

# Was weiß das Internet wirklich über mich?

Im Internet stehen mehr Informationen über uns, als wir ahnen. Und sie können unsere Karriere, unseren Ruf, unser Leben ruinieren. Denn jeder kommt mit den neuesten Ermittlungsmethoden sogar hinter unsere tiefsten Geheimnisse

## Die ganze Welt kennt deine Geheimnisse

Soziale Online-Netzwerke erleben einen gigantischen Boom. Sie heißen studiVZ, schülerVZ, Facebook oder Xing. Mehr als neun Millionen Deutsche tauschen dort E-Mails, Fotos, sogar intime Geheimnisse aus. Was viele nicht ahnen: Wer Videos vom letzten Trinkgelage ins Netz stellt, muss damit rechnen, dass auch sein potenzieller Personalchef sie sieht – schon ist der Job weg. Wer in den Foren Schmähreden über den Ex-Vermieter verbreitet, dem gibt kein Hausbesitzer mehr eine neue Wohnung. Auch Werbefirmen hatten es noch nie so leicht, Adressen samt Hobbys auszuspähen.



## Raffinierte Foto-Fahndung

Mittlerweile kursieren Unmengen privater Fotos im Netz – das kann unangenehme Folgen haben. Spezialfirmen (MyFaceID, riy.com) entwickeln die Web-Suche per Gesichtserkennung. Per eingescanntem Passfoto erstellen die Programme die biometrischen Merkmale eines Gesichts. Danach durchforstet die Software alle Fotos im Netz nach Übereinstimmungen. Rechts: Unter [www.rottenneighbor.com](http://www.rottenneighbor.com) wird über die Nachbarn hergezogen. Rote Häuser zeigen die Zoffpunkte. Geben Sie doch mal Ihre Stadt ein...



# Die Internet-Profiler

**M**arc Walther ist Opfer einer modernen Bedrohung geworden – von Internet-Profiling. Das Netz hat Dinge über ihn preisgegeben, die ihm jetzt zum Verhängnis geworden sind. Beim alltäglichen Surfen im scheinbar so anonymen Schutzraum des Web hat der 32-Jährige viele Spuren hinterlassen. Dort hat der Chef einer kleinen Münchner Werbeagentur Details über seine Lebensumstände verraten, die er selbst so manchem Freund besser verschwiegen hätte.

Doch Google Analytics, die neue Erfindung des Suchmaschinen-Riesen, hat sie aufgespürt. Die ersten Firmen haben die umstrittene Software, unsichtbar für den Nutzer, auf ihre Website geladen. Einmal installiert, hat der Datenfischer sein Netz im digitalen Strom ausgelegt: Das Programm speichert zunächst die IP-Adresse (eine Art Telefonnummer im Internet), unter der jemand im Internet surft. Sie speichert jede Bewegung, die der Cursor macht, jeden Mausklick, jedes Stichwort, das er eingibt: Ob „Schuldnerberater“, „Scheidungsanwalt“, „Kredit“ oder „Alkoholsucht“. Google Analytics saugt die Informationen zusammen. Angeblich dient die Software den Firmen nur dazu, „anonyme“ Informationen über das Such- und Konsumverhalten ihrer Kunden zu sammeln. Datenschützer aber sehen hier ein ganz anderes Potenzial.

Denn für Google ist es ein Leichtes, die Daten von Google Analytics mit Informationen aus anderen Internet-Diensten zu verbinden – die reinste Verlockung für Unternehmen, Banken, Versicherer oder Ermittlungsbehörden, warnen Experten. Die Weitergabe an Datenhändler ist zwar illegal, aber kaum zu überprüfen. Und damit eine Grauzone, in der auch Marc Walther strandete: Seine Bank hat die Zusage für einen Kredit storniert und ein Kunde einen wichtigen Auftrag zurückgezogen. Er ist bankrott.

Künftig kann es also fatale Konsequenzen haben, ein Potenzmittel oder starke Schmerzmittel in einer Internet-Apotheke zu bestellen. Auch wenn ein Unternehmen wie Google das abstreitet. „Die Verführung, diese Daten zu nutzen, ist einfach zu groß“, sagt Marit Hansen vom Landesdatenschutz Schleswig-Holstein.

