Hochschule Macromedia für angewandte Wissenschaften,

University of Applied Sciences

MASTERARBEIT

zur Erlangung des akademischen Grades

Master of Arts

Digital Native vs. Digital Naive

Eine Untersuchung der Generation Z mit Fokus auf eine potentielle Sorglosigkeit im Umgang mit persönlichen Daten innerhalb sozialer Netzwerke

im Studiengang **Open Media Master**

Medien und Kommunikationsmanagement

Erstprüfer:

Prof. Dr. Philipp Riehm

Zweiter Erstprüfer:

Prof. Dr. Andreas Hebbel-Seeger

Vorgelegt von:

Vorname Nachname: Anna-Lena Narewski

Matr.-Nr.: H-30017

Studiengang: Open Media Master

Studienrichtung: Medien und Kommunikationsmanagement

Hamburg, im Juli, 2016

Abstract

Nowadays, social networks have become an important part of our daily routine and especially the younger generations take social networks for granted. The constant presence of social networks at the time those generations came to age lead to a skillful handling of social networks and technology in general. Thus, they are called 'Digital Natives'. The digital natives break down into two generations; Generation Y (1985-2000) and Generation Z (2000-2015). Nevertheless, social networks contain risks and dangers due to the handling of the users' personal data. Consequently, the aim of this master thesis is to find out, whether the younger generations handle their data without care and thus if the Digital Natives became so-called 'Digital Naives'. Therefore, the research question is: „Is the generation Z less careful then the generation Y with their personal data with respect to what they disclose in social networks?" Following this, two thesis were developed to find reliable answers to the research question. The first thesis statement tries to confirm whether growing up with social Networks and the omnipresence of them lead to some kind of carelessness regarding their own personal data. The second thesis statement tries to confirm that the mentioned recklessness is not necessarily caused by a lack of knowledge, but rather due to disregarding the present privacy regulations.

To confirm the thesis and thus to answer the research question a questionnaire was developed and interviews were conducted. Eight participants belonging either to the generations Y or the generation Z were interviewed. Subsequently, the data was analysed by the help of Mayrings' coding research method. The first thesis statement was verified. The respondents of the generation Z are in the dark when it comes to rights of social networks, however they don't publish their personal information. The second thesis statement could not be confirmed, since the respondents of the generation Z didn't know about the rights of the social networks as well as about the risks and dangers involved. As a result, the author of this master thesis was not able to identify a significant difference between the generation Y and Z in terms of their online behaviour.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung ... 1

2 Von Digital Immigrants zu Digital Natives ... 2

2.1 Digital Immigrants ... 4

2.1.1 Babyboomer ... 4

2.1.2 Generation X ... 5

2.2 Digital Natives ... 6

2.2.1 Generation Y ... 6

2.2.2 Generation Z ... 8

2.3 Zusammenfassung ... 10

3 Social Media ... 12

3.1 Nutzungsverhalten Deutschland ... 15

3.2 Facebook ... 16

3.3 Instagram ... 17

3.4 Snapchat ... 18

4 Internetrecht und Datenschutz in Deutschland ... 19

4.1 Internetrecht und Datenschutz ... 19

4.2 Rechtssituation Social Media ... 20

4.2.1 Facebook ... 20

4.2.1.1 Nutzungsbedingungen ... 21

4.2.1.2 Datenrichtlinien ... 22

4.2.1.3 Nutzereinstellungen ... 25

4.2.2 Instagram ... 27

4.2.2.1 Nutzungsbedingungen ... 27

4.2.2.2 Datenrichtlinien ... 28

4.2.2.3 Nutzereinstellungen ... 30

4.2.3 Snapchat ... 30

4.2.3.1 Nutzungsbedingungen ... 31

4.2.3.2 Datenrichtlinien ... 32

4.2.3.3 Nutzereinstellungen ... 33

4.2.4 Big Social Data ... 34

4.3 Zusammenfassung ... 35

5 Digital Native vs. Digital Naives ... 36

6 Empirische Sozialforschung ... 40

6.1 Forschungsmethodisches Vorgehen ... 40

6.1.1 Formulierung des Forschungsgegenstands ... 41

6.1.2 Datenerhebungsverfahren ... 41

6.1.3 Untersuchungsgruppe ... 42

6.1.4 Datenerhebung 44
6.2 Auswertung der Daten 44
6.2.1 Auswertung der Interviews nach Teilnehmer 46
6.2.2 Auswertung nach Kategorien 51
6.2.3 Zusammenfassung und Interpretation der Daten 56
6.2.4 Überprüfung der Hypothesen und Fragestellung 60
7 Ausblick 61
8 Fazit 63
9 Literaturverzeichnis 66
9 Anhang 75

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Facebook startet millionenschwere Werbekampagne. 38

Diagrammverzeichnis

Diagr. 1: Gerätebesitz der Kinder (6 - 13 Jahre alt). Angaben der Erziehungsperson. 11
Diagr. 2: Nutzung von Facebook (zumindest selten)..... 12
Diagr. 3: In welchen sozialen Netzwerken sind Sie registriert? (2017) 15

Tabellenverzeichnis

Tab. 1: Generationen nach Albrecht & Hurrelmann. 3

Schlüsselbegriffe

Generation Y
Digital Natives
Digital Naives
Soziale Netzwerke
Datenschutz

Keywords

Generation Y
Digital Natives
Digital Naives
Social Networks
Data Protection

1 Einleitung

Soziale Netzwerke sind im 21. Jahrhundert ein wichtiger Bestandteil der Kommunikation. Es gibt wahrscheinlich niemanden mehr, der die Begriffe Facebook, Instagram und Snapchat nicht kennt. Insbesondere bei der jüngeren Generation hat es sich vollständig in das Leben integriert (eMarketer, 2016). Jedoch birgt die Nutzung auch Gefahren. Denn soziale Netzwerke leben von den Inhalten der Nutzer. Das bedeutet, dass nur, wenn Nutzer Beiträge, Bilder oder Videos veröffentlichen, ein Mehrwert für andere geschaffen wird. Wenn ein User einen Inhalt publiziert wird allerdings nicht nur der Inhalt selber hoch geladen, sondern auch verknüpfte Daten, wie Uhrzeit oder Standort. Diese Daten erhalten die Dienste selber, welche sie dann speichern, nutzen und auch weitergeben dürfen. Die Rechte werden zwar in den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien beschrieben. Es bleibt aber offen, wie viele diese lesen und somit die Rechte verstehen, die soziale Netzwerke bezüglich der Daten innehalten. Hinzu kommt der Aspekt, dass - im Gegensatz zu vor 10 Jahren - heute bereits Kinder Zugang zu sozialen Netzwerken haben. Zwar lernen die Kinder durch die frühe Kontaktaufnahme den Umgang mit den sozialen Netzwerken und werden deswegen auch als Digital Natives bezeichnet, aber es ist infrage zu stellen, ob sie sich den Gefahren und Risiken in dem jungen Alter bewusst sind. Daraus ergibt sich die Frage, ob sich die die Digital Natives zu Digital Naives entwickeln und das führt direkt zur konkreten Fragestellung dieser Arbeit, ob die jüngste Generation der Nutzer sorgloser mit ihren Daten umgeht. Um diese Gruppe genauer zu definieren, wurden sie bekannten Generationen zugeordnet und es wurde sich für eine Vergleichsgeneration entschieden. Deswegen lautet die Fragestellung dieser Arbeit: „Handelt die Generation Z sorgloser mit persönlichen Daten in Bezug auf soziale Netzwerke im Vergleich zur Generation Y?“.

Um diese Frage beantworten zu können, wurden zwei Thesen gebildet. Zum einen wurde die These aufgestellt, dass das Aufwachsen und die Allgegenwart von sozialen Netzwerken zu einer Sorglosigkeit der Generation Z im Umgang mit persönlichen Daten führten. Des Weiteren soll eruiert werden, was dieser Sorglosigkeit zugrunde liegt. Daher die zweite These, dass diese Sorglosigkeit der Generation Z nicht der Unwissenheit geschuldet ist, sondern dem Ignorieren der bisher bekannten Datenschutzrisiken und deren Tragweite.

Damit die Fragestellung beantwortet und die Thesen überprüft werden können, werden innerhalb der Theorie die Generationen sowie die größten sozialen Netzwerke vorgestellt. Im weiteren Verlauf werden dann die Rechte dieser Dienste anhand der Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien erläutert. Um dann die Fragestellung beantworten zu

können sowie die Thesen zu verifizieren oder falsifizieren, wird eine empirische Untersuchung in Form von einer persönlichen Befragung durchgeführt. Der empirische Teil wird eingeleitet mit dem forschungsmethodischen Vorgehen, welches das Forschungsproblem, die Untersuchungsgruppe und das Datenerhebungsverfahren beinhaltet. Daraufhin werden die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring dargestellt und interpretiert. Abschließend wird die Fragestellung beantwortet und die Thesen überprüft. Die Arbeitet findet ihren Schluss in einem Fazit.

2 Von Digital Immigrants zu Digital Natives

Die Begriffe Digital Immigrants und Digital Natives gehen zurück auf den Lehrer und Manager Marc Prensky. In einem von ihm geschriebenen Artikel aus dem Horizon (Pensky, 2001) beschreibt er als Erster die Personen, welche mit Computertechnologien aufgewachsen sind, als Digital Natives. Dieser Begriff beruht auf einer Analogie zum linguistischen Konzept der Muttersprachler. Diesem gegenüber stehen die Digital Immigrants, wobei der Begriff Personen beschreibt, die ohne Computertechnologien aufgewachsen sind und diese erst im höheren Alter erlernen mussten. Pensky erklärt weiter, dass Digital Immigrants zudem einen Akzent innehaben und gibt als bestes Beispiel dafür den „“Did you get my email?” phone call“ (Pensky, 2001, S.2) an. Allerdings gibt Pensky in seinem Artikel keine genauen zeitlichen Eingrenzungen der beiden Gruppen an, da er lediglich von seinen Schülern spricht. (Pensky, 2001, S.1-2)

Unter der Zuhilfenahme von weiteren Artikeln und Literatur konnte festgestellt werden, dass die Jahre zwischen 1980 und 1985 als Trennungslinie zwischen Digital Immigrants und Digital Natives angesehen werden können (Meyers, Sundaram & Wang, 2013; Jandura & Karnowski, 2015; Appel & Michel Dittgen, 2013). Unterstützt wird diese Annahme durch die technologische Entwicklung, insbesondere der Computer, wobei die Jahre nach 1980 als Blütezeit des Heimcomputers gelten (Friedewald, 1998).

Im Folgenden werden die Digital Immigrants und Natives unter der Berücksichtigung von den Generationen in Deutschland genauer beleuchtet. Der Begriff Generation beschreibt eine Gruppe von Personen, welche innerhalb einer bestimmten Zeitspanne geboren worden ist. Dabei stützt sich das Konzept der Generationen nicht nur auf die Zeitspannen, sondern auch auf Ereignisse, welche die Gesellschaft prägten. Denn diese Ereignisse bringen die Unterschiede zwischen den Generationen hervor. Insbesondere die Ereignisse, die im Kindes- und Jugendalter stattfanden, üben eine starke Wirkung auf das weitere Leben sowie Ansichten, Einstellungen und Meinungen aus. So unterscheiden sich die Personen, welche noch im zweigeteilten Deutschland mit der deutschen

Mark aufgewachsen sind (Babyboomer) von denen, die die DDR nur aus den Schulbüchern oder Geschichten der Großeltern kennen und mit dem Euro großgeworden sind (Generation Y und Z). Besonders prägnant sind hierbei die Einflüsse politischer, kultureller, gesellschaftlicher oder technischer Natur. (Scholz, 2014, S. 15-16)

Bezüglich der Einteilung der Generationen in Jahren ist voranzustellen, dass es keine allgemeingültige Gliederung der Generationen gibt. Im Falle dieser Ausarbeitung wird auf der Arbeit von Prof. Dr. Klaus Hurrelmann und Erik Albrecht von 2014 aufgebaut. Grund für die Auswahl dieses populärwissenschaftlichen Buches ist, dass Hurrelmann ein bekannter deutscher Jugendforscher ist und seit jeher viele Studien, wie beispielsweise die Shell-Jugendstudien, betreut hat. Darüber hinaus gehört sein Buch, welches er zusammen mit Erik Albrecht erarbeitet hat, zu den aktuellsten Arbeiten hinsichtlich der Generationsforschung in Deutschland. Im weiteren Verlauf dieser Arbeit wird bezüglich der Auserarbeitungen der Generationen des Öfteren auf populärwissenschaftliche Bücher zurückgegriffen, welche der aktuellen Forschungslage zur Grunde liegen. In der Tab. 1 ist ein Überblick der Generationen nach Hurrelmann und Albrecht zu sehen.

Digital Immigrants		
Bezeichnung	Geburtsjahre	Jugendjahre
Babyboomer	1955 bis 1970	1970 bis 1985
Generation X	1970 bis 1985	1985 bis 2000
Digital Natives		
Bezeichnung	Geburtsjahre	Jugendjahre
Generation Y	1985 bis 2000	2000 bis 2015

Tab. 1: **Generationen nach Albrecht & Hurrelmann.**
Quelle: Albrecht & Hurrelmann (2014).

Über die Einteilung der Jahre sind unterschiedliche Ansätze zu finden (Bsp. Lancaster & Stillman, 2003; Cennamo & Gardner, 2008). Diese zeitlichen Differenzen zwischen den unterschiedlichen Ansätzen betragen maximal fünf Jahre. In der gesamten Arbeit wird aber auf Albrecht und Hurrelmann zurückgegriffen.

Im weiteren Verlauf werden diese vier Generationen beleuchtet. Dabei werden die Babyboomer und Generation X nur kurz betrachtet, da der Fokus auf den Jugendjahren

und der technischen Entwicklung liegt. Zudem werden auch Zeitgeschehnisse und Charakteristika vorgestellt. Die Generationen Y und Z werden dann tiefgehender betrachtet und dargelegt.

2.1 Digital Immigrants

Wie bereits erklärt wurde, werden Personen, welche erst in einer Phase des Erwachsenenalters Computertechnologien erlernten, Digital Immigrants genannt. Als zeitliche Eingrenzung nach Albrecht und Hurrelmann (2014, S. 17) gilt dabei das Jahr 1985, wobei die Digital Immigrants vor diesem Jahr geboren worden sind. In diesem Zeitraum bis 1985 fallen dabei die Generation der Babyboomer und die Generation X. Beide Generationen werden im Folgenden kurz vorgestellt, finden aber im weiteren Verlauf der Arbeit keine weitere Beachtung.

2.1.1 Babyboomer

Babyboomer wurden zwischen den Jahren 1955 und 1970 geboren. Die Namensgebung stammt aus Amerika und bezieht sich auf die sehr hohe Geburtenrate dieser Jahrgänge. Allein in der Bundesrepublik Deutschland wurden im Jahr 1964 fast 1,4 Millionen Kinder geboren und das war die höchste Anzahl der jährlichen Geburten, die Deutschland jemals hatte, obwohl das Land zu der Zeit noch zweigeteilt war (Statistisches Bundesamt, 2012, S. 6). Albrecht und Hurrelmann legen dieser hohen Anzahl die Zufrieden- und Sicherheit der Bevölkerung zu Grunde, welche gerade das Wirtschaftswunder miterlebt und sich von den Strapazen des Krieges sowie der Nachkriegszeit erholt hatte. Allerdings erlebten die Babyboomer in ihren Jugendzeiten (1970-1985) die ersten Risse in der Wirtschaft und wurden durch Arbeitslosigkeit sowie den Gefahren der Atomkraft bedroht. Sie nahmen die Protestbewegung der Eltern wieder auf und lenkten sie in neue Richtungen. Es wurde sich mehr mit Themen, wie der Umwelt, den Frieden und der Ideologie des alltäglichen Privatlebens auseinandergesetzt. Das führte zu Anti-Atomkraftbewegungen, Frauenbewegungen und schlussendlich zur Gründung der Partei „Die Grünen“. Des Weiteren waren die Babyboomer dem Deutschen Herbst ausgesetzt, welcher von dem Terror der Roten-Armee-Fraktion gezeichnet wurde. (Albrecht & Hurrelmann, 2014, S. 21-22) Weitere politische Ereignisse, welche die Babyboomer prägten, waren zudem Bundeskanzler Willy Brandt und dessen Kniefall sowie seine Ablösung durch Helmut Kohl. Des Weiteren war Deutschland zu dieser Zeit noch zweigeteilt und die DDR war ein allgegenwärtiges Thema. (Focus, o.J.)

Den Babyboomern wird zudem zugesprochen, dass postmaterialistische Werte, wie beispielsweise Selbstverwirklichung und -entfaltung, immer wichtiger wurden. Trotzdem

galt Deutschland aber auch als Konsumgesellschaft und womit ein Fernseher zum soliden Familienleben dazugehörte. Weitere technische Ausstattungen, welcher der Kommunikation oder Unterhaltung im Haushalt dienten, waren Radio und Telefon. (Albrecht & Hurrelmann, 2014, S. 21-22)

Zudem erlebten die Babyboomer die Blütezeit des Walkmans, Kassetten und Videos sowie die Einführung des CD-Spielers und der CDs, welche später den Plattenspieler ersetzen sollten (Duk, 2013, S.1). Eine weitere technische Errungenschaft im Jahr 1982 war der Heimcomputer Commodore 64, welcher vorrangig als Spielcomputer diente (Markert, 2011).

2.1.2 Generation X

Auf die Babyboomer folgend kam die Generation X, welche Personen umfasst, die zwischen 1970 und 1985 geboren worden sind. Namensgeber dieser Generation war Douglas Couplands, welcher ein sozialkritisches Buch über die Kinder der 1980er geschrieben hat. Der Autor verweist in dem Buch darauf, dass die Generation X in Zeiten von Wohlstand und Reichtum groß geworden ist, was dazu führte, dass eine Orientierungslosigkeit bezüglich der Lebensplanung der Jugendlichen entstand. Dazu standen postmaterialistische Werte im Vordergrund, welche die Motivation senkten, sich dem Arbeitsprozess zu fügen, obwohl genügend Ausbildungs- und Studienplätze sowie Arbeitsstellen zur Verfügung standen. Auch das politische Interesse nahm ab, was sich auf das politische Engagement negativ auswirkte. Im weiteren Verlauf der Geschichte wird diese Generation auch häufig als „Null-Bock-Generation“ (Albrecht & Hurrelmann, 2014, S. 23) bezeichnet. (Albrecht & Hurrelmann, 2014, S. 22-23)

Mädchen dieser Generation waren die ersten Frauen, die Gleichberechtigung der Geschlechter als selbstverständlich wahrnahmen. Das führte auch dazu, dass in immer mehr Familien beide Elternteile berufstätig waren. Politisch gesehen waren der Fall der Mauer und die Wiedervereinigung Deutschlands zwei der wichtigsten Ereignisse. Dazu kamen die wirtschaftlichen und politischen Herausforderungen, welche die Wiedervereinigung und die immer stärkere Internationalisierung mit sich brachten. Besonders im Osten von Deutschland hatten die Menschen mit einer hohen Arbeitslosenrate zu kämpfen. Ein weiteres prägendes Ereignis der Jugendlichen der Generation X war die Katastrophe des Atomkraftwerks Tschernobyl, die zu einem weiteren Erstarken der Anti-Atomkraftbewegung führte. Durch dieses stärkere Umweltbewusstsein konnten sich die Grünen zwölf Jahre später im Bundestag mit einer rot-grünen Koalition durchsetzen und Helmut Kohl als Bundeskanzler ablösen. (Albrecht & Hurrelmann, 2014, S. 47)

Auch in den privaten Haushalten fanden Veränderungen statt. So erlebten die Kinder und Jugendlichen der Generation X den Einzug von immer mehr technischen Geräten. So gab es neben dem Fernseher und Radio auch immer mehr Heimcomputer und technische Spielmöglichkeiten, wie beispielsweise den Game Boy und Nintendo 64 (Nintendo, 2017).

2.2 Digital Natives

Als Digital Natives werden Personen bezeichnet, die nach 1985 geboren wurden und mit Computertechnologien aufgewachsen sind. Nachfolgend werden daher die Generation Y und Z näher beleuchtet, da sie Hauptgegenstand der späteren Empirie sind. Im weiteren Verlauf werden diese eingehend betrachtet und vorgestellt. Der Fokus liegt dabei vor allem auf der Digitalisierung und dem technischen Fortschritt sowie den prägenden Ereignissen und Charakteristiken.

2.2.1 Generation Y

Menschen der Generation Y werden auch häufig als Millennials bezeichnet. Dieser Begriff rührt daher, dass sie die letzten Personen aus dem letzten Jahrtausend sind und die letzten die den Jahrtausendwechsel miterlebt haben. Die Millennials sind dabei die Kinder der Generation X sowie der Babyboomer und wurden in den Jahren zwischen 1985 und 2000 geboren. Sie sind zudem die erste Generation der Digital Natives und haben deswegen auch den Beinamen „Net Generation“ oder „iGeneration“ (Albrecht & Hurrelmann, 2014, S. 13). Grundsätzlich wird diese Generation aber unter dem Begriff Generation Y gefasst (Albrecht & Hurrelmann, 2014; Scholz, 2014; Lancaster & Stillman, 2003; Cennamo & Gardner, 2008). Das Y bezeichnet dabei zum einen, dass die Generation nachfolgend auf die Generation X kommt und zum anderen steht das Y für das englische Wort „Why“, da der Buchstabe ausgesprochen wird, wie das Wort klingt. Übersetzt bedeutet „Why“ im deutschen „Warum“ (Langenscheidt GmbH & Co. KG, 2017). Dazu wird weiter erklärt, dass das stärkste Charakteristika der Generation ist, dass sie alles hinterfragen und dabei auch langbestehende sowie gefestigte Grundsätze, wie beispielsweise Familie, Politik oder Arbeit, infrage stellen. Das lässt sich darauf zurückführen, dass in den Jugendzeiten dieser Generation bis hin zum Erwachsenenalter vieles unsicher erschien. Sie erlebten eine Zeit von hohen Arbeitslosenquoten und die globale Wirtschaftskrise von 2007. (Bundesagentur für Arbeit, 2017, S. 66; Deutsche Bundesbank, o.J.) Arbeits- und Ausbildungsplätze waren schwer zu bekommen und Eltern haben ihre Arbeitsstellen verloren. Große Ungewissheit machte sich breit und eine sicherere Lebensplanung konnte nicht erfolgen. Des Weiteren geschah auch ein Wandel in der Gesellschaft. Homosexuelle konnten sich ab 2001 mit der Einführung der eingetragenen Partnerschaft offiziell zu jemanden und ihrer Sexualität bekennen, immer mehr

Väter nahmen Elternzeit und immer mehr Frauen besetzten Führungspositionen (Bundeszentrale für politische Bildung, 2014). So erlebten sie auch die Wahl der ersten Bundeskanzlerin, Angela Merkel, im Jahr 2005 (Christlich Demokratische Union Deutschlands, o.J.). Das bisherige normale Familienbild sowie die Verteilung der Geschlechterrollen waren abgelöst und es bildeten sich neue Konstellationen sowie Möglichkeiten, aber dieses erforderte auch das Umdenken und das Einlassen auf neue Wege sowie Ideen. (Albrecht & Hurrelmann, 2014, S. 24-26)

Gesellschaftlich gesehen gab es noch weitere Veränderungen. Wie schon erwähnt, wurde das Leben immer globaler. Durch neue Technologien und die Digitalisierung konnten Menschen nun auf der ganzen Welt miteinander kommunizieren. Wirtschaftsgeschehen konnten sich durch neue Kommunikationswege, Vereinfachung der internationalen Marktregulierungen und Handelsabkommen sowie sinkende Transportkosten über die Ländergrenzen hinaus ausbreiten. Des Weiteren nahm die Generation Y die Möglichkeit wahr, in andere Länder zu reisen. So stiegen die Zahlen von Schülern, die an Austauschprogrammen teilnehmen, und Studenten, die Auslandssemester absolvieren, stetig (weltweiser, 2017, S. 8; Erasmus+ National Agency, 2016, S. 103). Ferner ermöglichten die neuen Medien auch die Kommunikation zwischen Privatpersonen in anderen Ländern. Mussten früher noch Auslandstelefonate über die Post geführt werden oder waren sehr teuer über das Haustelefon, so können die Menschen heute auf Skype oder Facetime zurückgreifen. Diese Dienste bauten auf der Computer- und Smartphonetechnologie, sowie dem Internet auf, welche sich immer weiter entwickelt haben. Seit dem Jahr 2000 verfügten fast alle Haushalte über Heimcomputer sowie Internetanschlüsse, was dazu führte, dass die Generation Y die erste Generation ist, die mit Computertechnologien und Internet aufgewachsen ist (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2007, S. 5-9). Das belegt auch eine Studie von der ARD und dem ZDF, welche aufzeigt, dass sich seit 2000 die Anzahl der Internetnutzer verdreifacht hat (ARD/ZDF-Onlinestudien, 2016). Bis zum Jahr 2015 nutzten bereits mehr als 56 Millionen der rund 82 Millionen Einwohner Deutschlands das Internet (Statistisches Bundesamt, 2017). Eine weitere Studie belegt zudem, dass im Jahr 2002 die Mehrheit der Kinder zwischen 6 und 13 Jahren bereits das Internet nutzen, aber zum Großteil noch eher selten (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2013, S. 38).

Neben Computern und Internet, wuchsen die Kinder der Generation Y auch mit Handys auf. Im Jahr 2006 besaßen rund 77% der teilnehmenden Kinder zwischen 12 und 13 Jahren ein Handy (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2006, S. 59). Das erste iPhone kam 2007 auf den Markt und löste bald das altbekannte Handy ab

(Schönball & Wittlich, 2017). Die Generation Y ist sozusagen mit den Smartphones gewachsen, denn sie haben alle Fortschritte und Erneuerungen noch im Kindes- sowie Jugendalter miterlebt, was zu der selbstverständlichen Integration des Internets und der Smartphones in den Alltag führte. Ungefähr zeitgleich entwickelten sich auch die ersten sozialen Netzwerke, wie SchülerVZ und Facebook (Reißmann, 2013; Facebook, o.J.). Eine Studie von Facebook aus dem Jahr 2011 zeigt in diesem Zusammenhang auch, dass rund 5,5 Millionen der Nutzer zwischen 13 und 24 Jahren alt ist (Roth, 2014). Damit machten sie zu dem Zeitpunkt ungefähr 40% der Nutzer aus. Zudem wuchs die Generation Y mit den ersten Spielekonsolen, wie der PlayStation oder Nintendo 64, und Webcams sowie Laptops auf (Sony, 2014; Focus, 2011; Sucher, 2003).

Weitere politische Ereignisse, die prägend für die Generation Y sind, waren die Anschläge vom 11. September 2001 auf die Twin Towers in New York und der darauffolgende Krieg im Irak und Afghanistan (Schmitt-Tegge, 2016). Andere politische Unruhen gab es während des Arabischen Frühlings, wo mehrere Diktatoren im arabischen Raum gestürzt worden sind (Backhaus, 2016). Neben den politischen Ereignissen, die zu Unruhen und Unsicherheit auch außerhalb der betroffenen Länder führten, kamen Umweltkatastrophen hinzu. So kam es im Jahr 2011 zum größten anzunehmenden Unfall im Atomkraftwerk von Fukushima nach einem Erdbeben (Lüdemann & Stockrahm, 2016). Die wirklichen Ausmaße wurden bis heute nicht aufgedeckt und der Unfall führte dazu, dass die Diskussion um Atomkraft wieder aufgenommen wurde. Des Weiteren wuchs die Generation Y mit der Problematik des Klimawandels und der stetig steigenden Erderwärmung auf. Umwelt- und Klimafreundlichkeit sowie Nachhaltigkeit sind Themen, die allgegenwärtig und unumgänglich geworden sind. (Albrecht & Hurrelmann, 2014, S. 24-26)

2.2.2 Generation Z

Die Generation Z beschreibt die Personen, die ab 2000 geboren wurden und die ersten Kinder des neuen Jahrtausends sind. Zudem sind sie die zweite Generation der Digital Natives. Während die Generation Y mit den neuen Medien und Technologien mitgewachsen ist, wuchsen Kinder der Generation Z selbstverständlich mit ihnen auf. Sie kennen gar keine Zeit ohne Internet, Smartphones, Tablets oder soziale Netzwerke. Leider gibt es keine Zahlen oder Studien bezüglich der Nutzung, da die ältesten dieser Generation zum Zeitpunkt dieser Arbeit maximal siebzehn Jahre alt sind. Allerdings kann anhand der Prognosen von sozialen Netzwerken abgelesen werden, dass ein hohes Interesse Generation Z an sozialen Netzwerken der besteht, da von einem weiteren Wachstum ausgegangen wird (Statista, 2016; eMarketer, 2017). Des Weiteren lässt sich aus der KIM-Studie aus dem Jahr 2016 herauslesen, dass die Generation Z bereits in jungen

Jahren sicher mit dem Internet umgehen kann. So geht aus der Studie hervor, dass die Hälfte der befragten Kinder im Alter zwischen 6 und 7 Jahren angaben, dass sie das Internet mindestens einmal wöchentlich benutzen und rund 14% sogar täglich. Des Weiteren hat die Internetnutzung der 6 bis 13 Jährigen seinen Höchststand erreicht mit 66%. Ferner gibt die Studie Auskunft darüber, dass bereits 23% der befragten Kinder zwischen 6 und 13 Jahren erste Erfahrungen mit Facebook gesammelt haben und rund 60% mit YouTube. Neben Facebook und YouTube wird auch WhatsApp betrachtet, wobei rund 29% der älteren Kinder täglich Nachrichten versendet. Ferner wachsen die Kinder in einem Umfeld auf, welches aus einem reichen Repertoire an Mediengeräten, wie Fernseher, Computer, Laptop, Smartphones, Spielekonsolen und Tablets besteht. (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2017, S. 79 ff.)

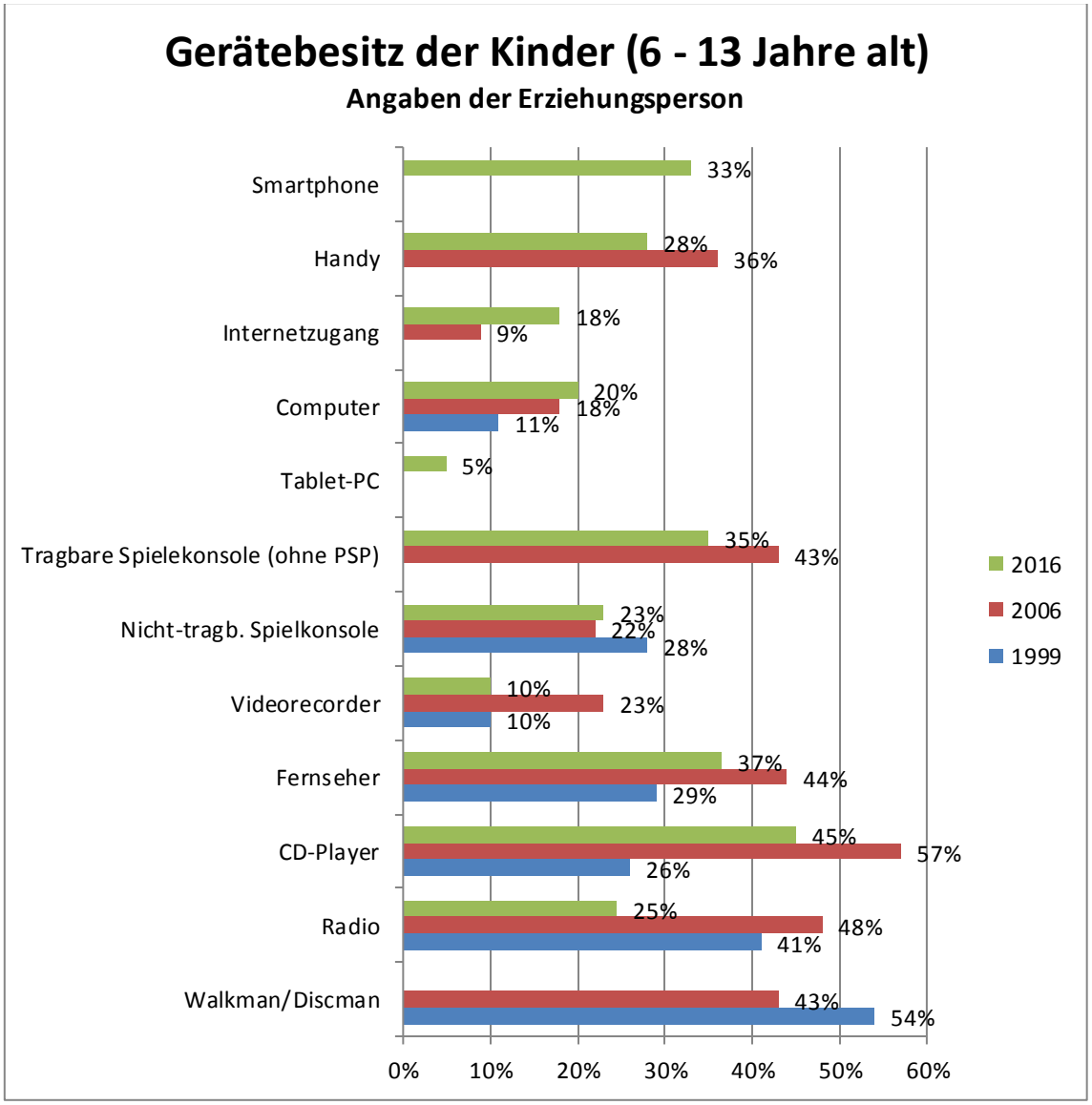
Politische und wirtschaftliche Ereignisse, die prägend für die Generation Z sein werden, sind noch nicht verifiziert, da die meisten Personen der Generation Z noch im Kindesalter befinden. Wissenschaftliche Arbeiten zu der Generation Z sind zudem teilweise überholt, da Ereignisse eingetreten sind, die so nicht abzusehen waren, wie beispielsweise der Brexit oder die Ablösung Obamas als amerikanischer Präsident durch Donald Trump (ZEIT ONLINE, 2016; Seibert, 2016). Außerdem wurde Europa durch mehrere Terroranschläge durch den Islamischen Staat erschüttert und durch den Syrien-Konflikt wurde Europa von einer Flüchtlingswelle überschwemmt (Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg, 2017, Lengsfeld, 2017). Die wirtschaftlichen und politischen Folgen der Ereignisse können zu diesem Zeitpunkt noch nicht ermittelt werden und revidieren die Aussagen in wissenschaftlichen Arbeiten und Büchern bezüglich der zukünftigen politischen und wirtschaftlichen Situation. Zusammenfassend lässt sich nach Annahmen der Verfasserin dieser Arbeit aber sagen, dass auf die Generation Z unsichere Zeiten zukommen. So wächst die wirtschaftliche und soziale Ungleichheit und die Schere zwischen arm und reich wird größer. Eine sichere Lebensplanung ist ähnlich wie bei der Generation Y nicht möglich, da selbst die Rente zu diesem Zeitpunkt im Jahr 2017 nicht mehr sicher ist.

Über Charakteristika und Werte der Generation Z lässt sich nur spekulieren, da an sozialen Netzwerken der sie sich erst in den nächsten Jahren festigen werden. Zusammenfassend kann nur ein erhöhter Medienumgang verifiziert werden, aber wie sich die Generation Z entwickeln wird und welchen Einfluss sie auf die Gesellschaft haben wird, wird sich erst in den nächsten Jahren zeigen.

2.3 Zusammenfassung

Rückblickend betrachtet kann zusammengefasst werden, dass sich die Generationen stark voneinander unterscheiden. Die Unterschiede haben dabei oft einen politischen Ursprung. So hatte Deutschland seit 1955 acht Bundeskanzler und entwickelte sich von einem zweigeteilten Land über die Wiedervereinigung und den Beitritt in die Europäische Union zu einem der wirtschaftsstärksten Länder weltweit. Zwischendurch kam es allerdings immer wieder zu Krisen, wie der Weltwirtschaftskrise oder hohen Arbeitslosenraten. Diese konnten zwar immer wieder überwunden werden, hinterließen aber trotzdem Spuren in den Gedächtnissen der Menschen. Dazu kommen gesellschaftliche Veränderungen, wie der Rückgang der Geburtenrate und die steigende Anzahl von berufstätigen Müttern und Vätern, welche Elternzeit nehmen. Gerade die jüngeren Generationen stellen die Ideologie des Privatlebens der älteren Generationen in Frage. Des Weiteren ist das Leben immer globaler geworden, welches zum einen die Wirtschaft fördert, aber auch viele Herausforderungen mit sich bringt, wie Konkurrenzunternehmen oder politische Hindernisse. Allerdings schließt die Internationalisierung Personen, die beispielsweise nur mangelnde Englischkenntnisse besitzen oder Unverständnis gegenüber den neuen Medien haben, aus. Dieses Problem lässt sich häufig bei Personen, aber auch bei Unternehmen aus den älteren Generationen, erkennen. Das könnte auch ein Grund dafür sein, warum es immer wieder zu Diskrepanzen zwischen den Generationen kommt, da sich das Leben und damit die Personen selber seit 1955 bis 2017 stark verändert haben und somit auch andere Wertvorstellungen oder Lebensplanungen haben.

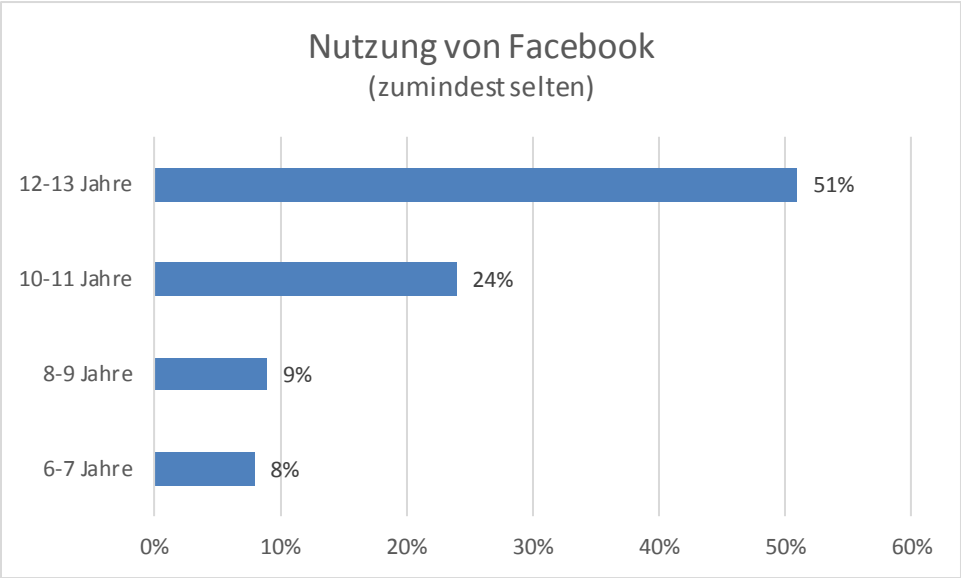
Abschließend lässt sich dazu auch sagen, dass eine der stärksten Veränderungen die Digitalisierung mit sich brachte. Denn während die Kommunikation bei den Babyboomern entweder persönlich, über das Telefon oder durch Briefe stattfand, steht den Personen aus der Generation Y ein sehr großes Repertoire an Kommunikationsmitteln zur Verfügung. Auch die Massenmedien haben sich verändert und so stehen im Jahr 2017 nicht nur Fernseher und Radio zur Verfügung, sondern auch das Internet mit all den dazugehörigen Facetten, wie sozialen Netzwerken oder Streaming-Diensten. Diese Veränderungen lassen sich besonders gut an dem folgenden Diagramm (Diagr. 1) erkennen.



Diagr. 1: **Gerätebesitz der Kinder (6 - 13 Jahre alt). Angaben der Erziehungsperson.** Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2000, S 57. ; Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2007, S. 9; Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2017, S. 9.

Anhand der Verteilung lässt sich erkennen, dass immer mehr Kinder über eigene elektronische Geräte verfügen. Während 1999 der Großteil der Kinder nur über einen Walkman oder Discman sowie ein Radio verfügten, haben im Jahr 2016 mehr als die Hälfte der Kinder bereits ein Smartphone oder Handy. Des Weiteren ist die Anzahl der Kinder, die einen eigenen Computer oder ein Tablet-PC besitzen, auch kontinuierlich gestiegen.

Auch die Anzahl der eigenen Internetzugänge hat sich von dem Jahr 2006 bis hin zum Jahr 2016 verdoppelt. Daraus resultieren auch die Angaben bezüglich der Nutzung von Facebook, welche im Diagramm 2 abzulesen sind.



Diagr. 2: **Nutzung von Facebook (zumindest selten).** Quelle: Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2017, S. 41.

Das Diagramm zeigt deutlich, dass bereits sehr junge Kinder Kontakt mit Facebook haben und wie stark sich Facebook in das Leben integriert hat. Das lässt sich weiter dadurch verifizieren, dass 82% der Kinder im Alter zwischen 12 und 13 Jahren regelmäßig Facebook nutzen und dass das Durchschnittsalter bei der Registrierung von den befragten Kindern innerhalb der Studie bei rund 10 Jahren lag.

3 Social Media

Nach dem Bundesverband der digitalen Wirtschaft fallen unter den Begriff Social Media Technologien und Medien, die den Austausch zwischen Nutzern erlauben und zudem die Möglichkeiten bieten, mediale Inhalte einzeln oder gemeinschaftlich zu gestalten. Der Austausch zwischen den Nutzern beinhaltet dabei Meinungen, Eindrücke, Erfahrungen sowie Informationen. Des Weiteren können Nutzer durch Kommentare und Bewertungen auf Inhalte reagieren und durch diese Interaktion neue Beziehungen untereinander aufbauen. Durch diese ständigen Interaktionen zwischen den Nutzern verschwimmt die Grenze zwischen Produzent und Konsument und deswegen setzen sich Social Media von bisherigen Massenmedien stark ab, da sie als Kommunikationsmittel dienen und nicht mehr statisch sind. (Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V., 2009)

Social Media tritt dabei in unterschiedlichen Varianten auf. Um diese Varianten kategorisieren zu können, wird in dieser Arbeit auf Kaplan und Haenlein zurückgegriffen. Diese unterteilten Social Media in sechs Kategorien (Kaplan & Haenlein, 2010, S.62).
Die erste Kategorie bilden dabei Blogs und Mikroblogs. Unter Blogs werden Webseiten verstanden, die es dem Nutzer ermöglichen, Beiträge zu veröffentlichen. Diese können dann von anderen Nutzern bewertet sowie kommentiert werden. Blogs können dabei nur von einer Person bespielt oder der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt werden. Des Weiteren nutzen immer mehr Firmen sowie Organisationen Blogs als Marketinginstrument, um beispielsweise neue Produkte auf ihrem Blog vorzustellen. Mikroblogs verwenden dasselbe Prinzip wie Blogs, jedoch in reduzierter Form. Ein Beispiel für einen Mikroblog ist Twitter, welcher ein öffentlicher Blog und jedem durch eine Registrierung zugänglich ist. Allerdings sind die Beiträge auf 140 Zeichen begrenzt. (Goswami & Kumar, 2016)

Eine weitere Kategorie bilden die Kollektivprojekte, welche auch häufig als Wikis betitelt werden (Boulos, Maramba & Wheeler, 2006). Ziel dieser Art von Webseiten ist es, dass eine Masse die Inhalte generiert. Das bekannteste Beispiel für diese Kategorie ist Wikipedia, wobei Nutzer das Online Lexikon mit Inhalten füllen. Wikipedia ist das größte Online-Lexikon der Welt und die Inhalte wurden von freiwilligen Autoren gefertigt sowie bereitgestellt (Wikipedia, 2017).

Eine ähnliche Kategorie wie die Wikis stellen die Content Communities dar, welche auch als Foto- sowie Video-Sharing bekannt sind. Der Unterschied zwischen diesen beiden Kategorien ist, dass bei den Wikis die Nutzer entweder Empfänger oder Sender sind und Interaktion mit anderen Nutzern nicht stattfinden. Bei den Content Communities, wie beispielsweise Instagram oder YouTube, gestalten ebenfalls die Nutzer die Inhalte, können aber beispielsweise durch Bewertungen und Kommentare auch mit anderen Nutzern kommunizieren. (Bruhn, Schäfer, Schwarz et al, 2011, S. 37-38).

