

MARKT & MEDIEN

ÖKO-TEST RICHTIG GUT LEBEN INFORMATIONEN FÜR KUNDEN, AGENTUREN UND ENTSCHEIDER MUM

Multitasking macht dumm



Die E-Mail checken, das Telefon bedienen und gleichzeitig dem Kollegen noch eine Anweisung geben. Multitasking gilt als das Zauberwort einer erfolgreichen, dynamischen Generation. Zu Unrecht, wie Forscher der Universität von London jetzt festgestellt haben. Wer viele Dinge gleichzeitig tut, verringert nicht nur die Qualität der Arbeit und erzeugt Stresshormone, sondern wird auch dümmer. Dieser Schwächungseffekt sei sogar doppelt so hoch wie bei Marihuana-Rauchern. Ob unser Gehirn so etwas wie Multitasking überhaupt zulässt, bezweifelt auch der Neurologe Ivar Reinvang von der Universität Oslo. Aufmerksamkeit sei eine begrenzte Ressource.

Schlechte Zahlungsmoral



Die Finanzkrise wirkt sich immer mehr auf die Zahlungsmoral der Deutschen aus. Nach einer Studie der Beratungsfirma REL für das „Handelsblatt“ warten Unternehmen derzeit länger auf ihr Geld. So stiegen die offenen Forderungen der 133 größten börsennotierten Industrie-, Handels- und Dienstleistungskonzerne allein im ersten Quartal um 25 Milliarden auf inzwischen 180 Milliarden Euro. Für die Verfasser der Studie ein beunruhigendes Warnsignal: Denn als Folge der Rezession erhöht sich auch das Risiko nicht bezahlter Rechnungen, im schlimmsten Fall könnten Forderungen komplett unter den Tisch fallen.

E-Mails nicht sicher



Fernmeldegeheimnis hin oder her – E-Mails können bei Ermittlungen der Polizei auch dann beschlagnahmt werden, wenn sie auf dem Mailserver eines Internetanbieters gespeichert sind. Diese Entscheidung hat das Bundesverfassungsgericht getroffen. Die Ermittler können sich dabei auf die Regelung zur Beschlagnahme berufen. Grundsätzlich unterliegen gespeicherte Mails dem Schutz des Fernmeldegeheimnisses, weshalb genau geprüft werden müsse, ob der Eingriff in die Rechte des Betroffenen noch verhältnismäßig ist.

► www.bundesverfassungsgericht.de

INHALT

Titelthema

01 Soziale Netzwerke

ÖKO-TEST intern

03 Die neue Druckerei stellt sich vor

Spezial: Bauen

04 Bauherrenberater, Dämmstoffe aus Holz und Gütezeichen für Bauprodukte

Marktdaten

08 Bauen/Wohnen/Renovieren
09 Kosmetik/Körperpflege/Mode
10 Ernährung/Essen/Trinken
11 Freizeit/Technik

Heftvorschau

12 Heftvorschau im Detail
13 Termine 2009

News & Trends

14 Neues aus dem Markt
17 Firmenporträt

Revue

18 Tipps/Rätsel/Rezept

ÖKO-TEST Online

19 Werbeformate auf oekotest.de

Impressum

19 Ansprechpartner

Soziale Netzwerke im Internet – Segen oder Fluch?



Millionen von Deutschen sind in sozialen Netzwerken aktiv. In Facebook, Myspace, StudiVZ oder Lokalisten.de pflegen sie private Kontakte, über Xing oder LinkedIn verwalten sie alle beruflichen Beziehungen. Was sich auf den ersten Blick so einfach anhört, birgt auch Risiken. Dann, wenn man zu viele persönliche Informationen im Netz preisgibt. Das Internet vergisst nichts.

Verschwiegenheit und Diskretion sind im britischen Geheimdienst oberste Pflicht. Vom Mann an der Spitze gab es früher keine Fotos, selbst der Name war bis in die neunziger Jahre hinein Tabu. Oft wurde er einfach nur „C“ – die Abkürzung für „Chief“ – genannt. Doch über den künftigen MI6-Chef John Sawers wissen Millionen Menschen dank

Facebook jetzt, wie er in Badehose aussieht, welche Kontakte er pflegt und andere kleine Details aus seinem Leben. Schuld daran ist Ehefrau Shelley, die online nicht nur über Familienfeste und den Gesundheitszustand ihrer Haustiere plauderte, sondern auch fleißig Fotos vom letzten Urlaub, der Weihnachtsfeier oder dem 80sten Geburtstag ihrer Schwiegermutter

einstellte. Alle Mitglieder des Facebook-Netzwerkes „London“ hatten Zugriff auf diese Informationen, dabei hätte Shelley in den Privacy-Einstellungen einfach Einschränkungen setzen müssen. Sie benutzte nicht einmal die Facebook-Funktion, nur mit dem persönlichen Profil verlinkte Freunde über neue Inhalte zu informieren. Für jemanden wie John Sawers, der zu ab-

soluter Geheimhaltung verpflichtet ist, der private Datengau.

