

Workshopreihe

Social Media – Nutzung für die Arbeit

im Rahmen des Projekts „Demokratie Leben“

Inhaltsverzeichnis

1.	Vorwort.....	1
2.	Den Online-Arbeitsplatz einrichten.....	2
2.1.	Basisschutz für Ihren PC.....	2
2.2.	Browsereinstellungen und Cookies.....	3
2.3.	Suchmaschinen.....	5
2.3.1.	Datenschutzeinstellungen bei Google.....	5
2.4.	Lesezeichen.....	6
2.5.	Passwort-Management.....	8
2.6.	Online-Kommunikation.....	8
3.	Social Media.....	10
3.1.	Anmelden bei sozialen Netzwerken.....	10
3.2.	Orientierung auf sich verändernden Bedienoberflächen.....	10
3.3.	Erste Schritte in sozialen Netzwerken.....	11
3.4.	Twitter.....	12
3.4.1.	Was ist Twitter?.....	12
3.4.2.	Der Twitter-Bildschirm.....	14
3.4.3.	Die wichtigsten Icons.....	15
3.4.4.	Twitter-Checkliste.....	16
3.4.5.	Linkliste und Twitter-Hilfebereich.....	17
3.5.	Facebook.....	17
3.5.1.	Allgemeine Infos.....	17
3.5.2.	Facebook-Profil.....	17
3.5.3.	Profil- und Titelbild.....	18
3.5.4.	Die Chronik.....	18
3.5.5.	Ihre persönliche Facebook-Startseite.....	20
3.5.6.	Ihre geschäftliche Facebook-Startseite.....	21
3.5.7.	Facebook-Gruppe.....	21
3.5.8.	Facebook-Hilfebereich.....	22
3.5.9.	Linkliste.....	22
3.5.10.	Facebook-Checkliste.....	23
3.6.	Instagram.....	24
3.6.1.	Was ist Instagram?.....	24
3.6.2.	Instagram-Profile.....	24
3.6.3.	Instagram-Oberfläche und Icons.....	26
3.6.4.	Die wichtigsten Icons.....	27

3.6.5.	Einen Instagram-Post (Beitrag) erstellen.....	28
3.6.6.	Was sind Stories?	28
3.6.7.	Instagram-Checkliste	28
3.7.	Aufbau eines Onlineprofils	29
4.	Online-Zusammenarbeit.....	33
4.1.	Cloud-Computing.....	33
4.1.1.	Was ist Cloud Computing?.....	33
4.1.2.	Vorteile	33
4.1.3.	Nachteile.....	34
4.1.4.	Datenschutz und Sicherheit.....	34
4.1.5.	Kommerzielle Cloud-Anbieter	35
4.2.	Praktische Tools zur Online-Zusammenarbeit.....	38
5.	Datenschutz	42
5.1.	Wie werden Daten gesammelt?	42
5.2.	Wofür werden Daten genutzt?	42
5.3.	Digitale Gewalt.....	43
5.4.	Was kann man tun, um die persönlichen Daten zu schützen?	45
6.	Copyright und Bildrechte	46
6.1.	Vorbereitende Arbeiten.....	46
6.1.1.	DownloadEinstellungen im Browser anpassen	46
6.1.2.	Eine Bilddatenbank anlegen	47
6.2.	Frei nutzbare Fotos finden.....	48
6.3.	Fotos selber machen.....	49

1. Vorwort

Das Projekt „Social Media – Nutzung für die Arbeit“ war eine Workshopreihe, finanziert vom Programm „Demokratie Leben“, die vom 02. September bis zum 18. Dezember in den Räumen des Interkulturellen Mädchen- und Frauentreffs in Reinickendorf stattfand. An der Weiterbildung nahmen Frauen teil, die im Kiez im pädagogischen Bereich arbeiten. Sie sind Lehrerinnen, Erzieherinnen bzw. Sozialpädagoginnen in Bildungseinrichtungen im Bezirk Reinickendorf.

Das Projekt wurde in Kooperation mit dem FrauenComputerZentrumBerlin e. V: (FCZB) von der Mitarbeiterin der Einrichtung Fernanda de Haro Ribeiro konzipiert, beantragt und begleitet,. Die Workshops wurden von den FCZB-Mitarbeiterinnen Sibylle Würz und Kerstin Dankwerth durchgeführt.

Die Inhalte der insgesamt acht Workshops wurden von den Teilnehmerinnen beim Auftakttreffen am 02. September 2019 ausgewählt und verteilen sich folgendermaßen:

Datum	Uhrzeit	Thema
02.09.2019	09 – 12:30	Auftakttreffen Social Media allgemein Einführung Twitter
05.09.2019	09 – 12:30	Instagram
09.09.2019	09 – 12:30	Datenschutz
16.09.2019	09 – 12:30	Facebook
30.09.2019	09 – 12:30	Copyright
04.12.2019	09 – 12:30	Cloudcomputing
09.12.2019	09 – 12:30	Tools für den Online-Arbeitsplatz
18.12.2019	09 – 12:30	Abschluss Aufbau einer Online-Reputation

Im vorliegenden Skript haben wir die Unterrichtsinhalte Schwerpunktthemen zugeordnet und zu Papier gebracht.

2. Den Online-Arbeitsplatz einrichten

In diesem Kapitel geben wir Ihnen Empfehlungen, was Sie bei der Einrichtung eines Online-Arbeitsplatzes beachten sollten. Dabei geht es um Schutzmaßnahmen gegenüber Schadsoftware oder dem Ausspionieren Ihres PCs bzw. Ihres Nutzer*innen-Profiles. Es geht aber auch darum, wie Sie sich den Online-Arbeitsplatz komfortabel einrichten können.

2.1. Basisschutz für Ihren PC

Wichtig ist ein grundlegender Schutz vor Viren, Würmern & Co (Schadsoftware oder auch Malware genannt). Deswegen sollten Sie in jedem Fall sorgen für:

- regelmäßige Updates des Betriebssystems
- regelmäßige Updates des Browsers

Dies geschieht in der Regel automatisch. Haben Sie in den jeweiligen Einstellungen festgelegt, dass Sie einer Aktualisierung zustimmen wollen, so tun Sie dies und klicken entsprechende Anfragen nicht einfach weg.

Besonders gut geschützt vor Schadsoftware ist, wer Linux als Betriebssystem nutzt. Auch bringt Windows 10 bereits ein ziemlich gutes, eingebautes Antivirenprogramm namens **Windows Defender** mit. Ein zusätzliches Antivirenprogramm kann für noch mehr Schutz sorgen. Eine Empfehlung für ein bestimmtes Programm können wir nicht geben, da immer wieder diverse und zum Teil erhebliche Mängel auch bei kostenpflichtiger Antivirensoftware festgestellt werden.

Am besten informieren Sie sich über seriöse Website wie heise.de und chip.de, über gängige Programme.

Sehr erhellend zu dem Thema ist der folgende Hintergrundartikel:

<https://www.heise.de/download/specials/Gratis-Virenschutz-fuer-Windows-10-3148982>

Eine **besonders effektive Schutzmaßnahme** ist es außerdem, niemals online zu gehen, wenn Sie in Ihrem Administrationskonto eingeloggt sind. Legen Sie sich auf Ihrem Rechner neben Ihrem Administrationskonto ein Standardkonto mit eingeschränkten Rechten an. **Loggen Sie sich stets über dieses Standardkonto ein**, wenn Sie surfen. Und schützen Sie Ihr Administrationskonto mit einem Passwort! Für tiefgreifende Änderungen an Ihrem Computer sind Administrationsrechte erforderlich. Ohne diese Rechte kann sich Schadsoftware nur schwer in Ihrem System einnisten.

Wo Sie dieses Konto z. B. für Windows 10 anlegen können erfahren Sie hier:

<https://www.windows-10-forum.com/tipps/491.neues-benutzerkonto-in-windows-10-anlegen-so-geht-es>

2.2. Browsereinstellungen und Cookies

Wir empfehlen den **Mozilla-Firefox** als Browser zu nutzen. Im Gegensatz zu allen anderen Browsern, die kommerziellen Unternehmen gehören, wird Firefox von der Mozilla-Stiftung entwickelt. Firefox hat viele Datenschutz-Einstellungen und kann mit Zusatzprogrammen, sogenannten **Add-ons**, noch sicherer gemacht werden. Mit z. B. dem Add-on **https everywhere** surfen Sie verschlüsselt. Das Add-on **privacy badger** zeigt Datenschneffler auf, die Sie mit diesem add-on daran hindern, Ihnen nachzuspionieren und mit **uBlock** können Sie Werbung blockieren, aber auch frei schalten.

Add-Ons finden Sie wenn Sie:

 im Stapelmenü (auch Sandwich- oder Hamburger-Menü genannt)

 Add-ons Strg+Umschalt+A auf den Menüpunkt *Add-Ons* klicken.

In das Suchfeld rechts oben können Sie dann den Namen des gesuchten Add-ons eingeben und durch Drücken der Entertaste suchen.

Wurde das Add-on gefunden können Sie es durch Anklicken von **+ZU FIREFOX HINZUFÜGEN** Ihrem Browser hinzufügen.

Empfohlen

HTTPS Everywhere von EFF Technologists

Verschlüsseln Sie das Web! HTTPS-Everywhere schützt Ihre Kommunikation indem die Verbindung zu unterstützten Seiten automatisch auf eine HTTPS-Verschlüsselung umgestellt wird, auch wenn die URL oder ein besuchter Link das https://-Präfix weg lässt.

+ Zu Firefox hinzufügen

Besonders ärgerlich ist das sogenannte „**Tracking**“, das Aufzeichnen Ihrer Datenspuren von externen Seiten aus. Dies geschieht z. B. über das Anlegen von **Cookies**. Cookies sind kleine Textdateien, in denen ein Webserver Ihr Surfverhalten festhält. In vielen Fällen dienen Cookies dazu, auszuspionieren, welche Seiten und Unterseiten Sie aufrufen, um Ihnen dann personalisierte Werbung zukommen zu lassen. Dennoch wäre es ein Fehler, Cookies grundsätzlich zu blockieren, weil dann viele passwortgeschützte Seiten, wie z. B. unser Moodlekurs für Sie nicht mehr funktionieren würden. Deswegen empfehlen wir die folgenden von den Standardeinstellungen abweichenden Einstellungen:

-  Stapelmenü rechts oben im Firefox anklicken
-  **Einstellungen** **EINSTELLUNGEN** wählen
-  **Datenschutz & Sicherheit** **DATENSCHUTZ & SICHERHEIT** aktivieren

Browser-Datenschutz

Verbesserter Schutz vor Aktivitätenverfolgung

 Skripte zur Aktivitätenverfolgung folgen Ihnen und sammeln Informationen über Ihre Internet-Gewohnheiten und Interessen. Firefox blockiert viele dieser Skripte zur Aktivitätenverfolgung und andere böswillige Skripte. [Weitere Informationen](#) Ausnahmen verwalten...

Standard
Ausgewogen zwischen Schutz und Leistung. Seiten laden normal.

Streng
Stärkerer Schutz, einige Websites oder mancher Inhalt funktioniert eventuell nicht.

Benutzerdefiniert
Wählen Sie, welche Art von Skripten zur Aktivitätenverfolgung und sonstige Inhalte blockiert werden.

 **Cookies** Cookies von nicht besuchten Websites

 **Inhalte zur Aktivitätenverfolgung** Nur in privaten Fenstern

 **Heimliche Digitalwährungsberechner (Krypto-Miner)**

 **Identifizierer (Fingerprinter)**

Um die Änderungen anzuwenden, müssen alle Tabs neu geladen werden. Alle Tabs neu laden

Achtung!
Das Blockieren von Skripten zur Aktivitätenverfolgung kann Auswirkungen auf das Funktionieren einiger Websites haben. Laden Sie eine Seite einschließlich Skripten zur Aktivitätenverfolgung neu, damit der komplette Inhalte geladen wird. [Weitere Informationen](#)

Cookies und Website-Daten

Die gespeicherten Cookies, Website-Daten und der Cache belegen derzeit 0 Bytes Speicherplatz. Daten entfernen...

[Weitere Informationen](#) Daten verwalten...

Cookies und Website-Daten beim Beenden von Firefox löschen Berechtigungen verwalten...

Zugangsdaten & Passwörter

Eragen, ob Zugangsdaten und Passwörter für Websites gespeichert werden sollen Ausnahmen...

Zugangsdaten und Passwörter automatisch ausfüllen Gespeicherte Zugangsdaten...

Starke Passwörter erzeugen und vorschlagen

Alarmer für Passwörter, deren Websites von einem Datenleck betroffen waren [Weitere Informationen](#)

Master-Passwort verwenden Master-Passwort ändern...

Chronik

Firefox wird eine Chronik nach benutzerdefinierten Einstellungen anlegen

Immer den Privaten Modus verwenden Chronik leeren...

Besuchte Seiten und Download-Chronik speichern

Eingegebene Suchbegriffe und Formulardaten speichern

Die Chronik löschen, wenn Firefox geschlossen wird Einstellungen...

Wer mehr über Cookies erfahren möchte, kann hier nachlesen:

https://praxistipps.chip.de/was-sind-cookies-eine-kurzerklaerung_9760

Weitere Sicherheitseinstellungen sowie Empfehlungen zu Add-ons (z. B. Popup-Blocker zum Schutz gegen ausspähende Werbeanzeigen) gibt es hier:

<https://digitalcourage.de/blog/2019/selbstverteidigung-fuer-eilige>

2.3. Suchmaschinen

Suchmaschinen legen in der Regel ein sehr genaues Benutzerprofil von Ihnen an und sorgen dafür, dass Sie bei einer Suche möglichst genau die Inhalte bekommen, für die Sie sich Interessieren. Dies hört sich zunächst recht praktisch an. Von Nachteil ist allerdings, dass Sie in eine Filterblase geraten und sich der großen Gefahr von Manipulation aussetzen. Dazu mehr im Datenschutzkapitel 5.

Inzwischen gibt es zahlreiche Suchmaschinen, die für sich in Anspruch nehmen, Ihr Suchverhalten nicht aufzuzeichnen oder gar an Dritte zu verkaufen. Dazu gehören u. a.:

- **startpage**

<https://www.startpage.com/de/>

Startpage wird von der niederländischen Startpage B.V. betrieben. Suchanfragen werden an Google weitergeleitet. Die Suchergebnisse werden dann anonymisiert angezeigt. 2019 wurde Startpage bei einem Test zur Datensicherheit aufgrund der mängelfreien Datenschutzerklärung von der Stiftung Warentest zur Testsiegerin erklärt.

- **metaGer**

<https://metager.de/>

MetaGer ist eine deutsche Metasuchmaschine. Das heißt, dass parallel in 20 – 30 anderen Suchmaschinen nach den eingegeben Suchbegriffen gesucht wird. Diese Suchmaschine wurde von der Universität Hannover entwickelt und wird inzwischen von einem Verein betrieben. MetaGer wird u. a. vom Verein Digitalcourage empfohlen.

Tip: Wer sich umfassend über eine Suchmaschine oder auch eine App informieren möchte, schaut am besten in der Wikipedia nach!