Die nächste und auch bekannteste Kategorie der Social Media sind die sozialen Netzwerke, wobei der bekannteste Vertreter Facebook ist. Soziale Netzwerke stellen Plattformen dar, bei denen sich Personen anmelden und dann ein Profil erstellen können. Daraufhin können sie sich, wie der Name schon sagt, mit anderen Nutzern vernetzen. Zwischen den Nutzern können Nachrichten, Bilder und Videos übermittelt werden. Viele soziale Netzwerke bieten auch schon die Möglichkeit eines Sprach- oder Videoanrufs an. Des Weiteren können User durch Bewertungen (z.B. Likes bei Facebook) und Kommentare auf hochgeladene Inhalte von anderen Nutzern reagieren und so eine Kommu-

nikation aufbauen. Innerhalb von sozialen Netzwerken sind die Nutzer sowohl Empfänger als auch Sender. Zudem gestalten sie ihre eigene Profilseite selber und können Profile von anderen mitgestalten. (Hess, Lorenz & Oexler, 2013, S. 37)

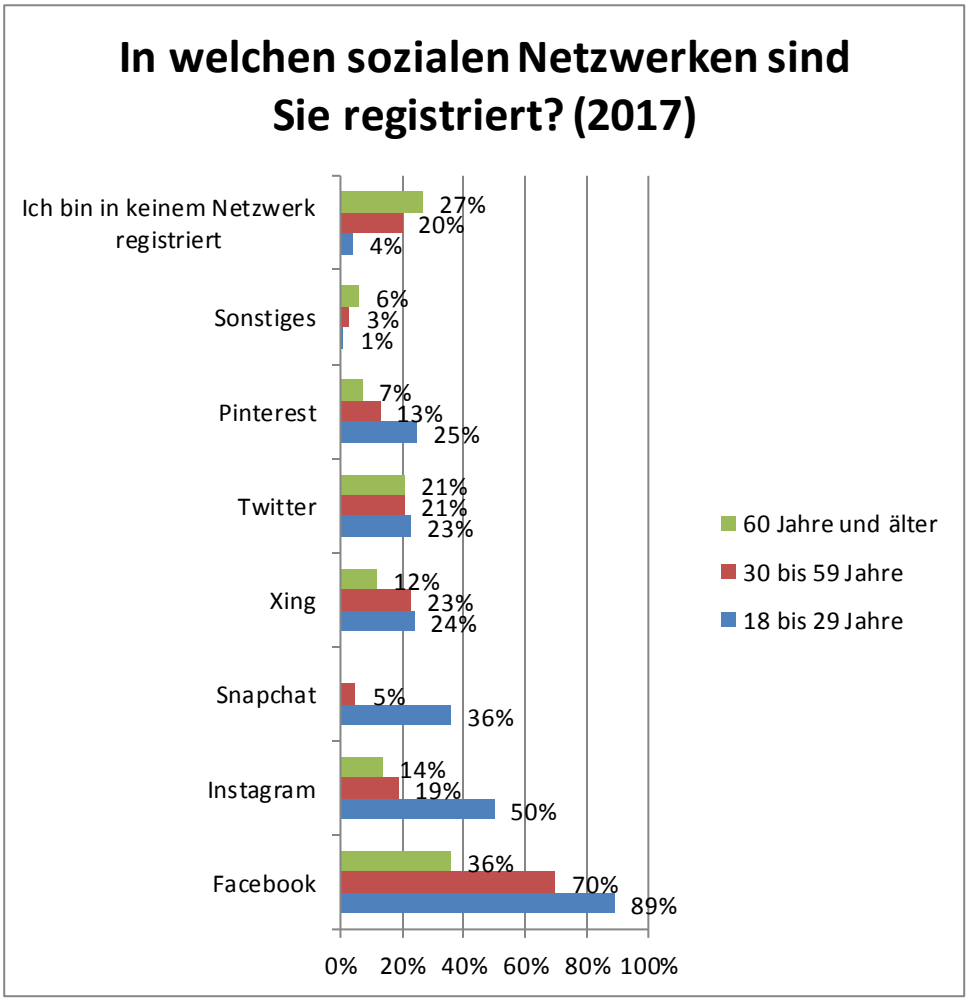
Weitere Kategorien der Social Media bilden die sozialen virtuellen Welten, wie Second Life, und die MMORPGs (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game), wie beispielsweise World of Warcraft. In beiden Fällen melden Nutzer sich an und erstellen einen Avatar, der wie eine Spielfigur durch die Plattformen geführt wird. Die beiden Kategorien differenzieren sich hinsichtlich Aufbau und der Nähe zur Realität voneinander. Während virtuelle Welten häufig dem realen Leben sehr nahe kommen, handeln MMORPGs oft von Fantasiewelten oder vergangen Zeiten. Des Weiteren sind bei MMORPGs Spielabläufe durch Aufgaben vorgegeben, während der User bei den virtuellen Welten frei entscheiden kann. (Kaplan, 2012, S. 16-17)

Allerdings wird es immer schwieriger, die einzelnen Plattformen in diese Kategorien einzuordnen, da von den Anbietern ständig neue Funktionen entwickelt und integriert werden. So bietet Facebook mittlerweile auch Spiele an und Instagram bietet seinen Nutzern die Möglichkeit zu chatten. Außerdem berücksichtigen Kaplan und Haenlein nicht die Messenger-Dienste, wie WhatsApp oder Snapchat. Merkmale von Messenger-Diensten sind, dass die Nutzer entweder Sender oder Empfänger sind und dass die Inhalte erst nach einer Kontaktaufnahme, wie beispielsweise adden, zur Verfügung stehen.

Im Folgenden wird kurz ein Überblick über die Nutzerstruktur in Deutschland dargebracht. Im weiteren Verlauf dieses Kapitels werden dann drei der größten Social Media Plattformen vorgestellt, welche auch Bestandteile der nachfolgenden Forschung sein werden. Neben der Nutzeranzahl war ein weiteres Kriterium das Alter der Nutzer. Bezüglich der Altersverteilung wurde darauf geachtet, dass der Großteil der Nutzer in die Generationen Y (1985-2000) und Z (2000-2015) einzuordnen sind. Nach eingehender Recherche wurde sich dann für das soziale Netzwerk Facebook, die Content Community Instagram und den Messenger-Dienst Snapchat, entschieden. Bei allen drei Social Media Plattformen sind über 50% der Nutzer jünger als 34 Jahre (Hutter, 2015; Roth, 2014; Young, 2015). Des Weiteren befinden sich alle drei Plattformen in den Top 10 der weltweit größten Social Media Plattformen nach der Anzahl der monatlich aktiven Nutzern weltweit (We Are Social, 2017, S. 46).

3.1 Nutzungsverhalten Deutschland

Nach einer Prognose werden im Jahr 2020 monatlich knapp 40 Millionen Menschen in Deutschland soziale Netzwerke aktiv nutzen. Im Jahr 2017 nutzten nach einer Schätzung rund 37 Millionen Menschen in Deutschland soziale Netzwerke (eMarketer, 2016). Zu den größten sozialen Medien gehören dabei die Plattformen Facebook, Instagram und Snapchat (We Are Social, 2017, S. 93). Das folgende Diagramm (Diagr. 3) verdeutlicht noch einmal, wie hoch die Nutzungsfrequenzen bei Facebook, Instagram und Snapchat sind. Zudem lässt sich deutlich erkennen, dass ein Großteil der Nutzer jünger als 30 Jahre alt ist. Auffällig dabei ist zudem, dass sich nur 4% der unter 30 Jährigen nicht bei einem sozialen Netzwerk registriert hat.



Diagr. 3: **In welchen sozialen Netzwerken sind Sie registriert? (2017).** Quelle: Statista 2017.

Diese Angaben verifizieren noch einmal, dass soziale Netzwerke immer noch weiter wachsen und auch zukünftig eine wichtige Rolle im Leben Jugendlicher spielen werden. In Deutschland verbringen die Menschen circa 69 Minuten pro Tag damit, um soziale Netzwerke zu nutzen. Dabei belegen sie im weltweiten Ranking den 29. Platz und liegen rund 200 Minuten hinter dem Erstplatzierten, den Philippinen (We Are Social, 2017, S. 45).

Die Intention für die Anmeldung variierte je nach Plattform. Bei Facebook gab die Mehrheit an den Dienst dafür zu nutzen, um mit Freunden, Familie oder Bekannten in Kontakt zu bleiben sowie ihre Aktivitäten zu verfolgen (INNOFACT AG, 2011). Ähnlich sieht auch bei Instagram aus, wobei die meisten Personen sich registriert haben, um mit Freunden, Familie oder Bekannten Fotos auszutauschen. Der nächsthäufigst genannte Grund ist, dass sie Instagram nutzen, um Bilder zu bestimmten Themen, wie beispielsweise zu Reisen der Promis, zu finden (Inhoffen, 2017). Im Gegensatz zu den Intentionen für die Registrierung bei Facebook und Instagram, gaben bei Snapchat die meisten Personen den Spaßfaktor als Grund an. An zweiter Stelle wurde angegeben, dass zudem viele Freunde Snapchat nutzen und dass sie sich deswegen angemeldet haben (McGrath, 2015).

3.2 Facebook

Nach einer Studie war Facebook im Januar 2017 hinsichtlich der monatlich aktiven Nutzer weltweit auf dem ersten Platz. Facebook soll dabei monatlich über eine Milliarde aktive Nutzer haben. Auch im Bereich der Messenger belegte der Facebook Messenger den ersten Platz, sogar noch vor WhatsApp. (We Are Social, 2017, S. 46) In Deutschland wird die Nutzeranzahl von 2016 auf 27 Millionen beziffert (Rickmann, 2016). Diese Kennzahlen verdeutlichen noch einmal mehr, dass Facebook weltweit und auch in Deutschland das größte soziale Netzwerk ist. Die Anfänge von Facebook gehen auf das Jahr 2004 zurück. Zu dieser Zeit waren die Gründer und Programmierer von Facebook an der Harvard University immatrikuliert. Der bekannteste Gründer und das heutige Gesicht von Facebook ist Marc Zuckerberg. Heute gilt er als einer der reichsten Personen der Welt und belegt hinter Bill Gates, Gründer von Microsoft, und Jeff Bezos, Gründer von Amazon, mit einem geschätzten Vermögen von rund 54 Milliarden US-Dollar den dritten Platz. Ursprungsidee von Marc Zuckerberg und den Mitgründern Dustin Moskovitz, Chris Hughes und Eduardo Saverin war es, das bisherige Face Book in Printform durch ein digitales Facebook zu ersetzen. Ein Face Book ist ein sogenanntes Jahrbuch, in dem-Fotos und Informationen von den Studenten abgebildet werden. (Westlake, 2008, S. 23) Zuckerberg nahm diese Idee auf und entwickelte Facebook, welches am vierten Februar 2004 online ging. Zu diesem Zeitpunkt gab es Facebook nur an der Universität Harvard, wobei sich auch nur Harvard Studenten registrieren konnten. Bereits einen Monat später kamen weitere Universitäten dazu. Nach der Exmatrikulation von Marc Zuckerberg bei der Harvard University zog das Gründerteam von Facebook nach Palo Alto, Kalifornien. Hier wurde dann die erste Erweiterung, die sogenannte Facebook Wall, programmiert. Diese ermöglichte es, Nachrichten auf der Seite von anderen zu hinterlassen.

Der nächste Schritt bestand darin, High Schools und später dann auch internationalen Schulen den Eintritt in das Netzwerk zu ermöglichen. Zu diesem Zeitpunkt waren bereits 800 Universitäten und Hochschulen vertreten und über 6 Millionen Personen hatten sich registriert. Die nächsten technischen Erweiterungen waren der Post von Fotos und der News Feed. 2006 wurde Facebook dann zugänglich für alle Personen, was dazu führte, dass sich zum Ende des Jahres bereits über 12 Millionen Menschen registriert hatten. Mit der Veränderung dazu, dass sich nun jeder anmelden konnte, stieg das Wachstum von Facebook enorm und führte zu vielen weiteren Entwicklungen. So wurden in den darauffolgenden 10 Jahren viele Erweiterungen, wie beispielsweise Live Streams, Messenger und Videochats eingerichtet. Aus dem ehemaligen Jahrbuch wurde das größte soziale Netzwerk der Welt. Nach eigenen Angaben nutzten im März 2017 täglich über eine Milliarde Menschen Facebook und weltweit waren über 18.000 Angestellte bei dem Unternehmen beschäftigt. (Facebook, o.J.)

3.3 Instagram

Am 6. Oktober 2010 wurde die Content Community Instagram gelauncht. Entwickelt wurde das Netzwerk in Form von einer Applikation für Smartphones von Kevin Systrom und Mike Krieger in San Francisco. Über diese Applikation konnten Fotos hochgeladen, überarbeitet und schlussendlich gepostet werden. Andere User konnten diese Fotos dann liken oder Personen und ihre Profile abonnieren. Bereits am ersten Tag registrierten sich über 25.000 Personen (Instagram, 2010). Im darauffolgenden Jahr wurden die Applikation selber und die Entwickler mehrfach ausgezeichnet, unter anderem als die „iPhone App of the Year“. Zu dieser Zeit wurden bereits über 400 Millionen Bilder über Instagram veröffentlicht und über 14 Millionen Personen weltweit hatten sich registriert (Instagram, 2011). Im Jahr 2012 erschien die Applikation auch für Smartphones mit dem Betriebssystem Android (Instagram, 2012a). Bis zu diesem Zeitpunkt war die Applikation nur Personen vorbehalten, welche über ein iPhone verfügten. Noch im selben Monat verkündeten die Entwickler, dass Instagram von Facebook übernommen wurde (Instagram, 2012b). Facebook kaufte Instagram für umgerechnet 760 Millionen Euro (Lindner, 2012). Diese zwei Veränderungen führten dazu, dass bereits im Juli 2012 die Nutzeranzahl auf 80 Millionen anstieg. Das Grundprinzip von Instagram blieb über die folgenden Jahre, aber es kamen immer mehr Erweiterungen dazu. Unter anderem wurde eine Nachrichtenfunktion eingerichtet und neben Fotos konnten auch Videos hochgeladen werden. Des Weiteren wurden zusätzliche Applikationen, wie beispielsweise Hyperlapse, hervorgebracht, um Videos noch besser bearbeiten zu können (Instagram, 2014). Die letzte große weitere Entwicklung fand 2016 statt. Die Stories wurden eingeführt. Der User kann Fotos und Videos hochladen können, welche nur 24 Stunden sichtbar sind und dann wieder gelöscht werden (Instagram, 2016). In diesem Zuge wurden dann auch

die Live Stories etabliert, bei denen User live Übertragungen machen können, die direkt nach Beendigung der Aufnahme gelöscht werden (Instagram, 2017a). Im April 2017 gab Instagram zudem an, dass die Nutzeranzahl auf über 700 Millionen angestiegen ist (Instagram, 2017b). Mit diesem rasanten Wachstum gehörte Instagram zu den schnellsten wachsenden sozialen Netzwerken weltweit und zum jetzigen Zeitpunkt zu den größten. In Deutschland nutzten 2016 rund 9 Millionen Personen Instagram (Rickmann, 2016).

3.4 Snapchat

Snapchat wurde 2011 von den Studenten Robert „Bobby“ Murphy und Evan Spiegel gegründet. Die Idee der Gründer war es, eine Applikation zu entwickeln auf der Fotos geteilt werden konnten ohne dass sie im Internet für alle sichtbar waren. Mit Snapchat wurde es möglich, lustige Bilder und Momentaufnahmen zu versenden, welche nur für ein paar Sekunden sichtbar sind und dann gelöscht werden. Die Bilder und Videos, die dabei versendet werden, haben den Namen Snaps. Die Gründer gaben dazu selbst an, dass sie verhindern wollten, dass zukünftige Arbeitgeber peinliche oder unangemessene Fotos von ihnen finden könnten. Nach einigen Prototypen wurde dann Snapchat im September 2011 zum Download im AppStore für iPhones zur Verfügung gestellt (Snapchat, 2012a). Bereits 2012 wurden dann schon über 110 Millionen Bilder über Snapchat versendet (Snapchat, 2012b) und schon ein Jahr später waren es über eine Milliarde Bilder (Snapchat, 2012c). In Deutschland wurden im Jahr 2012 täglich rund 51 Millionen Bilder über Snapchat veröffentlicht. 2013 erschien die Applikation für Smartphones mit dem Betriebssystem Android heraus (Snapchat, 2013a). Im selben Jahr kam eine weitere Funktion, die sogenannten Stories dazu, wobei Nutzer Geschichten mit Fotos und Videos erzählen können, welche für 24 Stunden sichtbar sind. Diese Inhalte können dann von allen Nutzern gesehen werden, welche den Publizisten abonniert haben (Snapchat, 2013b). Kurz nach den Stories der Nutzer entwickelten die Snapchat Gründer die Story von Snapchat, wobei Leute, die sich am selben Ort befinden, Snaps in diese Story hochladen können (Snapchat, 2013c). Diese Stories werden bei besonderen Veranstaltungen oder Feiertagen freigeschaltet. Nutzer, die beispielsweise im Stadion bei einem Fußballspiel sind, können über diese Story eigene Bilder oder Videos veröffentlichen. Des Weiteren können Nutzer sogenannte Geofilter über Videos und Fotos legen (Snapchat, 2013d). Dabei haben unterschiedliche Regionen und Städte Filter, die Sehenswürdigkeiten und den Namen der Region oder Stadt zeigen. Im Jahr 2015 waren dann auch erstmals Firmen im Bereich Discover zu entdecken (Snapchat, 2015). Im Bereich Discover können Firmen sich einen Kanal mieten, um darüber Fotos und Filme verbreiten zu können. 2016 kam noch die Funktion Memory dazu, bei der Snaps und Storys vom Nutzer gespeichert werden und jederzeit abgerufen werden können (Snapchat, 2016). Neben der Entwicklung und Einführung von neuen Funktionen arbeitet Snapchat unentwegt

daran, seine bisherigen Funktionen zu verbessern und zu erweitern. Snapchat hatte im Januar 2017 über 300 Millionen aktive Nutzer und ist nach dem Messenger von Facebook und WhatsApp der größte Messenger-Dienst weltweit (We Are Social, 2017, S. 46).

4 Internetrecht und Datenschutz in Deutschland

Der folgende Teil setzt sich aus einem kurzen Überblick über das bestehende Internetrecht sowie die Datenschutzverordnung in Deutschland zusammen. Im weiteren Verlauf werden die Nutzungsbedingungen, Richtlinien und Nutzereinstellungen ausgewählter Social Media Plattformen vorgestellt. Dabei ist aber zu bemerken, dass nicht alle Rechte der Internetnutzer und der Anbieter von Webseiten und Diensten vorgestellt werden, da eine genaue Betrachtung an dieser Stelle zu umfangreich wäre. Im Anschluss werden das Thema Big Data näher beleuchtet und Warnungen gegenüber sozialen Medien werden dargestellt. Das Kapitel wird dann durch eine Zusammenfassung abgeschlossen.

4.1 Internetrecht und Datenschutz

Alle Anwendungen und Dienste, die auf das Internet zugreifenunterliegen bestimmten Rechtsvorgaben und Gesetzen, welche eingehalten werden müssen. Verstöße gegen diese rechtlichen Vorgaben können sonst strafrechtlich verfolgt werden. Voranzustellen ist dabei, dass der Begriff „Internet“ alle dezentral betriebenen Datennetze umfasst, die von Privatpersonen und auch Unternehmen genutzt werden können. Das populärste Datennetz ist das World Wide Web. Fälschlicherweise nehmen die meisten Personen an, dass es ein Internetrecht gibt. Allerdings setzen sich Regelungen und Gesetze bezüglich des Internets aus mehreren Rechtsgebieten zusammen, welche auf das Internet übertragbar sind. Des Weiteren sind diese deutschen Regelungen nur auf deutschem Staatsgebiet anwendbar. Da das Internet Rechner auf der ganzen Welt miteinander verbindet, muss des Öfteren auf das europäische oder internationale Recht zurückgegriffen werden. (Wien, 2012, S. 1-2)

Während eine Person das Internet nutzt, hinterlässt sie Spuren, welche nachverfolgt werden können. Zum einen werden die Spuren von den Anbietern des Dienstes oder der Webseite zurückverfolgt, um daraus unter anderem Trend- oder Marktanalysen zu entwickeln. Zum anderen können die Seitenanbieter aber auch viele private oder persönliche Daten sammeln. Um zu verhindern, dass dabei die Persönlichkeitsrechte der Nutzer verletzt werden, gibt es das Bundesdatenschutzgesetz. Im ersten Absatz des ersten Paragraphen wird dabei das Ziel dieser Gesetzgebung vorgestellt, welches wie folgt lautet: “Zweck dieses Gesetzes ist es, den Einzelnen davor zu schützen, dass er durch den

Umgang mit seinen personenbezogenen Daten in seinem Persönlichkeitsrecht beeinträchtigt wird." (§ 1 Abs.1 BDSG). Deswegen verbietet das Bundesdatenschutzgesetz auch grundsätzlich die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung von personenbezogenen Daten. Ausnahmen sind dabei nur gestattet, wenn es durch das Bundesdatenschutzgesetz oder eine andere Rechtsvorschrift erlaubt worden ist oder der Betroffene eingewilligt hat. Dabei ist aber hervorzuheben, dass hier nur die personenbezogenen Daten erfasst werden. „Personenbezogene Daten sind Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbaren natürlichen Person (Betroffener)." (§ 3 Abs.1 BDSG). Bei Einzelangaben kann es sich zum einen um Namen, Adresse, Geburtsdatum handeln oder aber auch um Informationen zum Besuch eines Kinofilms oder Arztes. Des Weiteren fallen unter den Schutz des Bundesdatenschutzgesetzes nur natürliche Personen. Zudem gibt es noch besondere Arten von personenbezogenen Daten, welche Angaben „über die rassische und ethnische Herkunft, politische Meinungen, religiöse oder philosophische Überzeugungen, Gewerkschaftszugehörigkeit, Gesundheit oder Sexualleben" machen (§ 3 Abs.9 BDSG). Allerdings ist es für nicht-öffentliche Stellen nach § 28 Abs.1 BDSG unter bestimmten Voraussetzungen zulässig, personenbezogene Daten zu erheben, zu speichern, zu verändern, zu übermitteln oder als Mittel für die Erfüllung des eigenen Geschäftszweckes zu nutzen. Dies gilt u.a., wenn es für die Begründung, Durchführung oder Beendigung eines rechtsgeschäftlichen oder rechtsgeschäftsähnlichen Schuldverhältnisses mit dem Betroffenen erforderlich ist (§ 28 Abs.1 Nr.1 BDSG). In diesem Fall benötigt die nicht-öffentliche Stelle, wobei es sich um „natürliche und juristische Personen, Gesellschaften und andere Personenvereinigungen des privaten Rechts" handeln kann (§ 2 Abs.4 BDSG) noch nicht einmal die Einverständniserklärung des Betroffenen.

4.2 Rechtssituation Social Media

Im nächsten Abschnitt werden die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien von Facebook, Instagram und Snapchat erläutert. Zudem werden die Nutzereinstellungen hinsichtlich der Privatsphäre und Sicherheit beleuchtet. Diese werden jedoch nicht bei den Erläuterungen der Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien berücksichtigt.

4.2.1 Facebook

Mit der Anmeldung bei Facebook muss den Nutzungsbedingungen und den Daten- sowie Cookie-Richtlinien zugestimmt werden. Bei der Anmeldung müssen zukünftige Nutzer ihren Vor- sowie Nachnamen, E-Mail-Adresse oder Handynummer und das Geburtsdatum sowie Geschlecht angeben. Des Weiteren erstellt der Nutzer ein eigenes geheimes Passwort. (Facebook, 2017b)

Im Folgenden werden die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien genauer beleuchtet. Dies erfolgt ohne Berücksichtigung der Einstellungen der Nutzer bezüglich Privatsphäre, Werbeanzeigen und Inhalten sowie Informationen getätigt haben. Die Nutzungsbedingungen und Daten-Richtlinien werden so vorgestellt, wie sie nach der Registrierung bei Facebook eingestellt sind. Im letzten Punkt werden die Nutzereinstellungen vorgestellt.

4.2.1.1 Nutzungsbedingungen

In den Nutzungsbedingungen beschreibt Facebook, welche Rechte und Pflichten der Nutzer, aber auch welche Facebook hat. Um eine Anmeldung erfolgreich durchzuführen, muss der zukünftige Nutzer diese akzeptieren. Zu dem Registrierungsprozess und dem zukünftigen Konto stellt Facebook auch bestimmte Bedingungen, die eingehalten werden müssen. So dürfen sich nur Personen anmelden, welche über 13 Jahre alt sind und kein weiteres Facebook-Konto besitzen. Des Weiteren schließt Facebook alle Personen aus, die als Sexualstraftäter verurteilt worden sind. Allerdings kann bei der Anmeldung nur das Alter überprüft werden und ob die E-Mail-Adresse oder die Handynummer bereits einem anderen Konto zugeteilt sind. Dabei kann der Nutzer aber auch falsche Daten angeben, da kein Altersnachweis in Form eines Personalausweises gefordert wird. Allerdings ist es verboten, falsche Information anzugeben, denn die Nutzer verpflichten sich dazu, dass die Kontaktinformationen stets korrekt sind und gegebenenfalls aktualisiert werden. Des Weiteren stimmen Nutzer in den Nutzungsbedingungen zu, dass sie ihr Konto nicht kommerziell nutzen werden, das Konto ausschließlich alleine benutzen werden und die Zugangsdaten nicht weitergeben werden.

Ein weiterer Punkt, der in den Nutzungsbedingungen geregelt ist, bezieht sich auf das Teilen, also die öffentliche Verbreitung von Informationen und Inhalten, welche Nutzer angeben oder hochladen. Dabei ist besonders hervorzuheben, dass der Nutzer Facebook „[...]eine nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare, gebührenfreie, weltweite Lizenz für die Nutzung jedweder IP-Inhalte, die [du] auf bzw. im Zusammenhang mit Facebook postest [...]“ (Facebook, 2017c) einräumt. IP-Inhalte sind unter anderem Videos und Fotos, welche durch diese Bedingung jederzeit von Facebook anderweitig benutzt werden können, wenn in den Einstellungen innerhalb des Facebook-Kontos oder in den Apps nicht ausdrücklich widersprochen wurde. Diese IP-Lizenz erlischt erst, wenn der Nutzer sein Konto oder die IP-Inhalte gelöscht hat. Wenn diese IP-Inhalte allerdings mit anderen geteilt wurden und diese sie nicht gelöscht haben, hat Facebook durch die anderen Nutzer weiterhin eine IP-Lizenz, diese zu nutzen. Zudem bleiben die IP-Inhalte nach der Löschung eine bestimmte Zeitspanne als Sicherheitskopie bestehen. Ferner

wird unter diesem Punkt darauf hingewiesen, dass gepostete Inhalte auch von nicht bei Facebook registrierten Personen abrufbar sind, wenn ein Nutzer in seinen Einstellungen die Option „Öffentlich“ ausgewählt hat.)

Ein weiterer Aspekt, der in den Nutzungsbedingungen niedergeschrieben geregelt ist, ist die Sicherheit von Facebook. Unter diesem Punkt werden die Nutzer darüber aufgeklärt, welche Handlungen auf der Plattform verboten sind. Mit diesen Verboten soll insbesondere die Sicherheit von anderen Nutzern gewährleistet werden und dadurch wiederum die Sicherheit von Facebook. Denn Facebook ist eine Plattform, bei der die Nutzer die Inhalte erstellen und deswegen kann die Sicherheit nur von den Nutzern selber hergestellt werden. Um zu kontrollieren, ob die Regeln eingehalten werden, lässt Facebook durch Algorithmen die Posts und Inhalte überprüfen. Verboten sind unter anderem Posts mit bedrohlichen oder pornografischen Inhalten sowie Hassreden. Dazu ist es untersagt, andere Nutzer zu tyrannisieren, zu schikanieren oder einzuschüchtern sowie fremde Anmeldeinformationen zu benutzen oder auf andere Konten zuzugreifen. Hinzukommend erklärt Facebook, dass der Dienst nicht dazu verwendet werden darf, um irreführende, rechtswidrige, diskriminierende oder bösartige Handlungen durchzuführen. Des Weiteren dürfen keine Viren oder andere bösartige Codes hochgeladen werden und es dürfen durch automatisierte Mechanismen keine Informationen oder Inhalte von anderen Nutzern erfasst werden. Ferner werden auch unter dem Aspekt der Sicherheit die Nutzer noch einmal dazu angehalten, keine kommerzielle Kommunikation auf Facebook zu betreiben und zudem keine Handlungen durchzuführen, welche das Erscheinungsbild oder die Funktion Facebooks beeinträchtigen könnten.

In Bezug auf die Sicherheit erklärt Facebook in einem weiteren Punkt den Schutz der Rechte anderer Personen. Dies umfasst die persönlichen Rechte von anderen Nutzern und Urheberrechte sowie den Schutz vom geistigen Eigentum. Facebook untersagt dabei die Rechte anderer zu verletzen und behält sich das Recht vor, bei einer Verletzung dieser Rechte Inhalte oder Konten zu löschen.

Im weiteren Verlauf der Nutzungsbedingungen werden noch die Punkte bezüglich Zahlungen, besondere Bestimmungen für Entwickler/Betreiber von Apps, Webseiten, Werbetreibende, Seiten, Software, Änderungen und Beendigung sowie Streitfälle erläutert. (Facebook, 2017c)

4.2.1.2 Datenrichtlinien

Grundsätzlich werden alle Inhalte und Informationen, die von den Nutzern bereitgestellt werden, gesammelt. Diese werden bereitgestellt, sobald jemand anfängt, die Dienste

von Facebook zu nutzen. Den ersten Kontakt mit Facebook stellt die Registrierung dar, wobei von den zukünftigen Usern ihre Anmeldedaten, Geschlecht, Geburtsdatum, Vor- sowie Zuname, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer und ein Passwort gespeichert werden. Facebook sammelt zudem alle Informationen und Inhalte, die erstellt oder geteilt werden. Außerdem werden die Informationen und Inhalte gespeichert, die durch das Versenden von Nachrichten oder Kommunikation mit anderen Nutzern verfasst oder erstellt worden sind. Informationen sind dabei zu einem Daten, die bereitgestellt werden, wie beispielsweise der Name, aber können auch Informationen sein, welche in Inhalten enthalten sind. Ein Beispiel dafür wäre ein Foto, welches Datum und Ort der Aufnahme enthält. Ferner nimmt Facebook auch wahr mit wem interagiert wird oder welche Inhalte angesehen worden sind. Dabei sammelt Facebook die Häufigkeit der Interaktion und die Dauer bestimmter Aktivitäten. Ferner werden nicht nur Informationen und Inhalte gesammelt, welche der Nutzer persönlich bereitstellt, sondern auch von anderen Nutzern hochgeladen worden sind. Das könnte beispielsweise ein Foto sein, worauf weitere Personen markiert worden sind. Neben den Nachrichten verfolgt Facebook zudem auch die Gruppen, bei denen ein Nutzer Mitglied ist. Hierbei werden auch wieder Interaktionen gemessen. Zudem werden auch Kontaktinformationen gespeichert, die aus einem Adressbuch hochgeladen werden.

Neben Facebook selber können auf der Plattform noch weitere Dienste, wie beispielsweise Spiele durch Drittanbieter, genutzt werden. Werden dabei Transaktionen getätigt, dann erhält Facebook auch die Zahlungsinformationen, wie beispielsweise Kredit- oder Debitkartennummern. Sollten Produkte eingekauft werden, welche einen Versand benötigen, so erhält Facebook auch Zugang zu den Versanddaten, wie beispielsweise die Adresse des Käufers.

Neben den Informationen und Inhalten, die im direkten Kontakt zu Facebook stehen, werden auch Daten bezüglich der Geräte gesammelt. Dabei speichert Facebook, welche Geräte genutzt worden sind und darüber hinaus können sie unter anderem auch den Gerätestandort abrufen. Zudem kann Facebook Attribute, wie beispielsweise Hardware-Version, Geräteeinstellung und auch Batterie- oder Akkustärke sammeln. Zudem werden Verbindungsinformationen gesammelt, die unter anderem den Mobilfunk- oder Internetdienstanbieters sowie Zeitzone, Handynummer und IP-Adresse umfassen.

Facebook sammelt zudem noch Informationen und Inhalte über weitere Anbieter und Dienste, welche mit Facebook zusammenarbeiten und bei denen Nutzer registriert sind. Dienste und Anbieter können dabei Unternehmen sein, die direkt mit Facebook zusam-

menarbeiten oder die zu Facebook gehören, wie beispielsweise Instagram, oder Unternehmen die als Werbetreibende bei Facebook angemeldet sind. Diese leiten dann Informationen an Facebook weiter. Diese Informationen können dabei wieder Interaktionen, Verweildauer oder Erfahrung mit dem einzelnen Nutzer beinhalten. Zu den Anbietern und Diensten außerhalb Facebooks kommen noch die dazu, welche die Dienste von Facebook, wie beispielsweise den „Gefällt mir"-Button oder die Facebook-Anmeldung, zur Verfügung stellen.

Facebook selber gibt an, dass sie die Informationen und Inhalte in erster Linie sammeln, um Facebook und dessen Dienste zu verbessern sowie weiterzuentwickeln. Zudem können sie dadurch Facebook an die jeweiligen Nutzer anpassen und personalisieren, sodass die Personen beispielsweise Vorschläge für Freunde oder Veranstaltungen erhalten können. Außerdem nutzt Facebook die Daten für die Kommunikation mit Nutzern. Sollte ein Nutzer mit Facebook in Kontakt treten, kann Facebook direkt alle Daten abrufen und somit auf die Wünsche oder Probleme des Nutzers eingehen. Ferner werden die Informationen und Inhalte auch dazu genutzt die Reichweite von Werbeanzeigen und Diensten zu messen.

Im weiteren Verlauf gibt Facebook auch an, dass sie mit der Sammlung der Daten die Sicherheit auf Facebook fördern möchten. So werden beispielsweise auffällige Aktivitäten, welche gegen die Nutzungsbedingungen verstoßen, untersucht und gegebenenfalls gelöscht. Diese Überprüfung findet durch automatisierte Systeme statt und es werden zudem Verschlüsselungen eingesetzt.

Die Daten können zudem noch an Dritte gelangen. Facebook sammelt nicht nur Informationen und Inhalte von anderen Diensten und Webseiten, sondern stellt sie auch selber zur Verfügung. Dabei hebt Facebook allerdings hervor, dass die freigegebenen Daten unter anderem dazu dienen, die Reichweite und Wirksamkeit von Werbeanzeigen zu ermitteln. Weiter gibt Facebook an, dass die Informationen nicht auf einzelne Personen zurückzuführen sind und keine personenbezogenen Daten, wie E-Mail-Adresse, weitergegeben werden. Neben Unternehmen, die Werbeanzeigen schalten oder in Kooperation mit Facebook stehen, kommen auch Unternehmen dazu, welche die Geschäftstätigkeiten von Facebook unterstützen. Dazu können Unternehmen gehören, die eine technische Infrastruktur stellen oder Transferaktionen abwickeln.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Facebook alle Informationen und Inhalte von Nutzern sammeln darf und diese dürfen innerhalb der Unternehmensgruppe veröffentlicht oder an Dritte, wie beispielsweise Werbepartner, weitergegeben werden. Daten des

europäischen Wirtschaftsraumes gesammelt worden sind, können dabei auch in Länder außerhalb des europäischen Wirtschaftsraumes gelangen. Nutzer können innerhalb der Privatsphäre- und Werbeanzeigen-Einstellungen Optionen auswählen, die den Zugriff von Facebook auf die Nutzerdaten eingrenzen.
(Facebook, 2017d)

4.2.1.3 Nutzereinstellungen

Facebook erlaubt seinen Mitgliedern nach der Registrierung die Einstellungen bezüglich Werbeanzeigen und Privatsphäre zu ändern. Hinsichtlich seiner Privatsphäre können Nutzer entscheiden, inwieweit sie sichtbar für andere Nutzer sein wollen. Grundsätzlich gibt Facebook bis zu sechs Auswahlmöglichkeiten vor. Die erste Auswahlmöglichkeit ist dabei „öffentlich“ oder „alle“, wobei alle Nutzer und zudem Personen, die Facebook nicht nutzen, aber trotzdem über Facebook oder andere Suchmaschinen jemanden gesucht haben gemeint sind. Die nächste Einstellung wären die „Freunde“, welche alle Personen umfasst, mit denen sich der Nutzer verlinkt hat, also bei Facebook befreundet ist. Dabei kann der Nutzer noch auswählen, ob auch die Freunde von Freunden oder ausschließlich Freunde Zugang haben. Weiter könnte der Nutzer einstellen, dass nur er selber Zugang erhält. Zudem kann er benutzerdefinierte Einstellungen vornehmen, wobei genau angegeben wird, welche Personen was abrufen können und welche nicht. Zuerst kann eingestellt werden, wer einen überhaupt auf Facebook finden kann. Grundsätzlich können Nutzer andere Nutzer immer finden, allerdings schränkt Facebook die Suche mit E-Mail-Adressen und Handynummern ein. Nutzer können auswählen, ob sie zulassen möchten, dass sie mit ihrer Handynummer oder E-Mail-Adresse gefunden werden möchten. Bei beiden kann der Nutzer auswählen, ob er von allen, nur von Freunden oder von Freundes Freunden gefunden werden möchte. Des Weiteren kann der User einstellen, ob das Profil auch über Suchmaschinen abrufbar ist. Dabei kann der Nutzer nur auswählen, ob er es möchte oder nicht. Die Grundeinstellung ist hierbei, dass die Profile nicht über Suchmaschinen abrufbar sind.
Weiter kann der Nutzer entscheiden, wer welche Inhalte sehen kann. Dabei wird unterschieden in Inhalte und Beiträge, die selber gepostet worden sind, die von anderen Personen in die entsprechende Chronik gepostet worden sind oder ob der Nutzer in Inhalten oder Beiträgen markiert worden ist. In allen drei Kategorien kann der Nutzer darüber entscheiden, ob die Beiträge von der gesamten Öffentlichkeit, Freunden, Freunden von Freunden, Bekannten von Freuden oder nur von ihm selber abrufbar sind. Zudem kann er eine benutzerdefinierte Einstellung tätigen, bei denen er Personen auswählt. Grundeinstellung ist dabei, dass alle Beiträge und Inhalte unabhängig davon ob der Nutzer sie selber gepostet hat oder nur markiert wurde, der gesamten Öffentlichkeit zugänglich sind. Der Nutzer kann allerdings vorab entscheiden, wer ihn markiert und wer an seine

Chronik posten darf. Dabei sind wieder die sechs Auswahlmöglichkeiten von „öffentlich“ bis zu „nur ich“ möglich. Des Weiteren kann er entscheiden, ob er vor der Markierung oder einem Post an der Chronik informiert werden möchte und diese dann erst freigeben muss. Ferner kann ein Nutzer noch festlegen, wer seine Freundesliste einsehen kann und auch hierbei werden wieder sechs Möglichkeiten zur Verfügung gestellt.

Neben Kontakten zu Personen auf Facebook, bietet Facebook auch die Möglichkeit weitere Apps und Dienste innerhalb der Plattform zu nutzen. Zudem bieten Applikationen und Webseiten außerhalb von Facebook an, die Dienste von Facebook zu nutzen. Das kann in Form der Anmeldung über Facebook geschehen oder durch den „Gefällt mir“-Button. Innerhalb der Einstellungen lassen sich unter dem Punkt Apps alle Applikationen eingesehen werden, wenn sich der Nutzer über sein Facebookkonto angemeldet hat. Hier hat er die Möglichkeit, diese zu verwalten und sie gegebenenfalls auch zu entfernen. Des Weiteren kann festgelegt werden, was andere Nutzer innerhalb externer Apps sehen können. Innerhalb von Apps, Webseiten und Diensten außerhalb von Facebook können die über Facebook gespeicherten Informationen eingesehen werden, wenn Nutzer sich über Facebook bei denen registrieren. Informationen können dabei unter anderem Geschlecht, Name, Wohnort oder ähnliches sein. Um zu verhindern, dass diese sichtbar sind, muss der Nutzer jede Information einzeln deaktivieren.

Bezüglich der Werbeanzeigen haben Nutzer auch die Möglichkeit Einstellungen zu ändern und zudem Interaktionen mit Werbetreibenden zu verwalten. Unter diesem Aspekt sind auch die Interessen abgebildet, die Facebook über den Nutzer gesammelt hat. Diese Interessen hat Facebook anhand von „Gefällt mir“-Angaben und Interaktionen mit Inhalten von Werbetreibenden ermittelt. Innerhalb der Einstellungen können Nutzer nun entscheiden, ob diese Interessen zutreffend sind und ob sie zukünftig Werbeanzeigen erhalten möchten. In diesem Zusammenhang werden auch Werbetreibende angezeigt, mit denen in der Vergangenheit interagiert worden ist. Unter diesem Punkt wird zudem gezeigt, welche Werbetreibende Kontaktinformationen über den jeweiligen Nutzer besitzen oder welche Webseite oder App verwendet worden ist. Unternehmen können Daten, welche sie über ihre Webseite oder App gesammelt haben, mit dem Facebook Profil des Nutzers koppeln. Des Weiteren können die Nutzer im nächsten Schritt einstellen, welche Informationen die Werbetreibende über ihn sammeln können. Dabei ist es untergliedert in Personeninformationen, die der Nutzer selber angegeben hat, und in Kategorien, die Facebook dem Nutzer zugeordnet hat. Diese Kategorien sind unter anderem, welcher Browser oder Smartphone benutzt wird, ob der Nutzer WLAN nutzt oder über mobile Daten online ist und Inhalte einer Kategorie, wie beispielsweise Sport, häufig angesehen worden sind. Auch hier hat der Nutzer die Möglichkeit die Kategorien zu verwalten und

gegebenenfalls diese zu löschen und er kann entscheiden, welche persönlichen Informationen dem Werbetreibenden zur Verfügung stehen. Weiter kann der Nutzer entscheiden, welche Werbeanzeigen er zukünftig erhalten möchte. So wie beispielsweise, ob dem Nutzer Werbeanzeigen basierend auf der Nutzung von Webseiten und Apps angezeigt werden sollen oder nicht. Innerhalb der Einstellungen zum Thema Werbeanzeigen, sind die Voreinstellungen von Facebook so eingerichtet, dass die Werbetreibenden alle Informationen bekommen. Die Nutzer werden dabei alle Werbeanzeigen angezeigt, die auf Interaktionen mit Inhalten innerhalb Facebooks und auf der Nutzung von Apps und Webseiten innerhalb und außerhalb von Facebook basieren. Der Nutzer muss selber diese Einstellungen ändern, wenn er den Zugriff der Werbetreibenden einschränken möchte.
Facebook (2017e/f/g)

4.2.2 Instagram

Um sich bei Instagram zu registrieren, muss der zukünftige User Handynummer oder E-Mail-Adresse, den vollständigen Namen, Benutzername und ein Passwort angeben. Ferner hat der Nutzer auch die Möglichkeit sich mit seinem Facebook Profil bei Instagram zu registrieren. Weiter muss der Nutzer den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie zustimmen (Instagram, 2017c). Diese werden in den Absätzen genauer beleuchtet. Dabei wurden die Einstellungen, welche den Zugriff auf die Informationen und Inhalte von Instagram, der Öffentlichkeit und Dritten, wie beispielsweise Werbetreibende, einschränken, nicht berücksichtigt. Einstellungen die der Nutzer tätigen kann, werden im letzten Punkt vorgestellt.

4.2.2.1 Nutzungsbedingungen

Genau wie bei Facebook müssen Nutzer von Instagram bei der Registrierung mindesten 13 Jahre alt sein. Bei der Registrierung wird das überprüft, aber Nutzer können auch falsche Angaben machen, da kein Altersnachweis erforderlich ist. Des Weiteren weist auch Instagram darauf hin, dass jeder Nutzer für sein Konto und dessen Schutz selber verantwortlich ist. Ferner bestätigen die Nutzer, dass ihre Kontaktdaten und persönlichen Informationen korrekt sind. Die Nutzer verpflichten sich dazu, diese gegebenenfalls zu aktualisieren oder anzupassen. In diesem Zusammenhang erklären die Nutzer sich dazu bereit, das Konto nur privat zu nutzen und nicht für kommerzielle Zwecke einzusetzen. So ist es verboten, seinen Kontozugang jemanden anders zu geben oder zu verkaufen. Zudem darf ein Nutzer nur ein Konto besitzen und darf auch für niemanden anders ein Konto erstellen. Ausnahmen bilden da nur Unternehmen und Personen, welche eine ausdrückliche Erlaubnis seitens Instagram besitzen. Ferner stimmen die Nutzer dem Verbot zu, keine Anmeldeinformationen von anderen Nutzern zu sammeln.

Bezüglich der Inhalte verweist Instagram die Nutzer darauf, dass es verboten ist Beiträge zu veröffentlichen, welche „[...] gewalttätigen, Nackt- bzw. Teil-Nackt-, diskriminierenden, ungesetzlichen, verletzenden, hasserfüllten, pornografischen oder sexuell anzüglichen [...]“ (Instagram, 2017d) Inhalte haben. Inhalte sind dabei die Fotos und Videos, die von Nutzern hochgeladen oder Beiträge in denen sie markiert worden sind. Ferner gewähren die Nutzer Instagram „[...]eine nicht-exklusive, vollständig bezahlte und gebührenfreie, übertragbare, unterlizenzierbare, weltweite Lizenz für die Nutzung der Inhalte, die [...]“(Instagram, 2017d) für alle Inhalte, die auf Instagram gepostet werden. Zudem weisen die Nutzungsbedingungen darauf hin, dass jeder Nutzer verantwortlich und im Falle auch haftbar für die Inhalte sind, wenn sie beispielsweise gegen Gesetze verstoßen. Die Inhalte bleiben so lange bestehen, wie das Konto aktiv ist. Werden das Konto oder die Inhalte gelöscht, werden auch die Inhalte und Informationen nach einer gewissen Zeitspanne bei Instagram gelöscht. Des Weiteren werden die User dazu angehalten, keine vertraulichen Informationen über den Dienst zu teilen. Unter vertrauliche Informationen fallen unter anderem Kreditkarten- oder Sozialversicherungsnummer.

Des Weiteren ist es nach den Nutzungsbedingungen untersagt, andere Nutzer zu belästigen, stalken, schikanieren oder missbrauchen. Im Zuge dessen ist es auch verboten, Kommentare oder Nachrichten, welche belästigend oder kommerziell sind, zu posten. Weiter verpflichten sich alle Nutzer dazu, Regelungen, Gesetze oder Bestimmungen, welche unabhängig vom Staat und Land vorgegeben sind, einzuhalten. Ferner ist es nicht gestattet, Instagram zu ändern oder zu modifizieren. Des Weiteren ist es untersagt, das Netzwerk und den Server selber zu stören oder anzugreifen.

