickman vermeintlich gelöschte Snapchat-Bilder auf seinem Android-Smartphone auf. Sie waren lediglich umbenannt worden und damit für das Android-System unsichtbar. Der findige Hickman konnte alle Bilder wieder reaktivieren, und es war einfacher, als er selbst dachte.

Trotz dieses Fehltritts: Vergängliche soziale Medien haben eine große Zukunft. Ganz einfach, weil wir es uns nicht leisten können, von unserer Vergangenheit erdrückt zu werden. Auch wenn sie uns nicht vor Prism und Tempora bewahren können: Sie schützen uns immerhin vor uns selbst.

© Copyright by Heise Zeitschriften Verlag