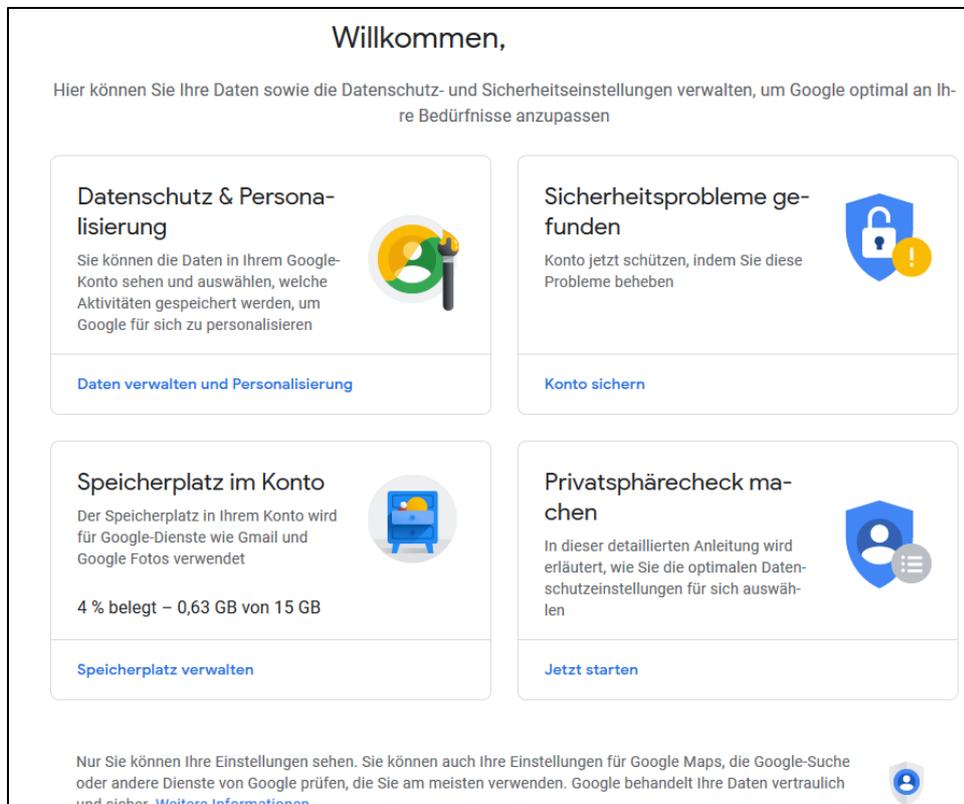
Dennoch gibt es Rechtesituationen, in denen Google doch die besseren Ergebnisse liefert, z. B. bei der Bildersuche. Noch ist Startpage nicht in der Lage, nach Bildern mit bestimmten Nutzungsrechten zu suchen.

2.3.1. Datenschutzeinstellungen bei Google

Wer ein Google-Konto hat (was eigentlich alle Android-Nutzer haben), kann nachschauen, welche Informationen Google über eine*n gesammelt hat und diese auch gleich löschen. Hierfür müssen Sie in ihr Google-Konto eingeloggt sein. Dies ist am Smartphone bei den meisten Android-Nutzer*innen automatisch der Fall.

Am PC klicken Sie nun auf Ihr Profilbild und wählen GOOGLE-KONTO VERWALTEN.

Am Smartphone klicken Sie auf EINSTELLUNGEN / GOOGLE. Unterhalb ihres Profilbilds finden Sie die Schaltfläche GOOGLE-KONTO VERWALTEN.



Sie sollten sich Zeit nehmen, um sich genau anzuschauen, welche Attribute Google Ihnen zuordnet und diese gegebenenfalls löschen. Wer am PC surft, sollte sich erst gar nicht in ihrem Google-Konto einloggen. So kann der Datensammelei auf einfache Weise Einhalt geboten werden.

2.4. Lesezeichen

Lesezeichen sind Links zu Webseiten, die Sie speichern und in thematischen Ordnern sammeln können. Durch Anklicken dieser Links können Sie schnell und bequem Websites aufrufen, die für Sie relevante Informationen enthalten.

Alle relevanten Informationen zu Lesezeichen (auch Bookmarks oder Favoriten genannt) sind hier für den Mozilla Firefox beschrieben.

Lesezeichen können Sie direkt in der Lesezeichen-Symbolleiste sammeln.



Die Lesezeichen-Symbolleiste können Sie durch einen Rechtsklick neben dem Suchfeld in der Adressleiste Ihres Browser oder über den Menüpunkt ANSICHT / SYMBOLLEISTEN.

Ordner für Lesezeichen auf der Lesezeichen-Symbolleiste erstellen

- mit der rechten Maustaste auf die Lesezeichen-Symbolleiste klicken
- Ordner erstellen wählen
- Ordnernamen tippen
- Entertaste drücken

Lesezeichen in der Lesezeichen-Symbolleiste ablegen

- auf das Symbol vor der Internetadresse der aufgerufenen Website zeigen



- Das Symbol mit gedrückter Maustaste in die Lesezeichensymbolleiste ziehen bzw. auf einen der dortigen Ordner.

Lesezeichen verwenden

- Klicken Sie einfach auf das Lesezeichen in der Lesezeichen-Symbolleiste bzw. zuerst auf den Ordner und dann auf das Lesezeichen. Die Website, die mit dem Link verbunden ist, wird sofort aufgerufen.

Viele Lesezeichen sammeln und verwalten

Wer die praktische Funktion „Lesezeichen“ häufig nutzt, findet nicht genug Platz auf der Lesezeichen-Symbolleiste. Tatsächlich werden dort nur die Lesezeichen abgelegt, die zu aktuellen Projekten oder zu besonders wichtigen Websites führen. Alle anderen Lesezeichen können in einer Art Bibliothek gesammelt werden. Eine ausführliche und gut verständlich geschriebene Anleitung findet sich in der Mozilla-Hilfe:

<https://support.mozilla.org/de/kb/mit-lesezeichen-ihre-liebblingsseiten-verwalten>

Lesezeichen synchronisieren

Wenn Sie an unterschiedlichen Geräten (am Arbeitsplatz, am Smartphone, am Rechner zuhause...) arbeiten, dann ist es sehr praktisch, wenn Ihnen an allen Geräten, alle gesammelten Lesezeichen zur Verfügung stehen. Dies wird als **synchronisieren** bezeichnet. Voraussetzung hierfür ist, dass Sie ein **Firefox-Konto** besitzen. Ein Firefox-Konto ist kostenfrei und in vielerlei Hinsicht nützlich.

Hier erfahren Sie, welche Vorteile ein Firefox-Konto bietet und wie Sie es einrichten können:

https://support.mozilla.org/de/kb/firefox-accounts_de

Eine Anleitung zum Synchronisieren von mehreren Geräten, um die Lesezeichen abzugleichen und zu aktualisieren, finden Sie hier:

<https://support.mozilla.org/de/kb/wie-richte-ich-firefox-sync-ein>

Lesezeichen sichern und wiederherstellen

Wer Lesezeichen nutzt, weiß, wie sehr diese die alltägliche Arbeit erleichtern können. Sehr ärgerlich ist es, wenn die Lesezeichen z. B. im Rahmen eines automatischen Updates verloren gehen.

Deswegen sollten sie in regelmäßigen Abständen gesichert werden.

<https://support.mozilla.org/de/kb/Lesezeichen-sichern-und-wiederherstellen>

2.5. Passwort-Management

Es lohnt sich unbedingt ein wenig Zeit in ein gutes Passwort-Management zu investieren. Nur so können Sie all Ihre Accounts vor unberechtigtem Zugriff schützen.

Passwörter, die sicher sind, sollten die folgenden Eigenschaften haben:

- mindestens 12 Zeichen lang
- besteht aus Wortanfängen, Ziffern und Sonderzeichen
z. B. könnten Sie aus dem Satz:
Mein Vater wurde am 4.5.1940 in Heidelberg geboren_Kennwort:mailaccount
folgendes Passwort generieren:
(Mein Vater wurde am 4.5.1940 in Heidelberg(=HD) geboren(=*)_Kennwort:mailaccount
→ MVwa4540iHd*_K:ma
- Jedes passwortgeschützte Tool (Mail-Account, Facebook...) bekommt ein eigenes Passwort.
- Passwörter im Bedarfsfall ändern(wenn man z. B. einen Virus eingefangen hat oder der E-Mail-Provider von Hackern angegriffen wurde)
Nach neuesten Studien erhöht regelmäßiges Ändern der Passwörter nicht die Sicherheit.
- Passwörter alphabetisch sortiert in einem Adressbuch aus Papier notieren
- Eventuell einen Passwort-Manager verwenden, z. B. **Keepass**, dann müssen Sie sich nur **ein** starkes Passwort merken.

Hier finden Sie ein Tutorial zur Installation und Anwendung von Keepass:

<https://www.youtube.com/watch?v=6JlboO-kiEU>

Hier können Sie Keepass kostenfrei herunterladen:

<https://keepass.info/>

2.6. Online-Kommunikation

Für Erzieher*innen und Menschen, die im pädagogischen Bereich tätig sind, spielen sowohl E-Mails wie auch Messengerdienste eine wichtige Rolle. Personen mit Festanstellung nutzen für berufliche Zwecke ihre dienstliche E-Mailadresse.

Wer auf freiberuflicher Basis arbeitet und nach einem seriösen, möglichst in Europa beheimateten **E-Mail**-Provider sucht, der auf Transparenz, Datenschutz und Werbefreiheit großen Wert legt, ist mit einem Account bei <https://posteo.de/de> gut beraten. Die Dienste von Posteo sind zwar kostenpflichtig, aber mit einer Jahresgebühr von 12 €, die anonym bezahlt werden kann, sehr überschaubar.

Bei der Verwendung von **Messengerdiensten** sieht es häufig anders aus. Viele, auch festangestellte, Pädagog*innen nutzen häufig ihre privaten Mobiltelefone und kommunizieren mit ihren Zielgruppen über **WhatsApp**. Damit befinden sie sich in einem rechtlichen Graubereich. Dabei spielen sowohl dienstrechtliche Aspekte wie auch der Datenschutz eine gewichtige Rolle. Warum es wichtig ist,

WhatsApp nur von einem Diensthandy aus zu nutzen, wie Sie am besten Ihr WhatsApp-Profil gestalten und worauf Sie bei der Kommunikation mit Ihren Zielgruppen achten müssen, finden Sie unter nachfolgendem Link hervorragend zusammengestellt:

http://www.lkgi-jugendfoerderung.de/tl_files/content/multiplikatorinnen/m_downloads/Jugendschutz/Paedagogik_in_WhatsApp.pdf

Besonders kritisch ist zu sehen das WhatsApp ungefragt auf Ihr Adressbuch, auf Ihre SMS-Nachrichten, Kalendereinträge und Ihre Fotos zugreifen kann. Damit haben Sie sich beim Einrichten der App einverstanden erklärt. Vielen ist darüber hinaus nicht bewusst, dass WhatsApp zu Facebook, einem der größten Datensammler weltweit, gehört.

Glücklicherweise gibt es Alternativen zu Facebook. Darunter ist u. a. **Threema** zu nennen. Einige der Pädagogischen Einrichtungen im Bezirk Reinickendorf nutzen bereits **Threema Work**. Auch die Dienstleistungen von threema sind kostenpflichtig. Für private Nutzer*innen wird eine einmalige Gebühr von 3,99 erhoben.

<https://www.klicksafe.de/themen/kommunizieren/whatsapp/moegliche-alternativen-zum-whatsapp-messenger/>

3. Social Media

3.1. Anmelden bei sozialen Netzwerken

Am besten legen Sie sich für die Nutzung von Social-Media-Kanälen ein gesondertes E-Mail-Konto an. So können Sie einschränken, dass die Informationen, die über Sie in den Social Media gesammelt werden mit ihrer E-Mail-Adresse, die in der Regel mit ihrer Wohnadresse verknüpft ist, in Verbindung gebracht wird.

Sollten Sie sich mit Ihrer „normalen“ E-Mail-Adresse bei einem sozialen Netzwerk anmelden, so sollten Sie **unbedingt darauf achten**, dass Sie den **Vorschlag des Netzwerks, Ihnen zu helfen Kontakte zu finden bzw. nach Ihren Freunden im Netzwerk zu suchen, keinesfalls annehmen**. Alle sozialen Netzwerke bieten diesen „Service“ an, um Zugriff auf Ihr E-Mail-Adressbuch zu erhalten. Durch den Zugriff auf die Adressbücher ihrer Nutzer*innen erhalten die Betreiber*innen von Social-Media-Kanälen genau Kenntnis darüber, wer mit wem in Verbindung steht.

Jedes soziale Netzwerk versucht, schon während des Anmeldeprozesses Zugriff auf Ihr E-Mail-Adressbuch zu bekommen. Sie können diesen Schritt überspringen. Das Überspringen-Symbol ist in der Regel klein und unscheinbar.

Überhaupt können Sie die meisten Arbeitsschritte im Anmeldeprozess überspringen. Ihr Profilbild etwa können Sie zu einem späteren Zeitpunkt hochladen und auch einen Profiltext können Sie jederzeit einfügen.

Worauf Sie bei der Nutzung sozialer Netzwerke ganz allgemein achten sollten, finden sie in einer detaillierten Beschreibung des Bundesamts für Sicherheit in der Informationstechnik zusammengestellt:

https://www.bsi-fuer-buerger.de/BSIFB/DE/DigitaleGesellschaft/SozialeNetze/Zehn_Tipps/Zehn_Tipps_node.html

3.2. Orientierung auf sich verändernden Bedienoberflächen

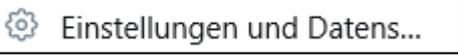
Struktur und äußeres Erscheinungsbild von Social-Media-Seiten sind einem ständigen Wandel unterworfen. Einige Dinge sind aber bei vielen Social-Media-Kanälen sehr ähnlich gestaltet:

Der Profilbereich

Den Profilbereich erreichen Sie in fast allen Fällen durch Anklicken Ihres Profilbildes bzw. Antippen eines stilisierten Profilbildes

Privatsphäre-Einstellungen

Die Privatsphäre-Einstellungen, die Sie in jedem Fall auf Ihren individuellen Bedarf hin anpassen sollten finden Sie:

	innerhalb Ihres Profilbereichs <i>oder</i>
	beim Anklicken eines Drop-Down-Menüs <i>oder</i>
	beim Anklicken eines solchen Symbols

3.3. Erste Schritte in sozialen Netzwerken

Wer sich in einem sozialen Netzwerk anmeldet, sollte sich Gedanken machen über:

- **Klarnamen oder Dummy**
Wer sich mit anderen vernetzen möchte, sollte unter Klarnamen agieren. Wer sich ein Netzwerk erst einmal anschauen möchte, kann dies auch unter einem Dumminamen machen. Denken Sie bitte daran, dass Sie für Ihren Dummy auch einen eigenen Mailaccount anlegen müssen.
- **Profilbild /Hintergrundbild**
Unter folgendem Link versteckt sich eine immer aktuelle Liste, der erforderlichen Bildgrößen für die Gestaltung der Profile in den unterschiedlichen Social-Media-Kanälen:
<https://makeawebsitehub.com/social-media-image-sizes-cheat-sheet/>
- **Profiltext**
beschreiben Sie sich in wenigen möglichst treffenden Worten. Einen guten Profiltext können Sie dann schreiben, wenn Sie sich im Klaren darüber sind, welche Aspekte Sie von sich in den sozialen Medien zeigen wollen und welches Ziel Sie mit Ihrem Social-Media-Auftritt verbinden.

