

***Sicherheit von persönlichen Bilddaten im Internet –  
Vor- und Nachteile von elektronischen und gedruckten  
Produkten***

**Reiner Fageth**

Aus: Erich Marks & Wiebke Steffen (Hrsg.):  
Neue Medienwelten -  
Herausforderungen für die Kriminalprävention?  
Ausgewählte Beiträge des 16. Deutschen Präventionstages  
Forum Verlag Godesberg GmbH 2013, Seite 201-202

ISBN 978-3-942865-04-3

**Reiner Fageth**

## **Sicherheit von persönlichen Bilddaten im Internet - Vor- und Nachteile von elektronischen und gedruckten Produkten**

Persönliche Bilddaten im Internet werden immer freizügiger, vor allem von Jugendlichen in sozialen Netzwerken öffentlich zur Schau gestellt. Diese Bilder sind in der Regel aber eher flüchtig, d.h. Sie werden in der Regel nicht mit der Intention zum Erhalt von Erinnerungen oder unter künstlerischen Aspekten aufgenommen. Deshalb stellen sie die dargestellten Personen manchmal unbewusst bloß oder in zweifelhaften Situationen dar.

Seit der massiven Verbreitung von Smartphones mit guten Kameras ist das Problem noch viel größer geworden, ebenso wie die Umsatz- und Kundengewinnungsmöglichkeiten mit dieser massiven Anzahl von digitalen Bildern. Nach einer Umfrage von Infotrends im März 2011 sind die drei Topgründe zum Uploaden von Bildern von Smartphones das Teilen mit der Familie, das Langzeitspeichern und auf Platz drei das Sharen auf sozialen Netzwerken.

Oft glauben die Nutzer solcher Dienste, dass die hochgeladenen Bilder einem sehr viel kleineren Kreis zugänglich sind als dies in Wirklichkeit der Fall ist. Dies führt nicht notwendigerweise gleich zu einer kriminellen Nutzungsmöglichkeit, kann aber zu ungewollten Reaktionen wie Neid oder sogar Mobbing in Schule oder Beruf führen.

Dies kann sich ein Unternehmen, das sich mit der digitalen Archivierung und dem Druck von persönlichen Bilddaten von Konsumenten im Namen vieler bekannter Handelsmarken im B2B2C oder auch von unternehmenskritischen Daten (z.B. Geschäftsberichte) im kommerziellen B2B Umfeld nicht leisten.

Geschichten erzählen mit Bildern ist zwar das Businessmodell, doch das muss einfach, sicher aber doch überzeugend und damit auch immer wieder mit Freude für die Nutzer solcher Dienstleistungen möglich sein.

Deshalb entwickelte CEWE COLOR Lösungen für den Handel in ganz Europa, bei denen das Bestellen von Bilddaten, egal ob von digitalen Kameras oder Handys, im Fokus steht und das elektronische Verteilen (sharen) optional ist. Das Erzählen von Geschichten mittels Bildern und Texten, z.B. eines Urlaubes, einer Geburtstagsfeier oder einer Hochzeit in einem CEWE FOTOBUCH liegt sprichwörtlich dauerhaft in der Hand des Erzählenden, dem Eigentümer des persönlich erstellten Fotobuches.

Der Ersteller entscheidet, ob er oder sie das Fotobuch oder Bilder aus der Hand gibt und damit eine unkontrollierte Weitergabe an Dritte ermöglicht. Es werden bei den Bestellsystemen von CEWE COLOR die nur wirklich notwendigen Kundendaten abgefragt. Holt man die bestellten Produkte in einem der Geschäfte unserer 45.000 Handelspartner ab, reichen email-Adresse und Passwort und das Produkt muss auch

erst dort bei der Abholung bezahlt werden. Dies schafft Vertrauen in die Systeme und fördert über Dienstleistung die Kundenbindung.

Zusätzlich gibt es Lösungen für Konsumenten (per Link in einer Mail oder zum Betrachten via facebook), die den sicheren Umgang mit persönlichen Bilddaten im Internet ermöglichen, ohne auf die Möglichkeiten der sozialen Kontakte im Web zu verzichten. Hier sind weit über die Datenschutzbestimmung hinaus gehende Hinweise integriert, um ein unabsichtliches Verteilen aufgrund von fehlendem Knowhow im Umgang mit sozialen Netzwerken zu verhindern.

Solche elektronischen Verteilungsmöglichkeiten sind trotzdem sehr interessant und beliebt und werden auch sehr bewusst von Konsumenten eingesetzt. Sie ermöglichen eben das gezielte Verteilen an eine größere Gruppe. Hat beispielsweise ein Vater ein Fotobuch über ein Fußballturnier erstellt, kann er es allen anderen Eltern elektronisch zur Betrachtung freigeben. Wenn der Ersteller des Produktes es zulässt, können die anderen Eltern das Fotobuch oder die Bilder sogar nachbestellen und selbst bezahlen. Der Ersteller muss nicht finanziell in Vorleistung treten und mühevoll das Geld einsammeln.