„James Bond“ enttarnt

Immer mehr Prominente haben in sozialen Netzwerken ein Profil. Sie suchen die Nähe zu ihren Fans, mobilisieren ihre politischen Anhänger oder lassen einfach jeden, der will, an ihrem

EDITORIAL

„Imagepflege ist keine Lackpflege, kein Aufpolieren von Oberflächenglanz, sondern eine Frage der Qualität der ganzen Konstruktion.“

(Werner Niefer, Vorstandsvorsitzender Mercedes Benz AG)

Die Trendfarbe dieses Jahres ist bei Unternehmen Grün. Noch nie haben sich Firmen so nachhaltig gezeigt. Sie rüsten ihre IT-Systeme auf Green IT um, entwickeln eigene Umweltrichtlinien für Lieferanten, fördern Projekte zum biologischen Anbau und bringen CO₂-neutrale Produkte auf den Markt. Doch oftmals bekommen Geschäftspartner und Kunden nichts davon mit. Und hier kommt **MARKT & MEDIEN** ins Spiel. Unser Magazin ist eine Plattform für Ihre Neuigkeiten, Produktentwicklungen, Marketingaktionen etc. Die „grüne Konstruktion“ haben Sie bereits, Ihr Image nach außen tragen können Sie über **MARKT & MEDIEN**. Schreiben Sie uns einfach!

Sandra Klein, Redakteurin

TERMINE AUGUST 2009

07.08. – 09.08.2009
Lebens(t)räume, Dresden; Messe für Gartentrends & Wohnkultur
► www.schloss-albrechtsberg.de

08.08. – 10.08.2009
InNaTex, Hofheim am Taunus
Internationale Naturtextilmesse
► www.ardek.de

14.08. – 23.09.2009
Allgäuer Festwoche, Kempten
► www.festwoche.de

15.08. – 23.08.2009
IAAF Leichtathletik WM, Berlin
► www.berlin2009.org

19.08. – 23.08.2009
GC – Games Convention, Leipzig
► www.gc-germany.com

23.08. – 10.09.2009
Fußballeuropameisterschaft der Frauen, Finnland
► www.uefa.de

25.08. – 27.08.2009
Talents, München; Jobmesse
► www.moc-muenchen.de

28.08. – 31.08.2009
Art & Antique, Baden-Baden
Messe für Antiquitäten und Kunst
► www.kurhaus-baden-baden.de

28.08. – 06.09.2009
Caravan Salon, Düsseldorf
► www.messe-duesseldorf.de

29.08. – 30.08.2009
US-Car Classics, Diedersdorf
► www.schlossdiedersdorf.de

DATENSCHUTZ IM WEB 2.0

Regel 1: Privatsphäre einrichten

Wenn Sie eine Internetvisitenkarte auf Facebook.com oder Xing.de einrichten, dann achten Sie darauf, wer welche Informationen über Sie sehen kann. Auf Facebook etwa sind in der Standardeinstellung alle Einträge für jedermann sichtbar. Hier erzählt man beispielsweise neben Namen, Heimatstadt und E-Mail-Adresse, welche Musik man mag und mit wem man befreundet ist. Dazu lassen sich auch Fotos und Videos hochladen. Das ergibt eine aufschlussreiche Menge an Privatdaten, die nicht nur für Freunde interessant sein könnten, sondern auch für Geschäftemacher. Deshalb gilt: Je mehr Sie über sich selbst preisgeben, desto eher sollten

Sie Ihre Einträge für Fremde sperren und Ihre private Nabelschau ausschließlich Bekannten öffnen, denen Sie den Zugang speziell erlauben.

Regel 2: Nichts passiert ohne Grund

Facebook etwa bietet eine kostenlose Kommunikationsplattform. Natürlich betreiben die Facebook-Macher ihren Dienst nicht aus Nächstenliebe. Sie wollen Geld verdienen. Deshalb präsentiert Facebook Werbung, die zu aktuellen Themen auf der Profilseite passt. Vor allem aber sammelt Facebook Daten: Alle Informationen, die ausgetauscht werden oder durch das Nutzungsverhalten entstehen, werden protokolliert, ausgewertet und dann an zahlungskräftige Kun-

den verkauft: Das Netzwerk ist auch ein Marktforschungsunternehmen – selbst wenn keine persönlichen Adressdaten illegal verkauft werden.