Wer sich ein (unter Umständen zunächst sehr schmales) Profil angelegt hat, geht in der Orientierungsphase in einem sozialen Netzwerk meist die folgenden Schritte:

1. **anderen folgen/sich mit anderen vernetzen**
Zunächst werden relevante Personen/Organisationen aus dem gewünschten Themenspektrum gesucht. Um diese Personen/Organisationen zu finden, sollte z. B. geschaut werden, mit welchen Personen/Organisationen diejenigen mit interessanten Profilen vernetzt sind.
2. **Infos von anderen liken oder teilen**
3. **Infos von anderen kommentieren**
4. **Selber Infos posten**

3.4. Twitter

3.4.1. Was ist Twitter?

Twitter ist ein Mikroblogging-Dienst, der 2006 von u. a. Jack Dorsey in den USA gegründet wurde. Weltweit nutzen 139 Millionen Menschen Twitter täglich. Im Januar 2020 war Ex-US-Präsident Obamas Twitter-Account mit 111 Millionen Followern der beliebteste weltweit. Informationen, die maximal 280 Zeichen lang sein dürfen (darunter auch Bilder und Links zu Websites) werden bei Twitter üblicherweise unter einem **Hashtag #** gepostet. Die Hashtags sind ein Instrument um Informationen auffindbar zu machen. Hashtags können bei Twitter übrigens auch kombiniert werden. So findet sich z. B. bei der Suche nach **#mädchen #reinickendorf** folgender Tweet:



Auch, wenn der abgebildete Tweet schon etwas älter ist, kann man daran sehr gut sehen, wie Hashtags sinnvollerweise eingesetzt werden können. Wer selber twittert sollte unbedingt darauf achten die passenden Hashtags im Tweet unterzubringen. So kann z. B. auf die Arbeit des interkulturellen Mädchentreffs aufmerksam gemacht werden und die Tweets sind für andere gut zu finden.

Wer nutzt Twitter?

Twitter wird vor allem für die Verbreitung von Nachrichten im politischen Bereich genutzt. Aber auch die Bereiche der Pädagogik und insbesondere der Medienpädagogik sind auf Twitter präsent. Außerdem präsentieren sich zunehmend soziale Einrichtungen auf diesem

Social-Media-Kanal, die auf Ihre Arbeit und die neusten Entwicklungen in ihren Arbeitsfeldern aufmerksam machen wollen.

Ein gutes Beispiel für ein Good-Practice-Twitterprofil bietet der Verein Mittelhof e. V., der unter @Mittelhof_eV zu vielen Themen rund um bürgerliches Engagement, Behinderte, Geflüchte, Ehrenamt etc. twittert.

Mittelhof e.V.
27.766 Tweets

HIER MAL EIN SOCIAL NETWORK. BEI DEM FREUNDSCHAFTEN WIRKLICH WAS ZÄHLEN.
Kommen zum Mittelhof. Wir sind für alle nah. G.L.G., kein Fake!

Mittelhof e.V.
@Mittelhof_eV Folgt Dir

Kinder, Jugend, Eltern, Erwachsene, Senioren, Behinderte, Geflüchtete, Beratung, Pflege, Selbsthilfe, offene Häuser, Ehrenamt, Schulkooperationen + vieles mehr!

Berlin, Deutschland mittelhof.org Geboren am 10. Juli
Seit November 2015 bei Twitter

4.995 Folge ich 2.487 Follower

Gefolgt von zazfrau, Barrierefreie Bahn und 33 weiteren Personen, denen du folgst

Tweets Tweets und Antworten Medien Gefällt mir

Mittelhof e.V. @Mittelhof_eV · 1 Std.

24.01. 🎉🎊🎶 Die "Schöne Villa-Party" in der Villa Mittelhof! Tanzen zu 70 's Disco, Worldmusic, Rock & Pop, Dance-Classics und mehr. #Tanzen #Party in #Berlin #Steglitz #Zehlendorf mittelhof.org/angebote/die-s...

DIE SCHÖNE VILLA-PARTY

Über Twitter werden vor allem Multiplikator*innen sowie politisch interessierte Bürger*innen erreicht. In zunehmendem Maße werden dort aber auch die Stimmen von benachteiligten Personengruppen bzw. von Organisationen, die sich für diese Personen einsetzen, laut. Beispiele hierfür sind:

@leidmedien

(Beratung von Medien zum Thema Inklusion. Ein Projekt von @sozialhelden)

@EinAugenschmaus

(Julia Probst, Gebärdensprachlerin)

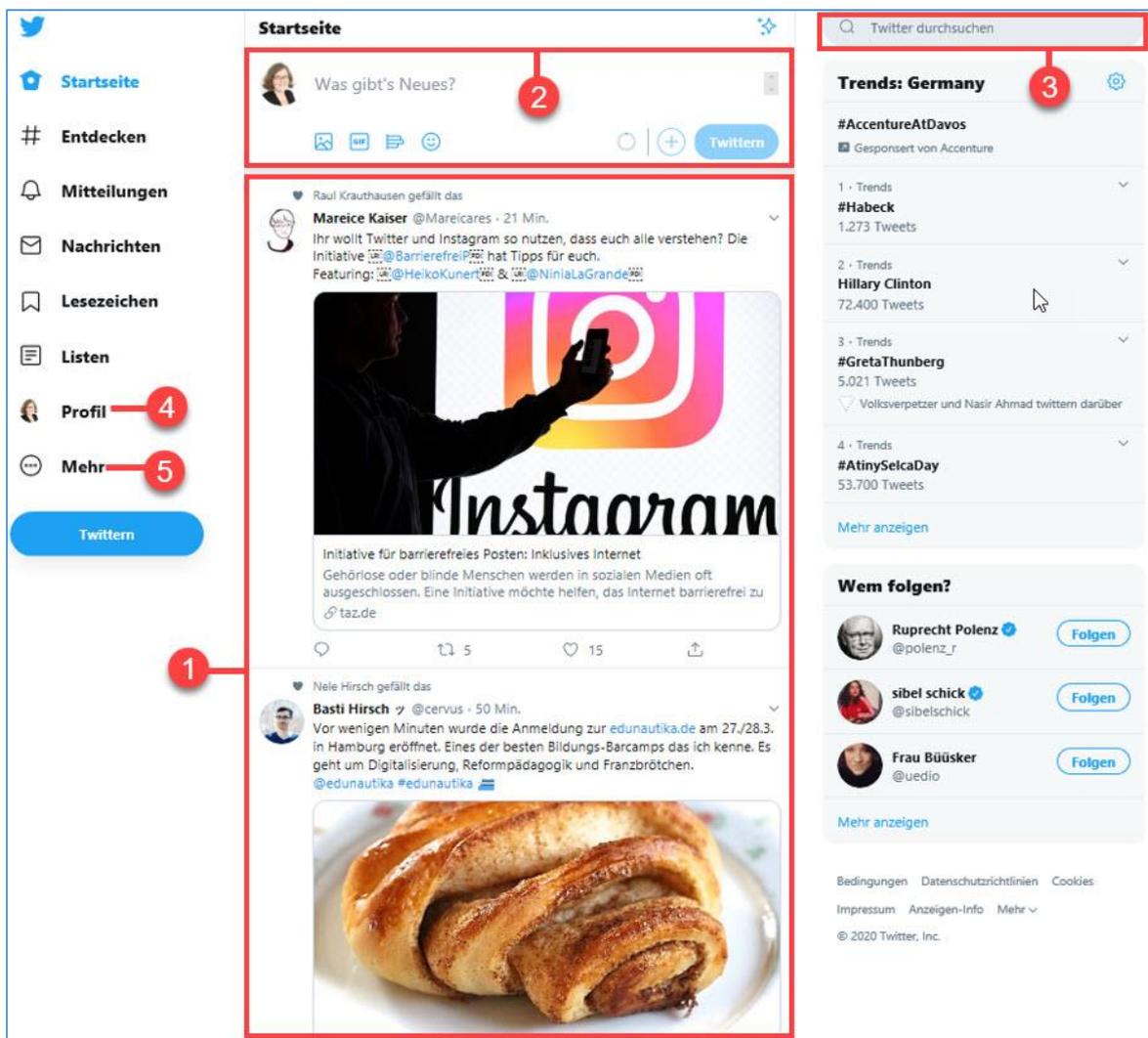
Wofür wird Twitter genutzt?

Viele Menschen nutzen Twitter wie eine Fachzeitschrift, in der Artikel und Autor*innen passgenau zusammengestellt werden können. Sie selbst entscheiden über die Qualität Ihres Twitter-Accounts, indem Sie eben nur denjenigen folgen, von denen Sie hochwertige Informationen bekommen können.

Interessante Profile können Sie finden, indem Sie die Profile, die Ihnen gut gefallen genau unter die Lupe nehmen. Wem folgen diese Personen? Wer kommentiert oder retweetet die Tweets dieser Personen? Eventuell finden Sie dadurch weitere interessante Twitter-Accounts, denen auch Sie folgen könnten.

3.4.2. Der Twitter-Bildschirm

Am PC sieht der Twitter-Bildschirm folgendermaßen aus:



1	Timeline	Hier erscheinen alle Tweets der Personen/Organisationen, denen Sie folgen. Je mehr Personen/Organisationen Sie folgen, umso schneller fließt der „Fluss der Informationen“ durch Ihre Timeline (Deutsch: Zeitleiste).
2	Eingabefeld	Hier geben Sie die maximal 280 Zeichen für einen Tweet ein
3	Suchfeld	Hier werden Suchbegriffe eingegeben. Themen werden mit einem Hashtag # gekennzeichnet, z. B. #barrierefreiheit . Wenn Sie nach Personen/Organisationen suchen, dann verwenden Sie das „at“-Zeichen @, z. B. @FCZBBerlin
4	Profileinstellungen	Hier können Sie u. a. Fotos für Ihr Profil und für das Hintergrundbild hochladen sowie Ihren Profiltext eingeben.
5	Allgemeine u. Datenschutzeinstellungen	Hier finden Sie alle wichtigen Einstellungsmöglichkeiten für Ihren Twitter-Account. Übrigens wird man nur in absoluten Ausnahmefällen ein Twitter-Konto schützen, d. h. dass potenzielle Follower erst anfragen müssen, bevor sie einem folgen können. Üblich ist, dass ohne Anfrage gefolgt werden kann.

3.4.3. Die wichtigsten Icons

Hier finden Sie eine Übersicht der wichtigsten Twitter-Icons. Diese befinden sich jeweils unterhalb eines Tweets.

	<p>ANTWORTEN</p> <p>Auf dieses Symbol klicken Sie, wenn Sie auf einen Tweet antworten möchten.</p>
	<p>RETWEETEN</p> <p>Durch Klicken auf dieses Icon senden Sie einen Tweet weiter an Ihre Follower, wahlweise mit oder ohne weiteren Kommentar.</p>
	<p>LIKEN</p> <p>Klicken Sie auf dieses Symbol, so drücken Sie damit aus, dass Ihnen ein Tweet gefällt.</p>

	<p>LINK ZUM TWEET WEITERLEITEN</p> <p>Nachdem Sie auf dieses Symbol geklickt haben, können Sie wählen, ob Sie Folgendes möchten:</p> <ul style="list-style-type: none"> • den Link zum Tweet per Direktnachricht an eine*n andere*n Twitternutzer*in senden • den Link zum Tweet ihrer Lesezeichensammlung auf Twitter hinzufügen • den Link zum Tweet kopieren
---	--

3.4.4. Twitter-Checkliste

Mit Hilfe der Twitter-Checkliste können Sie überprüfen, wie gut Sie sich schon mit dem weltweit bedeutendsten Microblogging-Dienst auskennen. **Insbesondere 5. – 9. sind für Twitter-Anfänger*innen interessant.**

1.	Ich habe einen Twitter-Account
2.	Ich habe einen passenden Profilnamen
3.	Ich habe ein passendes Profilbild und ein passendes Hintergrundbild
4.	Ich habe einen passenden Profiltext
5.	Ich kann anderen folgen und entfolgen
6.	Ich kann Tweets liken und retweeten
7.	Ich kann Tweets in den Twitter-Lesezeichen sammeln
8.	Ich kann antworten und kommentieren
9.	Ich kann Direktnachrichten verschicken
10.	Ich kann sinnvolle Hashtags in einem Tweet verwenden
11.	Ich kann Bilder gifs und Emoticons twittern
12.	Ich kann innerhalb eines Tweets auf einen Link verweisen

13.	Ich kann unerwünschte Personen blockieren
14.	Ich kann Listen erstellen und verwalten
15.	Ich kann einen Tweet an mein Profil anheften
16.	Ich kann für ein Impressum sorgen

3.4.5. Linkliste und Twitter-Hilfebereich

Eine **Erläuterung zu allen wichtigen Twitter-Begriffen** finden Sie hier:

<https://medienkompass.de/twitter-fuer-einsteiger-anleitung/>

Eine schön geschriebene **Einführung zu Twitter** mit vielen interessanten weiterführenden Links findet sich im Blog von @webgewandt

<https://www.webgewandt.de/2017/09/twitter-fuer-einsteiger-mit-140-zeichen-zum-erfolg/>

Sehr hilfreich sind auch die Anleitungen, die Twitter selbst zur Verfügung stellt im **Twitter-Help-Center**

<https://help.twitter.com/de>

Hier erfahren Sie beispielsweise, wie Sie unerwünschte Follower blockieren können:

<https://help.twitter.com/de/using-twitter/blocking-and-unblocking-accounts>

3.5. Facebook

3.5.1. Allgemeine Infos

Facebook wurde von Marc Zuckerberg entwickelt und ist 2004 an den Start gegangen. 2012 hat Facebook Instagram aufgekauft, 2014 wurde der Messengerdienst Whatsapp aufgekauft.

Rund 2,23 Milliarden Personen weltweit nutzen Facebook mindestens 1x im Monat. In Deutschland nutzen 25-30 Millionen Personen Facebook.

3.5.2. Facebook-Profil

Dein **Profil** erzählt deine Geschichte.

Das Facebook-Profil ist für private User, für einen nicht-gewerblichen oder nicht-kommerziellen Gebrauch, auf Facebook gedacht und repräsentiert eine echte Person.

Ein Profil legt man „normalerweise“ mit dem echten, vollständigen Namen und einer gültigen Email-Adresse, auf die man immer Zugriff haben sollte, an. Jeder Profil-Besitzer verwaltet sein Profil selbständig und allein.

Im Profil kann ich Informationen zu meiner Person, wie Ausbildung, beruflichem Werdegang, Hobbies und Interesse hinterlegen. Diese Infos können von anderen Facebook-Nutzern eingesehen werden, wenn ich diese Daten freigegeben habe.

Das **Facebook-Profil** ist für **private User**, für einen nicht-gewerblichen oder nicht-kommerziellen Gebrauch, auf Facebook gedacht und repräsentiert eine echte Person.

Ein Profil legt man „normalerweise“ mit dem echten, vollständigen Namen und einer gültigen Email-Adresse, auf die man immer Zugriff haben sollte, an. Jeder Profil-Besitzer verwaltet sein Profil selbständig und allein.

Im Profil kann ich Informationen zur meiner Person, wie Ausbildung, beruflicher Werdegang, Hobbies und Interesse hinterlegen. Diese Infos können von anderen Facebook-Nutzern eingesehen werden, wenn ich diese Daten freigegeben habe.

3.5.3. Profil- und Titelbild

In meinem Facebook-Profil kann ich ein Profil- und Titelbild hinterlegen. Rufe ich das Facebook-Profil eines Freundes auf, wird oben auf der Seite das Titelbild und Profilbild meines Freundes angezeigt.

Das Profilbild ist rund und wird in Originalgröße (160 x 160px) auf meiner Startseite in der linken, unteren Ecke des Titelbilds angezeigt.