Im weiteren Verlauf erklärt Instagram in den Nutzungsbedingungen unter anderem die Richtlinien bezüglich Urheberrechten, IP-Verletzungen, Haftungsbeschränkung und Schiedsverfahren.
(Instagram, 2017d)

4.2.2.2 Datenrichtlinien

Instagram sammelt alle Informationen, die Nutzer direkt bereitstellen. Darunter fallen alle Informationen, die bei der Registrierung angegeben wurden und die Profilinformationen, die der Nutzer im späteren Verlauf angibt. Ferner werden die Inhalte gesammelt, welche die Nutzer posten. Zudem werden auch die Inhalte von Kommunikationen zwischen den Usern und Instagram, wie E-Mails, gespeichert. Die Inhalte werden dabei so lange gespeichert wie das Konto besteht. Nach der Deaktivierung werden die Daten noch für einen angemessenen Zeitraum gespeichert. Die gesammelten Daten können dabei in

jedem Land, in dem Instagram sowie verbundene Unternehmen ansässig sind, gespeichert und verarbeitet werden. Dabei ist hervorzuheben, dass Informationen, welche innerhalb der europäischen Union oder anderen Ländern, die Gesetze bezüglich Datenerfassung und –schutz haben, jederzeit in andere Länder, welche nicht dieselben Regelungen haben, übertragen werden dürfen.

Neben den Daten, die direkt vom Nutzer zur Verfügung gestellt worden sind, sammelt Instagram noch weitere Informationen, die durch die Nutzung von Instagram hervorgehen. Ein Beispiel dafür sind Freunde aus den eigenen Kontakten vom Smartphone zu adden. Hierbei greift Instagram auf den Kontakt zu und erhält damit automatisch die Kontaktdaten von dem anderem. Des Weiteren können Kontakte von anderen sozialen Netzwerken gesucht und geaddet werden. Auch hierbei erhält Instagram alle Daten, die im Zusammenhang mit dem anderen Kontakt stehen. Weitere Informationen die gesammelt werden, sind zudem Protokolldatei-Informationen, wie IP-Adresse oder Browser-Typ, und Analyseinformationen, wie beispielsweise Zusatzprogramme die in Verbindung mit Instagram genutzt worden sind. In diesem Zusammenhang wird auch erfasst wie Instagram von dem Nutzer genutzt wird. So werden darüber beispielsweise auch die Anzahl der Klicks gesammelt oder wie mit den Inhalten intergiert wird. Außerdem werden auch Geräteinformationen gespeichert, die Auskunft darüber geben welcher Typ Smartphone oder auch welches Betriebssystem genutzt worden ist. Ferner werden auch Metadaten gesammelt, welche alle Informationen umfassen, die mit den Nutzerinhalten in einer Verbindung stehen. Diese Metadaten können selber von Nutzer gesetzt werden, beispielsweise in Form von Geotags oder Hashtags, oder durch eine Interaktion wie eine „Gefällt mir“-Angabe oder einen Kommentar entstehen.

Instagram selber gibt an, dass sie Daten vorrangig dafür gesammelt werden, um den Dienst stets überwachen zu können und gegebenenfalls bei Problemen eingreifen zu können. Des Weiteren werden die Informationen dazu genutzt, um dem Nutzern einen einfachen Log-In zu garantieren und um auf Informationen des eigenen Kontos zugreifen zu können. Zudem kann Instagram den Nutzern so personalisierte Inhalte anzeigen, wie beispielsweise Werbeinhalte, die den Interessen des Nutzers entsprechen. Die Interessen kann Instagram durch Interaktionen mit anderen Inhalten oder durch gesetzte Metadaten ermitteln.

Informationen, die von Instagram gesammelt worden sind, können auch Dritten zur Verfügung gestellt werden. Dazu zählen Unternehmen, die zur selben Unternehmensgruppe gehören und Unternehmen, die dazu beitragen, dass der Dienst zustande kommt, wie

Serveranbieter. Die verbundenen Unternehmen haben dabei Zugriff auf alle gesammelten Daten. Unterstützende Dienstleister oder Unternehmen kriegen Zugriff auf alle Informationen bis auf Analyseinformationen und Metadaten in dem Rahmen, wie es erforderlich ist. Des Weiteren können Werbepartnern gesammelte Daten zur Verfügung gestellt werden, um Werbeinhalte den Nutzern anzupassen. Zudem erklärt Instagram, dass anonymisierte Informationen, welche keine Rückschlüsse auf den Nutzer selber zulassen, mit jeweiligen Dritten geteilt werden.
(Instagram, 2017d)

4.2.2.3 Nutzereinstellungen

Grundsätzlich gibt Instagram den Nutzern nur eine Einstellung vor, mit denen sie den Zugriff auf ihre Informationen und Inhalte einschränken können. Dabei handelt es sich darum, ob der Nutzer möchte, dass sein Profil privat oder öffentlich ist. Entscheidet sich der Nutzer für privat, dann ist sein Profil nur zugänglich für Personen, welche als Follower vom Nutzer bestätigt worden sind. Ist ein Profil dagegen öffentlich, dann kann jeder dieser Person folgen und auch alle Inhalte und Informationen einsehen sowie interagieren in Form von Nachrichten, „Gefällt mir"-Angaben oder Kommentaren. Nutzer haben nur die Möglichkeit, Kommentare zu blockieren oder zu filtern. Bei der Filterung von Kommentaren kann der User Wörter, Ausdrücke, Zahlen oder auch Emoijs eingeben. Damit werden die Beiträge automatisch gelöscht, welche der Filterung widersprechen. Des Weiteren können öffentliche Profile samt deren Informationen und Inhalte über Suchmaschinen, wie Google, gefunden werden. Diesem kann nur entgegengetreten werden, wenn das Profil auf privat gestellt wird. Allerdings greift bei privaten Konten der Schutz nur beim eigenen Profil. Wird ein öffentlicher Beitrag kommentiert, so ist das für jeden sichtbar. Grundsätzlich kann auch jeder auf Instagram gefunden werden, unabhängig davon, ob das Profil privat ist oder nicht, aber im Privatmodus bleibt das Profil leer.
(Instagram, 2017e)

4.2.3 Snapchat

Der Dienst von Snapchat ist nur über den Download der Applikation möglich. Wurde der Download getätigt, dann können sich Personen registrieren. Für die Registrierung müssen zukünftige Nutzer ihren Vor- und Nachnamen, Geburtsdatum und einen Benutzernamen sowie Passwort angeben. Mit dem Anmelden stimmen die Nutzer den Nutzungsbedingungen und der Datenrichtlinie zu (Snapchat, 2017a). Im weiteren Verlauf werden diese genauer beschrieben, aber ohne weiterer Berücksichtigung der Einstellung bezüglich der Privatsphäre. Darauffolgend werden die Einstellungen vorgestellt, welche von Nutzer getätigt werden können, um ihre Privatsphäre zu schützen.

4.2.3.1 Nutzungsbedingungen

Vorweg erklärt Snapchat in seinen Nutzungsbedingungen, dass nur Personen über 13 Jahre die Services von Snapchat nutzen und einen Account haben dürfen. Weiter legt Snapchat dar, dass bei der Annahme der Nutzungsbedingungen bestätigt wird, dass der Nutzer in der Lage ist, einen rechtlich bindenden Vertrag mit Snapchat zu schließen und das die Nutzung nicht durch eine Rechtsordnung verboten ist sowie das Einhalten von nationalen und internationalen Regeln, Bestimmungen und Gesetzen. Des Weiteren ist es untersagt, andere Nutzer zu belästigen oder zu schikanieren sowie durch Kontaktaufnahmen zu belästigen. Zudem wird darauf hingewiesen, dass auch jeder Nutzer für seine Inhalte verantwortlich ist und gegebenenfalls auch haftbar gemacht werden kann, wenn gegen Gesetze oder Regelungen verstoßen worden ist. So sind Beiträge, welche Hassbotschaften, Gewaltdarstellungen oder Pornografie beinhalten, verboten. Ferner ist es dem Nutzer auch untersagt, seine Kontaktdaten weiterzugeben oder die Anmeldedaten von anderen Nutzern zu sammeln. Des Weiteren darf das Konto nicht kommerziell genutzt werden und es dürfen keine automatischen Verfahren eingesetzt werden, die Zugriff auf den Dienst oder die Daten von anderen Nutzern ermöglichen. Außerdem ist es verboten, den Dienst von Snapchat zu verändern oder zu modifizieren.

Im weiteren Verlauf werden die Rechte erklärt, welche Snapchat innehält und gegenüber den Nutzern hat. Obwohl der Nutzer das Eigentumsrecht an allen Inhalten behält, erhalten Snapchat und seine Partnerunternehmen „[...] eine weltweite, gebührenfreie, unterlizensierbare und übertragbare Lizenz zum Hosten, Speichern, Verwenden, Anzeigen, Reproduzieren, Verändern, Anpassen, Bearbeiten, Veröffentlichen, und Verteilen dieser Inhalte.“ (Snapchat, 2017b). Weiter erklärt Snapchat, dass diese Lizenz nur dazu genutzt wird, um die Services zu betreiben und diese gegebenenfalls weiterzuentwickeln oder zu verbessern. Bei den Storys werden Snapchat noch weitere Rechte eingeräumt. Es ist ihnen erlaubt aus jeglichen Arten von Storys, die von Nutzern erstellt worden sind, eigene Werke zu erstellen oder die Inhalte zu modifizieren, um sie dann auch öffentlich auszustellen oder zu bewerben. Wörtlich heißt es in den Nutzungsbedingungen: „Wenn du in Live Storys, Lokalen Storys oder sonstigen Crowdsourcing-Inhalten erscheinst, diese erstellst, hochlädst, postest oder sendest, gewährst du in dem notwendigen Ausmaß der Snap Group Limited, Snapchat und unseren Partnern und Geschäftspartnern das uneingeschränkte, weltweite Recht und die uneingeschränkte, weltweite Lizenz, deinen Namen, dein Bild und deine Stimme zu nutzen“ (Snapchat, 2017b). Das erlaubt Snapchat, alle Inhalte von Nutzern aus Storys in jeglicher Form zu benutzen und diese auch über alle möglichen Vertriebskanäle auszustrahlen ohne dass der Nutzer Anspruch auf Vergütung hat.

Ein weiterer Aspekt, welcher in den Nutzungsbedingungen dargelegt ist, ist die Funktion Memorys. Dort werden die Snaps gespeichert und der Nutzer kann immer wieder drauf zugreifen. Wird diese Funktion einmal aktiviert, dann kann der Nutzer sie nie wieder deaktivieren. Allerdings wird dem Nutzer das Recht eingeräumt, ein Passwort zu erstellen, so dass nur er Zugriff darauf hat, selbst wenn das Smartphone geklaut werden sollte.

Weiter geben die Nutzungsbedingungen Aufklärung darüber, wie mit Services von Drittanbietern umgegangen wird und wie der Service beendet werden kann sowie Aspekte der Haftung.
(Snapchat, 2017b)

4.2.3.2 Datenrichtlinien

Snapchat sammelt unterschiedliche Daten der Nutzer, die zum einen direkt und freiwillig von den Nutzern gestellt werden oder sich aus der Nutzung ergeben. Daten die vom Nutzer gestellt werden, sind unter anderem die Informationen, welche für die Registrierung benötigt werden. Im weiteren Verlauf steht es dem Nutzer frei, noch weitere Informationen, wie Handynummer oder E-Mail-Adresse anzugeben. Ferner kann auch eine kommerzielle Dienstleistung in Anspruch genommen werden, wobei auch Kontodaten sowie gegebenenfalls Kreditkartennummer angegeben werden.

Nutzungsdaten und Daten über Inhalte entstehen aus der Nutzung heraus und werden auch von Snapchat gesammelt. Die Nutzungsdaten sind dabei Aufzeichnungen von Aktivitäten innerhalb des Dienstes und aus der Inanspruchnahme von Services. So wird beispielsweise erfasst, wie viele Snaps mit welcher Person ausgetauscht worden sind. Bei Daten über Inhalte handelt es sich um Informationen zu Inhalten, die versendet oder hochgeladen worden sind. Dabei erfasst Snapchat zudem Informationen darüber, wer sich die Inhalte angeschaut hat und wie damit interagiert worden ist. Weiter werden auch Standortdaten und Geräteinformationen gesammelt. Die Standortdaten sind notwendig für die Geotags, aber auch ohne die Setzung eines Tags werden die Daten gespeichert. Zudem wird auch gespeichert, um welches Gerät es sich handelt und welches Betriebssystem genutzt wird. Des Weiteren wird auch auf die Kamera und Fotos zugegriffen. Das beinhaltet auch Fotos oder Videos, die nicht direkt über Snapchat aufgenommen worden sind. Zuletzt werden auch bei Snapchat Protokolldaten, wie beispielsweise IP-Adresse oder Zugriffszeiten, gesammelt.

Zu den Daten die von dem Nutzer selber gestaltet worden sind, kommen noch Informationen von Dritten. Dabei kann es sich um andere Nutzer handeln, welche den Kontakt

über das Telefonbuch vom Smartphone preisgeben oder Bilder in denen andere Nutzer zu sehen sind. Des Weiteren können auch Unternehmen Snapchat Daten zur Verfügung stellen, die dann mit den Daten vom Nutzer zusammengeführt werden.

Auch Snapchat gibt an, dass sie mit der Erfassung von Inhalten und Informationen den Dienst und dessen Services verbessern und stets weiterentwickeln wollen sowie auch als Instrument für Messungen nutzen. Diese Messungen können hinsichtlich der Werbereichweite oder Trends gehen. Zudem wollen sie den Service personalisieren, so dass Vorschläge von neuen Freunden oder Werbeanzeigen zum Nutzer passen. Des Weiteren wird erklärt, dass sich Snapchat auch durch die Erfassung der Daten schützen will, indem sie unter anderem überprüfen, dass nur jeder ein Profil hat und dieses auch nicht kommerziell nutzt.

Die erfassten Daten werden nicht nur von Snapchat benutzt, sondern können auch an Dritte weitergegeben werden. An die gesamte Öffentlichkeit können alle öffentlichen Daten gelangen, wie Nutzername, Name, Profilbilder und Snapcodes. Des Weiteren können auch die Inhalte eingesehen werden, die an „Unsere Story“ geschickt worden sind. Andere Nutzer von Snapchat können etwas über die Nutzung von anderen Snapchattern erfahren, wie beispielsweise die Freunde, Inhalte, die gepostet oder versendet worden sind, und die Punktzahl welche innerhalb Snapchat erreicht worden ist. Außerdem können Daten an alle Unternehmen, die zu Snap Inc. gehören, sowie auch an dritte Unternehmen und Dienste weitergegeben werden. Dritte können dabei Unternehmen sein, die den Service von Snapchat als Marketinginstrument nutzen oder die Weitergabe von Daten geschieht aus rechtlichen Gründen, wie beispielsweise durch eine behördliche Anfrage.
(Snapchat, 2017c)

4.2.3.3 Nutzereinstellungen

Die Nutzer von Snapchat können einstellen, wer sie finden darf und wer sich die Storys anschauen darf. Nutzer können sich dabei zwischen Freunden und Öffentlichkeit entscheiden. Entscheidet sich ein Nutzer für öffentlich, dann kann er durch jeden auf Snapchat gefunden werden und zudem kann sich jeder die Storys anschauen. Bei den Storys kann zudem die Option „Benutzerdefiniert“ ausgewählt werden, wobei bestimmte Personen blockiert werden können. Des Weiteren können die Nutzer entscheiden, ob sie anderen über die Rubrik „Vorschläge“ angezeigt werden. Zudem können Nutzer darüber entscheiden, ob sie die Funktion Memorys aktivieren möchten oder nicht und ob sie diese mit einem Passwort schützen möchten.
(Snapchat, 2017d)

4.2.4 Big Social Data

Der Begriff Big Data beschreibt Datenmengen, welche nicht von herkömmlicher Datensoftwares erfasst, verarbeitet und aufgeschlüsselt werden können. Weiter definiert sich der Begriff über die drei V's – Volume, Velocity und Variety. Volume beschreibt dabei die Größe der Datensätze, Velocity steht für die Geschwindigkeit in der die Daten generiert, ausgewertet, sowie weiterverarbeitet worden sind und Variety bezieht sich auf die Vielfalt der Datenmengen sowie auf die unterschiedlichen Quellen. So werden beispielsweise die Datensätze von mehreren Unternehmen generiert, welche später durch den Big Data Algorithmus wieder strukturiert werden. Durch diesen können dann auch Zusammenhänge zwischen den Datensätzen erkannt werden. In anderen Definitionen werden zudem noch zwei weitere Eigenschaften eingebracht – Value und Validity. Value bezieht sich hierbei auf den Mehrwert der Daten für das Unternehmen und die Validity beschreibt die Qualität der Datenmengen. (Chen, Liu & Mao, 2014, S.174)

Neben Unternehmen, die über Unternehmenswebseiten oder Suchmaschinen ihre Datensätze generieren, wird auch innerhalb von sozialen Medien das Prinzip von Big Data angewendet. In diesem Fall wird dann von Big Social Data gesprochen, welches sich insbesondere durch den leichten Zugang zu einer großen Menge von empirischen Daten, welche unter realen Bedingungen entstanden sind, kennzeichnet. Denn die Daten sind nur ein Nebenprodukt, welches durch die Nutzung des Internets oder von sozialen Medien entsteht. Der Nutzer bekommt davon nichts mit, da er seine digitalen Spuren nicht selbst sehen kann. Durch diese Daten können dann Trends und Risiken sowie Analysen hinsichtlich aller Themen- und Lebensbereiche erstellt werden. Daten, die über soziale Netzwerke generiert worden sind, werden dabei nicht nur vom Unternehmen des sozialen Netzwerkes verarbeitet, sondern können auch mit anderen Unternehmen geteilt werden. Unternehmen, die im Besitz von solchen Daten sind, können dabei nicht nur eine zielführende Strategie entwickeln, sondern erhalten auch eine gewisse Kontrolle, die über das soziale Netzwerk ausgeübt werden kann. (Bruns, Dang-Xuan, Neuberger & Stieglitz, 2014, S. 89-90)

Ein bekanntes Beispiel der letzten Jahre ist die Präsidentschaftswahl von 2016 bei der Donald Trump gewann und nach eigenen Angaben diesem Sieg Big Data zu verdanken hat. Dabei lag der Fokus insbesondere auf Big Social Data. Über diese Kanäle konnten die Daten erhoben und dann durch die Algorithmen ausgewertet werden, um dann eine gezielte Kampagne über die sozialen Medien zu starten. Dabei werden dann neue Daten erhoben, die dazu führen, dass die Kampagne stetig hinsichtlich des Erfolges kontrolliert

und gegebenenfalls auch optimiert werden kann. (Zastrow, 2016) Des Weiteren gehörten soziale Netzwerke zu den ersten, die prognostizierten, dass Donald Trump die Wahl höchstwahrscheinlich gewonnen hat, während Fernsehen, Radio und Zeitungen noch Clinton als Siegerin sahen (Breur, 2016, S. 129). Dieses Beispiel verdeutlicht, wie stark der Einfluss von Big Social Data sein kann und wie genau die Prognosen der Ausarbeitungen der Datensätze sein können.

4.3 Zusammenfassung

Obwohl der Datenschutz in Deutschland grundsätzlich vorgibt, dass keine personenbezogenen Daten gesammelt werden dürfen, können soziale Medien den § 28 BDSG als Schlupfloch nutzen. Denn dieser gibt vor, dass das Generieren, die Speicherung und die Verarbeitung erlaubt sind, wenn diese als Mittel eingesetzt werden, um den Geschäftszweck zu erfüllen. Die Nutzer erlauben mit ihrer Registrierung und damit einhergehenden Annahmen der Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien das Sammeln und Auswerten ihrer Daten. Ferner geben sie auch ihr Einverständnis dazu, dass die Daten in Länder übermittelt werden können, welche den EU-Richtlinien nicht unterstellt sind. Neben den Ländern, können die Daten auch mit anderen Unternehmen geteilt werden. Dabei umfasst der Begriff Daten alle Angaben, Informationen, Dateien, Nachrichten, Kommentare und alle Interaktionen mit Beiträgen von anderen und Unternehmen.

Des Weiteren werden diese Daten anhand von Algorithmen analysiert und können dazu genutzt werden Marktdaten oder Trends zu überprüfen oder festzustellen. Jedoch bergen diese Daten auch Gefahren. Unternehmen die über so große Datenmengen verfügen, haben damit ein immenses Wissen über die Nutzer und können das auch Einsetzen. Bezüglich diesem Verfahren gibt es keine Gesetzesgrundlage, die es verbieten oder einschränken würde.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die eigentlich strengen gesetzlichen Regelungen zum Datenschutz in Deutschland von den Unternehmen teilweise ausgehebelt werden. Zudem ist der Staat nicht in Lage rechtzeitig einzugreifen, da die Gesetzeseinführung zu lange dauert und die Gesetze sowie Regelungen nur im deutschen Raum gelten.

5 Digital Native vs. Digital Naives

Anhand der Betrachtungen der Generationen sowie dem Nutzerverhalten kann verifiziert werden, dass soziale Medien sich vollständig in das Leben von den Menschen in Deutschland integriert ha. Insbesondere für die jüngeren Generationen nach 1985 sind soziale Medien ein selbstverständlicher Bestandteil des Lebens und ein wichtiges Instrument für die Kommunikation geworden. Das lässt sich zum einen an den Altersstrukturen der Nutzer von sozialen Plattformen ablesen und zum anderen sind die Generationen Y und Z mit diesen Medien großgeworden. Deswegen kann im Falle der Generation Y und Z definitiv von Digitale Natives gesprochen werden, da sie die Sprache der sozialen Medien wie eine Muttersprache beherrschen.

Ein Problem, welches sich aber bei sozialen Medien, insbesondere bei den sozialen Plattformen, entwickelt hat, ist die mangelnde Einhaltung des Datenschutzes. Die Digitalisierung, wie unter anderem das Internet und damit alle enthaltene Dienste sowie Webseiten, hat sich rasant entwickelt. Das führt dazu, dass der Staat gezwungen ist, eine entsprechende Rechtsgrundlage aufzubauen. Allerdings stehen die Digitalisierung und das Rechtssystem in einem gewaltigen Gegensatz zueinander. Die Entwicklung der Digitalisierung ist sehr schnell und setzt sich über nationale Grenzen hinweg. Durch das Internet können sich Personen und Unternehmen international miteinander vernetzen und so kommt es auch zu Daten- und Informationsübermittlungen über die Staatsgrenzen hinaus. Dagegen steht das Rechtssystem, welches an nationale Grenzen gebunden ist und nicht mit dem schnellen Fortschritt der Digitalisierung mithalten kann, da ein Gesetzesentwurf sowie dessen Verabschiedung wesentlich länger dauert als die Programmierung eines neuen Dienstes oder Algorithmus. Des Weiteren ist die Digitalisierung ubiquitär und soziale Medien sind Gegenstand des Alltags geworden. Das führt dazu, dass sich die reale und künstliche Welt vermischen. Diese künstliche Welt wird weiter dadurch unterstützt, dass immer mehr Dienste und Webseiten sich dem Nutzer anpassen können. Das geschieht durch die großen Datenmengen, auf die sie Zugriff haben (Boehme-Neßler, 2009, S. 146-148). Dabei verfügen insbesondere die sozialen Netzwerke über eine sehr große Datenmenge, welche zum Teil auch sehr private Informationen enthalten. Das liegt unter anderem daran, dass das Vernetzen von Nutzern das Unternehmensziel von sozialen Netzwerken ist. Um ein Netzwerken zu ermöglichen, müssen sich Nutzer registrieren und Profile erstellen. Bereits an diesem Schritt geben die Nutzer die ersten Daten preis und stimmen auch den Nutzungsbedingungen sowie Datenrichtlinien zu. Im weiteren Verlauf der Nutzung werden die Nutzer auch regelmäßig und systematisch angehalten, weitere Daten in Form von Profilaktualisierungen, Beiträgen oder Inhalten, wie Fotos oder Videos zu veröffentlichen. Des Weiteren werden über

die Interaktionen mit anderen Nutzern oder Unternehmensseiten weitere Daten gesammelt. Diese Interaktionen können Nachrichten, Kommentare, „Gefällt mir“-Angaben oder auch Verweildauer auf einer Seite oder einem Beitrag sein. (Reimer, 2009, S. 624)

Wie bereits im Kapitel 4 erwähnt wurde, können die gewonnen Daten vom Anbieter selber benutzt werden oder sie werden an weitere Unternehmen weitergegeben. Im weiteren Verlauf können diese Daten dann in Trend- oder Marktanalysen verarbeitet oder auch innerhalb einer Big Social Data Analyse verwendet werden. Dabei wird zwar von dem Anbieter der sozialen Netzwerke innerhalb der Datenrichtlinien angegeben, dass die Daten anonymisiert werden und keine Zurückverfolgung der Daten stattfindet, jedoch verfügen die sozialen Netzwerke durch die Daten über eine große Informationsgewalt und gelangen dadurch zu einer gewissen Kontrolle. Länder versuchen durch Gesetze bezüglich Datenschutz dagegen vorzugehen, aber oft werden diese von sozialen Netzwerken übergangen. So listete der Landesbeauftragte für Datenschutz in Schleswig-Holstein Dr. Thilo Weichert eine Aufzählung der Verstöße von Facebook unter anderem gegen das Bundesdatenschutzgesetz auf. Insgesamt enthält die Liste 16 Verstöße. Nach Weichert entsprechen die gegeben Einwilligungen der Nutzer nicht den datenschutzrechtlichen Anforderungen und zudem weisen die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien „überraschende, verbraucherschädigende und aus sonstigen Gründen rechtlich unwirksame Klauseln“ auf (2009, S. 717). Dabei beruft er sich auf den § 4a des Bundesdatenschutzgesetzes, § 13 des Telemediengesetzes und auf §§ 305 ff. des Bürgerlichen Gesetzbuchs. Des Weiteren werden Daten von Dritten verarbeitet, wie beispielsweise Daten eines Kooperationspartners, die dann mit dem Profil des Nutzers kombiniert werden, ohne dass der Nutzer einwilligt. Ferner gibt es nach Weichert keine Transparenz über die datenschutzrechtlichen Verantwortlichkeiten der Beteiligten, wie unter anderem den Nutzern oder Aufsichtsbehörden. Weiter kommt Facebook nicht der Pflicht nach, die Daten nach einer Löschung des Accounts oder nach einer Persönlichkeitsrechtsverletzung zu löschen. Die rechtliche Grundlage sieht Weichert dabei in den §§ 3, 28 und 29 des Bundesdatenschutzgesetzes und im § 14, 15 des Telemediengesetzes. Es werden noch weitere Verstöße aufgelistet, jedoch die weiter im Einzelnen zu betrachten, würde den Umfang dieser Arbeit übersteigen. Des Weiteren lassen sich diese Verstöße auch bei anderen sozialen Netzwerken, wie Instagram oder Snapchat, ermitteln. Zudem wurde mit der Auflistung das Ziel verfolgt, aufzuzeigen wie komplex sich der Datenschutz aufstellt und welcher Vergehen sich soziale Netzwerke strafbar machen. (Weichert, 2012, S. 716-720)

Soziale Netzwerke weisen die Vorwürfe damit zurück, dass jeder Nutzer selbst für seine Daten verantwortlich sei. Der Jurist und Rechtswissenschaftler Prof. Dr. Benedikt Buchner vergleicht die systematische Ablehnung der Unternehmensverantwortlichkeiten mit der Tabakindustrie, welche über Jahrzehnte die Verantwortung den Verbrauchern übertrug. Allerdings hat jedes Unternehmen eine gewisse Eigenverantwortung zu tragen und das umfasst unter anderem in der Tabakindustrie, dass sie die Risiken und Gefahren der Produkte durch Werbemaßnahmen oder Fehlinformationen nicht verniedlichen oder verharmlosen dürfen. Des Weiteren sollte innerhalb der Tabakindustrie zielgerichtet nicht denen gegenüber vermarktet werden, welche noch schutzbedürftig sind, wie Kinder und Jugendliche. Ferner muss eine Übernahme von Verantwortung von Dritten gefordert werden, welches sich hinsichtlich der Tabakindustrie auf das Passivrauchen bezieht. Buchner sagt aus, dass sich dieses Verhalten auch auf die sozialen Netzwerke übertragen lässt. So verlangt er, dass Dritte die Verantwortung für Schutzbedürftige übernehmen, was im Fall der sozialen Netzwerke insbesondere die Eltern meint, die den Kindern gegenüber Aufklärung betreiben und auch gegebenenfalls eine kontrollierende Haltung einnehmen sollten. Außerdem werben soziale Netzwerke damit, dass jeder durch die Registrierung Teil einer Gemeinschaft wird und einen digitalen Lifestyle bekommen (Buchner, 2012, S. 705; Facebook, 2017b; Instagram, 2017c; Snapchat, 2017a).

Noch markanter ist dabei eine Werbekampagne von Facebook aus dem Jahr 2016. Dabei wirbt Facebook mit seinem Datenschutz und wirkt wie eine Aufklärungskampagne. Unter anderem wird über die Werbung kommuniziert, dass jeder Nutzer darüber entscheiden kann wer die Daten, Inhalte und Informationen einsehen kann.

Abb. 1: **Facebook startet millionenschwere Werbekampagne.** Quelle: Böhm & Reinbold.

Gleichzeitig verschweigt Facebook aber, dass die Daten mit anderen Unternehmen geteilt werden und Facebook auch selber diese auswertet. Die Werbung sagt weiterhin aus, dass die Daten auch gelöscht werden können und diese auch tatsächlich verschwinden. Aber auch diese entspricht nicht der Realität. Jeder Nutzer kann zwar seine Inhalte und auch sein Profil löschen, jedoch werden die Daten noch über einen gewissen Zeitraum von Facebook gespeichert. Ähnlich handhaben es andere soziale Netzwerke zwar auch. Der gravierende Unterschied zu Facebook ist aber, dass Instagram, Snapchat usw. nicht mit der Löschungsmöglichkeit werben.

An dieser Stelle lässt sich zusammenfassen, dass soziale Netzwerke gegen das Bundesdatenschutzgesetz und auch anderen Richtlinien sowie Gesetze verstoßen. Dabei ist hervorzuheben, dass die Gesetzesverstöße nur schwer zu ermitteln sind, da es kein Internetrecht oder eine eindeutige Gesetzesgrundlage bezüglich sozialer Netzwerke in Deutschland gibt. Des Weiteren lässt sich aus den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien herauslesen, dass sowohl Facebook als auch Instagram und Snapchat sich die Einwilligung zur Speicherung, Verarbeitung und Weitergabe von Daten holen, wobei unter Daten alle Inhalte, Informationen und Interaktionen fallen. Zudem werden innerhalb der Werbekampagnen und Selbstbeschreibungen gezielt Informationen weggelassen, die zu einer Verharmlosung der Risiken führen. Werbemaßnahmen erwecken bei den Nutzern den Eindruck, durch die Registrierung Teil eines digitalen Lifestyles zu werden. Diese Annahme eines Lifestyles wird weiter durch „Gefällt mir“-Angaben und Kommentare unterstützt. Nun wird aber vorausgesetzt, dass die Nutzer darüber aufgeklärt sind und eigenverantwortlich mit den Daten umgehen. Diese Annahme ist aber zu bezweifeln.

Werden nun die Altersstrukturen einmal betrachtet, ist erkennbar, dass die Mehrheit der registrierten Personen bei Facebook, Instagram und Snapchat unter 30 Jahren alt sind und zudem bereits Kinder im Alter von 6 Jahren den ersten Kontakt mit Facebook hatten. Da für alle dieselben Bedingungen herrschen, muss nun angenommen werden, dass Kinder und Jugendliche eigenverantwortlich mit ihren Daten umgehen und sich zudem mithilfe der Gesetze einen Überblick über die eigenen Rechte verschafft haben. Obwohl die jungen Nutzer als Digital Natives angesehen werden, kann berechtigt angezweifelt werden, ob sie sich auch über die rechtlichen Konsequenzen und Risiken im Klaren sind. Dies betrifft insbesondere für die zweite Generation der Digital Natives, die Generation Z, welche mitten in die Digitalisierung reingeboren sind und auch schon im Kindesalter in Kontakt mit sozialen Medien gekommen sind. Für die Generation Z sind soziale Netzwerke ein komplett ins Leben integriertes Kommunikationsmittel, welche alltäglicher Bestandteil des Lebens sind. Kinder der Generation Z hatten sehr früh den ersten Kontakt mit sozialen Netzwerken und obwohl sie den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien

zugestimmt haben, ist es infrage zu stellen, ob diese sie auch gelesen und verstanden haben. Die Generation Z sind zwar Digital Natives, aber durch den ubiquitären Umgang von sozialen Netzwerken und dem frühen Kontakt in der Kindheit kann angezweifelt werden, ob sie sich im Klaren darüber sind, was die sozialen Netzwerke an Daten sammeln dürfen und inwieweit diese weitergegeben, sowie verarbeitet werden dürfen. Daraus ergibt sich die Forschungsfrage dieser Arbeit: Entwickeln sich die Digital Natives in Digital Naives? Das soll anhand einer empirischen Untersuchung festgestellt werden. Dabei werden die Generationen Y und Z miteinander hinsichtlich der Nutzung von sozialen Netzwerken verglichen.

6 Empirische Sozialforschung

Problemstellungen finden sich in jedem Wissenschaftsgebiet und auch im Alltag. Es liegt an den Forschern, diese Probleme aufzudecken und Zusammenhänge herzustellen. Je nach Wissenschaftsgebiet können die Forschungen und deren Methodik variieren. Der Begriff „empirische Sozialforschung“ umschreibt dabei ein Repertoire an Methoden und Techniken, welche zur korrekten Durchführung einer wissenschaftlichen Untersuchung führen. Dabei ist von immenser Wichtigkeit, dass die Methode und Vorgehensweise der Forschung öffentlich gemacht werden. Denn eine Forschung definiert sich über die Methodik und dem Vorgehen, welche im weiteren Verlauf die Forschung in ihrer Gültigkeit abschätzbar und kritisierbar machen. (Esser, Hill & Schnell, 2008, S, 5-6)

Deswegen werden im weiteren Verlauf zuerst innerhalb des forschungsmethodischem Vorgehens das Forschungsproblem sowie das Datenerhebungsverfahren und dann die Datenerhebung vorgestellt. Daraufhin werden die Auswertungen der Daten betrachtet und interpretiert. Das Kapitel endet in der Beantwortung der Fragestellung und Überprüfung der Thesen.

6.1 Forschungsmethodisches Vorgehen

Im Folgenden wird im ersten Schritt das Forschungsproblem formuliert und dazu Hypothesen aufgestellt, welche im späteren Verlauf überprüft werden sollen. Der nächste Schritt ist die Wahl und Vorstellung des Datenerhebungsverfahrens sowie die Stichprobe. Der letzte Schritt beinhaltet die Datenerhebung.

6.1.1 Formulierung des Forschungsgegenstands

Im Falle dieser Forschung handelt es sich um eine hypothesenüberprüfende Untersuchung. Die aufgestellten Thesen stehen dabei im engen Zusammenhang mit der Forschungsfrage: „Handelt die Generation Z sorglos mit persönlichen Daten in Bezug auf soziale Netzwerke im Vergleich zur Generation Y?“. Daher lässt sich das Forschungsproblem auf die Sorglosigkeit der Generation Y und Z hinsichtlich ihrer Daten in sozialen Netzwerken begrenzen. Dazu wurden zwei Thesen gebildet:

1. Das Aufwachsen und die Allgegenwart von sozialen Netzwerken führten zu einer Sorglosigkeit der Generation Z im Umgang mit persönlichen Daten.

2. Diese Sorglosigkeit der Generation Z ist nicht der Unwissenheit geschuldet, sondern dem Ignorieren der bisher bekannten Datenschutzrisiken und deren Tragweite die das Internet nach sich ziehen kann.

Aus der bisherigen Literaturrecherche lässt sich zusammenfassen, dass sowohl die Generation Y als auch die Generation Z stark in den sozialen Netzwerken vertreten sind. Des Weiteren konnte ermittelt werden, dass insbesondere die Generation Z einen sehr frühen Kontakt mit dem Internet und dazu auch zu den sozialen Netzwerken hatte. Daher lässt sich die Ausgangssituation als positiv bezeichnen, da bestätigt werden konnte, dass die zu untersuchenden Personen soziale Netzwerke nutzen. Nun soll anhand der Forschung überprüft werden, ob die jüngere Generation sorgloser mit ihren Daten umgeht als die vorangegangene Generation. Das Untersuchungsziel ist daher, die Fragestellungen sowie die Hypothesen unter Zuhilfenahme der Untersuchung zu verifizieren oder falsifizieren.

6.1.2 Datenerhebungsverfahren

Grundsätzlich wird in drei unterschiedliche Verfahren der Datenerhebung unterschieden – Befragung, Beobachtung und Inhaltsanalyse. Im Falle dieser Arbeit wurde sich für eine Erhebungstechnik aus dem Bereich der Befragungen entschieden. Befragungen als Erhebungsmetode basieren dabei auf einer systematischen und geplanten Kommunikation zwischen mindestens zwei Personen. Die Planmäßigkeit ist dabei eines der Merkmale einer Befragung. Denn um das gesetzte Untersuchungsziel zu erreichen, muss die Kommunikation geplant werden und wird dadurch zu einer künstlich herbeigeführten Kommunikation, da sie auf natürliche Weise nicht entstanden wäre. Weiteres Merkmal einer Befragung ist zudem, dass sich der Interviewer und der Interviewte nicht kennen und das Gespräch folgenlos ist. Ferner kennzeichnet sich eine Befragung dadurch aus, dass die Kommunikation asymmetrisch ist, da die Befragung vom Interviewer gelenkt wird.

Befragungen können dabei auf unterschiedliche Weise erfolgen. Sie können persönlich, telefonisch oder schriftlich durchgeführt werden oder unter der Zuhilfenahme des Internets oder der Post. (Häder, 2010, S. 187-188)

In dieser Arbeit wurde sich für eine mündliche Befragung entschieden. Gründe für diese Wahl waren zum einen die Personengruppen, welche es zu untersuchen galt. Es sollten nur zwei bestimmte Personengruppen aus bestimmten Geburtsjahrgängen untersucht werden. Eine Umfrage, die über das Internet geteilt werden würde, würde vielleicht nicht die gewünschten Ergebnisse bringen, da sie nicht gesteuert werden kann. So könnte es passieren, dass mehr Personen aus der Generation Y sie beantworten und wenige Personen aus der Generation Z. Durch die Wahl eines Interviews können die Teilnehmer genau ausgewählt werden und es kann sichergestellt werden, dass die Personen mit den richtigen Eigenschaften und auch in gleicher Anzahl befragt werden. Des Weiteren ist es das Ziel dieser Untersuchung herauszufinden, ob die Generation Z sorglos mit ihren Daten umgeht. Durch eine direkte Fragestellung (Bsp.: „Gehst du sorglos mit Deinen Daten um?“) besteht die Gefahr, dass die Antwort eher der sozialen Erwünschtheit entspricht. Denn Menschen im Allgemeinen haben die Tendenz so zu antworten, dass sie soziale Zustimmung erhalten, wenn die Wahrheit nicht der Erwartung der Umwelt entspräche. Ein Interview bietet dem Interviewer die Chance, durch offene Fragestellungen und nachfragen zu einer Antwort zu gelangen, ohne dass der Interviewte die Fragen direkt beantwortet. Deswegen beinhaltet dieses Interview viele offene Fragen. Des Weiteren ist das Interview strukturiert aufgebaut, kann aber in bestimmten Fällen auch durch Nachfragen abgeändert werden.

Die Interviews wurden dabei aufgezeichnet und später transkribiert. Um ein System und eine Strukturierung in den Interviews zu gewährleisten, wurde ein Fragebogen erstellt. Der erste Teil des Fragebogens beinhaltet, neben der Vorstellung des Interviewpartners, Fragen bezüglich der Nutzung von sozialen Netzwerken. Unter anderem wird danach gefragt, welche sozialen Netzwerke sie nutzen, wie häufig und wofür. Im weiteren Verlauf wird dann auf das Thema Daten eingegangen, beispielweise durch Fragen hinsichtlich der Kenntnisnahme der Nutzungsbedingungen, sowie Datenrichtlinien. Des Weiteren wird nach eigenen Einschätzungen gefragt und inwieweit Sorgen oder Bedenken da sind. Der gesamte Fragebogen ist im Anhang auf der S.???? zu finden.

6.1.3 Untersuchungsgruppe

Wie aus dem Forschungsproblem, der Fragestellung und den Thesen hervorgeht, ist die zu untersuchende Gruppe die Generation Z. Allerdings wäre eine Befragung der Grundgesamtheit oder einer Stichprobe innerhalb dieser Untersuchung unmöglich, da die

Grundgesamtheit sowie auch die Stichprobe zu viele Menschen umfasst. Die Grundgesamtheit ist in diesem Falle die Generation Z, welche in Deutschland über 11 Millionen Menschen beinhaltet und deswegen wäre auch die Stichprobe zu groß (Statistisches Bundesamt, 2016, S.2). Aus diesem Grund wurde sich innerhalb dieser Forschung dazu entschieden eine Gruppe von vier Personen zu befragen. Dazu kommt eine Kontrollgruppe, die aus Personen der Generation Y besteht. Diese Kontrollgruppe soll dazu dienen, die gewonnen Daten vergleichen zu können und dadurch Unterschiede oder Veränderungen zu erkennen. Die Kontrollgruppe besteht ebenfalls aus vier Personen.

Beide Gruppen bestehen zudem aus jeweils zwei männlichen und zwei weiblichen Personen. Die Entscheidung für die gleiche Anzahl der Geschlechter liegt der Gedanke zugrunde, dass bereits aus den KIM-Studien von 1999, 2006 und 2016 hervorgeht, dass Jungs früher Kontakt mit der Digitalisierung, wie beispielsweise in Form des Internets, hatten und auch früher eigene Geräte, wie einen Computer oder Handy, besaßen. Des Weiteren gaben auch mehr Jungs als Mädchen an, sehr interessiert an technischen Geräten zu sein (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 1999, S12/57; Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2006, S. 9/12; Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest, 2016, S. 7). Deswegen wurde sich dazu entschieden, die gleiche Anzahl von Mädchen und Jungen zu befragen, um ein vollständiges Ergebnis aus beiden Perspektiven zu erhalten.

Des Weiteren wurde sich dazu entschieden nur Personen aus der Generation Z zu befragen, die über 16 Jahre alt sind und daher aus den Jahrgängen 2000 oder 2001 stammen. Als Konsequenz daraus wurden aus der Generation Y nur Personen gefragt, die in Jahren 1990 und 1991 geboren worden sind. Des Weiteren war es ein weiteres Kriterium, dass alle Personen aus der Generation Z noch Schüler sind und bei der Generation Y sollten die Teilnehmer alle Studenten sein. Diese Eigenschaft soll dafür sorgen, dass die Personen aus den jeweiligen Generationen ähnliche Lebensumstände haben.

Die Teilnehmer wurden dann aus dem Bekanntenkreis der Verfasserin dieser Arbeit herausgesucht. Dabei wurde, wie bereits erwähnt, auf den Geburtsjahrgang und Schule, sowie Studium geachtet. Des Weiteren stehen alle Teilnehmer in keinem engen Kontakt zu der Verfasserin, sodass das Gespräch folgenlos ist und sie auch keine Informationen über die Forschung im Vorfeld erhalten haben. Bei den Personen unter 18 Jahre wurden zudem die Eltern um ihr Einverständnis gebeten.

6.1.4 Datenerhebung

Alle Interviews wurden im Juni 2017 und bei den Personen zuhause durchgeführt. Die Interviews wurden insbesondere für die jüngeren Personen zuhause durchgeführt, um sie nicht einer fremdartigen Umgebung auszusetzen oder sie womöglich in eine Testsituation zu bringen. Ziel war es, dass sie frei über ihre Meinungen und Ansichten sprechen können, ohne dass sie sich beobachtet oder unwohl fühlen. Damit die Ergebnisse nicht verfälscht werden, wurde die Generation Y auch unter gleichen Umständen interviewt. Des Weiteren wurden sie vorab darüber aufgeklärt, dass es kein richtig oder falsch gibt und dass es um deren persönliche Meinungen sowie Ansichten geht, welche nicht bewertet werden. Ferner wurden sie darüber aufgeklärt, dass sie innerhalb der Forschung anonymisiert werden und im Zuge dessen nur ein Kürzel erhalten und dass alle Informationen, welche Rückschlüsse zuließen, wie beispielsweise der Name der Schule, weggelassen werden. Nach dieser Einleitung fing das Interview damit an, dass sie sich kurz einmal vorstellen sollten. Daraufhin wurden dann die weiteren Fragen gestellt. Dabei ist hervorzuheben, dass es die Interviewerin unterließ, stärker nachzufragen. Das hing mit dem jungen Alter einiger Teilnehmer zusammen und es sollte verhindert werden, dass sie sich unwohl fühlen oder denken, dass ihre Antworten falsch waren. Ferner haben die Personen aus der Generation Z noch nie an wissenschaftlichen Interviews teilgenommen und haben daher teilweise nur sehr knappe Antworten gegeben. Im Gegensatz dazu haben die Studenten aus der Generation Y schon teilweise selber Interviews im Rahmen einer Forschung durchgeführt und haben deswegen sehr präzise Antworten gegeben. Folglich sind die Interviews nicht länger als 10 Minuten. Die Interviews wurden dabei alle aufgenommen.

Nachdem die Interviews geführt worden sind, wurden sie anhand der Tonaufnahme transkribiert. Bei der Transkription wurde sich auf den Inhalt der Interviews fokussiert und deswegen wurden Verständnissignale und Fülllaute, sowie para- und nonverbale Ereignisse weggelassen.

6.2 Auswertung der Daten

Die Auswertung der gewonnenen Daten aus den Interviews erfolgt anhand einer qualitativen Inhaltsanalyse. Diese Analyse stützt sich auf die Methode von Philipp Mayring (Mayring, 2016). Im ersten Schritt wurden dabei mehrere Kategorien erstellt, nach denen im weiteren Verlauf die Interviews analysiert werden sollen. Im Folgenden werden die Kategorien oberflächlich betrachtet und die gesamte Übersicht der Kategorien ist im Anhang auf der S. 75-82 zu finden.