## Die Web-Fahnder

### Sie verfolgen jede Spur im Netz

Immer mehr Firmen informieren sich inzwischen im Web über potenzielle Angestellte. Sie suchen in Communitys wie Xing oder studiVZ. Sicher währte sich bislang, wer seine Identität mit einem Nickname, einem Pseudonym, schützte. Aber dieser Schutz hält natürlich nur solange, wie man seine wahre und die Web-Identität klar trennt.

Verweist ein Nutzer etwa auf seinem Profil des Geschäfts-Netzwerks Xing auf seinen mit einem Nickname versehenen persönlichen Blog, fliegt die Tarnung auf. Die neuen Suchmaschinen heißen yasni.de, 123people.de, spock.com, zoominfo, upscop oder pipl. Sie erstellen ganze Personendossiers, durchforsten dafür soziale Netzwerke wie Facebook oder eben Xing, Web-Tagebücher und Foren. Sie liefern Mail-Adressen, Telefonnummern, Fotos und Videos. Die virtuellen Detektive greifen sogar auf offene Amazon-Wunschlisten zu. Alle Ergebnisse werden blitzschnell strukturiert. Wir machen den Test und versetzen uns in die Rolle eines Arbeitgebers, der einen Projektmanager sucht. Unter agentur.de bietet sich Laurenz Eckner (Name von der Redaktion geändert) für die gesuchte Position an. Bei 123people.de geben wir seinen Vor- und Nachnamen ein. Wir benötigen keine fünf Minuten für ein umfassendes Profil: Laurenz Eckner benutzt das Chatprogramm ICQ, er hat erfolglos versucht, sich das Rauchen abzugewöhnen, und gibt bei studiVZ

als Hobby „Saufen mit Kumpels“ an. Über 123people.de erfahren wir auch seinen Nickname und geben diesen bei eBay ein. Bingo! Ein Klick auf die Bewertungen, und schon wird aufgelistet, dass Laurenz sich für Motorräder interessiert. Immerhin: Seine eBay-Auktionen hat er korrekt abgewickelt.

## Der Kampf der Ruf-Retter

### Wie Sie Ihr Image aufpolieren

„Tut mir wirklich leid. Aber in Anbetracht Ihres Lebenswandels kommen Sie für den Job nicht in Frage“, teilt der Personalchef Franz Gehring mit – und legt ihm ein Foto vor. Darauf zu sehen ist Gehring mit seiner Clique am „Ballermann“. Die Beschaffung des Bildes war ganz leicht: Der Personalleiter hat das Bewerbungsfoto eingescannt und die biometrischen Daten von einem Programm errechnen lassen, das daraufhin das Netz nach dem Gesicht des Mannes durchforstet hat. Ein Szenario, das in wenigen Monaten Realität sein wird. Dann kann jeder – ob Freunde, Arbeitgeber, Kollegen oder Versicherungen – etwa den Suchdienst www.polarrose.com nutzen, um Bilder einer bestimmten Person im Internet aufzuspüren.

Bedrohlich angesichts der Tatsache, dass immer mehr Menschen das Internet für ihre persönlichen Rachefeldzüge nutzen. Und so ist eine ganz neue Branche zum Leben erwacht: Die Anbieter nennen sich reputationdefender.com, deinguterruf.de oder datenwachschtzschutzdienst. Sie zwingen das Internetgedächtnis zu vergessen, was es nicht vergessen will. Sie vernichten unliebsame Einträge. Ein „Kill“ (eine Löschung) kostet zwischen 25 und 60 Euro. Die Imageberater helfen auch dabei, positive Informationen zu streuen und das bereinigte Profil so mit anderen Seiten zu verlinken, dass es bei Suchanfragen ganz oben in der Trefferliste landet. **M. HÖHN/F. SCHÖN**

## TV-TIPP

Internet-Gefahren: Das „c't“-Team klärt auf



**SA 12.30 HESSEN**

c't magazin Experten-Tipps zu Computer und Internet - Hotline: 069/155 51 11 8.033.160