Das Profilbild wird stark verkleinert in der blauen Leiste am oberen Seitenrand und in allen Beiträgen, Kommentaren, usw. die ich poste, dargestellt.

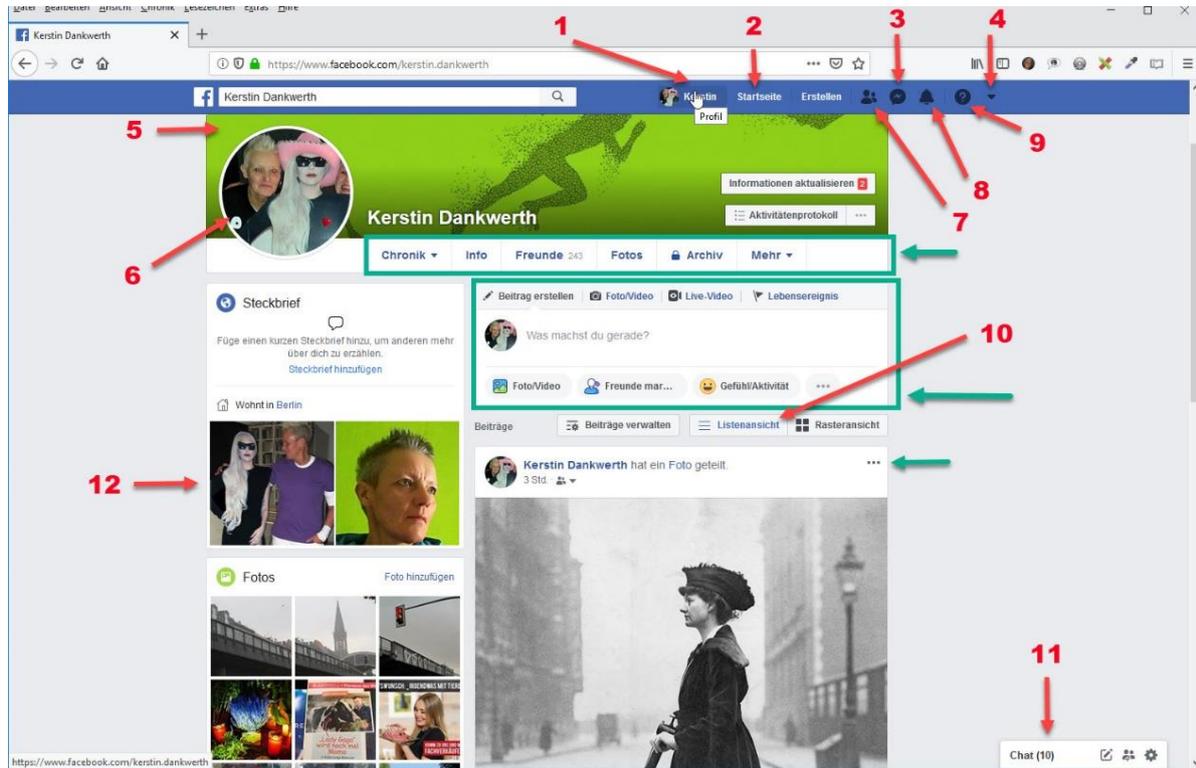
Das Titelbild ist in meinem Facebook-Profil immer oben auf der Seite zu sehen. Das Titelbild hat ein rechteckiges Format (820 x 312 px) und ist eine Art Hintergrund, Eyecatcher oder grafisches Schmuckelement.

3.5.4. Die Chronik

Ihr Facebook-Profil umfasst auch Ihre Chronik.

Die Chronik ist sozusagen Ihr "Blog". Hier werden Ihre eigenen Beiträge, Fotos, Videos angezeigt. Beiträge in denen Sie markiert wurden, erscheinen auch in Ihrer Chronik. Auch Ihre Freund*innen können in Ihre Chronik schreiben (posten), außer Sie haben die Einstellung deaktiviert.

Die neuesten Beiträge stehen ganz oben. Je weiter Sie nach unten scrollen, desto älter die Beiträge.



Im Screenshot mit grüner Umrandung gekennzeichnet (von oben nach unten):

<p>1</p>	<p>Teilbereiche Ihres Profils: Chronik, Info, Freunde, Fotos, Archiv, Mehr.</p> <p>Mit Klick auf einen Menüpunkt wechseln Sie in den entsprechenden Teilbereich, z.B. Klick auf den Menüpunkt Freunde – öffnet eine Liste Ihrer Freund*innen.</p>
<p>2</p>	<p>In diesem Bereich können Sie einen neuen Beitrag (Post) erstellen. Das kann ein einfacher Text, Foto, Video usw. sein. Zum Schreiben des Beitragstextes klicken Sie einfach mit der Maus in den Bereich „Was machst Du gerade“. Im Bearbeitungsfenster können Sie dann den Text eingeben, den Beitrag gestalten und auch festlegen, wer den Beitrag sehen darf.</p>
<p>3</p>	<p>Mit Klick auf das Icon (die drei Punkte ...) wird ein Menü eingeblendet. Dort finden Sie weitere Einstellungen zu Ihrem Beitrag. Sie können z.B. den Beitrag entfernen, das Datum des Beitrags ändern oder auch den Beitrag in deiner Chronik verbergen.</p>

Im Screenshot mit roten Nummern gekennzeichnet:

<p>1</p>	<p>Mit Klick auf Ihren Namen wird Ihre Facebook-Chronik aufgerufen.</p>
----------	--

2	Mit Klick auf den Menüpunkt <i>Startseite</i> wird Ihre Facebook-Startseite aufgerufen. Hier finden Sie die Neuigkeiten Ihrer Freund*innen, abonnierten Unternehmensseiten und Gruppen. Die neuesten Beiträge erscheinen immer oben auf der Seite.
3	Mit Klick auf das Icon werden im Aufklappmenü die neusten Nachrichten angezeigt. Dabei kann es sich um (System)nachrichten von Facebook und private Nachrichten handeln.
4	Mit Klick auf das kleine Dreieck wird ein Aufklappmenü eingeblendet. Dort finden Sie auch den Menüpunkt Einstellungen , über den Sie in Ihre Kontoeinstellungen gelangen und Sicherheits- und Privatsphäreinstellungen von Ihrem Facebook-Account vornehmen und verändern können.
5	Das Titelbild (Hintergrundbild) Ihres Facebook-Accounts. Mit Klick auf das Titelbild können Sie das Titelbild aktualisieren.
6	Das Profilbild Ihres Facebook-Accounts. Mit Klick auf das Profilbild können Sie das Foto ändern (updaten).
7	Mit Klick auf das Icon werden Ihnen aktuelle Freundschaftsanfragen angezeigt und eine Liste von Personen eingeblendet, die Sie vielleicht kennen.
8	Mit Klick auf das Icon werden Ihnen die Benachrichtigungen angezeigt. Benachrichtigungen erhalten Sie, wenn z. B. eine Ihrer Freund*innen einen neuen Beitrag (Post) erstellt, ein Foto gepostet oder Geburtstag hat. Auch hier erscheinen die neuesten Benachrichtigungen ganz oben im Aufklappmenü.
9	Mit Klick auf das Icon springen Sie in den Hilfereich . Dort finden Sie, nach Themen sortiert, umfangreiche Tipps und Tutorials zur Nutzung und den umfangreichen Funktionen von Facebook.
10	Hier können Sie zwischen Listen- und Rasteransicht wechseln. In der Listenansicht werden die Beiträge in der mittleren Spalte untereinander dargestellt. In der Rasteransicht werden die Beiträge (ähnlich wie in Instagram) mit Vorschaubildern im 3er Raster (dreispaltig) angezeigt.
11	Hier können Sie in den Chatbereich von Facebook wechseln und mit einem Freund/einer Freund*in direkt kommunizieren.
12	Wenn Sie Ihr Profil (Ihre Chronik) aufgerufen haben, werden Ihnen in der linken Spalte Ihr Steckbrief, Ihre Fotos und Ihre Freund*innen angezeigt.

3.5.5. Ihre persönliche Facebook-Startseite

Ihre Startseite wird Ihnen angezeigt, wenn Sie sich bei Facebook anmelden. Wenn Sie in Facebook eingeloggt sind, erreichen Sie die Startseite über den Menüpunkt *Startseite* in der blauen Menüleiste am oberen Bildschirmrand.

Die Startseite umfasst Ihre Neuigkeiten: Die ständig aktualisierte Liste der Beiträge von Ihren Freund*innen, abonnierten Seiten (Unternehmensseiten) und Gruppen. Die **Startseite** wird auch als **Timeline** oder **Newsfeed** bezeichnet.

Sobald Sie ein paar Facebook-Freund*innen haben, werden Sie auf Ihrer Startseite, also in Ihrem Newsfeed, die Beiträge (Posts) Ihrer Freund*innen sehen.

Wenn Sie einen Beitrag schreiben (etwas posten), erscheint es in Ihrer Chronik und Ihre Freund*innen sehen es auf ihrer Startseite, also in ihrem Newsfeed.

3.5.6. Ihre geschäftliche Facebook-Startseite

Eine Facebook-Seite ist für den geschäftlichen Gebrauch gedacht. Auf einer Seite können Unternehmen, Organisationen, Marken und bekannte Persönlichkeiten Inhalte wie Bilder, Texte, Videos auf Facebook teilen.

Eine Facebook-Seite wird von einer oder mehreren Personen verwaltet.

Auf einer Facebook-Seite befindet sich auch ein Profil- und ein Titelbild. Die Anordnung der beiden Bilder unterscheidet sich jedoch von einem Facebook-Profil.

Auf der Facebook-Seite ist das runde Profilbild links, das Titelbild rechts daneben positioniert.

In einem Facebook-Profil geht das Titelbild über die ganze Breite. Das runde Profilbild liegt auf dem Titelbild links, unten in der Ecke.

Wichtiger Unterschied zum persönlichen Facebook-Profil:

Ich kann eine Seite liken, also auf „Gefällt mir“ klicken. Ich sehe dann Updates von der Seite auf meiner Startseite, also in meinem Newsfeed.

Auf einer Seite befinden sich die Gefällt-mir-Angaben anderer User, die diese Seite „geliket“ haben. Diese Funktion gibt es auf einem Profil nicht. Dort findet man die Anzahl der Freunde und den Button „Freund/in hinzufügen“.

3.5.7. Facebook-Gruppe

Mit einer Facebook-Gruppe kann ich mich mit anderen Menschen gleicher Interessen verbinden und austauschen. Gruppen sind Bereiche, die es ermöglichen, Updates, Fotos, Videos oder Dokumente zu posten. Des Weiteren kann man anderen Mitgliedern Nachrichten schicken.

Man kann aus drei **Privatsphäreinstellungen** wählen: **Offen, Geschlossen, Geheim**

Wenn man einer Gruppe beitrifft, muss man von einem Administrator freigeschaltet werden. Handelt es sich um eine geheime Gruppe, muss man von einem Freund hinzugefügt werden.

3.5.8. Facebook-Hilfebereich

- Dein Profil und Einstellungen
https://www.facebook.com/help/239070709801747?helpref=hc_global_nav
- Dein Profilbild und dein Titelbild
https://www.facebook.com/help/1217373834962306/?helpref=hc_fnav
- Deine Startseite
https://www.facebook.com/help/753701661398957/?helpref=hc_fnav
- Deine Privatsphäre
https://www.facebook.com/help/238318146535333?helpref=hc_global_nav

3.5.9. Linkliste

- Wie geht Facebook? Eine Anleitung für Anfänger
<https://www.claudiaeasymarketing.com/wie-geht-facebook-anleitung-fuer-anfaenger/>
- Was ist der Unterschied zwischen Facebook-Profil, Facebook-Seite und Facebook-Gruppe?
<https://www.webservice-sbraun.de/was-ist-der-unterschied-zwischen-facebook-profil-facebook-seite-und-facebook-gruppe/>
- Facebook für Anfänger: Profil, Seite oder Gruppe. Was ist der Unterschied?
<https://allfacebook.de/features/facebook-fuer-anfaenger-profil-seite-oder-gruppe-was-ist-der-unterschied>
- Brauche ich Facebook?
<https://www.annetteschwindt.de/2019/06/29/brauche-ich-facebook/>

3.5.10. Facebook-Checkliste

Ich kann mir selbst Informationen zu Facebook besorgen und erklären was
<input type="checkbox"/> Facebook ist
<input type="checkbox"/> die Chronik ist
<input type="checkbox"/> auf der Startseite von Facebook passiert
<input type="checkbox"/> was ein Facebook-Beitrag ist
<input type="checkbox"/> wie eine Freundschaftsanfrage funktioniert
<input type="checkbox"/> wie ein Abo funktioniert
<input type="checkbox"/> wie der Chat (Nachrichtenfunktion) zu bedienen ist

Ich kann
<input type="checkbox"/> mich bei Facebook anmelden
<input type="checkbox"/> die wichtigen Sicherheits-Einstellungen kontrollieren und evtl. ändern
<input type="checkbox"/> verstehen, was in den Privatsphäre-Einstellungen steht und auch dort die Einstellungen vornehmen
<input type="checkbox"/> mich für andere unsichtbar machen ☒
<input type="checkbox"/> mein Profil ausfüllen und ein Profil- und Hintergrundbild hochladen
<input type="checkbox"/> kontrollieren, wie andere oder eine bestimmte Freund*in mein Profil sehen
<input type="checkbox"/> Freundschaftsanfragen stellen
<input type="checkbox"/> interessante Nutzer*innen und Vorbilder abonnieren
<input type="checkbox"/> Beiträge schreiben, mit Hyperlinks und z. B. einem Bild versehen
<input type="checkbox"/> kontrollieren, wie andere oder eine bestimmte Freund*in mein Profil sehen

3.6. Instagram

3.6.1. Was ist Instagram?

Instagram ist ein werbefinanzierter Onlinedienst zum Teilen von Fotos und Videos, der zu Facebook gehört. Instagram ist eine Mischung aus Microblog und audiovisueller Plattform und ermöglicht es, Fotos auch in anderen sozialen Netzwerken zu verbreiten.

Die Anwendung wurde von Kevin Systrom und Mike Krieger entwickelt. Am 6. Oktober 2010 wurde Instagram im App Store veröffentlicht. Seit 2012 gehört Instagram zu Facebook.

Im Juni 2018 belief sich die Zahl der monatlich aktiven Instagram-Nutzer weltweit auf eine Milliarde. Über 15 Mio. User in Deutschland nutzen Instagram, 500 Mio. Menschen nutzen Instagram Stories täglich.

Zur Nutzung stehen Apps für Windows 10, Windows 10 Mobile, Android und iOS zur Verfügung. Instagram ist für die Nutzung auf mobilen Geräten ausgelegt. Zwar lässt sich Instagram auch auf einem Desktop-PC nutzen, dies allerdings nur mit stark eingeschränkter Funktionalität. So lassen sich z.B. in der Desktop-Version keine Fotos im eigenen Profil hochladen.

Besonders beliebt und bekannt geworden ist Instagram u.a. durch die Filter, die für das "Verschönern" von Fotos zur Verfügung stehen. Nach dem Hochladen eines Fotos für einen Instagram-Beitrag (man sagt auch Insta-Post), können Sie einen der vielen Filter wählen, um das Foto zu verschönern oder den Stil des Fotos zu ändern (z.B. schwarz-weiß, sepia).