Die erste Kategorie soll einen kurzen Überblick in das Nutzungsverhalten von sozialen Netzwerken der Befragten ermöglichen. Unterkategorien sind hier unter anderem die unterschiedlichen Motivationen, die zur Registrierung führten, und die Anzahl der Accounts der Befragten. Daraufhin wurden die Beziehungen der Befragten zu den einzelnen Diensten kategorisiert. Dabei ist jedes Netzwerk eine eigene Kategorie und alle haben dieselben Unterkategorien. Diese Unterkategorien umfassen unter anderem die Art und Häufigkeit der Nutzung, Profilinhalte, Motivation und Alter hinsichtlich der Anmeldung. Die nächste Kategorie beinhaltet das Wissen bezüglich der Rechte der einzelnen Dienste. Die Unterkategorien setzen sich aus den einzelnen Rechten der sozialen Netzwerke zusammen, wie beispielsweise Art und Weitergabe der Daten, die gesammelt werden dürfen, und was passieren müsste, damit die Befragten ihr Nutzungsverhalten ändern würden. Weiter folgt die Kategorie Big Data, welche sich untergliedert in Wissen über dieses Verfahren und wie dieses bewertet wird. Letzte Kategorie und dessen Unterkategorien geben Aufschluss darüber, ob sich die Befragten im Ausland anders verhalten würden. Zu jeder Kategorie wurde eine Definition, Ankerbeispiel und Kodierregeln definiert. Die Ankerbeispiele stammen aus den Interviews. Bei einigen Kategorien konnten keine Beispiele gefunden werden.

Nachdem die Kategorien gebildet worden sind, wurden die transkribierten Interviews anhand dieser analysiert. Für jedes Interview wurde eine Tabelle gefertigt und wichtige Aussagen wurden in diese eingefügt. Der nächste Schritt nach Mayring bestand darin, die einzelnen Aussagen zu paraphrasieren. Ziel dabei ist es, die Aussagen in spracheinheitliche Form umzuwandeln und alle Aspekte, die außerhalb der Thematik liegen, zu entfernen. Das Paraphrasieren wurde in dieser Arbeit jedoch nur angewandt, wenn die Aussagen selber nicht zu verstehen oder sehr undeutlich waren. Der nächste Schritt bestand in der Generalisierung der Aussagen. Dabei wurde nur der Sinn der Aussage erfasst und wiedergegeben. Im letzten Schritt wurden die Aussagen einer Kategorie zugeordnet. Danach wurden alle Nennungen der Kategorien in einer Ergebnistabelle festgehalten.

Im Folgenden werden zuerst alle Teilnehmer vorgestellt und anschließend die Ergebnisse der Kategorien erläutert. Abschließend werden diese Ergebnisse dann zusammengefasst und interpretiert. Zuletzt werden die Thesen, sowie die Fragestellung dieser Arbeit überprüft.

6.2.1 Auswertung der Interviews nach Teilnehmer

Im Folgenden werden die Teilnehmer der Interviews vorgestellt und eine reduzierte Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse des Interviews erläutert. Begonnen wird dabei mit den vier Teilnehmern aus der Generation Y woraufhin die Vorstellung der Teilnehmer und Ergebnisse der Generation Z erfolgt.

Generation Y

1. Interview: YW1

Die erste Teilnehmerin wurde am 8. Oktober 1992 geboren und war zum Zeitpunkt der Untersuchung 24 Jahre alt. Derzeitig studiert sie Lehramt an der Universität Hamburg. Sie ist bei allen drei Netzwerken registriert. Bei Facebook meldete sie sich mit 13 Jahren an und die Motivation für die Registrierung kam von außen, da es zu der Zeit jeder hatte. Bei Instagram liegt die gleiche Intention vor. Die Motivation könnte dabei als Gruppenzwang beschrieben werden. Dagegen kam die Registration bei Snapchat durch eigene Motivation zustande. Dabei standen insbesondere die Bildbearbeitungsfunktionen im Fokus. Das Alter bei der Registrierung bei Instagram und Snapchat lag bei 21 Jahren. Bei keiner Registrierung wurden sich die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen. Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk für die Teilnehmerin und Snapchat ist am Unwichtigsten. Allerdings wird Snapchat am häufigsten genutzt und hat deswegen eine sehr hohe Nutzungsrate. Darauf folgt Instagram mit einer mittleren Nutzungsrate und Facebook wird nur sehr wenig genutzt. Die Profile bei Instagram und Facebook enthalten dabei personenbezogene Informationen wie Geburtsdatum, Beruf, Schule, Beziehungsstatus und Familienangehörige. Dabei wurden aber sowohl bei Instagram als auch bei Facebook Einstellungen bezüglich der Privatsphäre getätigt. Der Account bei Instagram ist privat und bei Facebook können nur die Freunde das Profil einsehen. Bezüglich der Datenerfassung und Speicherung können nur Vermutungen gestellt werden. So vermutet die Teilnehmerin, dass der Verlauf und Standorte erfasst und gespeichert werden dürfen. Über die Weitergabe von Daten weiß die Teilnehmerin nichts. Eigene Bedenken hat sie dabei nicht, wurde jedoch von mehreren Familienmitgliedern gewarnt. Allerdings beschränkten sich diese Warnungen auf das Hochladen von Bildern. Sie würde auch nur das Nutzungsverhalten ändern, wenn jemand ihr Konto hacken würde. Im Ausland würde sie ihr Nutzungsverhalten beibehalten. Der Begriff „Big Data“ ist bekannt, kann ihn aber nicht erklären.

2. Interview: YW2

Die zweite Teilnehmerin hat am 30.7.1992 Geburtstag. Zur Zeit der Untersuchung war sie 24 Jahre alt und studiert Sozialökonomie an der Universität Hamburg. Sie ist bei allen

drei Netzwerken registriert. Bei Facebook hat sie sich im Alter von 13 Jahren angemeldet, bei Instagram sowie Snapchat mit 20 Jahren. Die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien wurden dabei nur von Instagram gelesen. Allerdings geschah das im Rahmen eines Universitätsprojekts. Die Motivation kam bei allen drei Netzwerken durch äußere Einflüsse zustande. Anhand der Aussage der Teilnehmerin kann von einer Art des Gruppenzwangs ausgegangen werden. Des Weiteren kann die Nutzung der sozialen Netzwerke als aktiv beschrieben werden, da sie täglich von der Teilnehmerin genutzt werden. Das wichtigste soziale Netzwerk ist dabei Instagram. Auf Snapchat kann am ehesten verzichtet werden. Die Profile bei Facebook und Instagram enthalten personenbezogene Informationen wie Geburtstag, Beruf, Schule, Beziehungsstatus und Familienangehörige. Allerdings sind die Profile privat oder nur von Freunden einsehbar. Des Weiteren wurde das Anzeigen bei Suchmaschinen deaktiviert. Eigene Bedenken wurden von der Teilnehmerin nicht geäußert, aber ihre Eltern hätten sie gewarnt. Diese Warnung bezog sich jedoch auf Partys, die öffentlich über Facebook geteilt werden. Sie würde ihr Nutzungsverhalten ändern, wenn ihr Konto gehackt werden würde. Hinsichtlich der Art von Daten, die gesammelt werden dürfen, hatte sie nur die Vermutung, dass der Verlauf und „Gefällt mir“-Angaben gesammelt werden dürfen. Bezüglich der Speicherung gab sie an, dass sie wahrscheinlich mehrere Jahre gespeichert werden dürfen. Bei der Weitergabe glaubt sie, dass die Daten an staatliche Einrichtungen, wie der NSA, gegeben werden dürfen. Hinsichtlich anderer Länder würde sie ihr Verhalten nicht bewusst ändern. Der Begriff „Big Data“ ist bekannt, aber es konnte nur eine Vermutung darüber aufgestellt werden, wofür die Bezeichnung steht. Die Teilnehmerin nimmt an, dass Big Data für den Verkauf von Daten seitens sozialer Netzwerke steht. Daher ist der Begriff für sie negativ behaftet.

3. Interview: YM1

Der dritte Teilnehmer aus der Gruppe der Generation Y wurde am 24.08.92 geboren und war zum Zeitpunkt der Forschung 24 Jahre alt. Ferner studiert er BWL an der Universität Hamburg. Er ist bei allen drei Netzwerken registriert und die Motivation für die Anmeldungen wurde von außen beeinflusst. Freunde überredeten ihn und es kann in diesem Fall von Gruppenzwang ausgegangen werden. Für ihn ist Snapchat das wichtigste soziale Netzwerk und er nutzt es zudem stündlich. Sein Nutzungsverhalten ist dabei als aktiv zu beschreiben. Im Alter von ungefähr 23 Jahren hat er sich bei Snapchat registriert. Drei Jahre zuvor, mit ca. 20 Jahren hatte, er sich bei Instagram registriert. Instagram nutzt er aber nur wöchentlich bis fast gar nicht und dementsprechend ist sein Nutzungsverhalten auch eher passiv. Bei Facebook registrierte er sich mit etwa 16 Jahren und nutzt es derzeitig nur wöchentlich. Auch bei Facebook ist das Nutzungsverhalten eher als passiv anzusehen. Sein Profil bei Facebook enthält personenbezogene Informatio-

nen, wie beispielsweise Geburtsdatum, Beruf, Schulen und Wohnort. Dagegen beinhaltet das Profil bei Instagram keine personenbezogenen Informationen, sondern nur Alter und Hobbies. Des Weiteren wurden Einstellungen getätigt, um die Privatsphäre zu schützen. Der Account bei Instagram ist privat und der Account bei Facebook nur für Freunde sichtbar. Bei Snapchat können ihn allerdings alle finden. Die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien hat er sich von keinem der sozialen Netzwerke durchgelesen, verfügte aber trotzdem über ein Wissen bezüglich der Daten. So wusste er, welche Daten gesammelt werden und an wen sie weitergegeben werden dürfen. Die Dauer der Speicherung konnte er aber nicht angeben. Zudem hat er eigene Bedenken hinsichtlich seiner Daten, aber sagt auch aus, dass über jeden Dienst und jedes Gerät Daten gesammelt werden können. Sein Nutzungsverhalten würde er ändern, wenn ein bestimmtes Ereignis, in diesem Falle die Nutzung seiner Bilder für kommerzielle Zwecke, eintritt. Im Ausland würde er sein Nutzungsverhalten beibehalten. Den Begriff „Big Data“ kannte er und konnte ihn auch beschreiben. Für ihn ist Big Data negativ, da Unternehmen es nutzen, um Geld zu erwirtschaften.

4. Interview: YM2

Der zweite männliche Teilnehmer wurde am 17.05.1992 geboren. Zur Zeit der Untersuchung war er daher 25 Jahre alt und studiert an der Leuphana in Lüneburg Kulturwissenschaften. Er ist bei Instagram und Facebook registriert. Über Snapchat verfügt er nicht, da es seiner Meinung nach nicht interessant und unnötig sei. Bei Facebook hat er sich mit 15 Jahre angemeldet und seine Motivation wurde durch Freunde gesteuert. Dieselbe Intention brachte ihn auch dazu, sich bei Instagram zu registrieren. In beiden Fällen lässt sich daher die Intention als Gruppenzwang bezeichnen. Im Hinblick auf Facebook ist seine Nutzung eher aktiv, was allerdings seinem Nebenberuf geschuldet ist. Privat nutzt er es eher passiv. Instagram nutzt er auch eher passiv. Bei beiden Netzwerken sind Einstellungen bezüglich der Privatsphäre getätigt worden. Der Account bei Facebook ist nur von Freunden einzusehen und bei Instagram ist der Account privat. Das Profil bei Instagram enthält keine personenbezogenen Daten, sondern nur den Benutzernamen. Bei Facebook ist das Profil persönlicher und enthält Informationen zu Geburtsdatum, Schulen und Beruf. Er selber hat keine eigenen Bedenken, wurde aber von seinen Eltern anfangs gewarnt und ihm wurde geraten, aufzupassen was er hochlädt. Die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien hat er sich nicht durchgelesen. Über die Art der Daten, die gespeichert werden dürfen, wusste er nichts. Bezüglich der Dauer der Speicherung und Weitergabe konnte er Vermutungen äußern. Er würde sein Verhalten im Inland und Ausland nicht ändern, unabhängig davon, ob etwas vorfällt oder nicht. Den Begriff „Big Data“ kannte er und konnte ihn grob umschreiben. Nach seiner Aussage,

können es Unternehmen sinnvoll nutzen, aber für die Nutzer kann es gefährlich werden. Daher wurde Big Data von ihm sowohl positiv, als auch negativ bewertet.

Generation Z

1. Interview: ZW1

Die Teilnehmerin ZW1 ist am 16. September 2000 geboren und damit zum Zeitpunkt des Interviews 16 Jahre alt. Sie hat gerade die Realschule abgeschlossen. Sie ist bei Facebook, Instagram, sowie Snapchat registriert und nutzt diese überwiegend aktiv. Das wichtigste soziale Netzwerk ist für sie Instagram. Die Motivation für eine Registrierung kam in zwei von drei Netzwerken von ihr aus und bei einem wurde sie von außen beeinflusst. Eigene Beweggründe waren der Kontakt zu Freunden und die Nutzung von Bildbearbeitungsfunktionen, wie Filtern. Bei Facebook und Instagram meldete sie sich zwischen 12 und 13 Jahren an und bei Snapchat mit 15 Jahren. Ihr Vater verbot ihr Facebook vorerst, aber mit 12 und nach dem Durchlesen der Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien erlaubte er ihr die Nutzung. Außer bei Snapchat wurden die Einstellungen bezüglich der Privatsphäre optimiert. Das Instagram Profil ist privat und bei Facebook kann das Profil nicht von jedem eingesehen werden. In den Profilen sind keine personenbezogenen Informationen angegeben, sondern nur Alter, Beziehungsstatus und beste Freundinnen. Über die Rechte von den sozialen Netzwerken bezüglich der Daten weiß sie eher weniger, obwohl sie die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien von Facebook durchgelesen hat. Nur bei der Art von Daten hat sie vermutet, dass Adressdaten und E-Mail-Adressen gesammelt werden dürfen. Über die Dauer und Weitergabe wusste sie nur teilweise was. Sie selber hat keine Bedenken wegen ihrer Daten, aber ihre Eltern haben sie anfangs mehrfach gewarnt und sie auch bei Facebook beobachtet. Des Weiteren schätzt sie sich selber kritisch ein und veröffentlicht nur ausgewählte Informationen (Z. 73-76). Sie würde ihren Account löschen, wenn im Bekanntenkreis ein Konto gehackt werden würde. Allerdings würde sie sich wahrscheinlich nach einer gewissen Zeit ein neues Konto zulegen. Im Ausland würde sie ihr Verhalten auch ändern, wenn der Datenschutz nicht so eng gefasst wird in dem jeweiligen Land. Den Begriff Big Data kannte sie nicht.

2. Interview: ZW2

Die zweite Teilnehmerin aus der Generation Z war zum Zeitpunkt der Arbeit 15 Jahre alt und wurde am 10.08.2001 geboren. Zurzeit besucht sie die 10. Klasse eines Gymnasiums. Sie ist bei den sozialen Netzwerken Instagram und Snapchat registriert. Die Anmeldung bei Facebook wurde ihr verboten, da ihre Eltern Angst um ihre Daten hatten. Die große Schwester allerdings durfte sich bei Facebook anmelden. Die Intention der

Teilnehmerin, sich bei Instagram anzumelden, geschah aus eigener Motivation. Instagram war für sie ein Ersatz für Facebook, um über Bands und Künstler informiert zu werden. Bei Snapchat wurde sie überredet. Das Alter bei der Registrierung bei den sozialen Netzwerken lag bei 13 oder 14. Bei der Anmeldung hat sie sich nicht die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen. Ihre Profile enthalten keine personenbezogenen Informationen. Bei Instagram ist die Nutzumg eher passiv und bei Snapchat ist die Nutzung eher aktiv, da über Snapchat mit Freunden kommuniziert wird. Allerdings wird Snapchat seltener als Instagram benutzt und ist auch das wichtigere soziale Netzwerk für sie. Sie vermutet, dass die sozialen Netzwerke ihren Namen und E-Mail-Adresse speichern dürfen und sie wahrscheinlich auch länger als 24 Stunden speichern dürfen. Über die Weitergabe von Daten weiß sie nichts. Des Weiteren weiß sie auch nicht ob sie ihr Nutzungsverhalten ändern würde. Im Ausland würde sie sich informieren, aber eher nichts ändern. Den Begriff „Big Data“ kennt sie nicht.

4. Interview: ZM2

Der vierte Teilnehmer wurde am 17.02.2002 geboren und war zum Zeitpunkt der Untersuchung 15 Jahre alt und besucht die 8. Klasse einer Gesamtschule. Registriert ist er nur bei Instagram und Snapchat. Bei Facebook ist er nicht registriert, da er keinen Nutzen für sich dabei sieht. Niemand seiner Freunde hat sich bei Facebook angemeldet und zudem hat er schlechte Bewertungen über Facebook gehört. Er hat sich bei Instagram und Snapchat angemeldet, um über seine Freunde informiert zu werden. Bei beiden sozialen Netzwerken ist die Nutzung eher passiv und die Nutzungsrate hoch, da die Netzwerke stündlich genutzt werden. Bei der Anmeldung bei den beiden Netzwerken war der Teilnehmer 12 Jahre alt und hat sich dabei keine Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen. Trotzdem wurden Einstellungen bezüglich der Privatsphäre getätigt. Bei Instagram ist das Profil privat und sowohl bei Instagram als auch bei Snapchat wurde nur ein Benutzername angegeben. Bezüglich der eigenen Daten hat er keine Bedenken, da er nach eigener Aussage, nur bestimmte Informationen veröffentlicht. Bilder werden genau ausgesucht und so werden nur Bilder hochgeladen, welche alt sind oder nicht das Gesicht des Teilnehmers zeigen. Bezüglich der Daten-Arten, die gesammelt werden dürfen, vermutet er bei Instagram, dass die Bilder gesammelt werden dürfen. Bei Snapchat weiß er es dagegen nicht. Zudem vermutet er, dass die Daten weitergegeben werden dürfen, weiß aber nicht an wen genau. Des Weiteren nimmt er an, dass die Daten benutzt, aber nicht gespeichert werden dürfen. Er würde sein Verhalten bezüglich der Nutzung verändern, wenn seine Daten verkauft werden würden. Im Ausland würde er sich die Datenrichtlinien und Nutzungsbedingungen durchlesen, aber nichts ändern. Er würde nur was ändern, wenn es seine Freunde auch tun.

Den Begriff „Big Data“ kannte er nicht. Seitens der Mutter wurde ein Verbot ausgesprochen, dass er keine Bilder von seinem kleinen Bruder oder der Mutter hochladen darf. Dieses Verbot hat er verstanden und respektiert es auch.

6.2.2 Auswertung nach Kategorien

Im Folgenden werden alle Ergebnisse vorgestellt, die anhand der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring gewonnen werden konnten. Es werden jeweils die Ergebnisse beider Generationen vorgestellt. Um diese Informationen zu gewinnen, wurden alle Ergebnisse noch einmal in einer weiteren Tabelle zusammengefasst.

Überblick soziale Netzwerke

Generation Y

Von den Teilnehmern der Genration Y sind drei Personen bei allen drei Netzwerken angemeldet. Lediglich eine Person ist nicht bei Snapchat registriert. Bei Instagram und Facebook entstand die Motivation für die Registrierung bei der Mehrheit der Teilnehmer durch äußere Einflüsse. Nur bei Snapchat wurde sich aus eigener Motivation heraus angemeldet. Keinem der Teilnehmer wurde die Registrierung durch die Eltern verboten. Das wichtigste soziale Netzwerk der Teilnehmer für die Generation Y ist Instagram mit zwei Benennungen.

Generation Z

Zwei von den vier Teilnehmern der Generation Y sind nur bei Instagram und Snapchat angemeldet. Gründe dafür kamen sowohl von außen, als auch aus eigener Entscheidung. Die weiteren zwei Personen sind bei allen drei sozialen Netzwerken registriert. Dabei wurde die Registrierung bei Snapchat eher von außen motiviert und bei Facebook sowie Instagram aus eigener Motivation. Das wichtigste soziale Netzwerk ist Instagram und wurde auch von allen Teilnehmern als das Wichtigste angegeben.

Facebook

Generation Y

Alle Teilnehmer der Generation Y sind bei Facebook registriert. Die Registrierungen fanden im Alter zwischen ca. 15 bis 17 Jahren statt. Die Motivation für die Registrierung wurde dabei von außen gesteuert. Die Aussagen der Teilnehmer lassen sich dabei als

Gruppenzwang oder Trendbewegung zusammenfassen. Bei der die Häufigkeit der Nutzung wurde jeweils von einem Teilnehmer diese als hoch und mittelmäßig eingestuft und zwei gaben die Nutzungsrate als niedrig an. Die Art der Nutzung lässt sich nicht klar definieren, da Facebook sowohl aktiv als auch passiv genutzt wird. Alle Profile enthalten personenbezogene Informationen, wie unter anderem Geburtsdatum, Beziehungsstatus, Familienangehörige oder Wohnort. Jedoch sind die Profile nur von Freunden einsehbar. Weiter deaktivierte eine Teilnehmerin noch die Anzeige über Suchmaschinen. Bei der Registrierung haben alle den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien zugestimmt, aber keiner hatte diese vorher gelesen. Des Weiteren konnte auch nur ein Teilnehmer die Rechte von Facebook bezüglich der Art und Speicherungsdauer und Weitergabe der Daten, die gesammelt werden dürfen aufzählen. Die übrigen Teilnehmer konnten nur Vermutungen äußern.

Generation Z

Von den vier Teilnehmern sind nur zwei bei Facebook registriert. Die Gründe für eine Ablehnung von Facebook unterscheiden sich dabei stark. Bei einer Teilnehmerin wurde es seitens der Eltern verboten, da sie der Meinung sind, dass Facebook zu viele Daten benötigt. Der andere Teilnehmer hatte kein Bedürfnis, sich bei Facebook zu registrieren, da nach seiner Aussage keiner seiner Freunde Facebook nutzt und er es zudem uninteressant findet. Einer weiteren Teilnehmerin wurde anfangs auch die Anmeldung bei Facebook verboten und erst mit 12 Jahren und nach dem Durchlesen der Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien erlaubt. Gründe für die Registrierung der anderen beiden Teilnehmer waren zum einen der Kontakt mit Freunden und zum anderen das Kennenlernen von neuen Leuten, sowie das Hochladen von Bildern. Bei der Registrierung waren die beiden zwischen 12 und 13 Jahre alt. Beide nutzen Facebook stündlich und das Nutzungsverhalten lässt sich eher als passiv beschreiben. Die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nur von einer Teilnehmerin gelesen, jedoch nur wegen ihrem Vater. Die genauen Rechte von Facebook konnten aber beide nicht benennen. Des Weiteren können nur Freunde die Profile einsehen.

Instagram

Generation Y

Bei Instagram sind alle Teilnehmer der Generation Y registriert. Die Registrierung fand im Alter zwischen 20 und 23 Jahren statt. Die Motivation für die Anmeldung erfolgte durch äußere Einflüsse und lässt sich auch im Falle von Instagram als Gruppenzwang oder Trendbewegung beschreiben. Im Zuge der Registrierung stimmten alle Teilnehmer den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien zu, ohne sie gelesen zu haben. Eine

Teilnehmerin gab jedoch an, sich diese innerhalb eines Universitätsprojektes durchgelesen zu haben. Dieses geschah aber erst nach der Registrierung. Zwei Teilnehmer gaben an, Instagram stündlich zu nutzen und die weiteren Teilnehmer nutzen es täglich und wöchentlich bis fast gar nicht. Die Nutzung wurde von jeweils zu 50% als aktiv und passiv beschrieben. Zwei Profile beinhalten personenbezogene Informationen, wie unter anderem Geburtsdatum, Beziehungsstatus, Familienangehörige oder Wohnort. Die übrigen Profile enthalten keine personenbezogenen Informationen. Des Weiteren sind alle Profile privat und daher nur mit Erlaubnis des Teilnehmers einzusehen. Eine Teilnehmerin hat zudem die Anzeige über Suchmaschinen deaktiviert. Auch im Falle von Instagram konnte nur eine Person die Rechte des sozialen Netzwerks genauer erläutern.

Generation Z

Ähnlich, wie bei der Generation Y, sind alle Teilnehmer der Generation Z bei Instagram registriert. Dabei registrierten sich alle Teilnehmer aus eigener Motivation und waren bei der Anmeldung ungefähr zwischen 12 und 14 Jahre alt. Gründe für die Anmeldung waren unter anderem die Bildbearbeitungsfunktionen und die Möglichkeit, Informationen über Bands, Künstler und Freunde zu erhalten. Zudem gab eine Teilnehmerin an, Instagram als Ersatz für Facebook zu nutzen. Der Großteil der Profile weisen keine personenbezogenen Informationen auf und eine Teilnehmerin hat keine Angaben dazu gemacht. Nur eins der Profile ist öffentlich und die übrigen sind nur nach Erlaubnis einzusehen. Die Nutzungsrate bei der Generation Z von Instagram ist hoch und die Mehrheit gab an, stündlich Instagram zu nutzen. Trotzdem wird Instagram vermehrt passiv genutzt, denn nur eine Teilnehmerin gab an, es wirklich aktiv zu nutzen. Von den Teilnehmern hat keiner die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien gelesen und zudem kannte keiner die Rechte von Instagram bezüglich ihrer Daten.

Snapchat

Generation Y

Drei von den vier Teilnehmern der Generation Y sind bei Snapchat registriert. Die Anmeldung wurde im Alter zwischen 20 und 21 durchgeführt. Bei zwei Drittel fand die Registrierung aus eigener Motivation heraus statt. Grund waren die Bildbearbeitungsfunktionen. Der dritte Teilnehmer hat sich von Freunden überreden lassen. Die Nutzungsrate lässt sich als mittelmäßig bis hoch einstufen. Ferner lässt sich auch das Nutzungsverhalten als aktiv beschreiben. Da Snapchat nicht über Profilseiten verfügt, werden auch keine personenbezogenen Informationen dargestellt. Des Weiteren wurden keine Einstellungen bezüglich der Privatsphäre getätigt. Bei der Registrierung wurden die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien zwar bestätigt, aber nicht gelesen. Auch bei

Snapchat kannte nur ein Teilnehmer die Rechte von Snapchat hinsichtlich der Art der Daten, die gesammelt werden dürfen, und der Weitergabe dieser. Die übrigen konnten nur Vermutungen äußern.

Generation Z

Bei Snapchat sind alle Teilnehmer der Generation Z registriert. Gründe waren zum einen der Kontakt mit Freunden, sowie das Kennenlernen von neuen Leuten und die Möglichkeit Bilder hochzuladen. Zum anderen gaben zwei Personen an, sich angemeldet zu haben, weil Freunde sie überredet haben. Bei der Registrierung waren die Teilnehmer zwischen 12 und 15 Jahre alt und keiner hat sich die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen. Zwei Teilnehmer gaben an, Snapchat stündlich zu nutzen. Die zwei anderen nutzen es täglich und wöchentlich. Die Nutzung ist sowohl aktiv, als auch passiv zu bewerten. Snapchat verfügt über keine Profilseiten, daher können sie auch keine personenbezogenen Informationen enthalten. Des Weiteren kennt kein Teilnehmer der Generation Z die Rechte von Snapchat.

Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien

Generation Y

Nur ein Teilenehmer der Generation Y hat sich die Nutzungsbedingungen von einem sozialen Netzwerk durchgelesen, aber das geschah nach der Registrierung im Rahmen eines Uniprojekts. Bezüglich der Arten der Daten, welche gesammelt werden dürfen, konnte nur ein Teilnehmer diese aufzählen. Zwei weitere Teilnehmer äußerten Vermutungen und einer kannte sie gar nicht. Die Vermutungen umfassten veröffentlichte Beiträge, Standorte, „Gefällt mir“-Angaben und Verlauf. Bezüglich der Dauer der Speicherung waren sich alle Teilnehmer sicher, dass die Daten gespeichert werden. Über die Dauer konnte nur vermutet werden und zwei Teilnehmer hatten auch keine Vermutung. Die Vermutungen beliefen sich dabei auf bis zu zehn Jahre. Hinsichtlich der Weitergabe hat eine Teilnehmerin gewusst, dass die Daten weitergegeben werden dürfen, aber wusste nicht genau an wen. Vermutung war, dass die Daten an Regierungsbehörden weitergeleitet werden können. Eine Person gab an, dass die Daten an alle weitergeleitet werden können, welche Geschäftsbeziehungen zu den sozialen Netzwerken haben. Zwei gaben an, nicht zu wissen, ob die Daten weitergeleitet werden dürfen. Der Großteil gab zudem an, keine eigenen Bedenken wegen ihrer Daten zu haben und nur ein Teilnehmer sagte aus, teilweise Bedenken zu haben. Jedoch gab er im Zuge dessen auch an, dass inzwischen über jeden Dienst und jedes Gerät Daten erfasst werden und dass sich kaum davor geschützt werden kann. Alle wurden von Freunden oder Familienmitgliedern teilweise deutlich gewarnt. Allerdings bezogen sich die Warnungen größtenteils

auf Bilder und nur teilweise auf Daten, wie Beiträge, Standortdaten oder ähnliches. Ferner gab die Mehrheit an, ihr Nutzungsverhalten zu ändern oder sogar ihr Konto zu löschen, wenn ein bestimmtes Ereignis eintritt. Dabei wurde von den Teilnehmern als Beispiel für ein Ereignis, das Hacken ihres Kontos oder die Nutzung von Bildern für kommerzielle Zwecke, genannt.

Generation Z

Insgesamt nur eine Teilnehmerin hat sich von einem sozialen Netzwerk die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien durchgelesen. Der Rest hat sie nicht gelesen, aber ihnen im Zuge der Registrierung zugestimmt. Hinsichtlich der Art der Daten, die gesammelt werden dürfen, konnten nur Vermutungen geäußert werden. Die Vermutungen beinhaltet Daten, wie Anmeldedaten und Bilder. Über die Länge der Speicherungsdauer haben jeweils zwei Teilnehmer eine Vermutung abgeben und zwei Teilnehmer wussten, dass die Daten gespeichert werden, aber wussten nicht wie lange. Bezüglich den Vermutungen wurde angenommen, dass die Daten beispielsweise bei Snapchat länger als 24 Stunden gespeichert werden. Dass die Daten weitergegeben werden dürfen, waren den Teilnehmern bewusst, konnten aber nicht benennen wer sie erhalten könnte. Die eigenen Bedenken sind sehr gering. Lediglich eine Teilnehmerin gab an, dass sie teilweise Bedenken hat. Über eine Änderung des Nutzungsverhalten oder der Löschung des Accounts, wenn ein bestimmtes Ereignis eintritt, wie beispielsweise das Hacken des Kontos, denken drei Teilnehmer nach. Von den Eltern, Verwandten oder Freunden wurden zwei Personen teilweise und eine Person deutlich gewarnt.

Big Data

Generation Y

Alle Teilnehmer der Generation Y kennen den Begriff „Big Data“. Allerdings konnten nur zwei Personen den Begriff korrekt erklären. Des Weiteren bewerteten drei Personen Big Data als negativ. Zum einen wurde ausgesagt, dass es sich dabei nur um ökonomische Gier handelt und zum anderen empfindet es ein Teilnehmer als gefährlich, wenn Unternehmen über so viele Informationen über ihre Konsumenten verfügen. Ein Teilnehmer bewertete Big Data aber auch als positiv und sprach dem Verfahren einen Nutzen seitens der Unternehmen zu.

Genration Z

Keiner der Teilnehmer der Generation Z kannte den Begriff „Big Data“ und es wurden auch keine Vermutungen geäußert.

Ausland

Generation Y

Nur ein Teilnehmer der Generation Y würde sein Verhalten bewusst im Ausland ändern. Die übrigen drei Personen gaben an, sich zwar zu informieren, aber nichts zu ändern, außer es würde unbewusst passieren. Ferner würde keiner seinen Account bei einem sozialen Netzwerk löschen.

Generation Z

Von der Generation Z würden zwei Personen ihr Nutzungsverhalten ändern, wenn sie der Meinung wären, dass es durch lockeren Datenschutz gefordert werden würde. Eine weitere Teilnehmerin würde sich informieren, aber nichts verändern.

6.2.3 Zusammenfassung und Interpretation der Daten

Es lässt sich zusammenfassen, dass alle Teilnehmer unabhängig von der Generation bei Instagram registriert sind und dass dieses soziale Netzwerk auch das wichtigste ist. Die Nutzungsrate der Generation Z liegt dabei geringfügig höher, als die der Generation Y. Snapchat und Instagram werden von beiden Gruppen überwiegend häufig genutzt und bei Facebook liegt die Nutzungsrate seitens der Generation Z auch sehr hoch. Die Generation Y dagegen nutzt Facebook eher nur wöchentlich. Ferner ist hinsichtlich Facebook noch hervorzuheben, dass zwei der Teilnehmer aus der Generation Z nicht bei Facebook registriert sind. Die Nutzung ist bei beiden sowohl aktiv als auch passiv und es lässt sich kein größerer Unterschied erfassen. Die Personen, welche soziale Netzwerke aktiv nutzen, veröffentlichen eigene Beiträge und verwenden auch Hashtags, sowie GeoTags und die Funktion „Stories“. Deswegen lässt sich bezüglich der Nutzung kein größerer Unterschied zwischen den beiden Generationen erkennen.
Bezüglich der Registrierungen lassen sich mehrere Unterschiede feststellen. Der Auffälligste dabei ist der Altersunterschied. Bei der Anmeldung bei Facebook waren die Teilnehmer der Generation Y ungefähr zwischen 15 und 17 Jahre alt. Die Teilnehmer der Generation Z waren dagegen erst 12 oder 13 Jahre alt. Bei Instagram und Snapchat ist der Altersunterschied noch gravierender, denn während die Teilnehmer aus der Generation Y schon über 20 Jahre alt waren, waren die Teilnehmer der Generation Z erst zwischen 12 und 15 Jahre alt bei den Registrierungen. Das höhere Alter der Generation Y bei der Anmeldung hängt zweifellos mit den Markteintritten der sozialen Netzwerke zusammen, welche erst zwischen den Jahren 2006 und 2012 gelauncht worden sind. Deswegen war es der Generation Y gar nicht möglich sich in jüngeren Jahren zu registrieren. Ein weiter Punkt in diesem Zusammenhang ist der, dass alle sozialen Netzwerke

nach eigenen Nutzungsbedingungen erst für Personen ab 13 Jahren erlaubt sind und die Teilnehmer der Generation Y teilweise noch keine 13 Jahre bei der Anmeldung waren. Allerdings ist nicht zurückzuverfolgen, seit wann es diese Altersbeschränkung gibt. Zudem können potentielle Nutzer auch falsche Angaben bezüglich ihres Alters tätigen. Eine weitere Auffälligkeit hinsichtlich der Registrierung sind die Motivationen für die Anmeldungen. Die Generation Y hat sich hauptsächlich durch äußere Einflüsse, wie eine Trendbewegung oder Gruppenzwang, bei Facebook und Instagram angemeldet und nur bei Snapchat spielte die eigene Motivation eine Rolle. Im Gegensatz dazu haben sich die Teilnehmer der Generation Z aus eigener Motivation bei Facebook und Instagram angemeldet und lediglich bei Snapchat wurden sie von außen motiviert. Eine Gemeinsamkeit der beiden Generationen liegt darin, dass die Mehrheit nicht die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien gelesen haben, bevor sie ihnen zugestimmt hat. Lediglich zwei Teilnehmerinnen, jeweils aus einer Generation, haben sie gelesen. Jedoch war es für die Teilnehmerin aus der Generation Z eine Auflage der Eltern und die Teilnehmerin aus der Generation Y hat sie sich im Rahmen eines Universitätsprojektes durchgelesen, aber erst nach der Registrierung.

Im Hinblick auf die Rechte von den sozialen Netzwerken gab es, ungeachtet der Generationszugehörigkeit, große Unwissenheit. Lediglich eine Person aus der Generation Y konnte angeben, welche Daten gesammelt werden können. Aus den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien ist zu entnehmen, dass die sozialen Netzwerke alles sammeln, wenn diesen bei der Registrierung zugestimmt worden ist. Zwei weitere Teilnehmer aus der Generation Y stellten Vermutungen an, die einen Teilbereich der Daten, die gesammelt werden dürfen, umfassten. Nur eine Person wusste es nicht. Bei der Generation Y wurden nur Vermutungen geäußert und einer konnte die Frage nicht beantworten. Auch hier umfassten die Vermutungen nur einen Teilbereich. Hinsichtlich der Speicherungsdauer sind die Antworten der beiden Generationen fast identisch. Jeweils immer zwei Personen aus jeder Generation gaben an zu wissen, dass Daten gespeichert werden. Sie wussten aber nicht, für welchen Zeitraum, und zwei äußerten deshalb lediglich Vermutungen. Diese Vermutungen beinhalteten richtige Antworten, aber auch hier wurden nur Teilbereiche erfasst. Aus den Nutzungsbedingungen geht hervor, dass die Daten über die Löschung des Accounts hinaus gespeichert und über eine gewisse Zeitspanne gespeichert bleiben. Der genaue Zeitraum wird aber nicht angegeben. Bezüglich der Weitergabe ist sich die gesamte Generation Z sicher, dass Daten weitergegeben werden können, aber keiner konnte sagen an wen. Dagegen steht die Generation Y, wo zumindest eine Person wusste, mit wem die Daten geteilt werden dürfen. Eine weitere Person äußerte Vermutungen, die auch richtig waren, aber auch wieder nur einen klei-

nen Teil der Antwort umfassten. Zwei Personen wussten, dass Daten weitergeleitet werden, aber nicht genau an wen. Aus den Datenrichtlinien lässt sich dazu herauslesen, dass die Daten mit jedem geteilt werden dürfen, die in einer Geschäftsbeziehung oder Kooperation mit dem jeweiligen sozialen Netzwerk stehen. In diesem Zusammenhang steht auch das Ergebnis über Wissen hinsichtlich Big Data. Keiner der Generation Z kannte den Begriff. Aus der Generation Y kannten zwei Teilnehmer den Begriff, konnten ihn aber nicht genauer erklären. Die übrigen Teilnehmer konnten ihn korrekt erklären und waren auch imstande dieses Verfahren der Datensammlung zu bewerten. Zum einen wurde er von beiden negativ bewertet, da Big Data es möglich macht, dass Unternehmen oder Regierungen über eine immens große Datenmenge verfügen können und es zudem als Marketing- und Absatzinstrument genutzt wird. Jedoch sagte ein Teilnehmer auch aus, dass Big Data einen Nutzen für Unternehmen und Regierungen haben kann. Es lässt sich hinsichtlich der Rechte von den sozialen Netzwerken zusammenfassen, dass die Generation Z weniger aufgeklärt ist als die Generation Y, aber auch diese nur über ein begrenztes Wissen bezüglich der Daten verfügt. Diese Unwissenheit rührt wahrscheinlich daher, dass niemand sich vorab die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien durchgelesen hat. Aber auch, dass keiner der befragten Personen eigene starke Bedenken hat. Lediglich nur eine Person aus jeder Generation hat teilweise Bedenken und macht sich Gedanken darüber, was die sozialen Netzwerke über sie erfahren und sammeln können. Alle übrigen Teilnehmer gaben an, keinerlei Bedenken zu haben, da sie vorher überlegen was sie veröffentlichen und zudem ihre Daten nicht als so wichtig empfinden. Das Problem an dieser Sache ist, dass die sozialen Netzwerke nicht nur Daten erfassen, die absichtlich veröffentlicht worden sind, sondern auch beispielsweise Zugriff auf das Smartphone und dessen Telefonbuch, Alben und Geräteinformationen erhalten. Des Weiteren sortieren die Teilnehmer gar nicht so sehr aus, was sie angeben und was nicht. So enthalten alle Profile der Generation Y bei Facebook und teilweise auch bei Instagram personenbezogene Informationen. Die Mehrheit der Generation Z halten personenbezogene Informationen aus den Profilen raus. Dementsprechend sind auch die Einstellungen, welche sich hauptsächlich darauf fokussieren, dass nur bestimmte Nutzer der Zugriff auf das Profil verwehrt bleibt, dem Netzwerk aber nicht. Insbesondere bei Facebook, welches viele Einstellungen bezüglich Privatsphäre und Werbung bereitstellt, wurde wenig eingestellt. Die Einstellungen aller Teilnehmer der Generation Z bei Facebook sind, dass das Profil nur von Freunden eingesehen werden kann, und bei Instagram sind alle Profile bis auf eins auf privat gestellt. Auch bei der Generation Y ist bei Facebook das Profil nur von Freunden einsehbar und bei Instagram sind alle Profile privat. Warnungen durch Eltern wurden anfangs ausgesprochen, aber diese wurden mit der Zeit auch weniger. Warnungen der Eltern beliefen sich dabei auf das Hochladen von Bildern, Einladungen zu Parties und auch auf die Daten. In diesem

Zusammenhang ist festzuhalten, dass die beiden Generationen gleichermaßen von Familienmitgliedern und Freunden teilweise deutlich gewarnt worden sind.

Bezüglich der Frage, was passieren müsste, damit sie ihr Nutzungsverhalten oder sogar ihren Account löschen würden, gaben die meisten an, dass das Hacken des eigenen Kontos ein Grund wäre. Diesen Grund nannten zwei Befragte der Generation Y und eine aus der Generation Z. Eine weitere Person aus der Generation Y gab an, dass die Nutzung seiner Bilder für kommerzielle Zwecke ein Grund wäre. Und Gründe der Generation Z waren noch der Verkauf von Daten. Dabei können bereits Bilder kommerziell genutzt werden, wie beispielsweise bei Snapchat, wenn Bilder durch eine Crowdsourcingfunktion veröffentlicht werden. Auch Daten werden weitergegeben und es kann auch von Verkauf gesprochen werden, da die Unternehmen in einer Geschäftsbeziehung zu den sozialen Netzwerken stehen.

Im Ausland würde sich kaum jemand aus der Generation Y anders verhalten. Im Gegensatz dazu steht die Generation Z, wobei zwei Befragte angaben, was zu ändern, wenn es nötig ist.

Rückblickend nutzen beide Generationen soziale Netzwerke ähnlich und nur die Nutzungsrate liegt bei der Generation Z ein wenig höher. Des Weiteren geben die Profile der Befragten der Generation Y mehr Auskunft über personenbezogene Informationen als die der Generation Z. Dementgegen stehen aber die Einstellungen bezüglich der Privatsphäre, welche verhindern, dass alle diese Informationen sehen können. Diese Einstellungen können aber auch bei der Generation Z gefunden werden. Jedoch schützen diese Einstellungen die Profile nur vor der Einsicht von fremden Usern, sind aber trotzdem zugänglich für die Dienste selbst. Die sozialen Netzwerke können diese Daten speichern und auch weitergeben. Über die Rechte, welche die sozialen Netzwerke bezüglich der Daten innehaben, weiß die Generation Y wesentlich mehr, als die Generation Z. Aber auch die Generation Y weiß nicht alles und vieles wird nur vermutet. Dieser Unwissenheit liegt wahrscheinlich zugrunde, dass keiner beim Registrierungsprozess die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen hat. Des Weiteren wurden sie zwar gewarnt, aber nicht über die Rechte der Dienste aufgeklärt. Die Unwissenheit führt höchstwahrscheinlich auch dazu, dass kaum einer ernsthafte Bedenken wegen seiner Daten hat. Abschließend lassen sich die größten Unterschiede beim Alter zum Zeitpunkt der Registrierung und dem Wissen über die Rechte erkennen.

6.2.4 Überprüfung der Hypothesen und Fragestellung

Um die Fragestellung dieser Arbeit, ob die Generation Z im Vergleich zur Generation Y sorglos mit persönlichen Daten in Bezug auf soziale Netzwerke umgeht, beantworten zu können, wurden zwei Thesen aufgestellt. Die erste These, welche besagte, dass das Aufwachsen und die Allgegenwart von sozialen Netzwerken zu einer Sorglosigkeit im Umgang mit persönlichen Daten bei der Generation Z führten, konnte verifiziert werden. Die Untersuchung belegte, dass Personen der Generation Z sorglos mit ihren Daten umgehen. Das kann daran verifiziert werden, dass sie den Nutzungsbedingungen, sowie Datenrichtlinien zustimmen und ihnen damit eine „[...]eine nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare, gebührenfreie, weltweite Lizenz für die Nutzung jedweder IP-Inhalte, die [du] auf bzw. im Zusammenhang mit Facebook postest [...]“ (Facebook, 2017c) geben. Die sozialen Netzwerke haben damit die Erlaubnis, alle Informationen und Inhalte zu speichern, weiterzugeben und zu nutzen, welche von den Nutzern bereitgestellt worden sind oder durch die Nutzung kreiert worden sind. Des Weiteren waren sich die Befragten der Generation Z auch nicht darüber im Klaren, dass die sozialen Netzwerke solche Rechte durch die Zustimmung und die Erfüllung des Geschäftszweckes haben. Diese Unwissenheit könnte durch das junge Alter bei der Registrierung herrühren, da keiner bei der Anmeldung über 15 Jahre alt war. Durch diese Ergebnisse kann die zweite These falsifiziert werden. Die zweite These besagt, dass die Sorglosigkeit der Generation Z nicht der Unwissenheit geschuldet ist, sondern dem Ignorieren der bisher bekannten Datenschutzrisiken und deren Trageweite die das Internet nach sich ziehen kann. Die Ergebnisse der Interviews ergaben, dass die Befragten nicht wussten, welche Rechte die sozialen Netzwerke haben. Dementgegen steht zwar, dass sie sich bei der Anmeldung hätten informieren können. Es bleibt aber offen, ob sie die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien in dem jungen Alter auch verstanden hätten. Des Weiteren haben sie durch Einstellungen versucht, ihre Profile zu schützen und zudem weisen die Profile wenige personenbezogene Informationen auf. Letztendlich kann die Fragestellung dieser Arbeit damit beantwortet werden, dass beide Generationen sorglos mit ihren Daten umgehen und dass es keinen verifizierten Unterschied zwischen diesen beiden Generationen gibt. So enthalten beispielsweise die Profile der Generation Y mehr personenbezogene Informationen als die der Generation Z. Des Weiteren haben jeweils Teilnehmer der beiden Generationen Einstellungen hinsichtlich ihrer Privatsphäre getätigt. Ferner verwenden aktive Nutzer beider Generationen Funktionen, wie Hashtags, GeoTags und Stories.