Auch für Unternehmen wird eine sichere Lösung zum Verteilen an eine vordefinierte Zielgruppe und das Drucken von wichtigen Dokumenten, wie zum Beispiel Quartalsberichte, immer wichtiger. Das hat Datenschutzgründe, ist aber auch ein Thema der Nachhaltigkeit. Steht ein sicheres System zur Verfügung, können Kunden Bedienungsanleitungen, Konferenzunterlagen oder Präsentationen online betrachten oder sich auf FSC® zertifiziertem Papier drucken lassen. So wird sichergestellt, dass nur die echte Zielgruppe an die Informationen kommt und nur so viele Exemplare gedruckt werden, wie wirklich nötig sind. Mit diesen Features in der Onlinedruckerei viaprinto.de unterstützt CEWE COLOR das sichere Verteilen wichtiger Dokumente (PDF und alle Microsoft Office Formate) und das Thema Nachhaltigkeit für seine Kunden.

Durch die beschriebenen Lösungen wird die Wahrung der Privatsphäre unterstützt und Dienstleistungen dieser Art erfüllen ihren Teil zur Prävention vor ungewünschter Verteilung von privaten Daten und Erlebnissen oder unternehmenskritischen Dokumenten.



Zeigen in der Privatsphäre



(Absichtliches?) Sharen in der Öffentlichkeit

## **Inhalt**

Vorwort 1

### **I. Der 16. Deutsche Präventionstag im Überblick**

*Deutscher Präventionstag und Veranstaltungspartner*  
Oldenburger Erklärung 5

*Erich Marks / Karla Schmitz*  
Zusammenfassende Gesamtdarstellung des 16. Deutschen Präventionstages 11

*Wiebke Steffen*  
Gutachten für den 16. Deutschen Präventionstag:  
Neue Medienwelten – Herausforderungen für die Kriminalprävention 41

*Erich Marks*  
Prävention in Zeiten des web 2.0 und der sozialen Medien –  
zur Eröffnung des 16. Deutschen Präventionstages 125

*David McAllister*  
Grußwort des Niedersächsischen Ministerpräsidenten und  
Schirmherrn des 16. Deutschen Präventionstages 135

*Gerd Schwandner*  
Grußwort des Oberbürgermeisters der Stadt Oldenburg 139

*Jan Janssen*  
Grußwort des Bischofs der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Oldenburg 143

*Ilsu Kim*  
Grußwort des Präsidenten des Koreanischen Instituts für Kriminologie 145

*Rainer Strobl / Olaf Lobermeier*  
Evaluation des 16. Deutschen Präventionstages 147

### **II. Praxisbeispiele und Forschungsberichte**

*Günter Dörr*  
Präventives Handeln als politische Aufgabe der Kommunen,  
der Länder und des Bundes 189

*Reiner Fageth*  
Sicherheit von persönlichen Bilddaten im Internet –  
Vor- und Nachteile von elektronischen und gedruckten Produkten 201

<i>Bernd Fuchs / Ursula Kluge</i> Kriminalprävention und Medienpädagogik Hand in Hand	203
<i>Heike Troue</i> Gemeinsam für mehr IT-Sicherheit – Synergien durch Kooperation Deutschland sicher im Netz e.V. und das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik	209
<i>Michaela Goecke</i> Effektive Nutzung von (neuen) Medien in der Suchtprävention der Bundes- zentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) am Beispiel der Jugendkampagne „Alkohol? Kenn dein Limit.“	213
<i>Stephan Humer</i> Internetsoziologie – Zwischenruf eines neuen Forschungsfeldes	235
<i>Leo Keidel</i> Wer hilft Hannes? - Wie aus das Idee für ein Projekt ein preisgekröntes schulisches Gewaltpräventionsprogramm wurde -	249
<i>Kerstin Koletschka</i> „Chatten – aber sicher?!“	261
<i>Gerd Koop</i> Wie organisiert man erfolgreich kommunale Präventionsarbeit?	271
<i>Claudia Kuttner</i> Soziale Online-Netzwerke als Erfahrungs- und Entwicklungsraum Heranwachsender. Potentiale und Handlungsbedarf.	279
<i>Christian Schwägerl</i> Das Anthropozän: Tatort oder Keimzelle?	291
<i>Walter Staufer</i> Medien-Mensch	301
<i>Jürgen Stock</i> International Cybercrime: Results from the Annual International Forum	331
<b>III Autoren</b>	339