3.6.2. Instagram-Profil

Persönlicher Account (Standard)

Ähnlich wie Facebook (privates Profil und Unternehmensseite), stehen auch auf Instagram verschiedene Profile zur Verfügung. Nach erfolgreicher Registrierung und Anlegen Ihres Accounts auf Instagram, haben Sie automatisch einen **persönlichen Account (Standard)**.

Die Einstellungen deines Accounts können Sie ändern. Dazu wählen Sie den Button PROFIL BEARBEITEN.

Business Account

Sie können Ihren persönlichen Account jederzeit in einen kostenlosen **Business Account (Unternehmensprofil)** umwandeln. Auf den ersten Blick ähneln sich die beiden Profile sehr. Ein **Business Account** besitzt umfangreichere Funktionen. **Die wichtigsten Funktionen** sind:

- Ausführlichere Profilangaben (z.B. Brancheninformation, Geschäftsadresse, Kurzbeschreibung des Unternehmens)
- Leichtere Kontaktaufnahme durch Kontaktbutton

- Umfangreichere Statistiken (Insights) mit Informationen zu Impressionen, Reichweite, Demographie und Interaktion.
- Vereinfachtes Erstellen von Werbeanzeigen

So stellen Sie Ihren persönlichen Account auf einen Business Account um:

- Loggen Sie sich über Ihr Handy bei Instagram ein und rufen Sie Ihr Profil auf. Hier werden Ihnen Ihre Posts mit Vorschaubildern im 3er Raster (dreispaltig) angezeigt.
- Klicken Sie oben rechts in der Ecke auf das Sandwich-Menü und wähle den Menüpunkt EINSTELLUNGEN.
- Wählen Sie den Menüpunkt KONTO und dann den Punkt ZUM UNTERNEHMENSPROFIL WECHSELN
- Jetzt können/müssen Sie Ihr Unternehmensprofil mit Ihrer Facebook-Seite verbinden. Dazu müssen Sie Administrator der Facebook-Seite sein.
- Überprüfen Sie in diesem Zusammenhang auch, dass Sie eine Geschäftsadresse, Telefonnummer und Emailadresse angegeben haben, so dass (potenzielle) Kunden Sie bzw. Ihr Unternehmen kontaktieren können.

Verifizierter Account

Die Instagram Verifizierung dient primär dazu, die Profile berühmter Personen, Marken und Unternehmen als verifizierte Accounts zu kennzeichnen. Die Verifizierung soll somit garantieren, dass der Account tatsächlich von der Person oder Organisation unterhalten wird sowie nicht gefälscht (gefaked) werden kann.

Die Kennzeichnung erfolgt bei Instagram durch das berühmte blaue Häkchen hinter dem Account-Namen. Wenn Sie keine bekannte Persönlichkeit sind, kann Instagram es ablehnen, Ihrem Account dieses Häkchen zu geben. Wenn Sie dies trotzdem versuchen wollen, müssen Sie folgendermaßen vorgehen:

- Innerhalb von Instagram müssen Sie auf Ihr Profil gehen.
- *Einstellungen* auswählen
- *Verifizierung beantragen*.
- Im Menü der Verifizierungsbeantragung müssen Sie Ihren vollständigen Namen eintragen und darüber hinaus verlangt Instagram eine Kopie von Ihrem Ausweis, Reisepass oder eines anderen offiziellen Dokumentes, das Ihre Identität bestätigen kann.

3.6.3. Instagram-Oberfläche und Icons

Hier finden Sie eine Beschreibung der Instagram-Oberfläche am Beispiel eines Business-Accounts



1	Ihr Instagram-Username .
2	Das Menü mit weiteren Einstellungen zum Ihrem Instagram-Konto. Hier finden Sie im Business-Account u.a. die Statistiken (Insights).
3	Profilaufufe : Information, wie viele User Ihr Profil in den letzten 7 Tagen aufgerufen haben.
4	Ihr Profilbild . Mit Klick auf das Bild können Sie ein neues Profilbild auswählen.
5	Informationen wie viele Beiträge Sie erstellt haben, wie viele User Sie abonniert haben, wie vielen Usern Sie folgen oder abonniert haben..

6	Ihr Instagram-Name . Hier können Sie auch einen kurzen Beschreibungstext und/oder auch die URL Ihrer Website hinterlegen.
7	Buttons zum Bearbeiten Ihres Profils , zum Schalten von Werbung (Promotion) , Call-to-action Button zur Kontaktaufnahme für Ihre (potentiellen) Kund*innen .
8	Ruft die Rasteransicht Ihres Profils auf. In dieser Ansicht werden Ihre Beiträge in einem 3er Grid (dreispaltig) angezeigt.
9	Zeigt die Beiträge an, in denen Sie markiert wurden. Auch hier werden die Beiträge in einem 3er Grid (dreispaltig) angezeigt.
10	Die Rasteransicht (Gridansicht) zeigt Ihre Beiträge in dreispaltiger Darstellung. Die neuesten Beiträge werden automatisch oben angezeigt.
11	Menü mit Icons zum Wechseln in die verschiedenen Bereiche .

3.6.4. Die wichtigsten Icons

Hier finden Sie eine Beschreibung der Icons in der Menüleiste am unteren Bildschirmrand. Über die Icons wechseln Sie in die verschiedenen Bereiche von Instagram.

	Ruft Ihre Instagram-Startseite auf. Auf Ihrer Startseite (auch Home, Feed oder Timeline genannt) werden die Beiträge der von Ihnen abonnierten User in chronologischer Reihenfolge angezeigt. Die neuesten Beiträge erscheinen immer ganz oben.
	Ruft die Suche-Seite auf. Dort wird ein Mosaik an Beiträgen zusammengestellt, mit Inhalten basierend auf den Inhalten die anhand deines Userprofils erstellt/ausgewählt wurden. Oben am Bildschirmrand finden Sie das Suchfeld . Wenn Sie dort einen Suchbegriff eingeben, können Sie unten im Fenster entscheiden, ob Sie nach Personen (Konten), Hashtags oder Orten suchen möchten.
	Das Galerie-Icon . Mit Klick auf das Icon springen Sie in das Bearbeitungsfenster zum Erstellen eines neuen Beitrags (Posts) . Sie können ein Foto aus Ihrer Galerie auswählen, ein neues Foto oder Video erstellen und dieses dann in Ihrem neuen Post verwenden.
	Zeigt eine Liste der Aktivitäten an. Hier finden Sie Informationen dazu, welche Personen Ihnen jetzt folgen und welche Personen, welche Beiträge/Fotos von Ihnen geliket und/oder kommentiert haben.
	Ruft Ihre Profilseite auf. Auf Ihrer Profilseite werden Ihre Beiträge in einem 3er Grid (Rasteransicht) angezeigt.

3.6.5. Einen Instagram-Post (Beitrag) erstellen

Zum Erstellen eines Instagram-Posts wählen Sie das Galerie-Icon (Icon mit dem Plus-Zeichen) unten am Bildschirmrand.

Instagram ist eine visuelle Plattform und lebt vor allem von den Bildern. Dennoch sollten Sie nicht ganz auf Text verzichten und für das Foto Ihres Instagram-Beitrags (Post) einen passenden, kurzen Beschreibungstext (auch **Caption** genannt) einbauen.

Auch Text, der zur **Interaktion** aufrufen soll, gehört in den Beschreibungstext. So können Sie die User hier zum Beispiel mit einer kurzen Frage nach ihrer Meinung fragen. Die Insta-Community ist aktiv und mag es zu kommentieren.

Und natürlich dürfen die **Hashtags** nicht fehlen. **Hashtags** werden mit **vorangestellter Raute #** gekennzeichnet. Sie können Hashtags direkt im Beschreibungstext angeben. Oft werden Hashtags von den Influencern auch unter dem eigentlichen Beschreibungstext hintereinander angegeben. Das ist leserfreundlicher und erfüllt den gleichen Zweck. Bei den Hashtags sollten Sie sich auf max. 20 passenden Begriffe beschränken.

Wenn Sie auf eine Person, also auf das Konto eines Instagram-Users hinweisen/verlinken möchten, nutzen Sie dafür das **@-Zeichen**. Wenn Sie z. B. das Foto eines anderen Insta-Users in Ihrem Profil posten, man sagt dazu auch reposten, ist es wichtig, dass Sie die Person angeben, von der das Foto stammt.

Weiterhin können Sie im Bearbeitungsfenster des Beitrags noch **Personen im Foto markieren** und einen **Ort hinzufügen**. Haben Sie einen Business-Account, können Sie ausserdem einstellen, ob der **Beitrag auch auf Facebook, Twitter und/oder Tumblr gepostet** werden soll.

3.6.6. Was sind Stories?

Neben den Instagram-Beiträgen, gibt es die sogenannten Stories. Diese ermöglichen es Ihnen, mehrere Fotos und Videos zusammenzufassen und nachträglich Medien hinzuzufügen. Eine Story ist nur 24 Stunden sichtbar, danach wird sie wieder gelöscht.

3.6.7. Instagram-Checkliste

Ich weiß / kann erklären:

Allgemeine Infos

- Was Instagram ist / wozu die Plattform dient
- Zu welcher Firma Instagram gehört
- Was der Begriff Influencer bedeutet
- Wie man Instagram installiert und einen Account einrichtet
- Was der Unterschied zwischen der mobilen und Desktop-App ist
- Wie man ein Profilbild hochlädt

Profile/Accounts

- Welche Account-“Typen“ es bei Instagram gibt
- Wichtigste Unterschiede/Merkmale der Accounts benennen

<input type="checkbox"/> Wie man einen Business-Account einrichtet <input type="checkbox"/> Woran man einen verifizierten Account erkennt <input type="checkbox"/> Was durch verifizierte Accounts verhindert werden soll
Oberfläche <input type="checkbox"/> Die Instagram-Icons und deren Bedeutung beschreiben <input type="checkbox"/> Wie man die Startseite aufruft und was die Timeline ist <input type="checkbox"/> Was ein Hashtag ist und mit welchem Zeichen ein Hashtag dargestellt wird <input type="checkbox"/> Wie man sich in Instagram ausloggt
Fotos, Videos, Stories <input type="checkbox"/> Wie man einen Beitrag mit einem/mehreren Foto postet <input type="checkbox"/> Wie lang ein Video maximal sein darf <input type="checkbox"/> Wodurch sich Posts und Stories unterscheiden <input type="checkbox"/> Wie man Personen in einem Foto markiert <input type="checkbox"/> Was bei Doppelklick auf einen Foto passiert <input type="checkbox"/> Was der Unterschied zwischen Liken und Folgen ist <input type="checkbox"/> Woran man Werbung erkennt <input type="checkbox"/> Wie man die Startseite aufruft und was die Timeline ist <input type="checkbox"/> Wie man Fotos anderer Instagram-User speichern kann <input type="checkbox"/> Was Reposten bedeutet und was man dazu braucht

3.7. Aufbau eines Onlineprofils

Sollten Sie soziale Medien aktiv nutzen wollen, um z. B. auf Ihr Angebot oder Ihre Einrichtung aufmerksam machen zu wollen, dann sollten Sie soziale Netzwerke strategisch nutzen.

In einer ersten Phase legen Sie Profile bei diversen Social-Media-Kanälen an und versuchen herauszufinden, wer diese Kanäle nutzt und ob sich Ihre Zielgruppe dort aufhält. Beobachten Sie außerdem, wie sich Ihre Zielgruppe verhält, d.h. zu welchen Inhalten und unter der Verwendung welcher Hashtags bzw. Begriffe Inhalte gepostet werden.

Bauen Sie sich in dieser ersten Phase bereits ein Netzwerk auf, indem Sie sich mit den Personen in den unterschiedlichen Netzwerken verbinden, die Sie interessant finden. Diese Phase dauert mehrere Wochen oder auch Monate. Und Sie sollten sich möglichst täglich für kurze Zeit in den jeweiligen sozialen Medien aufhalten, um ein Gespür für die jeweiligen Netzwerke zu entwickeln.

Wenn Sie sich auf dieser Grundlage zum Aufbau eines Onlineprofils (auch Online-Reputation genannt) entscheiden, schlagen wir Ihnen vor, dies mit der Methode **KoReTTA^{LaV}** zu tun. Die KoReTTA^{LaV}-Methode basiert auf Erkenntnissen aus der Durchführung und Evaluierung drei verschiedener Pilotkurse von „Training of Trainers in Social Media“ im FrauenComputerZentrumBerlin e.V. (FCZB), 2013 – 2014. Sie ist ein sehr praktikables Werkzeug zum Aufbau einer Online-Reputation.

KoReTTA ist ein Akronym für **K**ontrollieren – **R**eflektieren – **T**ools – **T**hemen – **A**ufbauen.

LaV steht für „Lernen **a**m **V**orbild“. LaV ist das Herzstück des Aufbauprozesses einer Online-Reputation.



Finden Sie folgend eine genaue Beschreibung der Phasen des Aufbaus einer Online-Reputation:



Die fünf Stationen des KoReTTA^{LaV} –Prozesses

1.	<p>Kontrollieren Ego-googeln Wie sieht der aktuelle Stand Ihrer Online Reputation aus? Googlen Sie doch einmal Ihren Namen. Oder verwenden Sie eine Metasuchmaschine wie z. B. metager.de, um herauszufinden, was das Netz über Sie weiß.</p>
2.	<p>Reflektieren Das Formulieren von Kompetenzen und Zielen erfordert einige Zeit und auch einige Anstrengung, ist aber elementar und unverzichtbar für den strategischen Aufbau einer Online Reputation. Am besten gehen Sie in folgender Reihenfolge vor: A. Erstellen eines Kompetenzprofils Vergewärtigen Sie sich Ihrer Kompetenzen und fassen Sie diese in Worte. Dieses sogenannte Kompetenzprofil wird anschließend z. B. bei der Ausgestaltung von Profilen in den jeweiligen sozialen Netzwerken wie eine Art Baukasten genutzt werden. B. Formulieren von Zielen Ermitteln Sie Ihre beruflichen Ziele und formulieren Sie sie s.m.a.r.t., um eine Umsetzbarkeit sicherzustellen.</p>
3.	<p>Tools Erkunden Sie die wichtigsten Social Media-Plattformen. Ziel ist es herauszufinden, ob ein soziales Netzwerk oder ein anderes Social Media Tool für Ihre Zwecke geeignet ist. Finden Sie dort „Ihre“ Themen, interessante Akteur_innen und vor allem auch diejenigen, von denen Sie gesehen werden wollen? Das können Sie am besten in einem Dreischritt herausfinden. A. Informieren Was ist charakteristisch für ein Social Media Tool? Was ist über seine Nutzer_innen bekannt? B. Beobachten + Analysieren Um sich ein Urteil über ein Social Media Tool bilden zu können, sollten Sie die für Sie interessanten Netzwerke in jedem Fall „von Innen“ erkunden. Melden Sie sich dort an – eventuell unter einem Pseudonym – und beobachten Sie zunächst das Geschehen dort über einen längeren Zeitraum. Sollten Sie Akteur_innen in diesen Netzwerken finden, die diese Ihrem Empfinden nach vorbildlich nutzen, dann analysieren Sie deren Vorgehensweise. Lernen Sie von diesen Vorbildern! C. Erste Aktivitäten Haben Sie ein soziales Netzwerk oder ein anderes Social Media Tool gefunden, das zu Ihnen und Ihren Themen passt, dann sollten Sie aktiv werden. Teilen Sie Inhalte. Versuchen Sie sich an Ihren ersten Posts. Ihr persönlicher Aktivitätsstil wird sich erst nach einiger Zeit und nach einigen Versuchen entwickeln. Gönnen Sie sich die dafür notwendige Zeit.</p>
4.	<p>Themen Spätestens bei ihren ersten Aktivitäten in einem sozialen Netzwerk werden Sie mit den zentralen SocialMedia-Themen konfrontiert werden. Meist wird es keine einfachen Antworten auf Ihre Fragen geben. Eine sachliche und fundierte Auseinandersetzung mit diesen Themen wird Ihnen aber helfen, eine persönliche Haltung in Bezug auf Social Media zu entwickeln sowie eine Grundsicherheit in der Nutzung der von Ihnen gewählten Netzwerke. Zu diesen Themen gehören vor allem: Datenschutz und Urheberrecht Finden Sie heraus, was Sie bei der Nutzung von Inhalten aus dem Netz wissen müssen und wie Sie Ihre persönlichen Daten schützen können.</p>