7 Ausblick

Im Folgenden wird erläutert, welche Maßnahmen nach der Annahme der Verfasserin getätigt werden sollten, um jüngere Personen über die Gefahren und Risiken in sozialen Netzwerken aufzuklären. Zudem wird dargelegt, inwieweit sich Gesetze ändern müssten und welche Maßnahmen von den Diensten selber durchgeführt werden müssen.

Aus der Beantwortung der Fragestellung ging hervor, dass Personen der Generation Z Digital Natives sind, aber auch zugleich Digital Naives sind. Denn ihr Wissen über die Rechte von sozialen Netzwerken ist limitiert. Sie versuchen sich zwar durch Einstellungen zu schützen, aber diese Einstellungen schützen nur vor anderen Nutzern und nicht vor einem möglichen Missbrauch dieser Daten von den Diensten selber. Junge Nutzer sollten daher dazu angehalten werden sich mit dem Datenschutz sowie Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien der sozialen Netzwerke auseinanderzusetzen. Das grundlegende Problem liegt in dem Fakt, dass diese Richtlinien sehr komplex sind und sich umständlich ausdrücken. Dementsprechend ist es schwierig bestimmte Regelungen auf den ersten Blick zu finden. Daher wäre auch nach einer Auseinandersetzung mit diesen daran zu zweifeln, ob 13-Jährige mehr wüssten als vorher. Deswegen sollten Kinder und Jugendliche aufgeklärt werden. Diese Aufklärung sollte beispielsweise durch Eltern, aber auch in Schulen passieren. Des Weiteren sollten, sowohl die Rechte der Dienstleister im Umgang mit den persönlichen Daten als auch die Rechte der Nutzer in den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien einfacher dargestellt werden. Diese sollten nicht nur einfach und verständlich geschrieben sein, sondern auch graphisch dargestellt werden oder in Form von Content Marketing dargestellt werden, sprich durch die Nutzung von Erklär-Graphiken oder Erklär-Videos. Dies kann besonders effektiv sein, da visuell dargestellte Zusammenhänge besser aufgefasst werden können von Kindern. Zudem sollten soziale Netzwerke daran gehindert werden, die Dienste samt ihrer Gefahren und Risiken zu verharmlosen. Denn durch gezielte Werbekampagnen (siehe Kapitel 5), wie beispielsweise von Facebook, wird der Anschein erweckt, dass Nutzer über ihre Daten selber bestimmen können. In Bezug auf andere Nutzer entsprechen die Aussagen auch der Wahrheit, aber hinsichtlich der Sammlung, Speicherung und Weitergabe durch die Dienste selber trifft dies nicht zu. Wenn beispielsweise die Tabakindustrie betrachtet wird, gibt es bestimmte Regelungen, die vorschreiben, dass Warnhinweise auf Zigarettenschachten platziert werden müssen, um vor den Konsequenzen von Rauchen zu warnen. Auch wenn das Ausmaß der Konsequenzen von sozialen Netzwerken nur selten in Krankheit oder Tod endet, sollte über entsprechende Regelungen in Bezug auf Warnhinweise nachgedacht werden. Beispielsweise könnte eine Hotline eingerichtet werden, die angerufen werden kann, wenn Fragen oder Missverständnisse vorliegen.

Eine weitere Möglichkeit wäre, dass bei Veröffentlichungen von Beiträgen ein Warnhinweis erscheint, der noch einmal verdeutlicht, welche Personen diesen sehen können und dass der Dienst diesen speichert.

Neben der Aufklärung selber, wäre nach Annahme der Verfasserin anzuraten, dass es konkrete Gesetzestexte und Regelungen hinsichtlich sozialer Netzwerke entwickelt werden sollten, die weltweit gültig sind. Insbesondere der Aspekt der internationalen Gültigkeit ist sehr wichtig, damit der Datenschutz weltweit durchgesetzt werden kann. Zum Zeitpunkt der Arbeit setzte sich die Rechtssetzung aus verschiedensten Gesetzen unterschiedlichster Rechtsbereiche zusammen, welche zu Unklarheiten und Missverständnissen führen können (siehe Kapitel 4). Des Weiteren gibt es durch unterschiedliche Gesetze in einzelnen Ländern die bereits beschriebenen Schlupflöcher und Unstimmigkeiten. Ferner ist nach Annahme der Verfasserin ein 13-Jähriger gar nicht in der Lage diese zu verstehen und deswegen wäre es ratsam zu überlegen, ob die Altersgrenze erhöht werden sollten. Nichtsdestotrotz ist die Kontrolle dessen problematisch.

Sollte zukünftig nichts verändert werden, dann werden sich weiterhin junge Menschen bei den sozialen Netzwerken anmelden. Diese werden unweigerlich und unterbewusst Daten preisgeben, über deren Konsequenzen sie sich nicht bewusst sind und dies erst später oder gar nicht realisieren. Durch Verfahren, wie Big Social Data, bekommen die Dienste immer mehr Ergebnisse und Aufschlüsse über ihre Nutzer und daraus entwickelt sich eine Macht hinsichtlich Trends, Marketing und schlussendlich können sie ihre Nutzer auch manipulieren. Diese Manipulation geschieht durch die Anwendung der Ergebnisse, die dafür genutzt werden können, dass Nutzer bestimme Beiträge oder Werbepartner angezeigt bekommen. Daher ist abschließend festzustellen, dass es auch zukünftig bei einem sorgenfreien Umgang mit persönlichen Daten bleibt und dieses Verhalten sogar noch aufsteigt, weshalb das Thema Datenschutz von immer größerer Bedeutung wird.

8 Fazit

Aus der Theorie konnte entnommen werden, dass die sozialen Netzwerke durch die Zustimmung der Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien vom Nutzer viele Rechte zugesprochen bekommen. Sie sind rechtlich nicht eingeschränkt sämtliche Arten von Daten zu sammeln, über eine unbestimmte Zeit zu speichern, sich zu Nutzen zu machen oder an andere Unternehmen weiterzugeben. Jedoch verstoßen teilweise die Nutzungsbedingen und Datenrichtlinien nach den Aussagen zweier Datenschutzbeauftragten sowohl gegen den Datenschutz als auch gegen die Persönlichkeitsrechte der Nutzer. Jedoch ist die Rechtslage nicht eindeutig, da es in Deutschland kein Internetrecht gibt und sich die Rechtslage dementsprechend aus Gesetzen und Regelungen unterschiedlicher Justizbereiche zusammensetzt. Des Weiteren sind soziale Netzwerke schnelllebig und erweitern ihr Funktionsangebot regelmäßig, weshalb die Herausforderung entsteht, die Gesetze rechtzeitig und regelmäßig zu erneuern. Zudem sind unterschiedlichste soziale Netzwerke grenzübergreifend in fast jedem Land nutzbar. Ferner benötigt die Entwicklung und Veröffentlichung eines neuen sozialen Netzwerks nur einen geringen Zeitraum. Dem gegenüber stehen Gesetze und Regelungen, welche statisch sind und nur innerhalb der jeweiligen Landesgrenze gelten und zugleich durch bürokratische Regelungen nicht jeder Zeit änderbar sind. Die Entwicklung und Verabschiedung von Gesetzen benötigt im Regelfall länger als die Entwicklung und Einführung eines neuen Dienstes. Aus der Theorie ging aber auch hervor, dass die sozialen Netzwerke trotz der unsicheren Datenlage viel Zuspruch finden und die Mitgliederzahlen weiter steigen. Das Wachstum ist bedingt durch, die stetig nachkommenden Jugendlichen die sich neu in den entsprechenden aktuellen Netzwerken anmelden. Dies ist ein Grund weswegen die Altersstruktur in sozialen Netzwerken tendenziell jünger ist.

Um herauszufinden, ob die Generation Z sorgloser mit ihren Daten umgeht als die Generation Y und sich dadurch von Digital Natives zu Digital Naives hin entwickeln, werden dafür zuerst der Unterschied zwischen den Digital Immigrants und Digital Natives erläutert. Dabei war klar zu erkennen, dass soziale Netzwerke feste Bestandteile beider Interviewgruppen, insbesondere im Bereich der Kommunikation, geworden sind. Des Weiteren konnte festgestellt werden, dass Personen aus der Generation Z wesentlich früher den ersten Kontakt mit sozialen Netzwerken hatten, als die Generation Y.

Innerhalb der empirischen Untersuchung wurden Interviews mit jeweils vier Personen aus der Generation Y und Z geführt und ausgewertet. Dabei konnte die erste These, dass das Aufwachsen und die Allgegenwart von sozialen Netzwerken zu einer Sorglosigkeit im Umgang mit persönlichen Daten bei der Generation Z führten, verifiziert wer-

den. Die These wird dadurch gestützt, dass alle Befragten sehr jung bei den Registrierungen waren und wenig bis fast gar nichts über die Rechte von den sozialen Netzwerken wissen. Dementgegen stehen zwar die Aussagen bezüglich der Arten der Daten, welche von den Nutzern veröffentlicht werden, und die getätigten Einstellungen, aber diese beziehen sich immer nur auf den Schutz gegenüber anderer Nutzer. Dem Dienst selber stellen sie Informationen und Inhalte zur Verfügung durch die Registrierung sowie die Nutzung selber.

Die zweite These besagt, dass die Sorglosigkeit der Generation Z nicht der Unwissenheit geschuldet ist, sondern dem Ignorieren der bisher bekannten Datenschutzrisiken und deren Trageweite, die das Internet nach sich ziehen kann. Diese These wurde durch die Forschung falsifiziert, da die Befragten sich nicht im Klaren waren welche Macht die Dienste über die persönlichen Daten der Nutzer haben. Zum einen liegt dies daran, dass keiner der Teilnehmer im Zuge der Registrierungen die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien aus eigener Motivationen gelesen hat. Zum anderen wurde die Vermutung aufgestellt, dass die Interviewten auf Grund ihres jungen Alters die Richtlinien erst gar nicht verstanden hätten. Das Mindestalter bei der Registrierung liegt offiziell bei 13 Jahren, demnach ist es schwer vorstellbar, dass ein 13-Jähriger die erläuterte Komplexität verstehen würde.

Hinsichtlich der Fragestellung kann ausgesagt werden, dass beide Generationen sich sorglos mit ihren Daten verhalten. Während die Generation Z weniger Wissen über die rechtliche Lage hat, posten die Befragten der Generation Y viele persönliche Informationen. Es konnte kein signifikanter Unterschied zwischen den Testgruppen festgestellt werden.

Abschließend kann zusammengefasst werden, dass ein Trend für einen Wandel von Digital Natives hin zu Digital Naives geht besteht Der Grund hierfür ist das Unwissen der Nutzer. Dabei muss aber angemerkt werden, dass dieser Umstand auch der momentanen Rechtslage geschuldet ist, die sich zu wenig und zu langsam mit diesem aktuellen Thema beschäftigt. Hinzu kommt, dass 13-Jährige Jugendliche die Rechtslage und die dem Alter nicht angepassten Versuche sozialer Netzwerke diese zu erläutern nicht erfassen können. Rückblickend können diese Ergebnisse auch als erschreckend bewertet werden, da soziale Netzwerke von jedem genutzt werden können und sich somit schon Kinder registrieren können. Die Altersbeschränkung kann leicht umgangen werden und auch 13-Jährige sind aus der Sicht der Verfasserin nicht in der Lage die Konsequenzen abzusehen. Die Konsequenzen wären zum einen, dass persönliche Daten preisgegeben werden, wie Adresse oder Handynummer, und zum anderen den Missbrauch ihrer Daten

durch die sozialen Netzwerke. Des Weiteren werden alle Inhalte auf eine undefinierte Zeit auch nach der Löschung gespeichert und können jederzeit vom Dienst selber genutzt werden. Der Umgang mit sozialen Netzwerken und der Schutz von Kindern und Jugendlichen hinsichtlich der Nutzung von diesen Diensten stehen in einem extremen Gegensatz zu den sonstigen Gesetzen und Maßnahmen bezüglich des Kinder- und Jugendschutz in Deutschland. Um diese Missstände zu beheben, benötigt es Aufklärungen seitens der Eltern oder auch der Schule.

9 Literaturverzeichnis

ARD/ZDF-Onlinestudien (2016). *Entwicklung der Onlinenutzung in Deutschland 1997 bis 2016.* Abgerufen von http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/index.php?id=562

Appel, Wolfgang & Michel-Dittger, Birgit (Hrsg.) *Digital Natives. Was Personaler über die Generation Y wissen sollten*. Wiesbaden: Springer.

Backhaus, Andrea (2016). *Was vom Frühling übrig blieb.* Abgerufen von http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-01/arabischer-fruehling-uebersicht

Baltes, Boris B., Biermeier-Hanson, Benjamin B. J., Early, Becky J., Shepard, Agnieszka & Zabel, Keith L. (2017). Generational Differences in Work Ethic: Fact or Fiction?. *Journal of Business and Psychology*, 32, 3, S. 301-315.

Boehme-Neßler, Volker (2009). Das Ende des Staates?. Zu den Auswirkungen der Digitalisierung auf den Staat. *Zeitschrift für öffentliches Recht*, 64, 2, S. 145-199.

Böhm, Markus & Reinbold, Fabian (2016). *Facebook startet millionenschwere Werbekampagne*. Abgerufen von http://www.spiegel.de/netzwelt/web/facebook-startet-millionenschwere-tv-kampagne-a-1118681.html

Boulos, Maged N., Maramba, Inocencio & Wheeler, Steve (2006). Wikis, blogs and podcasts. A new generation of Web-based tools for virtual collaborative clinical practice and education. *BMC Medical Education*, 6, (41).

Breur, Tom (2016). US elections: How could predictions be so wrong?. *Journal of Marketing Analytics*, 4, 4, S. 125-134.

Bruhn, M., Schäfer, D.B., Schwarz, J. et al (2011). Facebook, Twitter, YouTube und Co. Erwartungen der Nutzer an Social-Media-Plattformen. *Marketing Review St. Gallen*, 28, 5, S. 36-42.

Bruns, Axel, Dang-Xuan, Linh, Neuberger, Christoph & Stieglitz, Stefan (2014). Social Media Analytics. An Interdisciplinary Approach and Its Implications for Information Systems. *Business & Information Systems Engineering*, 6, 2, S. 89-96

Buchner, Benedikt (2012). Facebook & Co. *Datenschutz und Datensicherheit*, 36, 10, S.705.

Bundesagentur für Arbeit (2017). *Der Monatsbericht zum Arbeits- und Ausbildungsmarkt in Deutschland. Monatsbericht Mai 2017.* Abgerufen von https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/201705/arbeitsmarktberichte/monatsbericht-monatsbericht/monatsbericht-d-0-201705-pdf.pdf

Bundesdatenschutzgesetz in der Fassung der Bekanntmachung vom 14. Januar 2003 (BGBl. I S. 66), das zuletzt durch Artikel 1 des Gesetzes vom 28. April 2017 (BGBl. I S. 968) geändert worden ist.

Bundesverband Digitale Wirtschaft e.V. (2009). *Social Media Kompass*. Abgerufen von file:///C:/Users/ANarewski/Downloads/kompass_social_media_2009.pdf

Bundeszentrale für politische Bildung (2014). *Vor 20 Jahren: Homosexualität nicht mehr strafbar*. Abgerufen von https://www.bpb.de/politik/hintergrund-aktuell/180263/20-jahre-homosexualitaet-straffrei-10-03-2014

Cennamo, Lucy & Gardner, Dianne (2008). Generational differences in work values, outcomes and person-organisation values fit. *Journal of Managerial Psychology*, 23, 8, S.891-906.

Chen, Min, Liu, Yunhao & Mao, Shiwen (2014). Big Data: A Survey. *Mobile Networks and Applications*, 19, 2, S. 171-209.

Christlich Demokratische Union Deutschlands (o.J.). *Persönlich. Kanzlerin.* Abgerufen von https://www.angela-merkel.de/pers%C3%B6nlich.html

Deutsche Bundesbank (o.J.) *Die Finanz-, Wirtschafts- und Staatsschuldenkrise: Ein kurzer Überblick.* Abgerufen von https://www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Dossier/Service/schule_und_bildung_kapitel_4.html?notFirst=true&docId=147560

Duk, Wierd (2013). *Bandsalat, der die Welt veränderte.* Abgerufen von http://www.zeit.de/wissen/geschichte/2013-07/audiokassette-entwickler-lou-ottens-philips

eMarketer (2016). *Social Networking Across Europe a Patchwork of Penetration Rates.* Abgerufen von https://www.emarketer.com/Article/Social-Networking-Across-Europe-Patchwork-of-Penetration-Rates/1014066

eMarketer (2017). *Instagram Users to Rise 26% in Germany in 2017.* Abgerufen von https://www.emarketer.com/Article/Instagram-Users-Rise-26-Germany-2017/1015805

Erasmus+ National Agency (2016). *Erasmus+ Jahresbericht 2016.* Abgerufen https://imperia.daad.com/medien/eu.daad.de.2016/dokumente/service/medien-und-publikationen/jahresberichte/na_jahresbericht_2016.pdf

Esser, Elke, Hill, Paul B. & Schnell, Rainer (2008). *Methoden der empirischen Sozialforschung (8. Auflage)*. München: Oldenbourg.

Facebook (2017a). *Our History*. Abgerufen von https://newsroom.fb.com/company-info/

Facebook (2017b). *facebook.* Abgerufen von https://de-de.facebook.com/

Facebook (2017c). *Nutzungsbedingungen.* Abgerufen von https://de-de.facebook.com/legal/terms

Facebook (2017d). *Datenrichtlinie.* Abgerufen von https://de-de.facebook.com/about/privacy

Facebook (2017e). *Privatsphäre-Einstellungen und Tools.* Abgerufen von https://www.facebook.com/settings?tab=privacy

Facebook (2017f). *App-Einstellungen*. Abgerufen von https://www.facebook.com/settings?tab=applications

Facebook (2017g). *Deine Einstellungen für Werbeanzeigen*. Abgerufen von https://www.facebook.com/ads/preferences/?entry_product=ad_settings_screen

Focus (2011). *Die Beobachtung der Kaffeemaschine.* Abgerufen von http://www.focus.de/digital/internet/tid-24145/20-jahre-webcam-die-beobachtung-der-kaffemaschine_aid_682326.html

Focus (2017). *Wichtige Ereignisse im Überblick*. Abgerufen von http://www.focus.de/politik/deutschland/60-jahre-bundesrepublik/tid-13739/leser-berichten-wichtige-ereignisse-im-ueberblick_aid_383053.html

Friedewald, Michael (1998). Die veränderliche Ökonomie des Computers: Von Groschs Gesetz zum PC*. Informatik-Spektrum*, 21, 2, S. 80-83.

Goswami, Anuradha & Kumar, Ajey (2016). A survey of event detection techniques in online social networks. *Social Network Analysis and Mining*, 6, (107).

Häder, Michael (2010). *Empirische Sozialforschung (2. Auflage).* Wiesbaden: VS Verlag.

Innhoffen, Lisa (2017). *Werbung auf Instagram: Geschichten für die Instagemeinde*. Abgerufen von https://yougov.de/news/2017/06/07/werbung-auf-instagram-mit-bildern-geschichten-erza/

INNOFACT AG (2011). *Das Marktvorsprungsinstitut.* Abgerufen von http://innofact.website/

Instagram (2010). *Instagram Launches.* Abgerufen von https://instagram-press.com/blog/2010/10/06/instagram-launches-2/

Instagram (2011). We’re the 2011 App Store iPhone App of the Year!. Abgerufen von https://instagram-press.com/blog/2011/12/08/were-the-2011-app-store-iphone-app-of-the-year/

Instagram (2012a). *Instagram for Android – Available Now.* Abgerufen von https://instagram-press.com/blog/2012/04/03/instagram-for-android-available-now/

Instagram (2012b). *Instagram + Facebook*. Abgerufen von https://instagram-press.com/blog/2012/04/09/instagram-facebook/

Instagram (2014). *Introducing Hyperlapse from Instagram*. Abgerufen von https://instagram-press.com/blog/2014/08/26/introducing-hyperlapse-from-instagram/

Instagram (2016). *Introducing Instagram Stories.* Abgerufen von https://instagram-press.com/blog/2016/08/02/introducing-instagram-stories/

Instagram (2017a). *Live Stories: Available Globally*. Abgerufen von https://instagram-press.com/blog/2017/01/24/live-stories-available-globally/

Instagram (2017b). *700 million.* Abgerufen von https://instagram-press.com/blog/2017/04/26/700-million/

Instagram (2017c). Instagram. Abgerufen von https://www.instagram.com/?hl=de

Instagram (2017d). *Nutzungsbedingungen.* Abgerufen von https://help.instagram.com/478745558852511

Instagram (2017e). *Datenschutzrichtlinien.* Abgerufen von https://help.instagram.com/155833707900388

Instagram (2017d). *Kontrolliere deine Sichtbarkeit.* Abgerufen von https://help.instagram.com/116024195217477/?helpref=hc_fnav

Jandura, Olaf & Karnowski, Veronika (2015). Digital Natives vs. Digital Immigrants – fruchtbares empirisches Konzept für die Kommunikationswissenschaft oder populärwissenschaftliche Fiktion?. *Publizistik*, 60, 1, S. 63-79.

Hess, Thomas, Lorenz, Marie-Luise & Oexler, Petra (2013). Steuerung von Kampagnen in sozialen Netzwerken. *Controlling & Management Review*, 57, 1, S. 36-49.

Hutter, Thomas (2015). *Instagram: Reichweiten für Deutschland, Österreich, Schweiz und Europa.* Abgerufen von http://www.thomashutter.com/index.php/2015/10/instagram-nutzerzahlen-fuer-deutschland-oesterreich-schweiz-und-europa/

Kaplan, Andreas M. (2012). Social Media wird mobil – Grundlagen, Gebrauch und Gestaltung mobiler sozialer Medien. *Marketing Review St. Gallen*, 29, 4, S. 16-21.

Kaplan, Andreas M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite!. The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53, 1, S. 59-68.

Lancster, Lynne C. & Stillman, David (2003). *When Generations Collide: Who They Are. Why They Clash. How to Solve the Generational Puzzle at Work*. New York: Harper Business.

Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg (2017). *Der Islamische Staat (IS).* Abgerufen von https://www.lpb-bw.de/islamischer-staat.html

Langenscheidt GmbH & Co. KG (2017). *Englisch-Deutsch Übersetzung für "why".* Abgerufen von https://de.langenscheidt.com/englisch-deutsch/why

Lengsfeld, Vera (2017). *War Merkel an der Grenzöffnung wirklich schuld?.* Abgerufen von http://www.theeuropean.de/vera-lengsfeld/11916-fluechtlingswelle-2015

Lindner, Roland (2012). *Facebook kauft Fotodienst Instagram.* Abgerufen von http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/milliardenuebernahme-facebook-kauft-fotodienst-instagram-11712630.html

Lüdemann, Dagny & Stockrahm, Sven (2016). *Der Super-GAU in den Köpfen.* Abgerufen von http://www.zeit.de/wissen/2016-02/fukushima-jahrestag-atomkraft-tsunami

Markert, Oliver (2011). *Die Rückkehr der Computer-Legende*. Abgerufen von http://www.focus.de/digital/computer/computergeschichte/commodore-c64-die-rueckkehr-der-computer-legende_vid_24204.html

Mayring, Philipp (2016). *Einführung in die qualitative Sozialforschung (6. Auflage).* Weinheim: Beltz Verlag.

McGrath, Felim (2015). *3 in 10 US Teens are Snapchatting*. Abgerufen von http://blog.globalwebindex.net/chart-of-the-day/3-in-10-us-teens-are-snapchatting/

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2000). *KIM-Studie 1999. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland.* Abgerufen von https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/1999/KIM_Studie_1999.pdf

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2013). *KIM-Studie 2012. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland.* Abgerufen von https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2012/KIM_Studie_2012.pdf.

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (2017). *KIM-Studie 2016. Kindheit, Internet, Medien.* Abgerufen von https://www.mpfs.de/fileadmin/files/Studien/KIM/2016/KIM_2016_Web-PDF.pdf

Meyers, Michael D., Sndaram, David & Wang, Qian E. (2013). Digital Natives and Digital Immigrants. Towards a Model of Digital Fluency. *Business & Information Systems Engineering*, 5, 6, S. 409-419.

Nintendo (2017). *Nintendo-Geschichte.* Abgerufen von http://www.nintendo.de/Unternehmen/Unternehmensgeschichte/Nintendo-Geschichte-625945.html

Oertel, Jutta (2014). *Baby Boomer und Generation X – Charakteristika der etablierten Arbeitnehmer-Generationen*. In M. Klaffke (Hrsg.) Generationen-Management. Konzepte, Instrumente, Good-Practice-Ansätze (S. 27-56). Wiesbaden: Springer Gabler.

Reimer, Helmut (2009). Soziale Netzwerke und europäischer Datenschutz. *Datenschutz und Datensicherheit*, 33, S. 624.

Reißmann, Ole (2013). *SchülerVZ schließt Ende April.* Abgerufen von http://www.spiegel.de/netzwelt/web/netzwerk-aus-schuelervz-schliesst-ende-april-a-893253.html

Riekmann, Andreas (2016). *Über die Nutzerzahlen von Facebook, Twitter und Co. in Deutschland*. Abgerufen von https://www.facebook.com/notes/andreas-rickmann/%C3%BCber-die-nutzerzahlen-von-facebook-twitter-und-co-in-deutschland/1277180578974909

Roth, Philipp (2014). *Auf Facebook gibt es keine Teenager mehr. Keine?. Oder doch um 44 – 68 % mehr?*. Abgerufen von https://allfacebook.de/zahlen_fakten/lustige-studien

Schmitt-Tegge, Johannes (2016). *Der Tag, an dem Amerika angegriffen wurde.* Abgerufen von https://www.welt.de/politik/ausland/article160311221/Der-Tag-an-dem-Amerika-angegriffen-wurde.html

Schönball, Ralf & Wittlich, Helena (2017). *Das erste Smartphone war ein Nokia.* Abgerufen von http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/10-jahre-iphone-das-erste-smartphone-war-ein-nokia/19221898.html

Scholz, Christian (2014). *Generation Z. Wie sie tickt, was sie verändert und warum sie uns alle ansteckt.* Weinheim: Willey-VCH Verlag & Co.

Seibert (2016). Wie Trump Präsident wurde - und welche Politik er ankündigt. Abgerufen von http://www.tagesspiegel.de/politik/wahlnacht-in-den-usa-wie-trump-praesident-wurde-und-welche-politik-er-ankuendigt/14815844.html

Snapchat (2012a). *Let's chat.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/7/

Snapchat (2012b). *100 Million!.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/7/

Snapchat (2012c). *1 Billion.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/6/

Snapchat (2013a). *Video on Android is Here!.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/6/

Snapchat (2013b). *Surprise!.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/6/

Snapchat (2013c). *Introducing Our Story.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/5/

Snapchat (2013d). *Introducing Geofilters.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/5/

Snapchat (2015). *Introducing Discover.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/3/

Snapchat (2016). *Wir präsentieren Memorys.* Abgerufen von https://www.snap.com/en-US/news/page/2/

Snapchat (2017a). *Jetzt downloaden.* Abgerufen von https://www.snapchat.com/l/de-de/download

Snapchat (2017b). *Nutzungsbedingungen der Snap Group Limited.* Abgerufen von https://www.snap.com/de-DE/terms/#terms-row

Snapchat (2017c). *Datenschutzbestimmungen.* Abgerufen von https://www.snap.com/de-DE/privacy/privacy-policy/

Snapchat (2017d). *Kontrolle deiner Daten*. Abgerufen von https://www.snap.com/de-DE/privacy/privacy-policy/#control-over-your-information

Sony (2014). *Unternehmensgeschichte.* Abgerufen von http://presscentre.sony.de/news/umwelt-nachhaltigkeit-85934

Statista (2016). *Anzahl der monatlich aktiven Facebook-Nutzer in Deutschland in den Jahren 2014 und 2015 sowie eine Prognose bis 2021 (in Millionen).* Abgerufen von

https://de.statista.com/statistik/daten/studie/550596/umfrage/anzahl-der-monatlich-aktiven-facebook-nutzer-in-deutschland/

Statista (2017). *In welchen sozialen Netzwerken sind Sie registriert? (2017).* Abgerufen von https://de.statista.com/statistik/daten/studie/698870/umfrage/registrierung-in-sozialen-netzwerken-nach-alter-in-deutschland/

Statistisches Bundesamt (2017). *Bevölkerung: Deutschland, Stichtag.* Abgerufen von https://wwwgenesis.destatis.de/genesis/online/data;jsessionid=10BDE85E04BE322C9481743EFFB7FF9B.tomcat_GO_2_1?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1498048542769&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=12411-0001&auswahltext=%23Z-31.12.2015&werteabruf=Werteabruf

Sucher, Jörn (2003). *15 Kilo unterwegs.* Abgerufen von http://www.manager-magazin.de/lifestyle/technik/a-274621.html

We Are Social (2017). *Digital in 2017 Global Overview.* Abgerufen von https://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2017-global-overview

Weltweiser (2017). *Weltweiser-Studie.* Abgerufen http://weltweiser.de/weltweiser-studie-schueleraustausch-statistik-auslandsjahr.pdf

Westlake, E.J. (2008). Friend Me If You Facebook. Generation Y and Performative Surveillance. *TDR*, 52, 4, S. 21-40.

Wichert, Thilo (2012). Datenschutzverstoß als Geschäftsmodell. Der Fall Facebook. *Datenschutz und Datensicherheit*, 36, 10, S. 716-721.

Wikipedia (2017). *Wikipedia*. Abgerufen von https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia

WirtschaftsWoche (2014). *Anzahl der täglich über Facebook, Instagram und Snapchat verbreiteten Fotos in den Jahren 2012 bis 2014 (in Millionen).* Abgerufen von http://www.wiwo.de/inhalt-wirtschaftswoche-ausgabe-30-2014/10218450.html

Young, Katie (2015). *Why snapchat is in app purchases are a good idea*. Abgerufen von http://blog.globalwebindex.net/trends/why-snapchat-s-in-app-purchases-are-a-good-idea/

Zastrow, Volker (2016). *Wie Trump gewann.* Abgerufen von http://www.faz.net/aktuell/politik/trumps-praesidentschaft/wie-der-wahlsieg-von-donald-trump-mit-big-data-gelang-14568868-p6.html?printPagedArticle=true#pageIndex_6

ZEIT ONLINE (2016). *Knapp 52 Prozent stimmen für Brexit*. Abgerufen von http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-06/brexit-ergebnis-briten-stimmen-fuer-aus-stieg-aus-der-eu.

9 Anhang

Fragebogen

1. Vorstellung
2. Bist du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?
3. Was war deine Intention dich bei den Diensten anzumelden?
4. Wie regelmäßig nutzt du die Dienste? (Täglich, Stunden,…?) Welchen ist dir am wichtigsten? Welchen nutzt du am häufigsten?
5. Nutzung Facebook
    a. Wofür nutzt du Facebook? Welche Inhalte postest du? Welche Interaktionen hast du mit anderen Nutzern oder Werbepartner? Benutzt du Geotahs/Hashtags? Story?
    b. Was steht in deinem Profil drin? (Geburtstag, Schule, Beruf, Beziehungsstatus)
    c. Hast du Einstellungen bezüglich Privatsphäre oder Werbeanzeigen getätigt?
6. Nutzung Instagram
    a. Wofür nutzt du Instagram? Welche Inhalte postest du? Welche Interaktionen hast du mit anderen Nutzern oder Werbepartner? Benutzt du Geotags/Hashtags? Story?
    b. Was steht in deinem Profil drin? (Geburtstag, Schule, Beruf, Beziehungsstatus)
    c. Hast du Einstellungen bezüglich Privatsphäre oder Werbeanzeigen getätigt?
7. Nutzung Snapchat
    a. Wofür nutzt du Snapchat? Welche Inhalte postest du? Welche Interaktionen hast du mit anderen Nutzern oder Werbepartner? Benutzt du Geotags/Hashtags? Unsere Story?
    b. Was steht in deinem Profil drin? (Geburtstag, Schule, Beruf, Beziehungsstatus)
    c. Hast du Einstellungen bezüglich Privatsphäre oder Werbeanzeigen getätigt?
8. Wie alt warst du als du dich angemeldet hast?
9. Hast du dir von einem oder mehreren der Dienste die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen?
10. Weißt du was die Dienste alles von dir sammeln können? (Daten/Inhalte)
11. Weißt du an wen sie deine Daten weitergeben dürfen?

12. Weißt du wie lange sie die Daten behalten?
13. Hast du Bedenken wegen deiner Daten?
14. Haben dich deine Eltern, Verwandte oder Freunde gewarnt?
15. Kennst du den Begriff „Big Data“? (Wenn ja, welchen Gedanken hast du dabei? Was weißt du darüber?
16. Was müsste passieren damit dein Verhalte bezüglich Posts veränderst ggf. sogar dein Account löschst?
17. Würdest du dich in Ländern, in den der Datenschutz nicht so eng gefasst ist anders verhalten?

Kategorien

Kategorie	Name	Definition	Ankerbeispiele	Kodierregeln
K1	Registration	Beinhaltet die sozialen Netzwerke bei denen sich die Teilnehmer registriert haben.	„Facebook ja, Instagram zwar auch, aber nicht mehr aktiv, das hat aber andere Gründe und Snapchat ja.“	Bezieht sich auf die Antworten aus der zweiten Frage.
K1a	Registrierung durch äußere Einflüsse	Die Registrierung kam durch äußere Einflüsse zustande. Durch: - Freunde - Schule/Studium - Beruf	„Weil es zu der Zeit ‚In‘ wahr und jeder es hatte“ „Snapchat hat meine Freundin mir auf einmal gemacht, weil sie meinte das musst du unbedingt haben.“	Mindestens ein Aspekt der äußeren Einflüsse muss genannt werden. Sonst „Registrierung durch eigene Motivation“
K1b	Registrierung durch eigene Motivation	Die Registrierung kam durch die eigene Motivation zustande.	„Also bei Instagram war halt so, weil ich da Bilder sehen kann von Künstlern und so und um über meine Lieblingsband informiert zu werden [...]“ „Bilder hochzuladen und andere Leute vielleicht kennen zu lernen.“	Es wurden keine Aspekte genannt, die darauf hingewiesen hätten, dass die Motivation von außen kam.
K1c	Einwände der Eltern	Eltern nahmen Einfluss auf die Registrierung durch: - Verbote - Altersvorgaben	„Weil meine Eltern das nicht möchten, weil man da so viele Daten preisgeben muss.“ „Und dann hatte ich meine Eltern überredet gehabt und dann ging das irgendwie eine ganze Zeit, dass ich es nicht durfte und mit 12 durfte ich es dann [...]“	Mindestens ein Einwand seitens der Eltern muss genannt werden.

K1d	Wichtige soziale Netzwerke	Soziale Netzwerke, die für den Teilnehmer wichtig oder sehr wichtig sind und auch nicht gelöscht werden würden.	„*Was ist dir wichtiger?* Instagram.“	Muss mindestens als wichtig bezeichnet werden und das Löschen des Accounts darf nicht in Betracht gezogen werden. Sonst „Unwichtige soziale Netzwerke“
K1e	Unwichtige soziale Netzwerke	Soziale Netzwerke, welche nicht von den Teilnehmern als wichtig eingestuft worden sind.	„Ich denke auf Snapchat könnte ich am ehesten verzichten.“	
K2	Facebook	Anzahl der Personen, die sich bei Facebook registriert haben.	„*Bist Du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?* Ja“	Bezieht sich auf die Antworten der zweiten Frage.
K2a	Intention	Genannte Beweggründe der Teilnehmer, die zu einer Registrierung bei Facebook führten.	„Und Insta hatte ich, der erste Grund war eigentlich nur wegen den ganzen Filtern, um die Bilder zu bearbeiten.“ „Bei Facebook damals, ja bei Facebook und Instagram einfach weil es alle gemacht haben.“	Grund muss zu einer Registrierung bei Facebook geführt haben.
K2b	Ablehnung	Genannte Gründe weswegen sich Teilnehmer nicht bei Facebook registriert haben.	„Weil meine Eltern das nicht möchten, weil man da so viele Daten preisgeben muss.“ „Weil ich da jetzt keine Freunde da hatte, die sich da angemeldet haben und weil es für mich kein Nutzen hatte.“	Ausschlaggebender Grund gegen Facebook
K2c	Alter	Das Alter in dem sich die Teilnehmer bei Facebook registriert haben	„Facebook 13, Instagram und Snapchat 21.“	Bezieht sich auf die achte Frage.
K2d	Hohe Nutzungsrate	Facebook wird stündlich benutzt.	„Ja, so stündlich mal draufschauen.“	Der Aspekt stündlich muss genannt werden oder bejaht werden.
K2e	Mittlere Nutzungsrate	Facebook wird täglich benutzt.	„Ich nutze alle Dienste täglich [...]“	Der Aspekt täglich muss genannt werden oder bejaht werden.
K2f	Niedrige Nutzungsrate	Facebook wird wenig genutzt: - wöchentlich - eher weniger - ab und zu	„Facebook eher wöchentlich [...]“	Wenn einer der Aspekte genannt wurde, wird die Nutzungsrate niedrig eingestuft.
K2g	eher aktive Nutzung	Die Teilnehmer nutzen Facebook eher aktiv, indem sie selber: - Beiträge schreiben und veröffentlichen - Liken - Kommentieren - Bilder oder Videos hochladen - an Stories teilnehmen	„Ich poste regelmäßig Bilder und ab und zu mal eine Story, dabei verwende ich natürlich immer Hashtags und Geotags.“	Mindestens drei Merkmale müssen zutreffen, um als aktiv eingestuft zu werden. Sonst „eher passive Nutzung“.

K2h	eher passive Nutzung	Die Teilnehmer nutzen Facebook eher passiv, da sie selber: - Neuigkeiten erfahren wollen - sich über Personen zu erkundigen	„Selbst posten tue ich recht selten was, wenn was Besonderes halt.“	
K2i	Profil mit personenbezogenen Informationen	Teilnehmer hat personenbezogenen Informationen im Profil: - voller Name - Geburtstag - Beruf/Schule - Handynummer - E-Mail-Adresse	„Wo ich derzeit wohne, wo ich arbeite oder gearbeitet habe, Schulabschluss und Studium, wie mein Geburtstag und Familienangehörigen und aktuellen Beziehungsstatus.“	Hat mindestens eine Information im Profil. Sonst: K2k
K2j	Profil ohne personenbezogenen Informationen	Teilnehmer hat keine personenbezogenen Informationen im Profil	„Da steht, ich glaube da steht mein Name und auch nur mein Benutzername.“	
K2k	Privatsphäre	Beinhaltet die Einstellungen, welche innerhalb Facebooks getätigt worden sind, um seine Privatsphäre zu schützen.	„Ja und bei Facebook können das auch nicht alle sehen.“	Mindestens eine Einstellung muss genannt werden.
K2l	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie	Teilnehmer, welche die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie von Facebook gelesen haben.	„Ich glaub bei Facebook ja, weil mein Papa drauf bestanden hatte [...]“	Die Frage dazu muss mit ja beantwortet worden sein.
K2m	Rechte von Facebook	Beinhaltet das Wissen der Teilnehmer hinsichtlich: - der Daten, welche gesammelt werden dürfen - der Aufbewahrungsdauer der Daten - die Weitergabe der Daten	„Weitergeben tun sie die auch.“ „Jeder die Daten haben will, könnt sie haben, wenn sie genug Geld auf den Tisch legen.“ „Man sieht sie nach 24 Stunden nicht mehr, aber ich denke schon, dass die noch irgendwo sind, könnte ich mir vorstellen.“	Mindestens eine Frage muss bejaht werden.
K3	Instagram	Anzahl der Personen, die sich bei Instagram registriert haben.	„*Bist Du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?* Ja“	Bezieht sich auf die Antworten der zweiten Frage.
K3a	Intention	Genannte Beweggründe der Teilnehmer, die zu einer Registrierung bei Instagram führten.	„Und Insta hatte ich, der erste Grund war eigentlich nur wegen den ganzen Filtern, um die Bilder zu bearbeiten.“	Grund muss zu einer Registrierung bei Instagram geführt haben.
K3b	Ablehnung	Genannte Gründe weswegen sich Teilnehmer nicht bei Instagram registriert haben.		Ausschlaggebender Grund gegen Instagram
K3c	Alter	Das Alter in dem sich die Teilnehmer bei Instagram registriert haben	„Facebook 13, Instagram und Snapchat 21.“	Bezieht sich auf die achte Frage.
K3d	Hohe Nutzungsrate	Instagram wird stündlich benutzt.	„Jaja, also nicht jede Stunde, aber so zwei, also ja, ungefähr.“	Der Aspekt stündlich muss genannt werden oder bejaht werden.

K3e	Mittlere Nutzungsrate	Instagram wird täglich benutzt.	„Instagram täglich [...]“	Der Aspekt täglich muss genannt werden oder bejaht werden.
K3f	Niedrige Nutzungsrate	Instagram wird wenig genutzt: - wöchentlich - eher weniger - ab und zu	„[...] Instagram gar nicht mehr [...]“	Wenn einer der Aspekte genannt wurde, wird die Nutzungsrate niedrig eingestuft.
K3g	eher aktive Nutzung	Die Teilnehmer nutzen Instagram eher aktiv, indem sie selber: - Fotos veröffentlichen - Liken - Kommentieren - an Stories teilnehmen	„Ich gucke andere Bilder an, aber lade auch Bilder hoch.“	Mindestens zwei Merkmale müssen zutreffen, um als aktiv eingestuft zu werden. Sonst „eher passive Nutzung“.
K3h	eher passive Nutzung	Die Teilnehmer nutzen Instagram eher passiv, da sie selber: - Neuigkeiten erfahren wollen - sich über Personen zu erkundigen	„Instagram eher weniger aktiv [...]“	
K3i	Privatsphäre	Beinhaltet die Einstellungen, welche innerhalb Instagrams getätigt worden sind, um seine Privatsphäre zu schützen.	„Außerdem ist mein Account auch auf privat.“	Mindestens eine Einstellung muss genannt werden.
K3j	Profil mit personenbezogenen Informationen	Teilnehmer hat personenbezogenen Informationen im Profil: - voller Name - Geburtstag - Beruf/Schule - Handynummer - E-Mail-Adresse	„Wo ich derzeit wohne, wo ich arbeite oder gearbeitet habe, Schulabschluss und Studium, wie mein Geburtstag und Familienangehörigen und aktuellen Beziehungsstatus.“	Hat mindestens eine Information im Profil. Sonst: K3k
K3k	Profil ohne personenbezogenen Informationen	Teilnehmer hat keine personenbezogenen Informationen im Profil:	„Da steht, ich glaube da steht mein Name und auch nur mein Benutzername.“	
K3l	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie	Teilnehmer, welche die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie von Instagram gelesen haben.	„Nur die von Instagram aber nur für eine Recherche im in der Uni nicht aus eigenen Interesse.“	Die Frage dazu muss mit ja beantwortet worden sein.
K3m	Rechte von Instagram	Beinhaltet das Wissen der Teilnehmer hinsichtlich: - der Daten, welche gesammelt werden dürfen - der Aufbewahrungsdauer der Daten - die Weitergabe der Daten	„Weitergeben tun sie die auch.“ „Jeder die Daten haben will, könnt sie haben, wenn sie genug Geld auf den Tisch legen.“ „Man sieht sie nach 24 Stunden nicht mehr, aber ich denke schon, dass die noch irgendwo sind, könnte ich mir vorstellen.“	Mindestens eine Frage muss bejaht werden.
K4	Snapchat	Anzahl der Personen, die sich bei Snapchat registriert haben.	„*Bist Du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?* Ja“	Bezieht sich auf die Antworten der zweiten Frage.

K4a	Intention	Genannte Beweggründe der Teilnehmer, die zu einer Registrierung bei Snapchat führten.	„Snapchat hat mich besonders begeistert durch die Filter und Video Funktionen.“	Grund muss zu einer Registrierung bei Snapchat geführt haben.
K4b	Ablehnung	Genannte Gründe weswegen sich Teilnehmer nicht bei Snapchat registriert haben.	„Ja, weil ich das nicht interessant finde, weil das unnötig ist für mich.“	Ausschlaggebender Grund gegen Snapchat
K4c	Alter	Das Alter in dem sich die Teilnehmer bei Snapchat registriert haben	„Facebook 13, Instagram und Snapchat 21.“	Bezieht sich auf die achte Frage.
K4d	Hohe Nutzungsrate	Snapchat wird stündlich benutzt.	„[...]Snapchat so halbe Stunde am Tag.“	Der Aspekt stündlich muss genannt werden oder bejaht werden.
K4e	Mittlere Nutzungsrate	Snapchat wird täglich benutzt.	„Snapchat täglich [...]“	Der Aspekt täglich muss genannt werden oder bejaht werden.
K4f	Niedrige Nutzungsrate	Snapchat wird wenig genutzt: - wöchentlich - eher weniger - ab und zu	„Und Snapchat eher seltener, weil ich nicht so viel Speicher auf dem Handy hab.“	Wenn einer der Aspekte genannt wurde, wird die Nutzungsrate niedrig eingestuft.
K4g	eher aktive Nutzung	Die Teilnehmer nutzen Snapchat eher aktiv, indem sie selber: - Snaps an Freunde senden - Liken - eigene Stories - Teilnahme an „unsere Stories“	„Also bei Snapchat mach ich das halt viel, um mit Freunden halt Snaps hin und her zu schicken.“	Mindestens ein Merkmal müssen zutreffen, um als aktiv eingestuft zu werden. Sonst „eher passive Nutzung“.
K4h	eher passive Nutzung	Die Teilnehmer nutzen Snapchat eher passiv, da sie selber: - Neuigkeiten erfahren wollen - sich über Personen zu erkundigen	„Ich gucke mir oft Bilder an.“	
K4i	Privatsphäre	Beinhaltet die Einstellungen, welche innerhalb Snapchats getätigt worden sind, um seine Privatsphäre zu schützen.	„Nein, Snapchat ist, da muss man adden und annehmen.“	Mindestens eine Einstellung muss genannt werden.
K4j	Profil mit personenbezogenen Informationen	Teilnehmer hat personenbezogenen Informationen im Profil: - voller Name - Geburtstag - Beruf/Schule - Handynummer - E-Mail-Adresse	„Wo ich derzeit wohne, wo ich arbeite oder gearbeitet habe, Schulabschluss und Studium, wie mein Geburtstag und Familienangehörigen und aktuellen Beziehungsstatus.“	Hat mindestens eine Information im Profil. Sonst: K4k
K4k	Profil ohne personenbezogenen Informationen	Teilnehmer hat keine personenbezogenen Informationen im Profil:	„Da steht, ich glaube da steht mein Name und auch nur mein Benutzername.“	
K4l	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie von Snapchat	Teilnehmer, welche die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie von Snapchat gelesen haben.		Die Frage dazu muss mit ja beantwortet worden sein.
K4m	Rechte von Snapchat	Beinhaltet das Wissen der Teilnehmer hinsichtlich: - der Daten, welche gesammelt werden dürfen - der Aufbewahrungsdauer der Daten	„Weitergeben tun sie die auch.“ „Jeder die Daten haben will, könnt sie	Mindestens eine Frage muss bejaht werden.

		- die Weitergabe der Daten	haben, wenn sie genug Geld auf den Tisch legen." „Man sieht sie nach 24 Stunden nicht mehr, aber ich denke schon, dass die noch irgendwo sind, könnte ich mir vorstellen."	
K5	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie	Teilnehmer hat sich über die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinie informiert bevor er sie akzeptiert hat.	„Nur die von Instagram aber nur für eine Recherche im in der Uni nicht aus eigenen Interesse." „Ich glaub bei Facebook ja, weil mein Papa drauf bestanden hatte [...]"	Die Frage dazu muss mit ja beantwortet worden sein.
K5a	Vorhandenes Wissen über die Art der Daten die gesammelt werden dürfen	Teilnehmer weiß welche Daten von den sozialen Netzwerken gesammelt werden dürfen.	„Dass sie Cookies speichern, dass sie sich merken auf welchen Seiten man war auch außerhalb Facebook, GeoTracking betreiben könenn und teilweise, also ja."	Konnte eine genaue Antwort auf die Frage 10 geben.
K5b	Teilweise vorhandenes Wissen über die Art der Daten die gesammelt werden dürfen	Teilnehmer weiß teilweise welche Daten von den sozialen Netzwerken gesammelt werden dürfen.	„Meine Daten, was ich alle gelikt habe und was mein Verlauf ist und sie das ja so dementsprechend einstellen können, was mir angezeigt werden soll."	Konnte eine Vermutung geben auf die Frage 10 geben. Sonst: K5c
K5c	Kein Wissen über die Art der Daten die gesammelt werden dürfen	Teilnehmer weiß nicht welche Daten von den sozialen Netzwerken gesammelt werden dürfen.	„*Weißt du was die Dienste alles von dir sammeln können?* Nein."	Teilnehmer verneinte die Frage.
K5d	Vorhandenes Wissen über die Speicherungsdauer der Daten	Teilnehmer weiß wie lange die Daten gespeichert werden dürfen.		Konnte eine genaue Antwort auf die Frage 11 geben.
K5e	Teilweise vorhandenes Wissen über die Speicherungsdauer der Daten	Teilnehmer weiß ungefähr wie lange die Daten gespeichert werden dürfen.	„Ich glaube so bis zu 10 Jahre?"	Konnte eine Vermutung geben auf die Frage 11 geben. Sonst: K5f
K5f	Kein Wissen über die Speicherungsdauer der Daten	Teilnehmer weiß nicht wie lange die Daten gespeichert werden dürfen.	„Ich glaube gar nicht."	Teilnehmer verneinte die Frage.
K5g	Vorhandenes Wissen über die Weitergabe der Daten	Teilnehmer weiß an wen die Daten weiteregegeben werden dürfen.	„Jeder die Daten haben will, könnt sie haben, wenn sie genug Geld auf den Tisch legen."	Konnte eine genaue Antwort auf die Frage 12 geben.
K5h	Teilweise vorhandenes Wissen über die Weitergabe der Daten.	Teilnehmer weiß teilweise an wen die Daten weiteregegeben werden dürfen.	„Nicht wirklich, aber ich denke so MAD und NSA."	Konnte eine Vermutung geben auf die Frage 12 geben. Sonst: K5i
K5i	Kein Wissen über die Weitergabe der Daten	Teilnehmer weiß nicht an wen die Daten weiteregegeben werden dürfen.	„*Weißt du ob sie die Daten weitergeben*	Teilnehmer verneinte die Frage.

			dürfen und wenn ja, an wen? Nein.“	
K5j	Starke eigene Bedenken	Teilnehmer hat starke eigene Bedenken wegen seiner Daten		Außerte starke Bedenken bei der Frage 13
K5k	Teilweise eigene Bedenken	Teilnehmer hat teilweise eigene Bedenken wegen seiner Daten	„Manchmal ja, wie gesagt, deswegen poste ich ja auch selten Bilder, wo mein Gesicht drauf ist und wenn halt wo ich irgendwie kostümiert bin oder wo man es halt nicht so genau sieht.“	Außerte Bedenken bei der Frage 13 Sonst: K5l
K5l	Keine eigenen Bedenken	Teilnehmer hat keine eigene Bedenken wegen seiner Daten	„Nein, weil ich hab ja kein komplett persönlichen Daten, also ich hab ja nur Fotos, wo ich jetzt zum Beispiel kleiner bin, also keine Fotos, also ganz normale Fotos, also keine Ahnung.“	Teilnehmer verneinte die Frage.
K5m	Deutlich gewarnt	Teilnehmer wurde deutlich gewarnt von: - Familie - Bekannten - Freunden	„Ja, meine Mutter wollte nicht, dass ich Bilder von meinem kleinen Bruder oder von ihr Bilder hochlade. [...] Aber wenn es für jemanden nicht ok ist, dann mach ich das ja auch nicht, weil er Recht am Bild hat. “	Teilnehmer wurde mindestens von einer Personengruppe deutlich gewarnt.
K5n	Teilweise gewarnt	Teilnehmer wurde teilweise gewarnt von: - Familie - Bekannten - Freunden	„Ja, Freunde haben mal gesagt, dass vielleicht Daten genommen werden können oder so Fakeprofile vielleicht gemacht werden können.“	Teilnehmer wurde teilweise gewarnt, aber das fand keine weitere Beachtung. Sonst: K5o
K5o	Nicht gewarnt	Teilnehmer wurde nicht gewarnt von: - Familie - Bekannten - Freunden	*„Haben deine Eltern Bedenken oder dich mal gewarnt?* Nö.“	Teilnehmer wurde von keiner der Personengruppe gewarnt.
K5p	Verhalten ändern	Teilnehmer würde sein Verhalten bezüglich Posts ändern wenn ein bestimmtes Ereignis eintritt	„Man müsste meinen Account hacken.“	Teilnehmer hat ein bestimmtes Ereignis genannt, was ihn dazu veranlassen würde sein Verhalten zu ändern.
K5q	Account löschen	Teilnehmer würde sein Account löschen wenn ein bestimmtes Ereignis eintritt	„Da ich sage, ok, ich lösch das jetzt und würde mir erst überlegen, ob ich es mir neu machen würde.“	Teilnehmer hat ein bestimmtes Ereignis genannt, was ihn dazu veranlassen würde sein Account zu löschen.
K6	Big Data	Teilnehmer, die wussten was Big Data bedeutet.	„Ja, also ich weiß nicht genau was es ist, aber es ist irgendwie ne riesen Datensammlung mit allmöglichen Sachen	Konnten die Frage 15 bejahen.

			von wo man sich anmeldet und das wird alles gesammelt.“	
K6a	Positive Bewertung	Teilnehmer empfindet Big Data als positiv: - hoher Nutzen - Mehrwert	„Was bringen natürlich schon, aber nicht dem Nutzer, sondern nur den großen Unternehmen, die sich dann gegenseitig oder der Regierung auf Daten zugreifen.“	Hat mindestens ein Merkmal genannt.
K6b	Negative Bewertung	Teilnehmer empfindet Big Data negativ: - Datenklau - Spionage	„Was der Begriff im Endeffekt bei mir auslöst ist negativ.“	Hat mindestens ein Merkmal genannt.
K7	Ausland	Teilnehmer, die Bedenken hinsichtlich der Nutzung von sozialen Netzwerken im Ausland haben.		Teilnehmer äußert Bedenken über die Nutzung sozialer Netzwerke im Ausland.
K7a	Verhalten ändern im Ausland	Teilnehmer, die ihr Verhalten bezüglich Posts, im Ausland verändern würden.	„*Würdest du dich in Ländern, in den der Datenschutz nicht so eng gefasst ist anders verhalten?* Ja.“	Teilnehmer hat die Frage bejaht und/ oder ein Beispiel gegeben.
K7b	Löschen des Accounts im Ausland	Teilnehmer würde sein Account im Ausland löschen.		Teilnehmer hat die Frage17 bejaht und/ oder ein Beispiel gegeben.

1. Interview: YW1

Stelle Dich bitte einmal kurz vor.

Ich hab am 28.07.1992 Geburtstag und studiere Lehramt an der Universität Hamburg.

Bist Du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?

Ja logo.

Was war deine Intention Dich bei den Diensten anzumelden?

Weil es zu der Zeit „In“ wahr und jeder es hatte. Snapchat hat mich besonders begeistert durch die Filter und Video Funktionen.

Wie regelmäßig nutzt Du diese Dienste? Welches ist Dir dabei am wichtigsten und was nutzt Du am häufigsten?

Instagram täglich und am häufigsten, Facebook eher wöchentlich und Snapchat so halbe Stunde am Tag.

Welche der Dienste könntest du sofort löschen?

Ich denke auf Facebook, aber auf gar keinen Fall Instagram.

Wie nutzt du die genannten Dienste? Nutzt Du Hashtags/Geotags?

Darf ich sagen zum stalken? Also Facebook nutze ich wirklich rein zum stalken von Freunden und Bekannten. Ja und bei Instagram poste ich hauptsächlich Bilder und zeige Ausschnitte aus meinem Leben. Storys und Hashtags nutze ich oft, Geotags nur hin und wieder.

Hast Du Einstellungen bezüglich Privatsphäre / Werbeanzeigen?

Ja hab ich. Also bei Snapchat kann mir jeder folgen. Bei Instagram ist mein Profil privat und bei Facebook kann man auch nur mein Profilbild und meinen Namen sehen.

Wenn man auf dein Profil gehen würde, was findet man über Dich heraus?

Wo ich derzeit Wohne, also Stadt, wo ich arbeite oder gearbeitet habe, Schulabschluss und Studium, Hobbies und mein Geburtstag und Familienangehörigen und aktuellen Beziehungsstatus.

Wie alt warst du als du dich bei den Diensten angemeldet hast?

Facebook 13, Instagram und Snapchat 21.

Hast du dir von den Diensten die Datennutzungsrichtlinien durchgelesen?

Nein eigentlich nicht.

Wusstest du welche Daten die jeweiligen Dienste von dir sammeln können?

Alles was ich poste und Standorte, was ich Suche ?!

Weißt du an wen sie deine Daten weitergeben dürfen?

Nein keine Ahnung.

Wusstest du wie lange sie deine Daten behalten dürfen?

Nee, ich schätze mal n paar Jahre.

Haben Dich deine Eltern oder Verwandten gewarnt vor diesen Diensten?

Ja hat meine Mutti definitiv. Also mehr als sagen konnte Sie auch nicht, weil Sie auch nicht genau weiß was diese Dienste sind. Meine große Schwester hat mir geraten, das ich nicht immer meinen Standort dazu verlinken soll, sodass man nicht weiß wo ich ständig bin oder das man mich stalken kann. Sie meinte auch man sollte nicht das Fotografieren was man zuhause hat, also Wertgegenstände, damit man nicht zum Einbrechen einlädt.

Kennst du den Begriff Big Data?

Ja, sagt mir etwas, aber genaueres kann ich nicht dazu sagen.

Was müsste passieren das Du dein Verhalten änderst oder beziehungsweise deinen Account löscht?

Ich müsste gehackt werden und es müsste mich privat beeinflussen. Dann würde ich es löschen.

Würdest du dich in Ländern wie Amerika, weil der Datenschutz da anders gehandhabt wird, anders verhalten?

Nein würde ich nicht, weil ich nicht solch intime Sachen poste und die Sachen die ich poste, darauf können sie gerne Zugriff habe.

Kategorientabelle: YW1				
Zeile	Aussage	Paraphrasierung	Generalisierung	Kategorien
3-4	*Bist Du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?* Ja logo.		Ist bei Facebook, Instagram und Snapchat registriert	K1, K2, K3, K4
6-7	Weil es zu der Zeit „In“ wahr und jeder es hatte.	Es war ein Trend und man musste es haben, um dazuzugehören	Die Registration wurde durch einen Trend motiviert	K1a, K2a, K3a - Trend - Gruppenzwang
7	Snapchat hat mich besonders begeistert durch die Filter und Video Funktionen.		Bei Snapchat war eine weitere Motivation die Bildbearbeitungsfunktionen	K4a, K1b
10-11	Instagram täglich und am häufigsten, Facebook eher wöchentlich und Snapchat so halbe Stunde am Tag.		Instagram hat eine mittlere Nutzungsrate, Facebook eine niedrige Nutzungsrate und Snapchat eine hohe Nutzungsrate	K2f, K3e, K4d
12-13	*Welche der Dienste könntest du sofort löschen?* Ich denke auf Facebook, aber auf gar keinen Fall Instagram.		Aus Facebook könnte am ehesten verzichtet werden, auf Instagram gar nicht	K1d - Instagram K1e - Facebook - Snapchat
15	Darf ich sagen zum stalken?	Stalken bedeutet in diesem Fall das heimliche Nachstallen/Informieren über andere Personen über soziale Netzwerke		
15-16	Also Facebook nutze ich wirklich rein zum stalken von Freunden und Bekannten.		Facebook wird dafür benutz, um sich über Freunde oder Bekannte zu informieren	K2h
16-17	Ja und bei Instagram poste ich hauptsächlich Bilder und zeige Ausschnitte aus meinem Leben.		Instagram wird aktiv genutzt, da die Hauptnutzung darin besteht Bilder hochzuladen Zudem werden Stories erstell und Hashtags benutzt	K3g
17-18	Storys und Hashtags nutze ich oft, Geotags nur hin und wieder.			
20	Also bei Snapchat kann mir jeder folgen		Snapchat keine Privatsphäre Einstellungen	

21-22	Bei Instagram ist mein Profil privat und bei Facebook kann man auch nur mein Profilbild und meinen Namen sehen.		Instagram und Facebook sind Privatsphäre Einstellungen vorhanden	K2k, K3i
23-25	Wo ich derzeit Wohne, also Stadt, wo ich arbeite oder gearbeitet habe, Schulabschluss und Studium, Hobbies und mein Geburtstag und Familienangehörigen und aktuellen Beziehungsstatus.		Die Profile bei Facebook und Instagram beinhalten personenbezogene Informationen	K2j, K3j
27	Facebook 13, Instagram und Snapchat 21		Das Alter bei der Registrierung war bei Facebook 13 und bei Instagram und Snapchat war es 21	K2c - 13 K3c, K4c - 21
28-29	*Hast du dir von den Diensten die Datennutzungsrichtlinien durchgelesen?* Nein eigentlich nicht.		Die Datennutzungsrechtlinien wurde nicht durchgelesen	
31	Alles was ich poste und Standorte, was ich suche?!		Stellt eine Vermutung darüber, welche Daten gesammelt werden dürfen	K5b
32-33	*Weißt du an wen sie deine Daten weitergeben dürfen?* Nein keine Ahnung.		Weiß nicht an wen die Daten weitergegeben dürfen	K5i
35	Nee, ich schätze mal n paar Jahre.		Hat eine Vermutung wie lange die Daten gespeichert werden dürfe	K5e
37	Ja hat meine Mutti definitiv.	Die Mutter hat gewarnt	Wurde von Mutter und Schwester gewarnt	K5m
37-38	Also mehr als sagen konnte Sie auch nicht, weil Sie auch nicht genau weiß was diese Dienste sind.	Die Mutter hat Warnungen ausgesprochen, aber wusste selber nicht wie soziale Netzwerke funktionieren		
38-40	Meine große Schwester hat mir geraten, das ich nicht immer meinen Standort dazu verlinken soll, sodass man nicht weiß wo ich ständig bin oder das man mich stalken kann.	Die Schwester hat davor gewarnt GeoTags zu benutzen, damit sie nicht verfolgt werden kann und auch keine Bilder von zuhause zumachen		

40-41	Sie meinte auch man sollte nicht das Fotografieren was man zuhause hat, also Wertgegenstände, damit man nicht zum Einbrechen einlädt.			
42-43	Kennst du den Begriff Big Data? Ja, sagt mir etwas, aber genaueres kann ich nicht dazu sagen.		Der Begriff ist bekannt, aber kein genaueres Wissen darüber	K6
46	Ich müsste gehackt werden und es müsste mich privat beeinflussen.		Sollte das Konto gehackt werden oder anders das Privatleben beeinflussen, dann würde es gelöscht werden	K5q
46-47	Dann würde ich es löschen.			
51-52	Nein, würde ich nicht, weil ich nicht solch intime Sachen poste und die Sachen die ich poste, darauf können sie gerne Zugriff haben.		Würde das Verhalten in einem anderen Land nicht ändern	K5l

Ergebnisstabelle: Interview YW1		
Kategorie	Anzahl der Nennungen	Bemerkung
K1	1	Ist bei Facebook, Instagram und Snapchat registriert
K1a	1	Bei Facebook und Instagram kam die Motivation für die Registrierung durch äußere Einflüsse
K1b	1	Bei Snapchat wurde sich aus der eigenen Motivation heraus registriert
K1c	0	Keine Einwände der Eltern
K1d	1	Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk
K1e	1	Facebook eher unwichtiger, Snapchat ist am Umwichtigsten
K2	1	Ist bei Facebook registriert
K2a	1	Es wurde sich registriert, weil alle Facebook hatten -> Gruppenzwang
K2b		Keine Ablehnung
K2c	1	Alter: 13
K2d	0	
K2e	0	
K2f	1	Niedrige Nutzungsrate: Facebook wird wöchentlich genutzt
K2g	0	
K2h	1	Eher passive Nutzung
K2i	1	Das Profil enthält personenbezogene Informationen, wie Geburtsdatum, Beruf, Schule usw.
K2j	0	
K2k	1	Nur Freunde können das Profil sehen
K2l	0	

K2m	0	
K3	1	Ist bei Instagram registriert
K3a	1	Intention: um zu erfahren was die Freunde machen
K3b	0	Keine Ablehnung
K3c	1	Alter: ca. 21
K3d	0	
K3e	1	Mittler Nutzungsrate
K3f	0	
K3g	1	Es wurde sich registriert, weil alle Instagram hatten -> Gruppenzwang
K3h	0	Die Nutzung ist eher passiv, da mehr Fotos von anderen angeschaut werden und nicht selber hochgeladen werden
K3i	1	Account ist privat
K3j	1	Das Profil enthält personenbezogene Informationen, wie Geburtsdatum, Beruf, Schule usw.
K3k	0	
K3l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K3m	0	
K4	1	Ist bei Snapchat registriert
K4a	1	Intention: Bildbearbeitungsfunktionen zu nutzen
K4b	0	Keine Ablehnung
K4c	1	Alter: ca. 21
K4d	1	Hohe Nutzungsrate
K4e	0	
K4f	0	
K4g	0	
K4h	0	
K4i	0	
K4j	0	Snapchat hat keine Profilseiten
K4k	0	
K4l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K4m	0	
K5	0	
K5a	0	
K5b	1	Hat eine Vermutung darüber, was alles gesammelt werden kann
K5c	0	
K5d	0	
K5e	1	Hat eine Vermutung darüber, wie lange die Daten gespeichert werden können
K5f	0	
K5g	0	
K5h	0	
K5i	1	Hat keine Vermutung darüber, ob die Daten weitergegeben werden dürfen
K5j	0	
K5k	0	
K5l	1	Hat keine eigenen Bedenken wegen den Daten
K5m	1	Wurde deutlich von mehreren Familienmitgliedern gewarnt
K5n	0	
K5o	0	
K5p	0	
K5q	1	Würde ihren Account löschen wenn ein Bestimmtes Ereignis eintritt -> Konto gehackt
K6	1	Kennt den Begriff, aber kann ihn nicht erklären

K6a	0	
K6b	0	
K7	0	Würde nichts im Ausland verändern
K7a	0	
K7b	0	

2. Interview: YW2

Kannst du dich kurz einmal vorstellen?

Geburtstag habe ich am 24.08.1992. Ich studiere geboren BWL an der Universität Hamburg.

Bist Du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?

Ja

Was war deine Intention Dich bei den Diensten anzumelden?

Weil jeder in meinem Umfeld das nutzt.

Wie regelmäßig nutzt Du diese Dienste? Welches ist Dir dabei am wichtigsten und was nutzt Du am häufigsten?

Ich nutze alle Dienste täglich, aber am häufigsten Instagram wegen der Filter für Bilder und Videos. Abends kommt noch Facebook vor dem schlafen gehen dazu.

Welche der Dienste könntest du sofort löschen?

Ich denke auf Snapchat könnte ich am ehesten verzichten.

Welches ist am wichtigsten?

Instagram.

Wie nutzt du die genannten Dienste? Nutzt Du Hashtags/Geotags?

Ich poste regelmäßig Bilder und ab und zu mal eine Story, dabei verwende ich natürlich immer Hashtags und Geotags.

Hast Du Einstellungen bezüglich Privatsphäre oder Werbeanzeigen?

Ja, natürlich hab ich die. Das keine „fremden User“ auf mein jeweiliges Profil können bzw. mir schreiben können, außer nach meiner Erlaubnis. Zudem hab ich das eingestellt, dass man mich bei Google nicht gleich mit meiner Instagram und Facebook – Seite findet.

Wenn man auf dein Profil gehen würde, was findet man über Dich heraus?

Wo ich derzeit wohne, wo ich arbeite oder gearbeitet habe, Schulabschluss und Studium, wie mein Geburtstag und Familienangehörigen und aktuellen Beziehungsstatus.

Wie alt warst du als du dich bei den Diensten angemeldet hast?

Facebook 13, Instagram und Snapchat 21

Hast du dir von den Diensten die Datennutzungsrichtlinien durchgelesen?

Nein, eigentlich nicht. Nur die von Instagram aber nur für eine Recherche im Praktikum nicht aus eigenen Interesse.

Weißt du welche Daten die jeweiligen Dienste von dir sammeln können?

Meine Daten, was ich alle gelikt habe und was mein Verlauf ist und sie das ja so dementsprechend einstellen können, was mir angezeigt werden soll.

Weißt du an wen sie deine Daten weitergeben dürfen?

Nicht wirklich, aber ich denke so MAD und NSA.

Wusstest du wie lange sie deine Daten behalten dürfen?

Ich glaube so bis zu 10 Jahre?

Haben Dich deine Eltern oder Verwandten gewarnt vor diesen Diensten?

Ja, haben sie als damals, dass mit den großen öffentlichen Facebook Partys auf kam und ich doch bitte so intelligent sein sollte diesen Button nicht zu drücken.

Kennst du den Begriff Big Data?

Ja. Ich denke das ist der Begriff dafür das Facebook meine Daten weiterverkaufen darf, um damit Geld zu machen.

Was müsste passieren das Du dein Verhalten änderst oder beziehungsweise deinen Account löscht?

Man müsste meinen Account hacken.

Würdest du dich in Ländern wie Amerika, weil der Datenschutz da anders gehandhabt wird, anders verhalten?

Ich glaube nicht wirklich oder zumindest bewuss

Kategorientabelle: YW2				
Zeile	Aussage	Paraphrasierung	Generalisierung	Kategorien
4-5	*Bist Du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?* Ja		Ist bei Facebook, Instagram und Snapchat registriert	K1, K2, K3, K4
7	Weil jeder in meinem Umfeld das nutzt.		Die Motivation zur Registrierung wurde von außen beeinflusst	K1a, K2a, K3a, K4a
10-11	Ich nutze alle Dienste täglich, aber am häufigsten Instagram wegen der Filter für Bilder und Videos.		Alle Diensten werden täglich benutzt Instagram am häufigsten, dann Facebook	K2e, K3e, K4e
11	Abends kommt noch Facebook vor dem schlafen gehen dazu.			
13	Ich denke auf Snapchat könnte ich am ehesten verzichten.		Snapchat ist am unwichtigsten	K1e
14-15	*Welches ist am wichtigsten?* Instagram		Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk	K1d
17-18	Ich poste regelmäßig Bilder und ab und zu mal eine Story, dabei verwende ich natürlich immer Hashtags und Geotags.		Die Netzwerke werden aktiv genutzt	K2g, K3g, K4g
19-20	*Hast Du Einstellungen bezüglich Privatsphäre oder Werbeanzeigen?* Ja, natürlich hab ich die		Es wurde Privatsphäre Einstellungen getätigt: - keine Ergebnisse über Google - Profile sind privat - Kontaktaufnahme müssen bestätigt werden	K2k, K3i
20-21	Das keine fremden User auf mein jeweiliges Profil können bzw. mir schreiben können, außer nach meiner Erlaubnis.			
21-23	Zudem hab ich das eingestellt, dass man mich bei Google nicht gleich mit meiner Instagram und Facebook – Seite findet.			
25-26	Wo ich derzeit wohne, wo ich arbeite oder gearbeitet habe, Schulabschluss und Studium, wie mein Geburtstag und Familienangehörigen und aktuellen Beziehungsstatus.		Profile enthalten personenbezogene Informationen	K2i, K3j
28	Facebook 13, Instagram und Snapchat 20		Bei der Registrierung bei Facebook war sie 13 und bei Instagram, sowie Snapchat 20	K2c, K3c, K4c
29-30	*Hast du dir von den Diensten die Datennutzungsrichtlinien durchgelesen?* Nein, eigentlich nicht.		Nur von Instagram wurden sich die Datenrichtlinien durchgelesen, aber nur im beruflichen Rahmen	K3l - aber nicht aus eigenem Interesse
30-31	Nur die von Instagram aber nur für eine Recherche in der Uni nicht aus eigenen Interesse.			
33-34	Meine Daten, was ich alle gelikt habe und was mein Verlauf ist und sie das ja		Hat eine Vermutung darüber was an Daten gesammelt werden darf	K5b

	so dementsprechend einstellen können, was mir angezeigt werden soll.			
36	Nicht wirklich, aber ich denke so MAD und NSA.		Hat eine Vermutung darüber an wen die Daten weitergegeben werden dürfen	K5h
38	Ich glaube so bis zu 10 Jahre?		Hat eine Vermutung darüber wie lange die Daten gespeichert werden dürfen	K5e
40-41	Ja, haben sie als damals, dass mit den großen öffentlichen Facebook Partys auf kam und ich doch bitte so intelligent sein sollte diesen Button nicht zu drücken.		Eltern haben vor Facebook gewarnt, aber nur im Bereich von öffentlichen Partys	K5n
42-43	*Kennst du den Begriff Big Data?* Ja.		Der Begriff „Big Data“ ist bekannt und es gibt eine Vermutung darüber wofür dieser Begriff steht Negativ behaftet	K6, K6b
43-44	Ich denke das ist der Begriff dafür das Facebook meine Daten weiterverkaufen darf, um damit Geld zu machen.			
47	Man müsste meinen Account hacken.		Damit das Verhalten bezüglich Posts verändert werden würde, müsste der Account gehackt werden	K5p
50	Ich glaube nicht wirklich oder zumindest bewusst.		Im Ausland würde sich das Verhalten nicht ändern außer es passiert unbewusst	

Ergebnisstabelle: Interview YW2		
Kategorie	Anzahl der Nennungen	Bemerkung
K1	1	Ist bei Facebook, Instagram und Snapchat registriert
K1a	1	Bei Facebook, Instagram und Snapchat kam die Motivation für die Registrierung durch äußere Einflüsse
K1b	0	
K1c	0	Keine Einwände der Eltern
K1d	1	Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk
K1e	1	Facebook eher unwichtiger, Snapchat ist am Umwichtigsten
K2	1	Ist bei Facebook registriert
K2a	1	Es wurde sich registriert, weil alle Facebook hatten -> Gruppenzwang
K2b	0	Keine Ablehnung
K2c	1	Alter: 13
K2d	0	
K2e	1	Mittlere Nutzungsrate: täglich
K2f	0	Niedrige Nutzungsrate: Facebook wird wöchentlich genutzt
K2g	1	Eher aktive Nutzung
K2h	0	
K2i	1	Mehrere Einstellungen wurden getätigt: Suchmaschinen deaktiviert, Profil privat
K2j	0	
K2k	1	Das Profil enthält personenbezogene Informationen, wie Geburtsdatum, Beruf, Schule usw.
K2l	0	
K2m	0	

K3	1	Ist bei Instagram registriert
K3a	1	Intention: Es wurde sich registriert, weil alle Instagram hatten -> Gruppenzwang
K3b	0	Keine Ablehnung
K3c	1	Alter: 20
K3d	0	
K3e	1	Mittlere Nutzungsrate: täglich
K3f	0	
K3g	1	Eher aktive Nutzung
K3h	0	
K3i	1	Mehrere Einstellungen wurden getätigt: Suchmaschinen deaktiviert, Profil privat
K3j	1	Das Profil enthält personenbezogene Informationen, wie Geburtsdatum, Beruf, Schule usw.
K3k	0	
K3l	1	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden durchgelesen, aber nicht aus eigenem Interesse
K3m	0	
K4	1	Ist bei Snapchat registriert
K4a	1	Intention: Es wurde sich registriert, weil alle Instagram hatten -> Gruppenzwang
K4b	0	Keine Ablehnung
K4c	1	Alter: 20
K4d	0	
K4e	1	Mittlere Nutzungsrate: täglich
K4f	0	
K4g	1	Eher aktive Nutzung
K4h	0	
K4i	0	
K4j	0	Snapchat hat keine Profilseiten
K4k	0	
K4l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K4m	0	
K5	0	
K5a	0	
K5b	1	Hat eine Vermutung darüber, was alles gesammelt werden kann -> Verlauf, „Gefällt mir“-Angaben
K5c	0	
K5d	0	
K5e	1	Hat eine Vermutung darüber, wie lange die Daten gespeichert werden können
K5f	0	
K5g	0	
K5h	1	Hat eine Vermutung darüber, ob die Daten weitergegeben werden dürfen -> NSA
K5i	0	
K5j	0	
K5k	0	
K5l	0	Hat keine eigenen Bedenken wegen den Daten
K5m	0	
K5n	1	Wurde teilweise gewarnt, aber nur im Bereich von Partys über Facebook
K5o	0	
K5p	1	Würde ihr Verhalten ändern löschen wenn ein Bestimmtes Ereignis eintritt -> Konto gehackt
K5q	0	
K6	1	Kennt den Begriff, aber hat nur eine Vermutung wofür er steht

K6a	0	
K6b	1	Ist negativ behaftet für die Teilnehmerin
K7	0	Das Verhalten würde sich wenn nur unbewusst verändern
K7a	0	
K7b	0	

3. Interview: YM1

Magst du dich einmal kurz vorstellen? Also Geburtsdatum und was du so machst derzeitig?

Ich bin YM1, ich bin 24 Jahre, also am 24.8.92 geboren und studiere im Moment BWL an der Universität Hamburg.

Bist du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?

Facebook ja, Instagram zwar auch, aber nicht mehr aktiv, das hat aber andere Gründe und Snapchat ja.

Was war deine Intention dich bei denen anzumelden?

Freunde. Freunde waren da, haben gesagt ist cool, meld dich mal an. Also ja.

Wie regelmäßig nutzt du die Dienste? Täglich? Stündlich?

Snapchat täglich, Instagram gar nicht mehr, Facebook einmal die Woche – allerhöchstens.

Welches ist dir am wichtigsten?

Snapchat.

Und nutzt du das auch am häufigsten?

Ja.

Wenn du sie nutzt, was machst du bei den Diensten? Bist aktiv selber oder eher passiv?

Facebook gar nicht aktiv, ich poste gar nichts mehr. Bin eigentlich passiv-aktiv im Endeffekt. Instagram, wie gesagt, null. Snapchat sowohl als auch. Also ich schreib mit Freunden, ich poste direkt an Freunde, ich guck mir das an.

Nimmst du auch an Stories teil?

Ja.

Was steht in deinen Profilen jeweils drin? Also wenn ich auf deine Profile gehen würde, was würde ich dich erfahren?

Wie alt ich bin, was ich Sport mag, was ich an Hobbies mag oder was ich auch mache an Hobbies.

Auch persönliche Daten, wie Geburtstag?

Geburtsdatum nein, E-Mail-Adresse nein, außer mein Alter, aber sonst findest du nichts Persönliches über mich. Doch, Hamburg vielleicht, allerhöchstens vielleicht woher ich komme, also Hamburg Deutschland. Keine Schule. Außer, ok, gut, das war Instagram. Facebook wiederum ist ein bisschen persönlicher und privater, also schon Schule, Alter,

aber auch nur Freunde bezogen. Bilder, einige Hobbies. Das kann man ja anhand der gelikten Seiten ablesen. Auf welchen Schulen ich war und wo ich gearbeitet habe.

Welche Einstellungen bezüglich deiner Privatsphäre und Werbeeinstellungen hast du getätigt? Gerne in die Dienste unterteilen.

Snapchat kann mich jeder finden. Instagram habe ich eingestellt, dass derjenige Follow anfragen muss. Bei Facebook ist ähnlich, da hab ich eigentlich nahtlos alles auf privat gestellt beziehungsweise auf Freunde.

Wie alt warst du ungefähr als du dich angemeldet hast?

Facebook gibt es schon echt lange, 16 würde Sinn ergeben. 8 Jahre? Also als es raus kam, hab ich mich angemeldet. Vor allem ich hab mich erstmal angemeldet und dann gar nicht genutzt. Instagram war ich vielleicht 20 und Snapchat keine Ahnung. 23 vielleicht oder jünger.

Hast du dir die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien durchgelesen?

Nein. Also nich aktiv, aber ich kriege es manchmal mit über Seiten, denen ich folge oder YouTubern.

Aber du hast angeklickt, dass du sie gelesen hast und auch akzeptierst?

Ja.

Weißt du was sie alles von dir sammeln können an Daten?

Alles. Also wirklich alles. Dass sie Cookies speichern, dass sie sich merken auf welchen Seiten man war auch außerhalb Facebook, GeoTracking betreiben könenn und teilweise, also ja.

Benutzt du auch selber GeoTags oder HashTags?

Nein. Aber ich weiß, dass sie es trotzdem erfassen können wo ich bin.

Weißt du an wen sie alles deine Daten weitergeben dürfen?

Explizit könnte ich es dir jetzt nicht nennen. Aber das dürfte eigentlich alles Mögliche sein. Also wirklich über Werbetreibende bis hin zu schieß mich tot. Jeder die Daten haben will, könnt sie haben, wenn sie genug Geld auf den Tisch legen.

Wie lange dürfen sie die Daten behalten? Also Snapchat wirbt ja damit, dass sie das nur 24 Stunden speichern.

Ach quatsch, die behalten sie länger. Aber ich weiß nicht wie lange genau.

Hast du Bedenken wegen deiner Daten?

Wenn du mich so fragst, kommt ein komisches Gefühl hoch. Ich glaub immer, aber wenn es danach geht, darf man heutzutage gar nichts nutzen. Dann darfst du auch kein Smartphone mehr haben, dann müsstest du ein altes Nokia 3310 haben und damit können sie selbst immer noch orten wo du bist, aber ja. Also ja.

Haben deine Eltern oder Freunde dich gewarnt?

Ja, haben sie. Pass darauf auf, pass auf deine Daten auf, pass auf was du hochlädst, pass auf was du machst in Videos und so weiter und sofort.

Kennst du den Begriff „Big Data“?

Ja.

Was weißt du darüber? Was löst der Begriff bei dir aus?

Was der Begriff im Endeffekt bei mir auslöst ist negativ. Also halt alle möglichen Daten sammeln, die es gibt. Irgendwie um Kohle zu machen.

Was müsste passieren damit du dein Nutzungsverhalten ändern würdest oder dein Account sogar löschen würdest?

Der Nutzen müsste nicht mehr vorhanden sein. Facebook hat halt immer weniger Nutzen für mich. Snapchat ist halt so nicht hammergeil für mich und das ist witzig, aber Facebook benutz ich wirklich nur noch für irgendwie mal gucken was die Leute machen im Umfeld oder, welche weggezogen sind, aber wenn ich den Gedankengang nicht mehr führen würde dann würde ich Facebook löschen.

Und im Hinblick auf deine Daten?

Wenn sie jetzt im schlimmsten Fall ein Foto von mir nehmen würden und an jemanden verkaufen können, der daraus morgen eine Werbekampagne machen könnten, dann auf jeden Fall ja.

Würdest du dein Verhalten im Ausland ändern? Wenn eine andere Grundlage für den Datenschutz vorliegt? Zum Beispiel in Amerika?

Nee, ich war ja auch schon in Amerika und hab nichts anders gemacht. Muss ich mich nochmal mit beschäftigen.

Kategorientabelle: YM1				
Zeile	Aussage	Paraphrasierung	Generalisierung	Kategorien
6-7	Facebook ja, Instagram zwar auch, aber nicht mehr aktiv, das hat aber andere Gründe und Snapchat ja.		Ist bei allen drei sozialen Netzwerken registriert	K1, K2, K3, K4
9	Freunde.		Freunde haben ihn dazu überredet	K1a, K2a, K3a, k4a
9	Freunde waren da, haben gesagt ist cool, meld dich mal an.			
11-12	Snapchat täglich, Instagram gar nicht mehr, Facebook einmal die Woche – allerhöchstens.		Snapchat hat eine hohe Nutzungsrate, Instagram und Facebook niedrige Nutzungsrate	K1e, K2f, K3f, K4d
13-14	*Welches ist dir am wichtigsten?* Snapchat.			K1d
19	Facebook gar nicht aktiv, ich poste gar nichts mehr.		Facebook wird passiv genutzt	K2h
20	Instagram, wie gesagt, null.		Instagram wird gar nicht genutzt, deswegen passiv	K3h
20	Snapchat sowohl als auch.		Snapchat wird eher aktiv genutzt für die Kommunikation	K4g
20-21	Also ich schreib mit Freunden, ich poste direkt an Freunde, ich guck mir das an.			
22-23	*Nimmst du auch an Stories teil?* Ja.		Stories werden erstellt	
26-27	Wie alt ich bin, was ich Sport mag, was ich an Hobbies mag oder was ich auch mache an Hobbies.	Im Profil steht das Alter, Sport und Hobbies	Bei Instagram sind im Profil keine personenbezogene Informationen: - Alter - Hobbies Bei Facebook enthält das Profil personenbezogene Informationen: - Geburtsdatum - Beruf - Schulen - Wohnort	K2i, K3j
29-30	Geburtsdatum nein, E-Mail-Adresse nein, außer mein Alter, aber sonst findest du nichts Persönliches über mich.	Geburtsdatum und E-Mail-Adresse sind nicht angegeben		
30-31	Doch, Hamburg vielleicht, allerhöchstens vielleicht woher ich komme, also Hamburg Deutschland.	Der Wohnort ist vielleicht angegeben		
31	Keine Schule.			
31-32	Außer, ok, gut, das war Instagram.			
32-33	Facebook wiederum ist ein bisschen persönlicher und privater, also schon Schule, Alter, aber auch nur Freunde bezogen	Bei Facebook steht noch mehr im Profil, Schule, Alter		
33	Bilder, einige Hobbies.			
33-34	Das kann man ja anhand der gelikten Seiten ablesen.			
34-35	Auf welchen Schulen ich war und wo ich gearbeitet habe.			
38	Snapchat kann mich jeder finden.		Snapchat keine Einstellungen	
38-39	Instagram habe ich eingestellt, dass derjenige Follow anfragen muss.		Instagram Profil ist privat	K3i

39-40	Bei Facebook ist ähnlich, da hab ich eigentlich nahtlos alles auf privat gestellt beziehungsweise auf Freunde.		Facebook Profil ist entweder privat oder nur für Freunde sichtbar	K2k
42	Facebook gibt es schon echt lange, 16 würde Sinn ergeben.		Alter bei der Registrierung bei Facebook war 16	K2c
44	Instagram war ich vielleicht 20 und Snapchat keine Ahnung.		Alter bei der Registrierung bei Instagram war ca. 20 und bei Snapchat ca. 23	K3c, K4c
44-45	23 vielleicht oder jünger.			
44-47	*Hast du dir die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien durchgelesen?* Nein.		Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen	
52	Alles.		Weiß welche Daten gespeichert werden dürfen	K2m, K3m, K4m, K5a
52	Also wirklich alles.			
52-54	Dass sie Cookies speichern, dass sie sich merken auf welchen Seiten man war auch außerhalb Facebook, GeoTracking betreiben könenn und teilweise, also ja.	Soziale Netzwerke können alle Arten von Daten erfassen, außerhalb und innerhalb der Netzwerke		
58	Explizit könnte ich es dir jetzt nicht nennen.		Weiß an wen die Daten weitergegeben werden können	K2m, K3m, K4m, K5g
58-59	Aber das dürfte eigentlich alles Mögliche sein.	Jeder könnte die Date bekommen		
59	Also wirklich über Werbetreibende bis hin zu schieß mich tot.	Beispielsweise Werbetreibende und jeder andere		
559-60	Jeder die Daten haben will, könnt sie haben, wenn sie genug Geld auf den Tisch legen.	Jeder kann an die Daten gelangen wenn sie bereit sind genug zu zahlen		
63	Ach quatsch, die behalten sie länger.	Snapchat speichert Daten länger als 24 Stunden	Weiß das sie längere Zeit gespeichert werden, aber nicht wie lange genau	K5e
63	Aber ich weiß nicht wie lange genau.			
64-65	*Hast du Bedenken wegen deiner Daten?* Wenn du mich so fragst, kommt ein komisches Gefühl hoch.		Ist der Ansicht das man es gar nicht verhindern kann, dass Daten gesammelt werden können Hat aber Bedenken	K5k
65-66	Ich glaub immer, aber wenn es danach geht, darf man heutzutage gar nichts nutzen.			
66-68	Dann darfst du auch kein Smartphone mehr haben, dann müsstest du ein altes Nokia 3310 haben und damit können sie selbst immer noch orten wo du bist, aber ja.			
69-70	*Haben deine Eltern oder Freunde dich gewarnt?* Ja, haben sie.		Eltern haben deutlich vor Gefahren gewarnt	K5m
70-71	Pass darauf auf, pass auf deine Daten auf, pass auf was du hochlädst, pass auf was du machst in Videos und so weiter und sofort.			
672-73	*Kennst du den Begriff „Big Data“?* Ja.		Kennt den Begriff „Big Data“	K6

75	Was der Begriff im Endeffekt bei mir auslöst ist negativ.		Negative Bewertung des Begriffes	K6b
75-76	Also halt alle möglichen Daten sammeln, die es gibt.			
76	Irgendwie um Kohle zu machen.			
85-87	Wenn sie jetzt im schlimmsten Fall ein Foto von mir nehmen würden und an jemanden verkaufen können, der daraus morgen eine Werbekampagne machen könnten, dann auf jeden Fall ja.		Würde sein Verhalten ändern oder sogar seinen Account löschen wenn seine Bilder genutzt werden würden	K5p, K5q
90	Nee, ich war ja auch schon in Amerika und hab nichts anders gemacht.		Hat in anderen Ländern bisher auch nichts anders gemacht und wird es in Zukunft auch nicht tun	
90-91	Muss ich mich nochmal mit beschäftigen.			