5.	<p>Aufbau der Online-Reputation Nachdem Sie das Geschehen in den von Ihnen gewählten sozialen Netzwerken über einen längeren Zeitraum beobachtet haben und dort bereits erste Gehversuche unternommen haben, beginnen Sie mit dem strategischen Aufbau Ihrer Online-Reputation. Auch hierfür empfehlen wir Ihnen einen Dreischritt.</p> <p>A. Auswählen Welche der von Ihnen getesteten sozialen Netzwerke sind warum für die Abbildung Ihrer Kompetenzen und den Aufbau eines Kontaktnetzes geeignet?</p> <p>B. Planen Welche Netze wollen Sie mit welchem Ziel für welche Inhalte nutzen? Zu welchen Themen möchten Sie sich in welchen Netzen äußern bzw. mit anderen in einen Austausch treten? Wie häufig wollen Sie in welchen Netzwerken aktiv werden und mit wem wollen Sie sich dort verbinden? Erstellen Sie einen Aktionsplan sowie einen terminierten Umsetzungsplan, der beschreibt, durch welche Aktionen in den sozialen Netzwerken Sie Ihre Online-Reputation aufbauen möchten.</p> <p>C. Umsetzen Setzen Sie Ihren Plan um und werden Sie in den von Ihnen gewählten sozialen Netzwerken aktiv. Gehen Sie in kleinen Schritten vor. Beginnen Sie mit den Aktivitäten, die Ihnen leicht fallen. Achten Sie auf die Qualität Ihrer öffentlichen Äußerungen. Qualität geht vor Quantität! Holen Sie sich Feedback von Freund_innen.</p>
6.	<p>Kontrollieren Wie sieht der aktuelle Stand Ihrer Online Reputation jetzt aus? Sie sind jetzt auf der nächsthöheren Ebene der KoReTTA^{lav}-Spirale angelangt.</p>

Das Schaubild und die Phasenbeschreibung der KoReTTA-Methode können Sie sich herunterladen unter:

<https://www.perspektive2-0.de/korettalav/>

Auf der Website [perspektive2-0.de](https://www.perspektive2-0.de) finden Sie darüber hinaus einen ausführlichen Leitfaden zum Aufbau einer Online-Reputation zum freien Download:

https://www.perspektive2-0.de/wp-content/uploads/2014/12/manual_perbem_web_smal.pdf

4. Online-Zusammenarbeit

4.1. Cloud-Computing

4.1.1. Was ist Cloud Computing?

Unter Cloud Computing (Kurzbezug Cloud, deutsch "Wolke") versteht man die internetbasierte Bereitstellung von Speicherplatz, Rechenleistung oder Anwendungssoftware als Dienstleistung. Die Nutzung dieser Infrastrukturen erfolgt vorwiegend über Programme auf den zugreifenden Geräten (Clients) sowie über den Webbrowser.

Eine Cloud ist, vereinfacht gesagt, das Zusammenspiel von mehreren Servern, auf denen die Daten gespeichert werden. Voraussetzung für das Cloud Computing ist eine stabile und möglichst schnelle Internetverbindung.

4.1.2. Vorteile

Die Vorteile einer Cloud sind unbestritten, nicht umsonst werden immer mehr Cloud-Services genutzt. Folgende Aspekte sprechen für die Nutzung einer Cloud:

- Keine hohen Investitionskosten für Hard- und Software
- Geringe Administration der lokalen IT-Struktur (Kostensparnis)
- Skalierbarkeit: Ressourcen und bedarfsgerechte Abrechnung
- Hohe Backup- und Datensicherheit
- keine Gefahr des Datenverlusts, da Daten vom Cloud-Anbieter auf mehreren Servern gespeichert werden
- bequeme Backups, kein zusätzlicher Speicher für lokale Backups notwendig
- Daten von allen Geräten abrufbar (Internetzugang erforderlich)
- Datensynchronität gewährleistet, da Daten nicht lokal, sondern in der Cloud gespeichert werden
- Datenzugriff von jedem Ort aus möglich (Internetzugang erforderlich)
- Projekte: Zusammenarbeit von überall aus möglich
- Dateien, Ordner, usw. können für alle oder nur bestimmte Personen freigegeben werden
- gemeinsames Arbeiten an Dateien möglich, Versionskontrolle übernimmt die Cloud-Software

4.1.3. Nachteile

Natürlich gibt es auch einige kritische Aspekte. Informieren sie sich über Nachteile der Cloud-Nutzung:

- **Internetzugriff zwingend**
Zugriff auf Cloud-Anwendungen und Daten nur über Internet. Stabile und möglichst schnelle Internetanbindung mit guter Up- und Downloadrate erforderlich.
- **Persönliche Daten werden beim Cloud-Anbieter gespeichert**
Bei der Registrierung/Einrichtung des Kontos beim Cloud-Anbieter ist die Eingabe persönlicher Daten erforderlich. Das gewählte Passwort dient als Schlüssel zu den Daten, unbedingt sicheres Passwort verwenden.
- **Kontinuität des Anbieters**
Kontinuität und Sonderfälle: Was passiert, wenn der Cloud-Anbieter Pleite geht? Wo bleiben die Daten und kann der Anbieter den Service einfach an jemanden anders verkaufen?
- **Datenschutzbestimmungen der Cloud-Anbieter unterschiedlich**
Bei Cloud-Anbietern außerhalb des EU-Auslands, greifen die Datenschutzgesetze des Heimatlandes. Datenschutzregeln sind zumeist weniger streng als die EU-Richtlinien.
- **Datenübertragung unverschlüsselt/verschlüsselt**
Datenübertragung ist bei vielen Cloud-Anbietern standardmäßig unverschlüsselt (z.B. bei Dropbox ist eine zusätzliche Verschlüsselungssoftware für Ende-zu-Ende Verschlüsselung notwendig).

4.1.4. Datenschutz und Sicherheit

Informieren sie sich über die Datenschutzbestimmungen der Cloud-Anbieter:

- **Nutzung der Cloud: Privat oder geschäftlich?**
Für Cloud-Nutzung im privaten und geschäftlichen Bereich gelten unterschiedliche Datenschutz-Bestimmungen. Für geschäftliche Nutzung empfiehlt sich ein Cloud-Anbieter mit Sitz in Deutschland.
- **Unterschiedliche Datenschutzbestimmungen**
Bei Cloud-Anbietern außerhalb des EU-Auslands, greifen die Datenschutzgesetze des Heimatlandes. Datenschutzbestimmungen sind in der Regel weniger streng als die EU-Richtlinien.
- **Speicherung persönlicher Daten beim Cloud-Anbieter**
Bei der Registrierung/Einrichtung des Kontos beim Cloud-Anbieter ist die Eingabe persönlicher Daten erforderlich. Das gewählte Passwort dient als Schlüssel zu den Daten, unbedingt sicheres Passwort verwenden.

- **Datenübertragung unverschlüsselt/verschlüsselt**

Datenübertragung bei vielen Cloud-Anbietern standardmäßig unverschlüsselt (z. B. bei Dropbox ist eine zusätzliche Verschlüsselungssoftware für Ende-zu-Ende Verschlüsselung notwendig).

4.1.5. Kommerzielle Cloud-Anbieter

Die vier großen Cloud-Anbieter im Vergleich.

Dropbox

Firmensitz:	USA
Website:	https://www.dropbox.com
Oberfläche:	Deutsch
Betriebssystem:	Mac, Windows, Linux
Mobiler Zugriff:	iOS, Android, WinPhone
Zugriff:	Web-Interface, Dropbox-App
Synchronisieren:	JA
Selektives Synchronisieren:	JA
Dateien & Ordner teilen:	JA
Cloud-Speicher (kostenlos):	2 GB
Cloud-Speicher (kostenpflichtig):	1 TB
Tarife ab 8,25 € pro Monat	
Vorteile:	Einfache Bedienung, sehr verbreitet, Automatischer Foto-Upload (Pro- und Business-Version)
Nachteile:	Dropbox-Konto erforderlich

Google Drive

Firmensitz:	International
Website:	www.google.com/intl/de/drive/
Oberfläche:	Deutsch
Betriebssystem:	Mac, Windows
Mobiler Zugriff:	iOS, Android
Zugriff:	Web-Interface, GoogleDrive-App
Synchronisieren:	JA

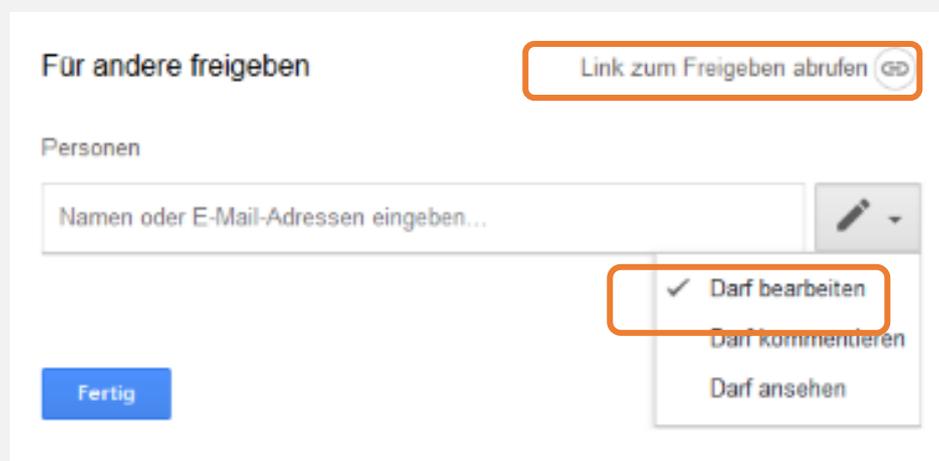
Selektives Synchronisieren:	JA
Dateien & Ordner teilen:	JA
Cloud-Speicher (kostenlos):	15 GB
Cloud-Speicher (kostenpflichtig):	100 GB / 1,99 €, 1 TB / 9,99 €
Vorteile:	Einfache Bedienung, sehr verbreitet, integrierte Cloud-Anwendungen GoogleDocs, GoogleFotos, etc., Backup-Funktion
Nachteile:	Google-Konto erforderlich

Gemeinsam Texte, Tabellen und Präsentationen bearbeiten

Mit GoogleDrive, ist es sehr einfach gemeinsam Texte, Tabellen und Präsentationen zu bearbeiten bzw. auf gemeinsame Dateien zuzugreifen.

GoogleDrive zählt zu den kollaborativen Tools, die Bearbeitung in Echtzeit von mehreren Personen, ermöglichen.

- Dokumente können gleichzeitig von mehrere Personen bearbeitet werden
- Dokumente können mit unterschiedlichen Nutzungsrechten (nur lesen, kommentieren, bearbeiten) geteilt werden
- Ältere Versionen eines Dokumentes können wiederhergestellt werden.
- Änderungen im Dokument können von allen Benutzern parallel verfolgt und aufgelistet werden. Vorgenommene Änderungen werden automatisch gespeichert und protokolliert.
- Um an gemeinsamen Dokumenten zu arbeiten, genügt es, wenn nur eine Person ein Google-Konto hat. Diese Person erstellt z. B. ein Textdokument, gibt dieses zum Bearbeiten frei und schickt einen Link, der automatisch erzeugt wird, an alle, die am Dokument mitschreiben sollen. Diese Personen erhalten Zugang zum gemeinsamen Dokument, indem sie auf den Link klicken. Sie benötigen kein Google-Konto.



One Drive

Firmensitz:	International
Website:	onedrive.live.com/about/de-de
Oberfläche:	Deutsch
Betriebssystem:	Mac, Windows
Mobiler Zugriff:	iOS, Android, Windows
Zugriff:	Web-Interface, OneDrive-App
Synchronisieren:	JA
Selektives Synchronisieren:	JA
Dateien & Ordner teilen:	JA
Cloud-Speicher (kostenlos):	5 GB
Cloud-Speicher (kostenpflichtig):	50 GB / 2,00 €, 1 TB / 69,00 € (Office365)
Vorteile:	Einfache Bedienung, kostengünstig, gute Wahl für Office-User
Nachteile:	Microsoft-Konto erforderlich

iCloud

Firmensitz:	USA
Website:	https://www.apple.com/de/icloud/
Oberfläche:	Deutsch
Betriebssystem:	Mac, Windows
Mobiler Zugriff:	iOS, Android
Zugriff:	Web-Interface, iCloud-App
Synchronisieren:	JA
Selektives Synchronisieren:	JA
Dateien & Ordner teilen:	JA
Cloud-Speicher (kostenlos):	5 GB
Cloud-Speicher (kostenpflichtig):	50 GB / 0,99 €, 200 GB / 2,99 €
Vorteile:	Einfache Bedienung, kostengünstig, gute Wahl für Office-User
Nachteile:	Apple-Konto erforderlich (Apple-ID)

4.2. Praktische Tools zur Online-Zusammenarbeit

Bei unseren Empfehlungen handelt es sich um alternative Empfehlungen zu den oben genannten kommerziellen Cloud-Anbietern, die strenge Datenschutzregeln einhalten:

wechange - Online-Kollaborationsplattform

Firmensitz:	Deutschland
Website:	https://wechange.org
Oberfläche:	Deutsch
Zugriff:	Web-Interface
Registrieren:	Ja
Kostenfrei:	Ja

Integrierte Tools: Kalender, Umfrage, Aufgabentools, Etherpad, Ethercalc, Dateien
Gute Möglichkeiten zu Kollaboration u. Vernetzung.

Pads - Texte gemeinsam, ortsunabhängig und zeitgleich bearbeiten

Firmensitz:	Deutschland
Website:	https://pad.systemli.org/
Oberfläche:	Deutsch
Zugriff:	Web-Interface
Registrieren:	Nein
Kostenfrei:	Ja

Pads sind sehr praktisch, um gemeinsam und zeitgleich mit anderen an einem Dokument zu arbeiten. Die Vorteile sind:

- Dokumente können gleichzeitig von mehreren Personen bearbeitet werden
- Ältere Versionen eines Dokumentes können wiederhergestellt werden.
- Änderungen im Dokument können von allen Benutzern parallel verfolgt und aufgelistet werden. Vorgenommene Änderungen werden automatisch gespeichert und protokolliert.