Ergebnisstabelle: Interview ZM1		
Kategorie	Anzahl der Nennungen	Bemerkung
K1	1	Ist bei Facebook, Instagram und Snapchat registriert
K1a	1	Bei allen Netzwerken wurde die Motivation zur Registrierung von außen beeinflusst
K1b	0	Keine Ablehnung
K1c	0	Keine Einwände der Eltern
K1d	1	Snapchat ist das wichtigste soziale Netzwerk
K1e	1	Instagram am unwichtigsten
K2	1	Ist bei Facebook registriert
K2a	1	Intention: Freunde haben ihn überredet -> Gruppenzwang
K2b	0	Kein Nutzen, da keine Freunde es nutzen und schlechte Bewertungen
K2c	1	Alter: ca. 16
K2d	0	
K2e	0	
K2f	1	Niedrige Nutzungsrate: wöchentlich
K2g	0	
K2h	1	Facebook wird eher passiv genutzt
K2i	0	
K2j	1	Profil enthält personenbezogene Informationen: Alter, Schule, Beruf
K2k	1	Profil wenn nur für Freunde sichtbar
K2l	0	
K2m	1	Kennt die Rechte von Facebook bezüglich der Arten der Daten und Weitergabe
K3	1	Ist bei Instagram registriert
K3a	1	Intention: Freunde haben ihn überredet -> Gruppenzwang
K3b	0	Keine Ablehnung
K3c	0	Alter: ca. 20
K3d	0	
K3e	0	
K3f	1	Niedrige Nutzungsrate: fast gar nicht mehr

K3g	0	
K3h	1	Instagram wird passiv bis fast gar nicht genutzt
K3i	1	Profil ist privat
K3j	0	
K3k	1	Profil enthält keine personenbezogene Informationen
K3l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K3m	1	Kennt die Rechte von Instagram bezüglich der Arten der Daten und Weitergabe
K4	1	Ist bei Snapchat registriert
K4a	1	Intention: Freunde haben ihn überredet -> Gruppen-zwang
K4b	0	Keine Ablehnung
K4c	0	Alter: ca. 23
K4d	1	Hohe Nutzungsrate: stündlich
K4e	0	
K4f	0	
K4g	1	Snapchat wird eher aktiv genutzt
K4h	0	
K4i	0	
K4j	0	Snapchat hat keine Profilseiten, aber es wird trotzdem ein anderer Nutzername als bei Instagram verwendet
K4k	0	
K4l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K4m	1	Kennt die Rechte von Snapchat bezüglich der Arten der Daten und Weitergabe
K5		
K5a	1	Weiß welche Daten gesammelt warden dürfen
K5b	0	
K5c	0	
K5d	0	
K5e	1	Weiß nicht wie lange die Daten gespeichert werden kön-nen
K5f	0	
K5g	1	Weiß an wen die Daten weitergegeben werden dürfen
K5h	0	
K5i	0	
K5j	0	
K5k	1	Hat eigenen Bedenken wegen den Daten
K5l	0	
K5m	1	Eltern haben deutlich gewarnt
K5n	0	
K5o	0	
K5p	1	Würde das Verhalten wenn ein bestimmtes Ereignis ein-trifft –> Nutzung der Bilder
K5q	1	
K6	1	Weiß was Big Data ist
K6a	0	
K6b	1	Negativ bewertet
K7	0	Würde sein Verhalten nicht ändern im Ausland
K7a	0	
K7b	0	

4. Interview: YM2

1 *Stell dich doch bitte kurz einmal vor. Wann bist du geboren, was machst du zurzeit?*

2 Ich bin YM2, bin im 17.05.1992 geboren, studiere Kuwi an der Leuphana.

Bist du Facebook, Instagram und Snapchat registriert?

Facebook und Instagram ja, Snapchat nein.

Was war deine Intention dich bei Facebook und Instagram anzumelden?

Bei Facebook damals, ja bei Facebook und Insta einfach weil es alle gemacht haben.

Warum hast du dich nicht bei Snapchat angemeldet?

Ja, weil ich das nicht interessant finde, weil das unnötig ist für mich.

Wie regelmäßig nutz du Facebook und Instagram?

Täglich. Ja, so stündlich mal draufschauen.

Was ist dir wichtiger davon? Instagram oder Facebook?

Facebook, weil ich es beruflich mit nutze.

Das nutzt du auch häufiger als Instagram?

Ja.

Wenn du sie nutzt, was machst du denn genau?

Instagram eher weniger aktiv, aber Facebook benutze ich wegen Veranstaltungen, weil ich nebenher für einen Club arbeite und dementsprechend Posts veröffentliche.

Erstellst du Stories?

Nee, oder Instagram?

Ja, Instagram.

Jaja.

Was steht in deinen Profilen über dich?

Bei Instagram gar nichts, das ist privat und es steht noch nicht mal meine Name, also nur halt der Benutzername, nicht mein vollständiger Name. Bei Facebook sieht man meinen Namen, Geburtsdatum und dann halt was ich beruflich gemacht habe.

Welche Einstellungen hast du bezüglich deiner Privatsphäre?

Also Instagram privat. Facebook finden mich alle. Beiträge, kommt drauf an was ich poste, wenn ich ne Veranstaltung teile dann öffentlich, privat poste ich eigentlich nie. Aber wenn, dann ist die Grundeinstellung bei mir Freunde, aber wenn es irgendwas anderes ist dann öffentlich.

Wie alt warst du als du dich angemeldet hast? Ungefähr?

15 bei Facebook und bei Instagram keine Ahnung.

Hast du die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien bei der Registrierung gelesen?

Überflogen, damit ich unten ein Haken setzen kann.

Aber du hast es überflogen weil du musstest, damit der Haken kommt?

Ja. Also überflogen heißt auch nur schnell runter gescrollt.

Weißt du was die sozialen Netzwerke alles von dir sammeln können?

Nee.

Weißt du wie lange sie die Daten speichern dürfen?

Behalten dürfen sie sie wahrscheinlich, steht wahrscheinlich in AGBs drin.

Weißt du an wen die Daten weitergegeben werden dürfen?

Weitergeben tun sie die auch. Jeder oder alles wird weitergegeben.

Hast du Bedenken?

Nee.

Haben dich deine Eltern damals bei der Registrierung gewarnt?

Ja, meine Eltern haben diese ganzen Social Media Sachen nicht und haben immer gesagt, dass ich mich nicht überall anmelden soll, aber mittlerweile, also das war früher.

Kennst du den Begriff „Big Data“?

Ja, also ich weiß nicht genau was es ist, aber es ist irgendwie ne riesen Datensammlung mit allmöglichen Sachen und das wird alles gesammelt.

Hast du eher negative Gedanken oder positive? Also ist das ne gute Sache mit einem guten Nutzen oder würdest du sagen es ist eher gefährlich?

Ich würd eher sagen, dass es gefährlich ist. Was bringen natürlich schon, aber nicht dem Nutzer, sondern nur den großen Unternehmen, die sich dann gegenseitig oder der Regierung auf Daten zugreifen.

Was müsste passieren, damit du dein Nutzungsverhalten ändern würdest oder sogar deinen Account löschst?

Instagram weiß ich gar nicht, könnte ich auch so löschen, dass nutze ich wie gesagt eher so zum stalken, scroll da einmal durch. Facebook könnte ich nicht löschen, da ich es beruflich zu viel nutze

Würdest du dich in Ländern wie Amerika, weil der Datenschutz da anders gehandhabt wird, anders verhalten?

Nee

Kategorientabelle: YM2				
Zeile	Aussage	Paraphrasierung	Generalisierung	Kategorien
3	Facebook und Instagram ja, Snapchat nein.		Ist bei Facebook und Instagram registriert, bei Snapchat nicht	K1, K2, K3
6	Bei Facebook damals, ja bei Facebook und Insta einfach weil es alle gemacht haben.	Alle waren bei Facebook und Instagram registrieret	Motivation zur Registrierung kam durch äußere Einflüsse zustande	K1a - Gruppenzwang
7-8	*Warum hast du dich nicht bei Snapchat angemeldet?* Ja, weil ich das nicht interessant finde, weil das unnötig ist für mich.		Snapchat war uninteressant und unnötig	K4b
10	Täglich. Ja, so stündlich mal draufschauen.	Instagram und Facebook werden stündlich genutzt	Hohe Nutzungsrate	K2d, K3d
12	Facebook, weil ich es beruflich mit nutze.		Facebook ist am wichtigsten, weil es auch beruflich genutzt wird	K1d - Beruf
16-17	Instagram eher weniger aktiv, aber Facebook benutze ich wegen Veranstaltungen, weil ich nebenher für einen Club arbeite und dementsprechend Posts veröffentliche.		Instagram eher passiv Facebook aktiver, aber nur wegen der Arbeit	K2g - Beruf K3h
18-19	*Erstellst du Stories?* Nee, oder Instagram?	Bei Facebook werden keine Stories erstellt	Bei Instagram werden Stories erstellt	
20-21	*Ja, Instagram.* Jaja	Bei Instagram werden Stories erstellt		
23-24	Bei Instagram gar nichts, das ist privat und es steht noch nicht mal meine Name, also nur halt der Benutzername, nicht mein vollständiger Name.	Im Profil bei Instagram steht nichts und ist auch privat. Nur der Benutzername ist sichtbar	Profil ist bei Instagram privat Nur der Benutzername ist bei Instagram im Profil zusehen	K3i, K2i, K3i
24-25	Bei Facebook sieht man meinen Namen, Geburtsdatum auch und dann halt was ich beruflich gemacht habe.		Profil bei Facebook enthält personenbezogene Daten	K2i
27	Also Instagram privat.		Instagram ist privat	K3i
27	Facebook finden mich alle.		Kann von allen gefunden werden, private Posts sind nur für Freunde sichtbar Berufliche Beiträge sind öffentlich	K2k
27-28	Beiträge, kommt drauf an was ich poste, wenn ich ne Veranstaltung teile dann öffentlich, privat poste ich eigentlich nie.	Wird beruflich etwas gepostet, dann passiert das öffentlich Privat wird selten gepostet		
29-30	Aber wenn, dann ist die Grundeinstellung bei mir Freunde, aber wenn es irgendwas anderes ist dann öffentlich.	Privat Posts können nur von Freunden gesehen werden		
32	15 bei Facebook und bei Instagram keine Ahnung.		Alter bei der Registrierung bei Facebook: 15	K2c
34	Überflogen, damit ich unten ein Haken setzen kann.		Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden überflogen, damit der Haken gesetzt werden konnte	
36	Ja. Also überflogen heißt auch nur schnell runter gescrollt.			

37-38	*Weißt du was die sozialen Netzwerke alles von dir sammeln können?* Nee.		Weiß nicht welche Art von Daten gesammelt werden dürfen	K5c
40	Behalten dürfen sie sie wahrscheinlich, steht wahrscheinlich in AGBs drin.		Weiß das die Daten gespeichert werden, aber nicht wie lange	K5f
42	Weitergeben tun sie die auch.	Soziale Netzwerke geben Daten weiter	Weiß das Daten weitergegeben werde, aber nicht an wen	K5i
41	Jeder oder alles wird weitergegeben.	Alle Daten und Personen werden weitergegeben		
43-44	*Hast du Bedenken?* Nee.		Keine eigene Bedenken	K5l
46-47	Ja, meine Eltern haben diese ganzen Social Media Sachen nicht und die haben immer gesagt, dass ich mich nicht überall anmelden soll, aber mittlerweile, also das war früher.		Eltern haben teilweise gewarnt, aber das hat sich verflüchtigt	K5n
49-50	Ja, also ich weiß nicht genau was es ist, aber es ist irgendwie ne riesen Datensammlung mit allmöglichen Sachen von wo man sich anmeldet und das wird alles gesammelt.		Kann ungefähr beschreiben was Big Data bedeutet	K6
54	Ich würd eher sagen, dass es gefährlich ist.		Negative Bewertung	K6b
54-56	Was bringen natürlich schon, aber nicht dem Nutzer, sondern nur den großen Unternehmen, die sich dann gegenseitig oder der Regierung auf Daten zugreifen.		Positive Bewertung Nutzen für Unternehmen und Regierung	K6a
59-60	Instagram weiß ich gar nicht, könnte ich auch so löschen, dass nutze ich wie gesagt eher so zum stalken, scroll da einmal durch.		Instagram könnte er auch so löschen	
60-61	Facebook könnte ich nicht löschen, da ich es beruflich zu viel nutze		Facebook könnte nicht gelöscht werden, unabhängig davon ob was passiert oder nicht	
61-63	*Würdest du dich in Ländern wie Amerika, weil der Datenschutz da anders gehandhabt wird, anders verhalten?* Nee.		Würde sich in anderen Ländern nicht anders verhalten	

Ergebnisstabelle: Interview ZM2		
Kategorie	Anzahl der Nennungen	Bemerkung
K1	1	Ist bei Instagram und Facebook registriert
K1a	1	Wurde durch äußere Einflüsse motiviert -> Gruppen-zwang
K1b	0	
K1c	0	Keine Einwände der Eltern
K1d	1	Facebook ist das wichtigste soziale Netzwerk -> Beruf
K1e	0	Wegen K1d: Instagram eher unwichtiger
K2	1	Ist bei Facebook registriert
K2a	1	Intention: Jeder hatte es
K2b	0	
K2c	1	Alter: 15
K2d	1	Hohe Nutzungsrate
K2e	0	
K2f	0	
K2g	1	Eher aktive Nutzung -> Beruf
K2h	0	
K2i	1	Profil enthält personenbezogene Information
K2j	0	
K2k	1	Private Beiträge könne nur von Freunden gesehen werden
K2l	0	
K2m	0	
K3	1	Ist bei Instagram registriert
K3a	1	Intention: Jeder hatte es
K3b	0	Keine Ablehnung
K3c	0	Alter: weiß er nicht
K3d	1	Hohe Nutzungsrate
K3e	0	
K3f	0	
K3g	0	
K3h	1	Die Nutzung ist eher passiv
K3i	1	Profil ist privat
K3j	0	
K3k	1	Profil enthält keine personenbezogene Informationen
K3l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K3m		
K4	0	Ist nicht bei Snapchat registriert
K4a	0	
K4b	1	Uninteressant und unnötig
K4c	0	
K4d	0	
K4e	0	
K4f	0	
K4g	0	
K4h	0	
K4i	0	
K4j	0	
K4k	0	
K4l	0	
K4m	0	
K5	0	
K5a	0	
K5b	0	
K5c	1	Weiß nicht welche Daten gespeichert werden dürfen
K5d	0	

K5e	0	
K5f	1	Weiß das die Daten gespeichert werden dürfen, aber nicht für wie lange
K5g	0	
K5h	0	
K5i	1	Weiß das Daten weitergegeben werden dürfen, aber nicht an wen
K5j	0	
K5k	0	
K5l	1	Hat keine eigenen Bedenken wegen den Daten
K5m	0	
K5n	1	Eltern warnten teilweise
K5o	0	
K5p	0	
K5q	0	
K6	1	Weiß was Big Data ist
K6a	1	Unternehmen haben einen Nutzen
K6b	1	Gefährlich für Nutzer
K7	0	Würde sich im Ausland nicht anders verhalten
K7a	0	
K7b	0	

5. Interview: ZW1

Magst du dich kurz einmal vorstellen? Dein Geburtsdatum, welche Schule besuchst du?

Ich bin ZW1, ich hab ein Realschulabschluss und bin geboren am 16. September 2000.

Bist du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?

Ja.

Wie regelmäßig nutzt du die Dienste?

Snapchat, es geht. Also so mittelmäßig. Instagram mehr und Facebook geht eigentlich auch. Ich muss sagen, dass ich Facebook hauptsächlich nutze für die Seite von meinem Pferd. Das ist so der Hauptgrund weswegen ich Facebook habe, aber Instagram, würde ich sagen, ist glaube ich mehr.

Welches ist dir am wichtigsten?

Insta.

Was war deine Intention, also Beweggrund, dich bei den Diensten anzumelden?

Bei Insta oder bei allen?

Beil allen. Waren die ähnlich oder gab es unterschiedliche Beweggründe?

Also Facebook hatte ich ja als erstes und das hatte ich wegen einer Freundin, die weiter weg war. Und dann hatte ich meine Eltern überredet gehabt und dann ging das irgendwie eine ganze Zeit, dass ich es nicht durfte und mit 12 durfte ich es dann und hatte dann halt mit meiner Freundin Kontakt, weil sie halt weiter weg war. Dann war Facebook eigentlich nur wegen meinem Pferd. Hauptsächlich die Seite. Und Insta hatte ich, der erste Grund war eigentlich nur wegen den ganzen Filtern, um die Bilder zu bearbeiten. Das war eigentlich der Hauptgrund gewesen. Und jetzt ist mittlerweile auch mein privater

Account plus den für mein Pferd und irgendwie für meine anderen Tiere. Snapchat hat meine Freundin mir auf einmal gemacht, weil sie meinte das musst du unbedingt haben. Und seitdem hab ich Snapchat. Und ich hab es denn auch nicht mehr gelöscht, weil irgendwie fand ich denn auch wiederum gut.

Wofür nutzt du die drei Dienste? Also nutzt du sie alle gleich, um Posts zu erstellen oder hast du manche nur um mit Freunden im Kontakt zu bleiben?

Also nö, also posten mach ich auch, also irgendwie beides.

Also auch bei Snapchat machst du gerne auch mal Videos?

Ja.

Nutzt du auch die Zusatzfunktionen, wie beispielsweise „unsere Story“ oder „meine Story“?

Ja, dass mach ich auch.

Auch bei Instagram?

Ja.

Was steht so in deinem Profil? Also wenn wir jetzt auf Facebook, Instagram oder Snapchat gehen, was würden wir über dich erfahren?

Bei Insta steht in der Beschreibung mein Alter….was steht denn da noch drin? Doch ich weiß, die Facebookseite von meinem Pferd steht noch drin und ein Emoji für meine Beziehung und meine drei besten Mädels hab ich da drin. Ja, doch, die hab ich drin und noch ein Ring ist dahinter. Ich glaub, das ist alles.

Aber keine Adresse oder bei Instagram deine Handynummer?

Nö.

Hast du Einstellungen bezüglich Privatsphäre oder Werbeanzeigen bei den dreien getätigt? Beispielsweise Instagram öffentlich oder privat?

Instagram hatte ich anfangs öffentlich, hab ich aber wegen meines Exfreund auf privat gemacht. Weil ich wollte das er nichts mehr sieht und deswegen hab ich es jetzt auch auf privat gelassen. Ja und bei Facebook können das auch nicht alle sehen.

Aber Snapchat ist komplett öffentlich? Alle können dich finden?

Genau.

Wie alt warst du als du dich angemeldet hast bei den dreien?

Facebook musste ich 12 gewesen sein, Snapchat war letztes Jahr irgendwann und Insta so 12, 13.

Hast du dir von einem oder mehreren der Dienste die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen? Also das was man anklickt wenn man sich registriert.

Ich glaub bei Facebook ja, weil mein Papa drauf bestanden hatte, aber Insta nicht wirklich und bei Snapchat, das hat meine Freundin irgendwie alle gemacht. Da hab ich überhaupt nichts geguckt. Doch, bei Insta hab ich es überflogen, glaub ich. Und Facebook habe ich mit meinem Papa gemacht.

Weißt du was die Dienste alles von dir sammeln können?

Joa, also ich weiß, dass meine Bilder auf Google auftauchen, wenn man mich sucht. Aber das habe ich ausgestellt. Aber bestimmt meine Adressdaten und Handynummer theoretisch auch. Doch, ich würd sagen, dass ich es schon irgendwie weiß, ja.

Weißt du an wen sie deine Daten weitergeben dürfen?

Nö, das nicht.

Was würdest du vermuten?

Nee, nicht so wirklich. Vorstellungen habe ich darunter auch nicht so richtig.

Und ob sie ganzen Daten behalten oder wie bei Snapchat nach 24 Stunden löschen?

Glaubst du sie sind länger als 24 bei Snapchat gespeichert?

Man sieht sie nach 24 Stunden nicht mehr, aber ich denke schon, dass die noch irgendwo sind, könnte ich mir vorstellen.

Hast du Bedenken wegen deiner Daten?

Nee, aber dafür bin ich glaube ich zu kritisch, hab ja meine Handynummer kaum angeben oder meine E-Mail-Adresse und deswegen, ich gehe da schon relativ vorsichtig mit um.

Haben dich deine Eltern, Verwandte oder Freunde gewarnt?

Also meine Eltern schon bei Facebook. Also mein Papa hat sich auch Facebook gemacht, damit er da ein bisschen gucken kann. Aber mittlerweile ist das meinen Eltern sehr egal. Mama hält sich aus allen raus und Papa macht so ein bisschen mit.

Kennst du den Begriff „Big Data“?

Nö. Ist mir neu.

Was müsste passieren damit dein Verhalte bezüglich Posts veränderst ggf. sogar dein Account löschst? Also ab wann würdest du sagen, ich poste hier nichts mehr? Oder das wird mir zu unsicher?

Instagram wäre ich, glaube ich, der Punkt wenn meiner besten Freundin wenn das gehackt wird. Da ich sage, ok, ich lösch das jetzt und würde mir erst überlegen, ob ich es mir neu machen würde. Bei Facebook weiß ich so nicht, nein. Und bei Snapchat, aber ok bei Facebook könnte man auch gehackt werden.

Also wenn dein Konto gehackt werden würde oder bei deinen Freunden, würdest du aufhören?

Ja, oder erst nach einer gewissen Zeit mich erst wieder anmelden.

Letzte Frage, würdest du dich in Ländern, in den der Datenschutz nicht so eng gefasst ist, also wir leben ja in der Europäischen Union und haben dadurch einen Datenschutz und beispielsweise Amerika hat nicht so eng gefasst, anders verhalten? Also in beispielweise Amerika? Würdest du Verhalten verändern?

Das wüsste ich eigentlich gar nicht, weil ich flieg ja eigentlich nicht mal, aber ich weiß nicht, ich glaube eventuell, aber ich glaube schon, dass ich es ändern würde. Also was anders machen würde, als hier

Kategorientabelle: ZW1				
Zeile	Aussage	Paraphrasierung	Generalisierung	Kategorien
5	Ja.		Ist bei Facebook, Instagram und Snapchat registriert	K1, K2, K3, K4
7	Snapchat, es geht. Also so mittelmäßig.	Snapchat wird von mir mittelmäßig genutzt	Snapchat wird mittelmäßig genutzt	K4e
7-8	Instagram mehr und Facebook geht eigentlich auch.	Instagram und Facebook werden mehr benutzt als Snapchat	Instagram und Facebook starke Nutzung	K2d, K3d
12	Insta.		Instagram ist am wichtigsten	K1d
16-17	Also Facebook hatte ich ja als erstes und das hatte ich wegen einer Freundin, die weiter weg war.		Facebook	K1a
17-19	Und dann hatte ich meine Eltern überredet gehabt und dann ging das irgendwie eine ganze Zeit, dass ich es nicht durfte und mit 12 durfte ich es dann und hatte dann halt mit meiner Freundin Kontakt, weil sie halt weiter weg war	Eltern haben es erst verboten, aber dann mit 12 erlaubt. Dann wurde der Kontakt mit der Freundin über Facebook wiederaufgebaut	Erst Verboten, dann Erlaubnis mit 12 Kontakt mit entfernt lebender Freundin	K1c, K2a, K2c
20-22	Und Insta hatte ich, der erste Grund war eigentlich nur wegen den ganzen Filtern, um die Bilder zu bearbeiten.	Instagram wurde als erstes nur runtergeladen, um die Bildbearbeitungsfunktionen zu nutzen	Hauptgrund waren die Bildbearbeitungsfunktionen	K1b, K3a
24	Snapchat hat meine Freundin mir auf einmal gemacht, weil sie meinte das musst du unbedingt haben.	Snapchat wurde von einer Freundin installiert	Snapchat wurde nicht selber registriert	K1a, K4a
29	Also nö, also posten mach ich auch, also irgendwie beides.	Sowohl aktive als auch passive Nutzung	Keine Festlegung, ob passiv oder aktiv	
30-31	*Also auch bei Snapchat machst du gerne auch mal Videos?* Ja.	Es werden Videos über Snapchat versendet	Snapchat wird aktiv genutzt	K4g
32-34	*Nutzt du auch die Zusatzfunktionen, wie beispielsweise „unsere Story“ oder „meine Story“?* Ja, dass mach ich auch.	Es werden Stories bei Snapchat genutzt		
35-36	*Auch bei Instagram?* Ja.	Bei Instagram wird auch Stories teilgenommen und Fotos geteilt	Instagram wird aktiv genutzt	K3g
39	Bei Insta steht in der Beschreibung mein Alter	Das Alter steht im Profil bei Instagram	Altersangabe bei Instagram	K3k
39-41	Doch ich weiß, die Facebookseite von meinem Pferd steht noch	Im Profil steht zudem der Freund, sowie die	Angaben über Haustiere, Freunde und Beziehung	

	drin und ein Emoji für meine Beziehung und meine drei besten Mädels hab ich da drin	drei besten Freundinnen und der Link zur Facebookseite des Pferdes		
43-44	*Aber keine Adresse oder bei Instagram deine Handynummer?* Nö.		Keine personenbezogene Informationen bei Instagram	
47-48	Instagram hatte ich anfangs öffentlich, hab ich aber wegen meines Exfreund auf privat gemacht.		Instagram war anfangs öffentlich, dann aber privat Auslöser war der Exfreund	K3j
48-49	Weil ich wollte das er nichts mehr sieht und deswegen hab ich es jetzt auch auf privat gelassen.			
49	Ja und bei Facebook können das auch nicht alle sehen.		Facebook Profil können nicht alle sehen	K2k
50-51	*Aber Snapchat ist komplett öffentlich? Alle können dich finden?* Genau.		Snapchat hat keine Privatsphäre Einschränkungen	
53-54	Facebook musste ich 12 gewesen sein, Snapchat war letztes Jahr irgendwann und Insta so 12, 13.		Facebook mit 12 Jahren, Snapchat mit 15 Jahren und Instagram mit 12 oder 13 Jahren	K2c, K3c, K4c
57-58	Ich glaub bei Facebook ja, weil mein Papa drauf bestanden hatte, aber Insta nicht wirklich und bei Snapchat, das hat meine Freundin irgendwie alle gemacht.	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden durchgelesen, weil der Vater es vorgab. Snapchat wurde von einer Freundin installiert.	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nur bei Facebook durchgelesen, bei Instagram teilweise und bei Snapchat gar nicht. Facebook wurde sich nur durchgelesen, weil der Vater es vorgab	K5 K2l - nur von Facebook wurden Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen - Instagram nur überflogen - bei Snapchat wurde von einer anderen Person zu den Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien zu gestimmt
58-59	Da hab ich überhaupt nichts geguckt.	Snapchat wurde sich genauer angesehen		
59	Doch, bei Insta hab ich es überflogen, glaub ich	Bei Instagram wurden Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien überflogen		
59-60	Und Facebook habe ich mit meinem Papa gemacht.	Die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden gemeinsam mit dem Vater durchgearbeitet		

				K1c - der Vater hat das vorgegeben
62	Joa, also ich weiß, dass meine Bilder auf Google auftauchen, wenn man mich sucht.		Bilder können bei Google auftauchen über die sozialen Netzwerke. Diese Einstellung wurde aber deaktiviert. Soziale Netzwerke sammeln Adressdaten und Handynummer. Behauptet, dass sie über die Sammlung von Daten, Bescheid weiß.	K2m, K3m, K4m, K5b - weiß eingeschränkt darüber Bescheid welche Daten gesammelt werden können K2k - Bildanzeige bei Google wurde deaktiviert Eigene Einschätzung über das Wissen hoch
63	Aber das habe ich ausgestellt.			
63-64	Aber bestimmt meine Adressdaten und Handynummer theoretisch auch.	Adressdaten und Handynummer werden gesammelt		
64	Doch, ich würd sagen, dass ich es schon irgendwie weiß, ja.			
65-66	*Weißt du an wen sie deine Daten weitergeben dürfen?* Nö, das nicht.		Kein Wissen oder Vermutungen darüber an wen die Daten weitergereicht werden können	K5i
67-68	*Was würdest du vermuten?* Nee, nicht so wirklich. Vorstellungen habe ich darunter auch nicht so richtig.			
71-72	Man sieht sie nach 24 Stunden nicht mehr, aber ich denke schon, dass die noch irgendwo sind, könnte ich mir vorstellen.	Snaps sind nur 24 Stunden sichtbar, aber es wird vermutet, dass sie noch länger gespeichert werden		K4m, K5e
73-76	Nee, aber dafür bin ich glaube ich zu kritisch, hab ja meine Handynummer kaum angeben oder meine E-Mail-Adresse und deswegen, ich gehe da schon relativ vorsichtig mit um.	Hat keine Bedenken wegen der Daten. Schätzt sich selber so ein, dass sie vorsichtig und kritisch damit umgeht	Keine Bedenken, aber vorsichtiger Umgang mit der Veröffentlichung der Daten	K5l - Bedenken zwar nicht, aber Daten werden ausgewählt, welche hochgeladen werden
78	Also meine Eltern schon bei Facebook.	Eltern haben vor Facebook gewarnt	Die Eltern haben gewarnt, insbesondere der Vater. Die	K5m

78-79	Also mein Papa hat sich auch Facebook gemacht, damit er da ein bisschen gucken kann.		Ängste verschwanden aber mit der Zeit.	
79-80	Aber mittlerweile ist das meinen Eltern sehr egal.			
80	Mama hält sich aus allen raus und Papa macht so ein bisschen mit.			
81-82	*Kennst du den Begriff „Big Data"?* Nö. Ist mir neu.		Big Data ist unbekannt	
86-87	Instagram wäre ich, glaube ich, der Punkt wenn meiner besten Freundin wenn das gehackt wird.		Der Account würde gelöscht werden, wenn das Konto einer Freundin gehackt werden würde Überlegung, ob ein neuer Account erstellt werden würde	K5q - das Hacken von Konten ist ein Grund für eine Löschung - es würde aber ein neues erstellt werden
87-88	Da ich sage, ok, ich lösch das jetzt und würde mir erst überlegen, ob ich es mir neu machen würde.			
88-89	Und bei Snapchat, aber ok bei Facebook könnte man auch gehackt werden.			
97-98	Das wüsste ich eigentlich gar nicht, weil ich flieg ja eigentlich nicht mal, aber ich weiß nicht, ich glaube eventuell, aber ich glaube schon, dass ich es ändern würde.		Würde das Verhalten in einem anderen Land ändern	K7a - würde was ändern
98-99	Also was anders machen würde, als hier.			

Ergebnisstabelle: Interview ZW1		
Kategorie	Anzahl der Nennungen	Bemerkung
K1	1	Ist bei allen drei Netzwerken registriert
K1a	2	Bei zwei von drei Netzwerken kam die Motivation durch äußere Einflüsse
K1b	1	Bei einem von drei Netzwerken wurde sich aus der eigenen Motivation heraus registriert
K1c	2	Eltern hatten Einwände (ab 12, Nutzungsbedingungen lesen)
K1d	1	Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk
K1e	0	Wegen K1d: Facebook und Snapchat eher unwichtiger
K2	1	Ist bei Facebook registriert
K2a	1	Intention: Kontaktaufnahme mit einer Freundin die weiter weg lebt
K2b		Keine Ablehnung
K2c	2	Alter: 12
K2d	1	Hohe Nutzungsrate

K2e	0	
K2f	0	
K2g	0	Es konnte nicht festgestellt werden, ob die Nutzung passiv oder aktiv ist
K2h	0	
K2i	0	
K2j	0	
K2k	2	Facebook Profil kann nicht von jedem eingesehen werden, Deaktivierung der Bilder bei Google
K2l	1	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden durchgelesen, aber nur weil der Vater es wollte
K2m	1	Bilder tauchen bei Google auf, Adressdaten und Handynummern werden gesammelt
K3	1	Ist bei Instagram registriert
K3a	1	Intention: Nutzung der Bildbearbeitungsfunktion
K3b	0	Keine Ablehnung
K3c	1	Alter: 12 oder 13
K3d	1	Hohe Nutzungsrate
K3e	0	
K3f	0	
K3g	1	Die Nutzung ist aktiv, da Fotos veröffentlicht werden und an Stories teilgenommen wird
K3h	0	
K3i	1	Profil ist privat
K3j	0	
K3k	1	Profile weisen keine personenbezogene Informationen auf
K3l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K3m	1	Bilder tauchen bei Google auf, Adressdaten und Handynummern werden gesammelt
K4	1	Ist bei Snapchat registriert
K4a	1	Intention: Wurde von einer Freundin installiert
K4b	0	Keine Ablehnung
K4c	1	Alter: ca. 15
K4d	0	
K4e	1	Nach eigener Angabe eher mittelmäßig genutzt
K4f	0	
K4g	1	Snapchat wird aktiv genutzt, da Snaps verschickt warden und an Stories teilgenommen wird
K4h	0	
K4i	0	Keine Einstellungen bezüglich der Privatsphäre
K4j	0	Snapchat hat keine Profilseiten
K4k	0	
K4l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K4m	2	Bilder können gesammelt werden und länger als 24 Stunden
K5	1	Nur von Facebook wurden die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien durchgelesen
K5a	0	
K5b	1	Wusste teilweise darüber Bescheid welche Daten gesammelt werden dürfen (Adressdaten, E-Mail-Adresse, Bilder)
K5c	0	
K5d	0	
K5e	1	Weiß ungefähr wie lange die Daten von Snapchat gespeichert werden dürfen, mehr nicht
K5f	0	
K5g	0	

K5h	0	
K5i	1	Weiß nicht an wen die Daten weitergegeben dürfen
K5j	0	
K5k	0	
K5l	1	Hat keine eigenen Bedenken wegen den Daten
K5m	1	Wurde von den Eltern stark gewarnt und beobachtet
K5n	0	
K5o	0	
K5p	0	
K5q	1	Würde ihren Account löschen, wenn ein Konto gehackt werden würde, aber sich auch wieder anmelden
K6	0	Weiß nicht was Big Data ist
K6a	0	
K6b	0	
K7	0	
K7a	1	Würde ihr Verhalten im Ausland ändern
K7b	0	

6. Interview: ZW2

Kannst du dich einmal kurz vorstellen?

Mein Name ist ZW2, ich wurde am 10.8.2001 geboren und ich komme jetzt in die 10. Klasse eines Gymnasiums.

Bist du bei Facebook, Snapchat und Instagram registriert?

Ich habe Instagram und Snapchat.

Warum bist du nicht bei Facebook angemeldet?

Weil meine Eltern das nicht möchten, weil man da so viele Daten preisgeben muss.

Warum hast dich bei Instagram und Snpachat registriert?

Also bei Instagram war halt so, weil ich da Bilder sehen kann von Künstlern und so und um über meine Lieblingsband informiert zu werden, weil ich ja kein Facebook hab.

Snapchat?

Weil mich meine Freunde dazu überredet haben.

Wie häufig nutzt du Instagram und Snachat?

Instagram benutze ich schon recht oft. Ja, so täglich. Wenn ich Langeweile habe auch öfters. Und Snapchat eher seltener, weil ich nicht so viel Speicher auf dem Handy hab.

Was ist dir wichtiger?

Instagram.

Wenn du bei Snapchat und Instagram unterwegs bist, was machst du da? Bist eher aktive und postest oder passiv?

Also bei Snapchat mach ich das halt viel, um mit Freunden halt Snaps hin und her zu schicken. Also bin da schon recht aktiv, wenn ich da drauf bin. Und bei Instagram, da like ich überwiegend Bilder von anderen oder gucke mir sie an. Selbst posten tue ich recht selten was, wenn was Besonderes halt.

Hast du bestimmte Privatsphäre Einstellungen?

Also mein Instagram Profil ist öffentlich, weil wenn sich jemand meine Bilder antun möchte dann soll er es ja gerne machen. Und ich versuche halt möglichst wenig Bilder mit meinem Gesicht oder so hochzustellen.

Was steht über dich in deinen Profilen?

Bei würde man halt rausfinden, halt meinen Namen, also meinen Spitznamen und dann halt so paar Fakten über mich. Diese Typischen 10 Fakten über mich stehen da und das ich halt dann Fan von so, keine Ahnung, Spielen oder bestimmter Musik.

Wie alt warst du bei der Registrierung?

14, 13?

Hast du dir die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien durchgelesen?

Eigentlich nicht.

Weißt du welche Daten Instagram und Snapchat von dir sammeln dürfen?

In etwa.

Was denn?

Name sehen sie ja und halt E-Mail-Adresse musst du ja angeben, wenn du dich anmelden willst.

Weißt du ob sie die Daten weitergeben dürfen und wenn ja, an wen?

Nein.

Weißt du wie lange sie die Daten speichern dürfen?

Also ich würde jetzt so sagen, weil ich ein gutgläubiger Mensch bin, bis ich meinen Account lösche, aber das kann ich mir nicht so richtig vorstellen.

Hast du Bedenken wegen deiner Daten?

Manchmal ja, wie gesagt, deswegen poste ich ja auch selten Bilder, wo mein Gesicht drauf ist und wenn halt, wo ich irgendwie kostümiert bin oder es nicht so genau sieht.

Haben deine Eltern Bedenken oder dich mal gewarnt?

Nö. Meine große Schwester hatte schon Facebook.

Kennst du den Begriff „Big Data“?

Nee.

Was müsste passieren, damit du dein Nutzungsverhalten ändern würdest oder sogar deinen Account löschst?

Also bei mir oder Bekannten von mir, keine Ahnung, wenn was passiert was die nicht wollten. Oder, ich weiß es ehrlich gesagt nicht. Bei dem, was ich benutze kann man ja recht steuern was man hochstellt. Schwer zu sagen.

Würdest du dich in Ländern wie Amerika, weil der Datenschutz da anders gehandhabt wird, anders verhalten?

Ich glaube da würde ich mich vorher informieren bevor ich mir irgendwas hole beziehungsweise wo anmelde.

Kategorientabelle: ZW2				
Zeile	Aussage	Paraphrasierung	Generalisierung	Kategorien
5	Ich habe Instagram und Snapchat.		Ist bei Instagram und Snapchat registriert	K1, K3, K4
7	Weil meine Eltern das nicht möchten, weil man da so viele Daten preisgeben muss.	Eltern haben Facebook verboten, da sie der Meinung sind, dass zu viele Daten angegeben werden müssen	Eltern haben die Anmeldung bei Facebook verboten, da zu viele Daten angegeben werden müssen	K1c, K2b
9-10	Also bei Instagram war halt so, weil ich da Bilder sehen kann von Künstlern und so und um über meine Lieblingsband informiert zu werden, weil ich ja kein Facebook hab.		Anmeldung bei Instagram um über Bands und Künstler informiert zu sein Ersatz zu Facebook	K1b, K3a
11-12	*Snapchat?* Weil mich meine Freunde dazu überredet haben		Bei Snapchat hat sie sich registriert, weil Freunde sie überredet haben	K1a, K4a
14	Instagram benutze ich schon recht oft.		Instagram wird mindestens täglich benutzt und mehr	K3e
14	Ja, so täglich.	Ich nutze Instagram täglich		
14	Wenn ich Langeweile habe auch öfters.			
15	Und Snapchat eher seltener, weil ich nicht so viel Speicher auf dem Handy hab.		Snapchat wird nur selten genutzt	K4f
16-17	*Was ist dir wichtiger?* Instagram.		Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk	K1d
20-21	Also bei Snapchat mach ich das halt viel, um mit Freunden halt Snaps hin und her zu schicken.	Uber Snaps wird mit Freunden kommuniziert	Aktive Nutzung von Snapchat, da über Snaps mit Freunden kommuniziert wird	K4g
21	Also bin da schon recht aktiv, wenn ich da drauf bin			
21-22	Und bei Instagram, da like ich überwiegend Bilder von anderen oder gucke mir sie an		Instagram wird eher passiv genutzt Überwiegend werden Bilder angeschaut, Bilder werden nur selber gepostet, wenn sie besonders sind	K3h
22-23	Selbst posten tue ich recht selten was, wenn was Besonderes halt.			
25-26	Also mein Instagram Profil ist öffentlich, weil wenn sich jemand meine Bilder antun möchte dann soll er es ja gerne machen.	Das Instagram Profil ist öffentlich, da jeder der die Bilder sehen will, dass auch machen kann	Keine Einstellungen bei Instagram	
26-27	Und ich versuche halt möglichst wenig Bilder mit meinem Gesicht oder so hochzustellen.		Bei Instagram wird versucht seine Privatsphäre durch Bilder ohne Gesicht zu schützen	
29-30	Bei würde man halt rausfinden, halt meinen Namen, also meinen Spitznamen und dann halt so paar Fakten über mich.	Im Profil steht der Spitzname und ein paar Fakten	Keine personenbezogene Informationen im Profil	K3k
30-31	Diese Typischen 10 Fakten über mich stehen da und das ich halt dann Fan von so, keine	Fakten und wovon sie Fan ist		

	Ahnung, Spielen oder bestimmter Musik.			
32-33	*Wie alt warst du bei der Registrierung?* 14, 13?		Alter bei der Registrierung ca. 13 oder 14	K3c, K4c
34-35	*Hast du dir die Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien durchgelesen?* Eigentlich nicht.		Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen	
36-37	*Weißt du welche Daten Instagram und Snapchat von dir sammeln dürfen?* In etwa.		Hat eine Vermutung über die Daten, welche gesammelt werden dürfen	K5b - Name - E-Mail-Adresse
39-40	Name sehen sie ja und halt E-Mail-Adresse musst du ja angeben, wenn du dich anmelden willst.	Name und E-Mail-Adresse müssen ja bei der Registrierung angeben werden		
41-42	*Weißt du ob sie die Daten weitergeben dürfen und wenn ja, an wen?* Nein.		Weiß nicht, ob die Daten weitergegeben werden dürfen	K5i
44-45	Also ich würde jetzt so sagen, weil ich ein gutgläubiger Mensch bin, bis ich meinen Account lösche, aber das kann ich mir nicht so richtig vorstellen.	Da sie gutgläubig ist wäre ihre Vermutung, dass sie die Daten bis zur Löschung des Accounts speichern, aber das glaubt sie nicht	Weiß nicht genau wie lange die Daten gespeichert werden können	K5e
46-48	*Hast du Bedenken wegen deiner Daten?* Manchmal ja, wie gesagt, deswegen poste ich ja auch selten Bilder, wo mein Gesicht drauf ist und wenn halt, wo ich irgendwie kostümiert bin oder es nicht so genau sieht.	Bedenken sind da und deswegen werden nur Bilder gepostet, worauf das Gesicht nicht zu sehen oder zu erkennen ist	Hat teilweise Bedenken	K5k
49-50	*Haben deine Eltern Bedenken oder dich mal gewarnt?* Nö.		Eltern haben nicht gewarnt, da bereits die große Schwester bei einem sozialen Netzwerk angemeldet war	K5o
50	Meine große Schwester hatte schon Facebook.	Die große Schwester hatte bereits Facebook und damit soziale Netzwerke durchgekämpft		
51-52	*Kennst du den Begriff „Big Data"?* Nee.		„Big Data" ist nicht bekannt	
55-56	Also bei mir oder Bekannten von mir, keine Ahnung, wenn was passiert was die nicht wollten.	Wenn mir oder jemanden Bekannten etwas passiert	Weiß nicht, ob sie was ändern würde, da sie ja selber steuern kann was sie macht oder nicht macht	
56	Oder, ich weiß es ehrlich gesagt nicht.			
56-57	Bei dem, was ich benutze kann man ja recht steuern was man hochstellt.			
57	Schwer zu sagen.			
60-61	Ich glaube da würde ich mich vorher informieren bevor ich mir irgendwas		Im Ausland würde sich informiert werden bevor sich irgendwo angemeldet werden	

	hole beziehungsweise wo anmelde.			

Ergebnisstabelle: Interview ZW2		
Kategorie	Anzahl der Nennungen	Bemerkung
K1	1	Ist bei Instagram und Snapchat registriert
K1a	1	Zu der Registration bei Snapchat würde sie überredet
K1b	1	Bei Instagram wurde sich aus Interesse an Bands und Künstler registriert
K1c	1	Eltern haben Facebook verboten
K1d	1	Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk
K1e	0	Wegen K1d: Snapchat eher unwichtiger
K2	0	Ist nicht bei Facebook registriert
K2a	0	
K2b	1	Es wurde von den Eltern verboten
K2c	0	
K2d	0	
K2e	0	
K2f	0	
K2g	0	
K2h	0	
K2i	0	
K2j	0	
K2k	0	
K2l	0	
K2m	0	
K3	1	Ist bei Instagram registriert
K3a	1	Intention: Interesse an Bands und Künstler, Ersatz für Facebook
K3b	0	Keine Ablehnung
K3c	1	Alter: ca. 13/14
K3d	0	Hohe Nutzungsrate
K3e	0	Mittler Nutzungsrate -> täglich oder auch mal mehr
K3f	0	
K3g	0	
K3h	1	Die Nutzung ist eher passiv, da mehr Fotos von anderen angeschaut werden und nicht selber hochgeladen werden
K3i	0	Keine Einstellungen, aber es werden hauptsächlich Bilder veröffentlicht auf denen das Gesicht nicht zu erkennen ist
K3j	0	
K3k	1	Keine personenbezogene Information
K3l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K3m		
K4	1	Ist bei Snapchat registriert
K4a	1	Intention: wurde überredet
K4b	0	Keine Ablehnung
K4c	1	Alter: ca. 13/14
K4d	0	
K4e	0	
K4f	1	Niedrige Nutzungsrate -> Bedingt durch den Speicher
K4g	1	Snapchat wird eher aktiv genutzt, da Snaps zur Kommunikation zwischen Freunden dienen
K4h	0	

K4i	0	
K4j	0	Snapchat hat keine Profilseiten
K4k	0	
K4l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K4m	0	
K5	0	
K5a	0	
K5b	1	Vermutet das der Name und E-Mail-Adresse gespeichert wird
K5c	0	
K5d	0	
K5e	1	Vermutet das die Daten bis zur Löschung des Accounts gespeichert werden, weiß es aber nicht genau
K5f	0	
K5g	0	
K5h	0	
K5i	1	Weiß nicht, ob Daten weitergegeben werden dürfen
K5j	0	
K5k	1	Hat teilweise Bedenken wegen ihrer Bilder
K5l	0	
K5m	0	
K5n	0	
K5o	1	Keiner hat gewarnt, große Schwester hat soziale Netzwerke schon durchgesetzt
K5p	0	Weiß nicht, ob sie ihr Verhalten verändern würde
K5q	0	
K6	0	Weiß nicht was Big Data ist
K6a	0	
K6b	0	
K7	0	Würde sich informieren, aber nichts ändern
K7a	0	
K7b	0	

7. Interview: ZM1

Kannst du dich einmal kurz vorstellen? Also wann du geboren bist, welche Schule du besuchst?

Ja, ich bin ZM1, ich besuch die 8. Klasse einer Gesamtschule, bald neunte und bin 14 Jahre alt. Also geboren am 17.2.2003.

Ok, nutzt du Facebook, Instagram und Snapchat?

Also ich benutz kein Facebook, aber ich bin benutze Instagram und Snapchat.

Bist du angemeldet bei Facebook?

Nein.

Was war deine Intention, also Beweggrund, dich bei Instagram und Snapchat zu registrieren?

Also weil, bei Snapchat war es jetzt so, weil, keine Ahnung, ich wollte halt wissen was meine Freunde machen, weil da gibt es ja auch Stories und so. Aber ich benutze Snapchat nicht mehr so oft. Also eher Instagram, um das jetzt alles zu wissen.