WeTransfer

Ein 2009 eingeführter Filehosting-Dienst. Der primäre Zweck von WeTransfer ist der Versand großer Dateien an einen oder mehrere Empfänger. (Quelle: [Wikipedia](#))

Firmensitz:	Niederlande (Amsterdam)
Website:	https://www.wetransfer.com
Oberfläche:	Deutsch

Zugriff: Web-Interface

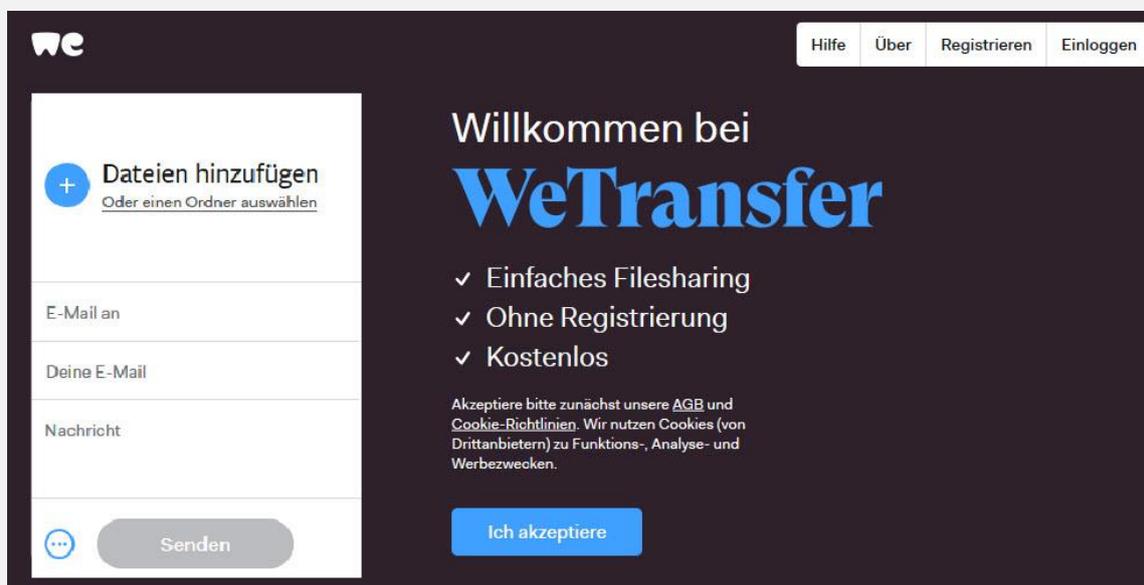
Registrieren: Nein

Kostenfrei: Ja (bis zu 2 GB an bis zu 20 Personen verschicken)

Für den Versand von Dateien größer als 2 GB und bis zu 20 GB und Speichern bis zu 1 TB steht die kostenpflichtige Version WeTransfer PRO zur Verfügung.

Ein leicht zu bedienendes Tool mit dem sich große Dateien mühelos verschicken lassen. Die zu verschickenden Dateien werden 7 Tage auf einem Server (Cloud) gespeichert.

Die Empfänger*innen werden per Email informiert, wenn eine Datei zum Download bereit steht. Die Datei kann dann innerhalb von 7 Tagen heruntergeladen werden. Auch die Absender*innen erhalten eine Benachrichtigung (per Email), sobald die Datei(en) heruntergeladen wurden.



Doodle – Termine und Umfragen

Doodle ist ein werbefinanzierter Online-Dienst zur Erstellung von Terminumfragen oder einfachen Online-Umfragen. Kann anonym und wahlweise mit oder ohne Registrierung genutzt werden.

(Quelle: [Wikipedia](#))

Firma: Doodle AG

Firmensitz: Schweiz

Website: <https://www.doodle.com>

Oberfläche: Deutsch

Zugriff: Web-Interface

Registrieren: Nein

Kostenfrei: Ja

Doodle wurde 2003 von dem Schweizer Informatiker Michael Näf entwickelt, 2007 wurde die Doodle AG gegründet.

Doodle ist zwar einfach zu bedienen, aber schneidet in punkto Datenschutz nicht gut ab, da es mit Google Analytics zusammenarbeitet. Falls Doodle genutzt wird, sollten Sie auf Folgendes achten:

- keine personenbezogenen Daten im Titel der Abfrage
- wer abstimmen möchte, muss sich nicht bei doodle.com registrieren
- es sollte unter der Verwendung von Namens Kürzeln abgestimmt werden.

The screenshot shows the Doodle website interface. At the top, there are navigation links for 'Preise', 'Hilfe', and 'Deutsch'. On the right, there are buttons for 'Konto erstellen', 'Login', and 'Doodle erstellen'. The main heading is 'Meetings möglich machen' with the subtitle 'Mit Doodle wird Terminplanung schnell und einfach'. A prominent red button says 'Jetzt gratis testen'. Below this is a calendar grid showing dates from Jan 25 (SA) to Feb 9 (SO). Four participants are listed: Thomas, Marie, Hans, and Julia. Green checkmarks indicate availability for various dates: Thomas is available on Jan 26, 28, 31, and Feb 9; Marie is available on Jan 26, 31, and Feb 4; Hans is available on Jan 25, 26, 31, and Feb 9; Julia is available on Jan 26.

Dudle

Zu Doodle gibt es zahlreiche Alternativen, bei denen der Datenschutz eine große Rolle spielt. Eine davon ist Dudle. Dudle ist eine Dienstleistung der Technischen Universität Dresden.

<https://dudle.inf.tu-dresden.de/?lang=de>


TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN

TUD » ... » Fakultät Informatik » Professur Datenschutz und Datensicherheit

DUDLE

- Hauptseite
- Umfrage
- Versionen
- Spalten bearbeiten
- Teilnehmer einladen
- Zugriffskontrolle
- Übersicht
- Umfrage löschen
- Personalisieren

TEST

SPALTEN HINZUFÜGEN ODER ENTFERNEN

Klicken Sie auf ein Datum, um es der Umfrage hinzuzufügen.

◀		Jan 2020					▶	
Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So		
		1	2	3	4	5		
6	7	8	9	10	11	12		
13	14	15	16	17	18	19		
20	21	22	23	24	25	26		
27	28	29	30	31				

Rückgängig
Wiederherstellen

Zurück
Weiter
Fertig

Impressum und Datenschutz

5. Datenschutz

Daten werden immer wertvoller. Daten gelten als das Öl des 21. Jahrhundert, als der wichtigste Rohstoff.

5.1. Wie werden Daten gesammelt?

Viele denken, dass ihre persönlichen Daten nicht schützenswert seien, da sie schließlich nichts zu verbergen hätten. Außerdem fühlen sie sich auf der sicheren Seite, da sie keine sozialen Netzwerke nutzen und somit keine Informationen über ihr Privatleben verbreiten. Tatsächlich werden, unabhängig davon, ob PCs oder Smartphone genutzt werden, jede Menge Daten von allen Bürger*innen gesammelt und auf dieser Basis Profile erstellt. Auswertbare Datenspuren werden erzeugt durch die Nutzung von:

- Kundenkarten
Es wird personalisiert festgehalten, wer was wann und wo einkauft.
- Bahncard
Es wird personalisiert festgehalten, wann ich wohin reise.
- EC-Karten
Es wird personalisiert festgehalten, wann und wo ich was einkaufe.
- RFID-Chips in Kleidungsetiketten
Kaufverhalten und Bewegungsprofil werden erstellt.
<https://verbraucherfenster.hessen.de/umwelt-technik/datenschutz/datenchip-kleidung-macht-den-kunden-transparent>
- Smartphones
Der Aufenthaltsort, das Bewegungsprofil, wonach ich suche, mit wem ich kommuniziere wird von diversen Apps erfasst.
- PCs
Häufig wird getrackt, wenn ich nach etwas ich suche und was ich auf diversen Websites anklicke.

5.2. Wofür werden Daten genutzt?

Daten werden massenhaft in riesigen Datenbanken gesammelt. Dies wird auch als **Big Data** bezeichnet. Durch **Data Mining**, dem statistischen Auswerten dieser Daten, werden dann Trends und Querverbindungen sichtbar gemacht. Die so gewonnen Erkenntnisse bilden dann die **Grundlage von Forschung** zur

- Weiterentwicklung **künstlicher Intelligenz (KI)**, die dann z. B. in technische Abbiegeassistenten, intelligente Einrichtungsgegenstände, wie z. B. Teppiche in Senior*innenwohnungen, die bei Stürzen Alarm schlagen, einfließt
- technologischer Konstruktion von bedarfsgerechter und ressourcenschonender Infrastruktur, wie z. B. **Verkehrslenkung**.

- Entwicklung **medizinischer Datenbanken** (frühzeitiges Erkennen von Krankheiten, passgenauer, individualisierter Behandlungsmethoden, Lokalisierung des Verlaufs von (hoch-)ansteckenden Krankheiten.)
- Verkaufsförderung von Produkten durch **personalisierte Werbung**.
- **Erweiterung der individuellen Möglichkeiten**
Ein Beispiel hierfür ist **Google Lens**. Die App kann kostenfrei aus dem Playstore heruntergeladen werden. Google Lens kann Tiere, Pflanzen, Gegenstände, unsere Sprachen erkennen und zuordnen. Hält man die Handykamera z. B. auf einen fremdsprachigen Text gerichtet, so ist es möglich, diesen Text in der eigenen Muttersprache zu lesen. Ist die Kamera auf einen Gegenstand, z. B. ein Sofa gerichtet, so versucht Lens herauszufinden, um welche Marke es sich handelt und wo und zu welchem Preis ich dieses Sofa erstehen könnte. Auf dieselbe Weise kann Lens zur Pflanzenbestimmung genutzt werden. Nachteilig sind hierbei sicherlich die weitreichenden Zugriffsrechte, die Google Lens auf Kamera, sowie die Aufzeichnung von Sprach- und Audioaktivitäten fordert.

Die Informationen, die durch das Auswerten insbesondere personenbezogener Daten entstehen werden aber auch genutzt für:

- **Beeinflussung** und im schlimmsten Fall für **Manipulation**. Die Algorithmen erkennen durch mein Verhalten (was ich anklicke, was ich teile oder „like“, was ich mir länger anschau...), was mir gefällt und sorgen dafür, dass ich immer mehr von dieser Art von Information bekomme. So ist es leicht in sogenannte **Filterblasen** zu geraten, die großen Einfluss auf meine Wahrnehmung von Wirklichkeit haben.
https://www.youtube.com/watch?v=-TL_lja3Rhs
Im schlimmsten Fall werden mit Hilfe von Algorithmen falsche Informationen gestreut, die auf die persönlichen Vorlieben der einzelnen Nutzer*innen passgenau zugeschnitten sind und deswegen von diesen oftmals für wahr gehalten werden.
<https://sicherheitskultur.at/fake.htm#brexit>
- **Überwachung**
Hierzu zählt z. B. die Überwachung der Einzelnen durch Überwachungskameras (Gesichtserkennung), die Vorratsdatenspeicherung sowie schleichend eingeführte Sozialkredit-Systeme (**social scoring**).
<https://www.tagesspiegel.de/gesellschaft/social-scoring-diese-systeme-kriechen-in-unseren-alltag/24098020.html>

5.3. Digitale Gewalt

Aber nicht nur der Staat sammelt die Daten seiner Bürger*innen. Auch Personen in unserem Umfeld können dies tun, wodurch insbesondere für Frauen oftmals belastende und sogar lebensbedrohliche Situationen durch das sogenannte **Cyberstalking** entstehen können.

Häufig sind es Ex-Partner, die über das Internet leicht zugängliche Spionagesoftware heimlich auf den Handys ihrer ehemaligen Partnerinnen installieren und so komplett überwachen können, wo sich die Frau gerade befindet, wonach sie im Internet sucht, was sie mit wem kommuniziert, welche Passwörter sie nutzt. Mit Hilfe der Passwörter können dann

im Namen der Frau z. B. Hassmails an andere Personen geschickt, Waren bestellt werden usw.

Weiterführende Infos sowie Tipps, welche Maßnahmen präventiv und im Ernstfall ergriffen werden können, finden sich auf der Website des Vereins **bff- Frauen gegen Gewalt e. V.**:

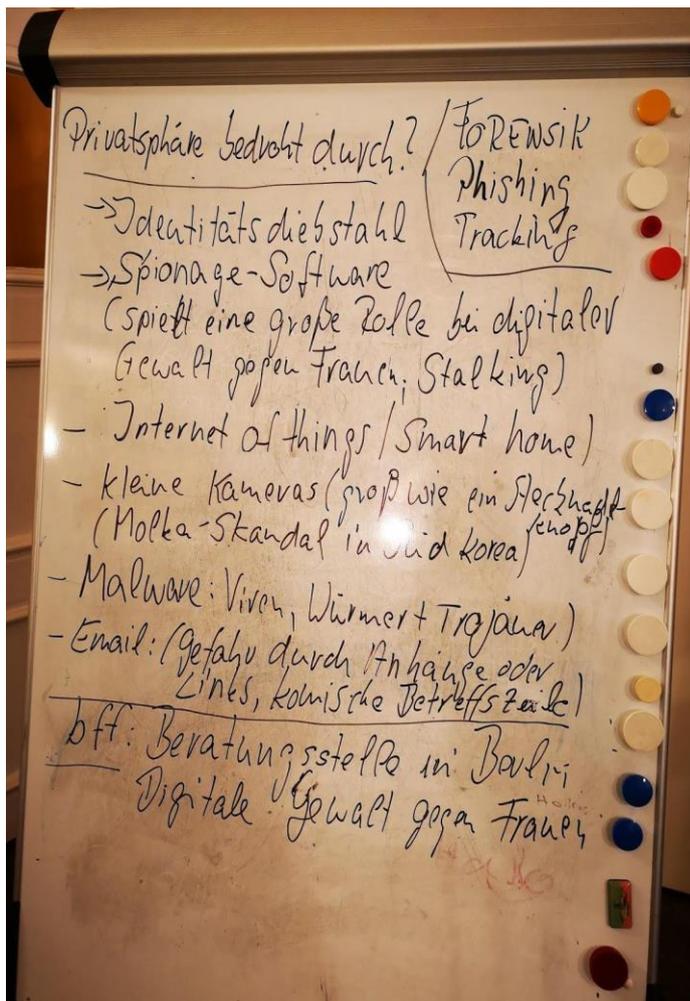
<https://www.aktiv-gegen-digitale-gewalt.de/de/>

Die Privatsphäre von Bürger*innen wird jedoch nicht nur von Menschen aus dem näheren Umkreis verletzt. Zunehmender Beliebtheit erfreuen sich sogenannte **Spycams**, minikleine Kameras, die überall versteckt werden können, wie z. B. in Lampenfassungen, in Ferienwohnungen, in Toilettensteinen usw. Damit wird der Intimbereich von Menschen ausspioniert und in Videoform festgehalten. Nicht selten werden diese Aufnahmen über das Netz verbreitet. Besonders betroffen sind Südkoreaner*innen, wo Spycams massenhaft verbreitet sind:

<https://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/suedkorea-versteckte-kameras-in-hotels-mein-leben-ist-nicht-dein-porno-a-1259219.html>

Aber nicht nur Südkorea ist betroffen:

<https://digitalcourage.de/blog/2017/kameras-auf-der-schultoilette-kein-witz>



5.4. Was kann man tun, um die persönlichen Daten zu schützen?

- Datensparsamkeit
- Smartphone mit einem Zahlencode sperren (idealerweise kommt eine der Zahlen doppelt vor)
- Passwörter auch nicht an die Menschen weitergeben, die einem Nahe stehen
- Ein gutes Passwort-Management, siehe Kapitel 2.4
- Tracking bei der Nutzung von Computern einschränken, siehe Kapitel 2.1
- Suchmaschinen nutzen, die keine Nutzer*innenprofile erstellen, siehe Kapitel 2.2
- Aus WLANs ausloggen beim Verlassen des jeweiligen Ortes
- Bluetooth nicht permanent aktiviert haben
- Keine permanente Standortfreigabe
- Apps auf Berechtigungen überprüfen
- Vorinstallierte und wenig oder gar nicht genutzte Apps löschen
Ein sehr schönes Kurzvideo von mobil sicher.de zu „Apps aufräumen“ findet sich hier:
<https://www.youtube.com/watch?v=ZcG3epWaEel>

Eine aktuelle Übersicht sowie umfassende Infos zum Datenschutz (auch in leichter Sprache) gibt es unter:

https://www.bsi-fuer-buerger.de/BSIFB/DE/Home/home_node.html

Alles Wichtige zu Sicherheitseinstellungen am Smartphone finden Sie unter:

<https://mobil sicher.de/>

Welche Privatsphäre-Einstellungen in den einzelnen Social-Media-Kanälen angebracht sind, erfahren Sie hier:

<https://www.klicksafe.de/service/schule-und-unterricht/leitfaeden/>

Nachschauen, welche Interessen Ihnen von Facebook zugeordnet werden und diese, falls gewünscht, auch gleich löschen:

<facebook.com/ads/preferences>

Und falls Sie das noch nicht gemacht haben: Das Add-On **Facebook-Container** von Mozilla installieren:

<https://addons.mozilla.org/de/firefox/addon/facebook-container/>

6. Copyright und Bildrechte

Mit dem Urheberrecht werden Schöpfungen von Personen geschützt. Eine Schöpfung einer anderen Person darf nicht ohne deren ausdrückliche Erlaubnis weiterverwendet werden. Das Urheberrecht erlischt 70 Jahre nach dem Tod des*der Urheber*in.

Unproblematisch ist übrigens, wenn Fotos für den sogenannten „Eigengenuss“ genutzt werden. Das Copyrightgesetz bzw. das Urheberrecht muss erst dann beachtet werden, wenn diese Fotos oder Abbildungen der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Damit ist nicht nur das Veröffentlichen im digitalen Raum, sondern z. B. auch die Nutzung von Fotos im Rahmen von PowerPoint-Präsentation oder das Aushängen von Abbildungen z. B. in einer Bildungseinrichtung gemeint.

Tatsächlich genügt es nicht, einfach nur auf die Quelle, von der das Bild stammt, zu verweisen. Eine rechtssichere Nutzung von nicht selbst erstelltem Bildmaterial ist nur mit einer schriftlichen Einverständniserklärung des Urhebers bzw. der Urheberin möglich. Alternativ kann Bildmaterial, das ausdrücklich zur freien Weiterverwendung gekennzeichnet ist, verwendet werden. Aber auch hierbei ist es wichtig, korrekt auf die Bildquelle zu verweisen. Ein Link zur Bildquelle reicht in den meisten Fällen nicht aus.

Wer ganz genau nachlesen will:

[https://de.wikipedia.org/wiki/Urheberrecht_\(Deutschland\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Urheberrecht_(Deutschland))

Im Zweifelsfall sind Sie nachweispflichtig, dass Sie wirklich frei nutzbares Bildmaterial verwendet haben. Inzwischen hat sich eine sogenannte Abmahnindustrie etabliert. Anwält*innen, die mittels spezieller Computerprogramme auf der Jagd nach z. B. vermeintlich widerrechtlich genutztem Bildmaterial sind, verdienen sehr viel Geld. Für Verstöße gegen das Urheberrechtsgesetz müssen unter Umständen mehrere tausend Euro bezahlt werden.

Alle wichtigen Infos zu Abmahnungen, zur Vermeidung von Abmahnungen, Abmahngebühren und wie Sie sich angesichts einer Abmahnung am besten verhalten finden Sie auf der Website der Berliner Verbraucherzentrale:

<https://www.verbraucherzentrale-berlin.de/wissen/digitale-welt/soziale-netzwerke/urheberrechtsverletzung-erst-abgemahnt-dann-abgezockt-13757>

6.1. Vorbereitende Arbeiten

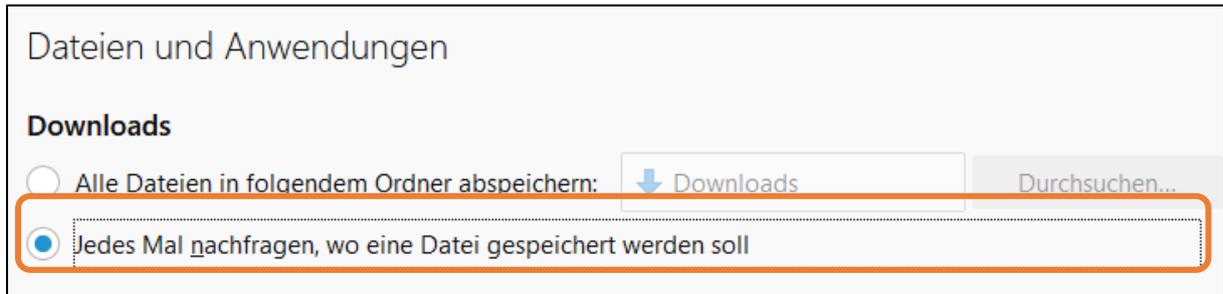
6.1.1. Downloadeinstellungen im Browser anpassen

Das Herunterladen von u.a. Abbildungen wird bequemer, wenn der Browser während des Downloads fragt, wohin die heruntergeladene Datei gespeichert werden soll. Dies kann im Mozilla Firefox folgendermaßen eingestellt werden:

- Klicken Sie auf das Stapelmenü rechts oben im Browser
- Wählen Sie  **Einstellungen**
- Scrollen Sie nach unten in der Rubrik



- Wählen Sie unter DATEIEN und ANWENDUNGEN die folgende Einstellung



6.1.2. Eine Bilddatenbank anlegen

Wer frei nutzbares Bildmaterial für Veröffentlichungen nutzen möchte, sollte beim Speichern solcher Bilder darauf achten, dass alle wichtigen Infos zur Bildquelle festgehalten werden. Nur so können Sie Ihrer Nachweispflicht im Ernstfall nachkommen. Am besten erstellen Sie sich zu diesem Zweck eine Bilddatenbank. Hierfür benötigen Sie keine speziellen Programme. Sie können einfach ein Textverarbeitungs- oder ein Tabellenkalkulationsprogramm nutzen.

Die Bilddatenbank sollte die folgenden Informationen enthalten:

- Die Abbildung
- Dateiname (Link zum Speicherort der Datei)
- Link zur Quelle
- Urheber*in & Lizenzhinweis
- Speicherdatum

Das sieht dann z. B. so aus:

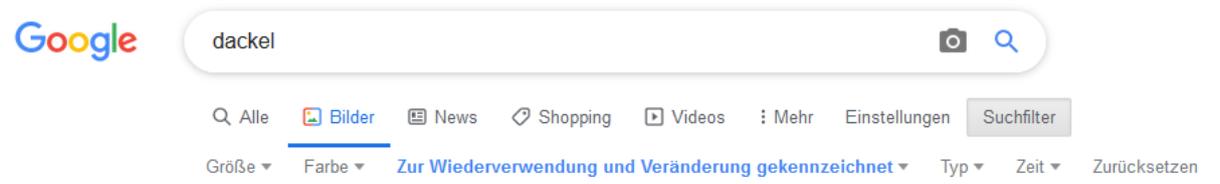
Bildquellen Tiermotive

Abbildung	Dateiname	Link zur Quelle	Urheber*in & Lizenzhinweis	Speicherdatum
	M:\bilder\tierbilder\dachshund.jpg	https://de.wikipedia.org/wiki/Datei:Dachshund.jpg#/media/Datei:Dachshund.jpg	CC BY-SA 3.0, https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=643840	10.09.2019
	M:\bilder\tierbilder\katze.jpg	https://pixabay.com/de/photos/katze-kater-rot-niedlich-getigert-4396539/	Bild von Alexas Fotos auf Pixabay	10.09.2019

Am besten legen Sie die sich eine solche Tabelle an, noch bevor Sie das erste Bild recherchiert und gespeichert haben. Außerdem benötigen Sie Ordner, in denen die Bilder gespeichert werden. Auch diese legen Sie sich am besten im Vorfeld an.

6.2. Frei nutzbare Fotos finden

Zur Wiederverwendung freigegebene Fotos finden Sie am besten über die über die Google-Suche



- Rufen Sie Google auf und klicken Sie rechts außen auf BILDER.
- Geben Sie anschließend den Suchbegriff ein, z. B. Dackel.
- Nun auf SUCHFILTER und danach auf NUTZUNGSRECHTE klicken.
- ZUR WIEDERVERWENDUNG UND VERÄNDERUNG GEKENNZEICHNET wählen.

Jetzt werden nur noch Bilder angezeigt, die diese Kriterien erfüllen.

Klicken Sie ein Bild an.

Stammt es von der Wikipedia, so erscheint in vielen Fällen eine Schaltfläche



Klicken Sie auf diese Schaltfläche.

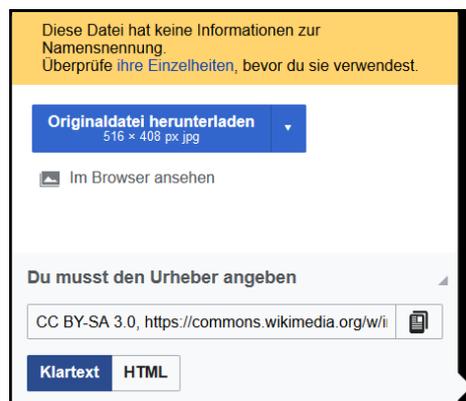
Das Bild erscheint nun groß am Bildschirm

Rechts neben dem Bild befindet sich ein Symbol „Herunterladen“



Klicken Sie auf dieses Symbol.

Nun erscheint folgendes Feld:



Wählen Sie nun ORIGINALDATEI HERUNTERLADEN.

Sie können das Bild jetzt auf Ihrem Computer speichern. Idealerweise haben Sie Ihre Browsereinstellungen so konfiguriert, dass Sie beim Herunterladen automatisch gefragt werden, wohin das Bild gespeichert werden soll. Siehe Kapitel 2.1

Wikipedia erzeugt außerdem automatisch einen Link unterhalb des Felds DU MUSST DEN URHEBER ANGEBEN

Markieren Sie diesen Link und kopieren Sie ihn in die bereits vorbereitete Bildquellendatenbank.

In der Regel kann fast das gesamte Bildmaterial, das sich in der Wikipedia befindet, frei genutzt werden. Dies geschieht sehr häufig über eine sogenannte **freie Lizenz**, wie z. B. die **Creative Commons Lizenzen (CC-Lizenz)**.

Wenn ein Foto mit einer freien Lizenz versehen ist, bedeutet dies **nicht**, dass Sie damit machen dürfen, was Sie möchten. Vielmehr müssen Sie sich die Lizenz genau anschauen und **sich an die Lizenzvorgaben halten**. Außerdem muss die*der Urheber*in **rechtskonform zitiert** werden.

Informationen zu **CC-Lizenzen allgemein** finden Sie unter:

<http://www.cc-your-edu.de/die-cc-idee/die-cc-lizenzen/>

Und hier gibt es Informationen zur **rechtskonformen Nutzung von CC-lizenziertem Material**:

<https://www.youtube.com/watch?v=8A0CgS66iE0>

Umfangreiches Fotomaterial unter der CC-Lizenz findet sich in Wikimedia, das auch in Kategorien unterteilt ist. Hier z.B. sind Fotos der Erde zu finden:

<https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Earth>

Fotos, die zur Weiterverwendung und Bearbeitung freigegeben sind, befinden sich übrigens nicht nur auf der Wikipedia, sondern auch in vielen anderen Bilddatenbanken, wie z. B.

[pixabay](#)

[unsplash](#)

[gratisography](#)

Diese Bilddatenbanken arbeiten allerdings zum Teil mit eigenen Lizenzen. Diese müssen z. B. mit Hilfe von Wikipedia überprüft werden.

6.3. Fotos selber machen

Wer auf Nummer sicher gehen möchte und beschließt, künftig nur noch selbst geknipste Fotos zu verwenden, muss leider auch diverse Vorschriften beachten. Zu diesen Rechtsvorschriften gehören u. a. die Persönlichkeitsrechte, Markenrechte und das Kunsturheberrecht. Darf ich Personen, Tiere, Gebäude, Kunstwerke oder Markenartikel, wie z. B. eine Coladose fotografieren und wenn ja, unter welchen Bedingungen?

Tatsächlich ist nicht das Fotografieren an sich problematisch sondern ausschließlich das **Veröffentlichen** der Fotos. Fotos können weiterverbreitet werden durch:

- Aushang in öffentlich zugänglichen Räumen, wie z. B. Schulen Kitas oder Einrichtungen, wie dem Mädchentreff.
- Verwenden von Fotos auf Flyern und Broschüren.

- Hochladen auf Fotoplattformen (z. B. flickr, pixelio, u. a.), sofern die Kontoeinstellungen nicht justiert wurden und die Fotos öffentlich zugänglich sind.
- Hochladen in soziale Netzwerke (z. B. facebook & co .), sofern die Kontoeinstellungen nicht justiert wurden und die Fotos öffentlich zugänglich sind.
- Teilen von Fotos über Messengerdienste, wie z. B. WhatsApp.
- Verwenden von Fotos im Rahmen von öffentlichen Präsentationen (z. B. PowerPoint).

Wer selbst erstellte Fotografien veröffentlichen möchte, ist mit einem sehr komplexen Regelwerk konfrontiert, das überdies auch noch unterschiedlich in verschiedenen Ländern ist. Da sich gesetzliche Vorgaben immer wieder verändern und es immer wieder neue Interpretationen dieser Vorgaben durch die Rechtsprechung gibt, ist es wichtig, sich diesbezüglich auf dem Laufenden zu halten.

Einen sehr guten Überblick finden Sie auf:

<https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Bildrechte>

Grundsätzliche sowie aktuelle Informationen zu Urheberrechten und Bildrechten, dem rechtskonformen Umgang mit Musik und Videos, etc. finden Sie auf:

<https://irights.info/kategorie/themen/fotos-grafiken>

Dazu gehört z. B. ein Grundlagentext zu „Was darf ich fotografieren?“

<https://irights.info/artikel/auf-motivsuche/5344>

Was Sie bezüglich Ihres **Profilbildes in sozialen Netzwerken** beachten sollten, finden Sie hier aufgelistet:

https://praxistipps.chip.de/bildrechte-auf-facebook-das-sollten-sie-wissen_12320

Tipps, wie sie **in der Kita rechtssicher mit Fotos umgehen**, finden Sie in folgendem Artikel:

<https://www.pro-kita.com/recht/wichtige-urteile/fotografieren-in-der-kita-antworten-auf-ihre-rechtlichen-fragen/>

Wenn Sie auf Nummer sicher gehen wollen beim Veröffentlichen von Fotomaterial, dann sollten Sie Folgendes tun:

- holen Sie immer eine schriftliche Einverständniserklärung der fotografierten Person/en für eine Veröffentlichung ein.
- Achten Sie beim Teilen von Fotos insbesondere von Personen auf sozialen Medien und über WhatsApp darauf, dass die Fotos nur einer sehr kleinen Personengruppe zugänglich sind. Dies können Sie über Privatsphäre-Einstellungen bzw. beim Posten direkt festlegen.
- Verzichten Sie grundsätzlich auf das Posten von Fotos von nackten Kindern, sowie Kindern in intimen Situationen, wie z. B. auf dem Töpfchen.
- Kinderfotos sollten grundsätzlich nicht auf Profildaten verwendet werden, da ihr Profilfoto in der Regel öffentlich angezeigt wird.