Ok, warum hast du dich nicht bei Facebook registriert?

Weil ich Facebook, weil das Prinzip von Facebook, also erstmal habe ich überall gehört, dass so, dass das nicht so gut war und ich hatte auch irgendwie keine Lust mich da anzumelden. Weil ich da jetzt keine Freunde da hatte, die sich da angemeldet haben und weil es für mich kein Nutzen hatte.

Also es gibt mehrere in deinem Jahrgang die Facebook gar nicht mehr nutzen?

Ja, genau.

Ok, wie regelmäßig nutzt du die Snapchat und Instagram?

Täglich, täglich!

Stündlich auch? Also das du so jede Stunde draufschaust, ob was passiert ist?

Jaja, also nicht jede Stunde, aber so zwei, also ja, ungefähr.

Welches ist dir am wichtigsten?

Instagram.

Und das nutzt du auch am häufigsten?

Ja, genau. Instagram nutze ich am häufigsten.

Wenn du Instagram oder Snapchat benutzt, was machst du da hauptsächlich?

Ich gucke mir oft Bilder an.

Lädst du auch selber Bilder hoch?

Nein. Ich hab nur ein paar Bilder, ich hab glaub ich drei Bilder und ich lad auch keine mehr hoch.

Benutzt du Stories?

Nein, auch nicht.

In deinen Profilen bei Snapchat und Instagram, was kann man da über dich erfahren? Steht da dein Alter drin, Adresse?

Da steht, ich glaube da steht mein Name und auch nur mein Benutzername.

Aber keine Adresse?

Nein, niemals. Außerdem ist mein Account auch auf privat.

Das wäre auch schon die nächste Frage, also welche Einstellungen du gemacht hast?

Privat.

Snapchat auch?

Nein, Snapchat ist, da muss man adden und annehmen.

Aber alle können dich finden?

Ja, mich können alle finden. Aber bei Snapchat heiße ich auch ganz anders, also keine Kontaktdaten.

Wie alt warst du ungefähr als du dich angemeldet hast? Oder wie lange hast du schon Snapchat und Instagram?

Ich glaube seit ich 12 bin oder so. Seit ich mein Handy hab eigentlich.

Und das Handy hast du seit?

Seit ich 12 bin. Also seit ich mein erstes Handy habe, aber das ja nicht so lang, bin ja erst 14.

Hast du dir von einem oder mehreren der Dienste die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen?

Nein.

Weißt du was die Dienste alles von dir sammeln können?

Sie können auf jeden Fall, also eigentlich weiß ich es nur von Whatsapp. Aber von Instagram können sie glaube ich meine Bilder verwenden oder auf jeden Fall meinen Account einsehen.

Snapchat?

Glaube ich auch, aber ich weiß es nicht.

Denkst du auch, dass sie die Daten weitergeben dürfen?

Ja.

Und wie lange sie die behalten dürfen? Also ab wann würden deine Daten gelöscht werden?

Ich glaube gar nicht. Also ich glaub die können sie benutzen wann und wo sie wollen. Weil, keine Ahnung.

Es gibt kein richtig oder falsch, alles gut. Hast du Bedenken wegen deiner Daten?

Nein, weil ich hab ja kein komplett persönlichen Daten, also ich hab ja nur Fotos, wo ich jetzt zum Beispiel kleiner bin, also keine Fotos, also ganz normale Fotos, also keine Ahnung.

Also hast du Fotos wirklich ausgewählt? Also hast gesagt, dieses Bild kann ich bei Instagram hochladen und das beispielsweise nicht.

Ja, genau.

Kennst du den Begriff „Big Data“?

Nein.

Was müsste passieren damit dein Verhalte bezüglich Posts veränderst ggf. sogar dein Account löschst?

Das sie meine Daten entweder verkaufen oder benutzen. Wenn ich das wüsste, dass sie zum Beispiel, also ich hab mal gehört, ich glaub nicht das es so ist, dass sie meine Daten, dass es welche, also dass ich zum Beispiel bei Whatsapp so ein Foto schicke oder sowas, dass die denn oder bei Instagram hochlade, dass sie es nutzen könnten. Aber das weiß ich auch nicht. Das wäre auf jeden Fall.

Sie dürfen das.

Dürfen sie?

Snapchat darf es. Also wenn du es an ein Crowdsourcingfunktion, wie „unsere Story schickst, dann hast du jegliche Rechte abgegeben.

Schön. Das ist ja, aber ich benutz Snapchat ja eh nie.

Würdest du dich in Ländern, in den der Datenschutz nicht so eng gefasst ist anders verhalten? Also wir in der Europäischen Union sind ja geschützter als in Amerika. Würdest du dich in Amerika anders verhalten?

Also da würde ich mich auf jeden Fall, also da gibt es keine Datenschutzrichtlinien?

Ja, aber sehr locker gefasst.

Also dann würde ich mir sie auf jeden Fall durchlesen, wenn sie sehr locker gefasst sind. Also wenn ich denn wüsste, aber ich glaub, ich würde es, aber ich hab sie mir ja nicht durchgelesen, aber ich würde es nicht ändern. Wenn meine Freunde das machen, also wenn ich bei meinen Freunden sehe was die machen können, würde ich es auch benutzen. Whatsapp auf jeden Fall. Aber das ist ja hier nicht die Frage.

Haben dich deine Eltern, Verwandte oder Freunde gewarnt?

Ja, meine Mutter wollte nicht, dass ich Bilder von meinem kleinen Bruder oder von ihr Bilder hochlade.

Und das verstehst du auch?

Ja klar, weil das bin ja nicht ich und ich hab zum Beispiel paar Bilder von mir und meiner Schwester und da hab ich sie drauf markiert und sie weiß genau, da sie das mit mir hochgeladen hat und da weiß ich auch das das ok ist. Aber wenn es für jemanden nicht ok ist, dann mach ich das ja auch nicht, weil er Recht am Bild hat.

Kategorientabelle: ZM1				
Zeile	Aussage	Paraphrasierung	Generalisierung	Kategorien
6	Also ich benutz kein Facebook, aber ich bin benutze Instagram und Snapchat.		Ist bei Instagram und Snapchat registiert	K1, K3, K4
7-8	*Bist du angemeldet bei Facebook?* Nein.		Ist nicht bei Facebook registriert	K2b
11-12	Also weil, bei Snapchat war es jetzt so, weil, keine Ahnung, ich wollte halt wissen was meine Freunde machen, weil da gibt es ja auch Stories und so	Hat sich bei Snapchat registriert, um zu wissen was meine Freunde machen, weil sie die Stories nutzen	Wollte über Freunde informiert sein	K1b, K4a
12-13	Aber ich benutze Snapchat nicht mehr so oft.		Snapchat wird weniger benutzt	
13	Also eher Instagram, um das jetzt alles zu wissen.		Instagram wird jetzt anstatt Snapchat benutzt	K3a
15-17	Weil ich Facebook, weil das Prinzip von Facebook, also erstmal habe ich überall gehört, dass so, dass das nicht so gut war und ich hatte auch irgendwie keine Lust mich da anzumelden.	Hat gehört, dass Facebook nicht so gut ist und hatte keine Lust sich anzumelden	Schlechte Bewertungen von Freunden und keine eigene Motivation sich anzumelden. Nutzlos, da keine Freunde bei Facebook registriert sind	K2b - schlechte Bewertungen - keine eigene Motivation - keine Freunde bei Facebook -nutzlos
19-20	Weil ich da jetzt keine Freunde da hatte, die sich da angemeldet haben und weil es für mich kein Nutzen hatte.	Keine Freunde sind bei Facebook registriert und hat deswegen keinen Nutzen		
22	Täglich, täglich!	Snapchat und Instagram werden täglich genutzt	Mittlere Nutzungsrate	K3e, K4e
24	Jaja, also nicht jede Stunde, aber so zwei, also ja, ungefähr.	Snapchat und Instagram werden fast stündlich genutzt	Hohe Nutzungsrate	K3d, K4d
25-26	*Welches ist dir am wichtigsten?* Instagram.		Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk	K1d - Instagram
28	Instagram nutze ich am häufigsten.		Instagram wird am häufigsten genutzt	
30	Ich gucke mir oft Bilder an.		Es werden mehr Bilder angeschaut als Bilder hochgeladen werden	K3h, K4h
31-33	*Lädst du auch selber Bilder hoch?* Nein. Ich hab nur ein paar Bilder, ich hab glaub ich drei Bilder und ich lad auch keine mehr hoch.			
34-35	*Benutzt du Stories?* Nein, auch nicht.		Stories werden nicht genutzt	
38	Da steht, ich glaube da steht mein Name und auch nur mein Benutzername.		Profil ohne personenbezogene Informationen	K3k
39-40	*Aber keine Adresse?* Nein, niemals. Außerdem ist mein Account auch auf privat.		Profil enthält keine Adresse und das Profil ist privat	K3k, K3i
41-42	*Das wäre auch schon die nächste Frage, also welche Einstellungen du gemacht hast?*		Instagram ist auf privat	K3i - privates Profil

	Privat.			
44	Nein, Snapchat ist, da muss man adden und annehmen.		Snapchat keine weitere Einstellungen Jeder kann ihn finden Anderer Benutzername	K4k - anderen Benutzer-name
	Ja, mich können alle finden.			
	Aber bei Snapchat heiße ich auch ganz anders, also keine Kontaktdaten.			
50	Ich glaube seit ich 12 bin oder so.		Hat sich mit 12 registriert Hat Instagram und Snapchat seitdem er ein Smartphone hat	K3c, K4c
50	Seit ich mein Handy hab eigentlich.			
54-56	*Hast du dir von einem oder mehreren der Dienste die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen?* Nein.		Hat sich keine Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien durchgelesen	
58-60	Aber von Instagram können sie glaube ich meine Bilder verwenden oder auf jeden Fall meinen Account einsehen.		Hat eine Vermutung darüber, welche Arten von Daten von Instagram gesammelt werden dürfen	K5b
61-62	*Snapchat?* Glaube ich auch, aber ich weiß es nicht.		Bei Snapchat gibt es keine genaue Vermutung darüber, welche Arten von Daten gesammelt werden	K5c
63-64	*Denkst du auch, dass sie die Daten weitergeben dürfen?* Ja.		Weiß das die Daten weitergegeben werden dürfen, aber nicht an wen	K5h
67	Ich glaube gar nicht.		Glaubt, dass die Daten nicht gespeichert werden dürfen, aber das sie Bilder nutzen dürfen	K5f
67-68	Also ich glaub die können sie benutzen wann und wo sie wollen. Weil, keine Ahnung.			
70-72	Nein, weil ich hab ja kein komplett persönlichen Daten, also ich hab ja nur Fotos, wo ich jetzt zum Beispiel kleiner bin, also keine Fotos, also ganz normale Fotos, also keine Ahnung.		Hat keine Bedenken	K5l
73-75	*Also hast du Fotos wirklich ausgewählt? Also hast gesagt, dieses Bild kann ich bei Instagram hochladen und das beispielsweise nicht.* Ja, genau.		Fotos werden ausgewählt bevor sie hochgeladen werden	
76-77	*Kennst du den Begriff „Big Data“?* Nein.		Kennt den Begriff „Big Data“ nicht	
80	Das sie meine Daten entweder verkaufen oder benutzen.		Würde sein Verhalten ändern, wenn sie Daten verkaufen oder benutzen würden	K5p
80-83	Wenn ich das wüsste, dass sie zum Beispiel, also ich hab mal gehört, ich glaub nicht das es so ist, dass sie meine Daten, dass es welche,	Hat gehört, dass Bilder, die bei WhatsApp oder Instagram geteilt werden, genutzt werden können	Hat gehört, dass sie Bilder nutzen, ist aber trotzdem registriert	

	also dass ich zum Beispiel bei Whatsapp so ein Foto schicke oder sowas, dass die denn oder bei Instagram hoch lade, dass sie es nutzen könnten.			
95	Also dann würde ich mir sie auf jeden Fall durchlesen, wenn sie sehr locker gefasst sind.	Würde sich die Datenrichtlinien durchlesen, wenn sie anders sind als in Deutschland	Würde sich die Datenrichtlinien in anderen Ländern durchlesen, aber nichts ändern, insbesondere wenn die Freunde es weiternutzen	
96-97	Also wenn ich denn wüsste, aber ich glaub, ich würde es, aber ich hab sie mir ja nicht durchgelesen, aber ich würde es nicht ändern.	Würde sein Verhalten nicht ändern		
97-99	Wenn meine Freunde das machen, also wenn ich bei meinen Freunden sehe was die machen können, würde ich es auch benutzen.	Wenn Freunde weiterhin die Netzwerke nutzen, würde er e auch		
101-102	Ja, meine Mutter wollte nicht, dass ich Bilder von meinem kleinen Bruder oder von ihr Bilder hoch lade.		Mutter hat es verboten bestimmte Bilder hochzuladen	K5n

Ergebnisstabelle: Interview ZM1		
Kategorie	Anzahl der Nennungen	Bemerkung
K1	1	Ist bei Instagram und Snapchat registriert
K1a	0	
K1b	1	Bei allen Netzwerken wurde sich aus der eigenen Motivation heraus registriert
K1c	0	Keine Einwände der Eltern
K1d	1	Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk
K1e	0	Wegen K1d: Snapchat eher unwichtiger
K2	0	Ist nicht bei Facebook registriert
K2a	0	
K2b	2	Kein Nutzen, da keine Freunde es nutzen und schlechte Bewertungen
K2c	0	
K2d	0	
K2e	0	
K2f	0	
K2g	0	
K2h	0	
K2i	0	
K2j	0	
K2k	0	
K2l	0	
K2m	0	
K3	1	Ist bei Instagram registriert
K3a	1	Intention: um zu erfahren was die Freunde machen
K3b	0	Keine Ablehnung
K3c	1	Alter: ca. 12
K3d	1	Hohe Nutzungsrate
K3e	1	Mittler Nutzungsrate -> korrigiert das später in stündlich (K3d)

K3f	0	
K3g	0	
K3h	1	Die Nutzung ist eher passiv, da mehr Fotos von anderen angeschaut werden und nicht selber hochgeladen werden
K3i	2	Das Profil ist privat un ein anderer Benutzername
K3j	0	
K3k	1	Profil enthält keine personenbezogene Informationen
K3l		Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K3m	0	
K4	1	Ist bei Snapchat registriert
K4a	1	Intention: um zu erfahren was die Freunde machen
K4b	0	Keine Ablehnung
K4c	1	Alter: ca. 12
K4d	1	Hohe Nutzngsrate
K4e	1	Mittler Nutzungsrate -> korrigiert das später in stündlich (K4d)
K4f	0	
K4g	0	
K4h	1	Snapchat wird eher passiv genutzt, da vor allem Snaps von anderen angeschaut werden
K4i		
K4j		Snapchat hat keine Profilseiten, aber es wird trotzdem ein anderer Nutzername als bei Instagram verwendet
K4k	1	
K4l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K4m	0	
K5	0	
K5a	0	
K5b	1	Vermutet das Instagram Bilder sammeln und nutzen darf, von Snapchat weiß er es aber nicht
K5c	1	
K5d	0	
K5e	0	
K5f	1	Vermutet das sie Daten nicht Speicher dürfen, aber benutzen dürfen
K5g	0	
K5h	1	Weiß das die Daten weitergegeben werden dürfen, aber nicht an wen
K5i	0	
K5j	0	
K5k	0	
K5l	1	Hat keine eigenen Bedenken wegen den Daten
K5m	0	
K5n	1	Die Mutter verbot bestimmte Fotos hochzuladen
K5o	0	
K5p	1	Würde das Verhalten wenn ein bestimmtes Ereignis eintrifft –> Verkauf von Daten
K5q	0	
K6	0	Weiß nicht was Big Data ist
K6a	0	
K6b	0	
K7	0	Würde sein Verhalten im Ausland nicht ändern
K7a	0	
K7b	0	

8. Interview: ZM2

Magst du dich einmal kurz vorstellen?

Ich bin geboren am 22.7.2001 und gehe auf eine Gesamtschule, 9. Klasse.

Bist du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?

Ja.

Warum hast du dich da registriert? Was waren die Beweggründe?

Bilder hochzuladen und andere Leute vielleicht kennen zu lernen.

Wie regelmäßig nutzt du die Dienste? Täglich, Stündlich?

Stündlich.

Welches ist dir am wichtigsten von den dreien?

Instagram.

Nutz du das auch am häufigsten?

Schon, ja.

Wenn du die drei Sachen benutzt, wofür benutz du sie? Lädst du Bilder hoch, machst du Stories?

Ich gucke eher andere Bilder an, aber lade auch Bilder hoch.

Und du schreibst auch Nachrichten? Bei Facebook beispielsweise?

Facebook benutze ich nicht mehr so oft.

Wenn wir deine Profile anschauen würden, was würden wirda über dich erfahren? Geburtsdatum, Adresse?

Beziehungsstatus, meine Hobbies.

Adresse?

Weiß ich nicht, glaub nicht.

Hast du bestimmte Privatsphäre Einstellungen? Also beispielsweise ein privates Profil bei Instagram?

Instagram ist öffentlich, bei Facebook können es nur meine Freunde sehen.

Snapchat auch öffentlich?

Ja.

Weißt du noch wie alt du ungefähr warst, als du dich bei den dreien angemeldet hast? Oder wie lange das schon her ist? Grobe Schätzung.

Zwei Jahre.

Hast du dir von einem oder mehreren der Dienste die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen?

Nein.

Weißt du was die Dienste alles von dir sammeln können?

Nein.

Weißt du wie lange sie die Daten behalten oder ob sie sie auch weitergeben?

Nee.

Ist dir das egal, weil du denkst, dass deine Daten nicht so wichtig sind?

Jupp.

Haben dich deine Eltern, Verwandte oder Freunde gewarnt?

Ja, Freunde haben mal gesagt, dass vielleicht Daten genommen werden können oder so Fakeprofile vielleicht gemacht werden können. Aber sonst nicht.

Kennst du den Begriff „Big Data“?

Nein.

Was müsste passieren damit dein Verhalte bezüglich Posts veränderst ggf. sogar dein Account löschst?

Weiß ich nicht.

Also wenn Facebook deine Bilder einfach ausdrucken würde und irgendwo hinhängen würde, würdest du dann aufhören Bilder zu posten?

Ja!

Würdest du dich in Ländern, in den der Datenschutz nicht so eng gefasst ist anders verhalten?

Ja.

Kategorientabelle: ZW1				
Zeile	Aussage	Paraphrasierung	Generalisierung	Kategorien
3-4	*Bist du bei den Diensten Facebook, Instagram und Snapchat registriert?* Ja.		Ist bei Facebook, Instagram und Snapchat registriert	K1, K2, K3, K4
6	Bilder hochzuladen und andere Leute vielleicht kennen zu lernen.	Damit ich Bilder hochladen kann und eventuell neue Leute kennenzulernen	Bilder hochladen und Leute kennenlernen	K1b, K2a, K3a, K4a
7-8	*Wie regelmäßig nutzt du die Dienste? Täglich, Stündlich?* Stündlich.	Alle Dienste werden stündlich genutzt	Bei allen drei Netzwerke eine hohe Nutzungsrate	K2d, K3d, K4d
9-10	*Welches ist dir am wichtigsten von den dreien?* Instagram.		Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk	K1d - Instagram
11-12	*Nutz du das auch am häufigsten?* Schon, ja.		Instagram wird am meisten genutzt	
15	Ich gucke eher andere Bilder an, aber lade auch Bilder hoch.		Eher passive als aktive Nutzung der drei Netzwerke	K2h, K3h, K4h
17	Facebook benutze ich nicht mehr so oft.		Facebook wird weniger genutzt	K2f
20	Beziehungsstatus, meine Hobbies.	In den Profilen stehen Hobbies und der Beziehungsstatus	Profile enthalten keine personenbezogene Informationen	K2j, K3j - nur Beziehungsstatus und Hobbies
21-22	*Adresse?* Weiß ich nicht, glaub nicht.	Die Profile enthalten keine Adressen	Profile enthalten keine personenbezogene Informationen	K2j, K3j, K4j
25	Instagram ist öffentlich, bei Facebook können es nur meine Freunde sehen.		Nur Facebook hat Einstellungen bezüglich der Privatsphäre	K2k - Instagram öffentlich -Facebook nur Freunde
26-27	*Snapchat auch öffentlich?* Ja.	Das Snapchat Profil ist von jedem zu finden	Keine Einstellungen bei Snapchat bezüglich der Privatsphäre	
28-30	*Weißt du noch wie alt du ungefähr warst, als du dich bei den dreien angemeldet hast? Oder wie lange das schon her ist? Grobe Schätzung.* Zwei Jahre.		War ungefähr 13 Jahre alt als er sich registriert	K2c, K3c, K4c
31-33	*Hast du dir von einem oder mehreren der Dienste die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen?* Nein.		Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen	
34-35	*Weißt du was die Dienste alles von dir sammeln können?* Nein.		Kein Wissen darüber welche Daten gesammelt werden dürfen	K5c
36-37	*Weißt du wie lange sie die Daten behalten oder ob sie sie auch weitergeben?* Nee.		Kein Wissen darüber wie lange die Daten gespeichert werden dürfen und ob sie weitergegeben werden dürfen	K5f, K5i

38-39	*Ist dir das egal, weil du denkst, dass deine Daten nicht so wichtig sind?* Jupp.		Es ist egal was sie wie lange speichern oder weitergeben, da die Daten nach eigenem Empfinden nicht wichtig sind	K5l
41-42	Ja, Freunde haben mal gesagt, dass vielleicht Daten genommen werden können oder so Fakeprofile vielleicht gemacht werden können. Aber sonst nicht.	Freunde haben erzählt, dass Fakeprofile erstellt werden können	Freunde haben gewarnt	K5n
43-44	*Kennst du den Begriff „Big Data"?* Nein.		Der Begriff Big Data ist unbekannt	
45-47	*Was müsste passieren damit dein Verhalte bezüglich Posts veränderst ggf. sogar dein Account löschst?* Weiß ich nicht.		Hatte keinen eigenen Grund, um sein Verhalten zu ändern oder sein Account zu löschen Nach einem Beispiel, was passieren könnte, bejahte er die Frage, ob er sein Verhalten ändern würde	K5p - kein eigener Grund
48-50	*Also wenn Facebook deine Bilder einfach ausdrucken würde und irgendwo hinhängen würde, würdest du dann aufhören Bilder zu posten?* Ja!			
51-53	Würdest du dich in Ländern, in den der Datenschutz nicht so eng gefasst ist anders verhalten? Ja.		Würde sein Verhalten bezüglich Posts in einem anderen Land ändern	K7a

Ergebnisstabelle: Interview ZW2

Kategorie	Anzahl der Nennungen	Bemerkung
K1	1	Ist bei allen drei Netzwerken registriert
K1a	0	
K1b	1	Bei allen Netzwerken wurde sich aus der eigenen Motivation heraus registriert
K1c	0	Keine Einwände der Eltern
K1d	1	Instagram ist das wichtigste soziale Netzwerk
K1e	0	Wegen K1d: Facebook und Snapchat eher unwichtiger
K2	1	Ist bei Facebook registriert
K2a	1	Intention: Bilder hochzuladen und neue Leute kennenzulernen
K2b		Keine Ablehnung
K2c	1	Alter: ca. 13
K2d	1	Hohe Nutzungsrate (->K2e)
K2e	0	Mittelmaß aus beiden Angaben
K2f	1	Wird weniger als Instagram und Snapchat benutzt (->K2e)
K2g	0	
K2h	1	Die Nutzung ist eher passiv
K2i	0	
K2j	1	Profil enthält keine personenbezogene Informationen
K2k	1	Facebook Profil kann nur von Freunden eingesehen werden

K2l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K2m	0	
K3	1	Ist bei Instagram registriert
K3a	1	Intention: Bilder hochzuladen und neue Leute kennenzulernen
K3b	0	Keine Ablehnung
K3c	1	Alter: ca. 13
K3d	1	Hohe Nutzungsrate
K3e	0	
K3f	0	
K3g	0	
K3h	1	Die Nutzung ist eher passiv, da mehr Fotos von anderen angeschaut werden und nicht selber hochgeladen werden
K3i	0	
K3j	0	
K3k	1	Profil enthält keine personenbezogene Informationen
K3l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K3m	0	
K4	1	Ist bei Snapchat registriert
K4a	1	Intention: Bilder hochzuladen und neue Leute kennenzulernen
K4b	0	Keine Ablehnung
K4c	1	Alter: ca. 13
K4d	1	Hohe Nutzngsrate
K4e	0	
K4f	0	
K4g	0	
K4h	1	Snapchat wird eher passiv genutzt, da zwar Snaps verschickt werden, aber mehr andere Snaps angeschaut werden
K4i	0	Keine Einstellungen bezüglich der Privatsphäre
K4j	0	Snapchat hat keine Profilseiten
K4k	0	
K4l	0	Nutzungsbedingungen und Datenrichtlinien wurden nicht durchgelesen
K4m	0	
K5	0	
K5a	0	
K5b	0	
K5c	1	Weiß nicht was gesammelt werden darf
K5d	0	
K5e	0	
K5f	1	Weiß nicht wie lange die Daten gespeichert werden dürfen
K5g	0	
K5h	0	
K5i	1	Weiß nicht an wen die Daten weitergegeben dürfen
K5j	0	
K5k	0	
K5l	1	Hat keine eigenen Bedenken wegen den Daten
K5m	0	
K5n	1	Wurde von Freunden teilweise auf Gefahren hingewiesen
K5o	0	
K5p	1	Würde das Verhalten wenn ein bestimmtes Ereignis eintrifft –> Vorgabe eines Beispiels: Wenn ein Netzwerk alle Bilder von ihm ausdrücken würde und aufhängen würde

K5q	0	
K6	0	Weiß nicht was Big Data ist
K6a	0	
K6b	0	
K7	0	
K7a	1	Würde sein Verhalten im Ausland ändern
K7b	0	

Ergebnisstabelle: Generation Y			
Kategorie	Person	Anzahl der Nennungen	Bemerkungen
K1	YW1	1	Facebook, Instagram, Snapchat
	YW2	1	Facebook, Instagram, Snapchat
	YM1	1	Facebook, Instagram, Snapchat
	YM2	1	Facebook, Instagram
K1a	YW1	2	Facebook, Instagram -> Gruppenzwang
	YW2	2	Facebook, Instagram -> Gruppenzwang
	YM1	3	Facebook, Instagram, Snapchat -> Gruppenzwang
	YM2	2	Facebook, Instagram -> Gruppenzwang
K1b	YW1	1	Snapchat -> Bildbearbeitungsfunktionen
	YW2	1	Snapchat -> Bildbearbeitungsfunktionen
	YM1	0	Alle durch äußere Einflüsse
	YM2	0	
K1c	YW1	0	Bei keinem Einwände der Eltern bei der Registrierung
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K1d	YW1	1	Instagram
	YW2	1	Instagram
	YM1	1	Snapchat
	YM2	1	Facebook -> Beruf
K1e	YW1	1	Snapchat -> eigene Aussage
	YW2	1	Snapchat -> eigene Aussage
	YM1	1	Instagram -> eigene Aussage
	YM2	0	
K2	YW1	1	Alle Teilnehmer der Generation Y sind bei Facebook registriert
	YW2	1	
	YM1	1	
	YM2	1	
K2a	YW1	1	Alle Teilnehmer der Generation Y meldeten sich bei Facebook aus Gruppenzwang heraus an -> jeder hatte es, Überredung
	YW2	1	
	YM1	1	
	YM2	1	
K2b	YW1	0	Keine Ablehnung durch Teilnehmer
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K2c	YW1	1	Ca. 17
	YW2	1	Ca. 15/16
	YM1	1	Ca. 16
	YM2	1	Ca. 17
K2d	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
K2e	YW1	0	
	YW2	1	Mittlere Nutzungsrate -> täglich
	YM1	0	
	YM2	0	

K2f	YW1	1	Niedrige Nutzungsrate -> wöchentlich
	YW2	0	
	YM1	1	
	YM2	1	Niedrige Nutzungsrate -> wöchentlich
K2g	YW1	0	
	YW2	1	Eher aktive Nutzung
	YM1	0	
	YM2	1	Eher aktive Nutzung -> Beruf
K2h	YW1	1	Eher passive Nutzung
	YW2	0	
	YM1	1	Eher passive Nutzung
	YM2	1	Eher passive Nutzung -> Privat
K2i	YW1	0	Das Profil enthält personenbezogene Informationen -> Schule, Beruf, Geburtsdatum, Beziehungsstatus
	YW2	0	Das Profil enthält personenbezogene Informationen -> Schule, Beruf, Geburtsdatum, Beziehungsstatus
	YM1	0	Das Profil enthält personenbezogene Informationen -> Schule, Beruf, Geburtsdatum, Wohnort, Hobbies
	YM2	0	Das Profil enthält personenbezogene Informationen -> Schule, Beruf, Geburtsdatum
K2j	YW1	1	Alle Profile enthalten personenbezogene Informationen
	YW2	1	
	YM1	1	
	YM2	1	
K2k	YW1	1	Nur Freunde können das Profil sehen
	YW2	2	Nur Freunde können das Profil sehen, Deaktivierung der Suchmaschinen
	YM1	1	Nur Freunde können das Profil sehen
	YM2	1	Nur Freunde können das Profil sehen, Beiträge teilweise aber öffentlich
K2l	YW1	0	Keiner hat sich die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien von Facebook durchgelesen
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K2m	YW1	0	Nur Vermutungen
	YW2	0	Nur Vermutungen
	YM1	1	Kennt die Rechte von Facebook bezüglich der Arten, die gesammelt werden dürfen, und der Weitergabe von Daten
	YM2	0	Nur Vermutungen
K3	YW1	1	Alle Teilnehmer der Generation Y sind bei Instagram registriert
	YW2	1	
	YM1	1	
	YM2	1	
K3a	YW1	1	Alle Teilnehmer der Generation Y meldeten sich bei Instagram aus Gruppenzwang heraus an -> jeder hatte es, Überredung
	YW2	1	
	YM1	1	
	YM2	1	
K3b	YW1	0	Keine Ablehnung durch Teilnehmer
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K3c	YW1	1	Ca. 21
	YW2	1	Ca. 20
	YM1	1	Ca. 23
	YM2	0	Weiß er nicht mehr
K3d	YW1	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
K3e	YW1	0	
	YW2	1	Mittlere Nutzungsrate -> täglich

	YM1	0	
	YM2	0	
K3f	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Niedrige Nutzungsrate -> wöchentlich bis fast gar nicht mehr
	YM2	0	
K3g	YW1	1	Eher aktive Nutzung
	YW2	1	Eher aktive Nutzung
	YM1	0	
	YM2	0	
K3h	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Eher passive Nutzung
	YM2	1	Eher passive Nutzung
K3i	YW1	1	Profil ist privat
	YW2	1	Profil ist privat, Deaktivierung der Suchmaschinen
	YM1	1	Profil ist privat
	YM2	1	Profil ist privat
K3j	YW1	1	Das Profil enthält personenbezogene Informationen -> Wohnort, Geburtsdatum, Beziehungsstatus
	YW2	1	Das Profil enthält personenbezogene Informationen -> Wohnort, Geburtsdatum, Beziehungsstatus
	YM1	0	
	YM2	0	
K3k	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Das Profil enthält keine personenbezogene Informationen
	YM2	1	Das Profil enthält keine personenbezogene Informationen
K3l	YW1	0	
	YW2	1	Hat sich die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen -> im Rahmen eines Uniprojektes
	YM1	0	
	YM2	0	
K3m	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Kennt die Rechte von Instagram bezüglich der Arten, die gesammelt werden dürfen, und der Weitergabe von Daten
	YM2	0	
K4	YW1	1	Ist bei Snapchat registriert
	YW2	1	Ist bei Snapchat registriert
	YM1	1	Ist bei Snapchat registriert
	YM2	0	
K4a	YW1	1	Bildbearbeitungsfunktionen nutzen
	YW2	1	Bildbearbeitungsfunktionen nutzen
	YM1	1	Gruppenzwang
	YM2	0	
K4b	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	1	Uninteressant und unnötig
K4c	YW1	1	Ca. 21
	YW2	1	Ca. 20
	YM1	1	Ca. 20
	YM2	0	
K4d	YW1	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
	YW2	0	
	YM1	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich

	YM2	0	
K4e	YW1	0	
	YW2	1	
	YM1	0	
	YM2	0	Mittlere Nutzungsrate -> täglich
K4f	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K4g	YW1	0	Keine Angabe
	YW2	1	Eher aktive Nutzung
	YM1	1	Eher aktive Nutzung
	YM2	0	
K4h	YW1	0	Keine Angabe
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K4i	YW1		Snapchat hat keine Profilseiten
	YW2		
	YM1		
	YM2		
K4j	YW1		
	YW2		
	YM1		
	YM2		
K4k	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Anderer Benutzername als bei Instagram
	YM2	0	
K4l	YW1	0	Keiner der Teilnehmer der Generation Y hat sich die Nutzungsbedingungen oder die Datenrichtlinien von Snapchat durchgelesen
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K4m	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Kennt die Rechte von Snapchat bezüglich der Arten, die gesammelt werden dürfen, und der Weitergabe von Daten
	YM2	0	
K5	YW1	0	Keiner der Teilnehmer der Generation Y hat sich die Nutzungsbedingungen oder die Datenrichtlinien durchgelesen
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K5a	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Weiß welche Arten von Daten von den sozialen Netzwerken gesammelt werden dürfen
	YM2	0	
K5b	YW1	1	Vermutet welche Arten von Daten von den sozialen Netzwerken gesammelt werden dürfen
	YW2	1	Vermutet welche Arten von Daten von den sozialen Netzwerken gesammelt werden dürfen
	YM1	0	
	YM2	0	
K5c	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	1	Weiß nicht welche Arten von Daten von den sozialen Netzwerken gesammelt werden dürfen
K5d	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	

	YM2	0	
K5e	YW1	1	Hat eine Vermutung über die Dauer der Speicherung der Daten
	YW2	1	Hat eine Vermutung über die Dauer der Speicherung der Daten
	YM1	0	
	YM2	0	
K5f	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Weiß das Daten gespeichert werden, aber nicht wie lange
	YM2	1	Weiß das Daten gespeichert werden, aber nicht wie lange
K5g	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Weiß an wen die Daten weitergegeben werden dürfen
	YM2	0	
K5h	YW1	0	
	YW2	1	Hat eine Vermutung an wen die Daten weitergegeben werden dürfen
	YM1	0	
	YM2	0	
K5i	YW1	1	Weiß nicht ob Daten weitergegeben werden dürfen
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	1	Weiß das Daten weitergegeben werden dürfen, aber weiß nicht an wen
K5j	YW1	0	Keiner hat starke eigene Bedenken wegen ihren Daten
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K5k	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Hat teilweise eigene Bedenken wegen seinen Daten
	YM2	0	
K5l	YW1	1	Hat keine eigene Bedenken wegen seinen Daten
	YW2	1	Hat keine eigene Bedenken wegen seinen Daten
	YM1	0	
	YM2	1	Hat keine eigene Bedenken wegen seinen Daten
K5m	YW1	1	Wurde deutlich gewarnt
	YW2	0	
	YM1	1	Wurde deutlich gewarnt
	YM2	0	
K5n	YW1	0	
	YW2	1	Wurde teilweise gewarnt
	YM1	0	
	YM2	1	Wurde teilweise gewarnt
K5o	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K5p	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	1	Würde das Nutzungsverhalten ändern wenn ein bestimmtes Ereignis eintritt -> Nutzung der Bilder für kommerzielle Zwecke
	YM2	0	

K5q	YW1	1	Würde das Nutzungsverhalten ändern oder auch den Account löschen wenn ein bestimmtes Ereignis eintritt -> Konto gehackt
	YW2	1	Würde das Nutzungsverhalten ändern oder auch den Account löschen wenn ein bestimmtes Ereignis eintritt -> Konto gehackt
	YM1	0	
	YM2	0	
K6	YW1	1	Kennt den Begriff, kann ihn aber nicht beschreiben
	YW2	1	Kennt den Begriff, kann aber nur vermuten was er bedeutet
	YM1	1	Kennt den Begriff und kann ihn auch erklären
	YM2	1	Kennt den Begriff und kann ihn auch erklären
K6a	YW1	0	
	YW2	1	Datenverkauf
	YM1	1	Datenverkauf
	YM2	1	Gefährlich durch die Datenmenge
K6b	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	1	Nutzen für Unternehmen und Regierung
K7	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	
K7a	YW1	0	
	YW2	0	Nutzungsverhalten würde sich wenn unbewusst verändern
	YM1	0	
	YM2	0	
K7b	YW1	0	
	YW2	0	
	YM1	0	
	YM2	0	

Ergebnisstabelle: Generation Z			
Kategorie	Person	Anzahl der Nennun-	Bemerkungen
K1	ZW1	1	Facebook, Instagram, Snapchat
	ZW2	1	Instagram, Snapchat
	ZM1	1	Facebook, Instagram, Snapchat
	ZM2	1	Instagram, Snapchat
K1a	ZW1	1	Snapchat -> Gruppenzwang
	ZW2	1	Snapchat -> Gruppenzwang
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K1b	ZW1	2	Facebook -> Kontakt mit Freunden
	ZW2	1	Instagram -> Ersatz für Facebook, um über
	ZM1	3	Bilder hochzuladen und neue Leute kennen-
	ZM2	2	Um zu erfahren was Freunde machen
K1c	ZW1	1	Facebook war erst mit 12 erlaubt und nach-
	ZW2	1	Facebook wurde verboten, da zu viele Da-
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K1d	ZW1	1	Instagram
	ZW2	1	Instagram
	ZM1	1	Instagram
	ZM2	1	Instagram
K1e	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K2	ZW1	1	Ist bei Facebook registriert
	ZW2	0	Ist nicht bei Facebook registriert
	ZM1	1	Ist bei Facebook registriert
	ZM2	0	Ist nicht bei Facebook registriert
K2a	ZW1	1	Facebook -> Kontakt mit Freunden
	ZW2	0	
	ZM1	1	Bilder hochzuladen und neue Leute kennen-
	ZM2	1	Um zu erfahren was Freunde machen
K2b	ZW1	0	
	ZW2	1	Eltern haben es verboten
	ZM1	0	
	ZM2	1	Keine Nutzen und schlechte Bewertungen
K2c	ZW1	1	12
	ZW2	0	
	ZM1	1	Ca. 13
	ZM2	0	
K2d	ZW1	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
	ZW2	0	
	ZM1	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
	ZM2	0	
K2e	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K2f	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K2g	ZW1	0	Konnte nicht festgestellt werden, ob aktiv o-
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K2h	ZW1	0	Konnte nicht festgestellt werden, ob aktiv o-
	ZW2	0	
	ZM1	1	Eher passive Nutzung
	ZM2	0	
K2i	ZW1	0	Keine Angabe

	ZW2	1	Das Profil enthält personenbezogene Infor-
	ZM1	1	Das Profil enthält personenbezogene Infor-
	ZM2	1	Das Profil enthält personenbezogene Infor-
K2j	ZW1	0	Keine Angabe
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K2k	ZW1	2	Nur Freunde können das Profil sehen, De-aktivierung der Suchmaschinen
	ZW2	0	
	ZM1	1	Nur Freunde können das Profil sehen
	ZM2	0	
K2l	ZW1	1	Musste sich die Nutzungsbedingungen
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K2m	ZW1	0	Nur Vermutungen
	ZW2	0	Nur Vermutungen
	ZM1	0	Weiß sie nicht
	ZM2	0	Nur Vermutungen
K3	ZW1	1	Alle Teilnehmer der Generation Z sind bei Instagram registriert
	ZW2	1	
	ZM1	1	
	ZM2	1	
K3a	ZW1	1	Bildbearbeitungsfunktionen
	ZW2	1	Ersatz für Facebook, um über Bands und
	ZM1	1	Bilder hochzuladen und neue Leute kennen-zulernen
	ZM2	1	Um zu erfahren was Freunde machen
K3b	ZW1	0	Keine Ablehnung durch Teilnehmer
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K3c	ZW1	1	Ca. 12/13
	ZW2	1	Ca. 13/14
	ZM1	1	Ca. 13
	ZM2	1	12
K3d	ZW1	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
	ZW2	0	
	ZM1	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
	ZM2	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
K3e	ZW1	0	
	ZW2	1	Mittlere Nutzungsrate -> täglich
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K3f	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K3g	ZW1	1	Eher aktive Nutzung
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K3h	ZW1	0	
	ZW2	1	Eher passive Nutzung
	ZM1	1	Eher passive Nutzung
	ZM2	1	Eher passive Nutzung
K3i	ZW1	1	Profil ist privat
	ZW2	0	
	ZM1	1	Profil ist privat
	ZM2	0	
K3j	ZW1	0	

	ZW2	0	Alle Profile der Teilnehmer der Generation Z enthalten keine personenbezogene Informationen
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K3k	ZW1	1	Das Profil enthält keine personenbezogene Informationen
	ZW2	1	Das Profil enthält keine personenbezogene Informationen
	ZM1	1	Das Profil enthält keine personenbezogene Informationen
	ZM2	1	Das Profil enthält keine personenbezogene Informationen
K3l	ZW1	0	Keiner hat sich die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K3m	ZW1	0	Keiner kennt die Rechte von Instagram, es wurden nur Vermutungen geäußert
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K4	ZW1	1	Alle Teilnehmer der Generation Z sind bei Instagram registriert
	ZW2	1	
	ZM1	1	
	ZM2	1	
K4a	ZW1	0	Gruppenzwang
	ZW2	0	Gruppenzwang
	ZM1	0	Bilder hochzuladen und neue Leute kennen-
	ZM2	0	Um zu erfahren was Freunde machen
K4b	ZW1	0	Keine Ablehnung durch Teilnehmer
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K4c	ZW1	0	Ca. 15
	ZW2	0	Ca. 13/14
	ZM1	0	Ca. 13
	ZM2	0	Ca. 12
K4d	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
	ZM2	1	Hohe Nutzungsrate -> stündlich
K4e	ZW1	1	Mittlere Nutzungsrate -> täglich
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K4f	ZW1	0	
	ZW2	1	Niedrige Nutzungsrate -> wöchentlich
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K4g	ZW1	1	Eher aktive Nutzung
	ZW2	1	Eher aktive Nutzung
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K4h	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	1	Eher passive Nutzung
	ZM2	1	Eher passive Nutzung
K4i	ZW1	0	Snapchat hat keine Profilseiten
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K4j	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K4k	ZW1	0	

	ZW2	0	
	ZM1	0	Anderer Benutzername als bei Instagram
	ZM2	0	
K4l	ZW1	0	Keiner hat sich die Nutzungsbedingungen oder Datenrichtlinien durchgelesen
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K4m	ZW1	0	Keiner kennt die Rechte von Snapchat, es wurden nur Vermutungen geäußert
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5	ZW1	0	Keiner der Teilnehmer der Generation Z hat sich die Nutzungsbedingungen oder die Datenrichtlinien durchgelesen
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5a	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5b	ZW1	1	Vermutet welche Arten von Daten von den
	ZW2	1	Vermutet welche Arten von Daten von den
	ZM1	0	
	ZM2	1	Vermutet welche Arten von Daten von den
K5c	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	1	Weiß nicht welche Arten von Daten von den
	ZM2	0	
K5d	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5e	ZW1	1	Hat eine Vermutung über die Dauer der
	ZW2	1	Hat eine Vermutung über die Dauer der
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5f	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	1	Weiß das Daten gespeichert werden, aber
	ZM2	1	Weiß das Daten gespeichert werden, aber
K5g	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5h	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5i	ZW1	1	Weiß das Daten weitergegeben werden dür-
	ZW2	1	Weiß nicht ob Daten weitergegeben werden
	ZM1	1	Weiß das Daten weitergegeben werden dür-
	ZM2	1	Weiß das Daten weitergegeben werden dür-
K5j	ZW1	0	Keiner hat starke eigene Bedenken wegen ihren Daten
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5k	ZW1	0	
	ZW2	1	Hat teilweise eigene Bedenken wegen sei-
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5l	ZW1	1	Hat keine eigene Bedenken wegen seinen
	ZW2	0	
	ZM1	1	Hat keine eigene Bedenken wegen seinen
	ZM2	1	Hat keine eigene Bedenken wegen seinen
K5m	ZW1	1	Wurde deutlich gewarnt

	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5n	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	1	Wurde teilweise gewarnt
	ZM2	1	Wurde teilweise gewarnt
K5o	ZW1	0	
	ZW2	1	Wurde nicht gewarnt
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K5p	ZW1	0	
	ZW2	0	Weiß nicht, ob sie ihr Verhalten ändern
	ZM1	1	Würde das Nutzungsverhalten ändern wenn
	ZM2	1	Würde das Nutzungsverhalten ändern wenn
K5q	ZW1	1	Würde den Account löschen wenn ein be-
	ZW2	0	Würde das Nutzungsverhalten ändern oder
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K6	ZW1	0	Keiner der Teilnehmer der Generation Z kennt den Begriff „Big Data“
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K6a	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K6b	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K7	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	
K7a	ZW1	1	Nutzungsverhalten würde sie verändern
	ZW2	0	Würde sich informieren aber nichts ändern
	ZM1	1	Nutzungsverhalten würde er verändern
	ZM2	0	
K7b	ZW1	0	
	ZW2	0	
	ZM1	0	
	ZM2	0	

Eidesstattliche Erklärung

Ich, Anna-Lena Narewski

geboren am 28.01.1991

erkläre hiermit, die vorliegende Masterarbeit selbständig und ohne fremde Hilfe angefertigt zu haben. Dabei habe ich mich keiner anderen Hilfsmittel bedient als derjenigen, die im beigefügten Quellenverzeichnis genannt sind.

Alle Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Veröffentlichungen entnommen wurden, sind von mir als solche kenntlich gemacht.

Hamburg, den 31.7.17

Studienort

Unterschrift Studierende/r (= Verfasser/in)