Regel 3: Wie im echten Leben

Egal ob Kurzmitteilungen über den Nachrichtendienst Twitter.com, Onlinefotoalben auf Facebook.com oder geschäftliche Selbstdarstellungen auf Xing.de – veröffentlichen Sie im Netz nur das, was Sie auch im wahren Leben jedem erzählen würden. Sprechen Sie unbekannte Gesprächspartner, etwa in Onlinediskussionsforen, ebenso an, wie Sie es auf Straße tun würden: höflich und zurückhaltend. Denn jeder Eintrag und jede Äußerung im Internet lässt sich zumindest

theoretisch auf Sie zurückführen. Informationen, die einmal im Netz gelandet sind, lassen sich nur schwer wieder entfernen. Das gilt auch für Verleumdungen seitens Dritter.

Regel 4: Achten Sie Rechte anderer

Egal, ob Sie als Journalist für eine Zeitschrift schreiben, als ehrenamtlicher Blogger Ihre eigene Homepage pflegen oder sich auf einem Webgästebuch verewigen: Sie veröffentlichen Inhalte in Form von Texten, Bildern oder anderen Medien. Dabei sind Regeln und Gesetze zu beachten. Erkennbare einzelne Personen etwa dürfen nicht ohne deren Einwilligung gezeigt werden. Ebenso sind grundlose Diffamierungen und

Verleumdungen verboten. Schadensersatzklagen auf derartige Vergehen summieren sich schnell auf hohe Beträge.

Regel 5: Alles wird gefunden

Ihr Personalleiter tut es, Ihre Geschäftspartner tun es – versuchen Sie es doch einmal selbst: „Ego-Google“ oder die Suche nach einem bestimmten Namen im Internet kann aufschlussreich sein. Wer aktiv im Netz unterwegs ist, hinterlässt Spuren in den Suchmaschinen. Wenn der Personalleiter Ihres potenziellen Arbeitgebers Ihren Namen in Google eingibt und daraufhin vor allem wilde Partybilder findet, wird er sich Ihre Einstellung sicher länger überlegen.

Leben teilhaben. US-Präsident Barack Obama, Sängerin Britney Spears oder Radfahrer Lance Armstrong sind nur einige der Prominenten, die Facebook nutzen. Selbst der Vatikan verbreitet seine Botschaften über die Web-Community. „Der Papst trifft dich auf Facebook“ heißt es auf einer dafür neu gestarteten Website.

Etwa 100 deutschsprachige soziale Netzwerke gibt es im Internet. Die größten – wie StudiVZ, Myspace, Xing oder eben Facebook – haben insgesamt rund 35 Millionen Mitglieder, Tendenz steigend. Das Grundprinzip ist immer dasselbe: Die Nutzer eröffnen ein Konto, tragen persönliche Daten ein und markieren als Freunde, wen sie kennen oder wen sie kennenlernen möchten. Danach steht ihnen das Online-Leben offen: Es wird diskutiert, präsentiert, geflirtet, verhandelt oder auch nur herumgeblödel. Man sieht, wen die Freunde sonst noch kennen, und klickt sich durch deren Fotoalben. Zudem kann man private Mitteilungen verschicken oder chatten. Viele soziale Netzwerke sind kostenlos, sie finanzieren sich durch Werbung oder Investoren. Bei anderen muss man Abonnent werden, wenn man weitergehende Funktionen freischalten will.

Dabei sein oder nicht?

Ob man wirklich bei Facebook und Co. dabei sein muss, da scheiden sich die Geister. Für die, die online unterwegs sind, lautet die Frage eher: „Kann man es sich leisten, nicht da-bezusein?“ Für die anderen sind soziale Netzwerke im Internet reine Zeitverschwendung, sie bevorzugen den Kontakt im Alltag. Allerdings ist ein gutes berufliches Beziehungsnetz heutzutage das A und O, in manchen Branchen ist das Netzwerken bereits unabdingbar. Der Xing-Experte Joachim Rumohr geht einen Schritt weiter. Seiner Ansicht nach profitiert jeder – soziale Netzwerke seien ein Türöffner, um neue Investoren, Kunden, Lieferanten oder Mitarbeiter zu finden. Bei vielen Events werden oft schon gar keine Karten mehr ausgetauscht – und wenn, dann nur um den Gesprächspartner am nächsten Tag auf Xing zu finden und sich mit ihm zu verknüpfen. Privat ist es dagegen „kein Muss“, sich in sozialen Netzwerken zu betätigen.

Allerdings sind es gerade die privaten User, die auf Facebook, in Studi-

VZ oder auf Lokalisten.de mehr Informationen preisgeben, als einem lieb ist. Von Nutzen können solche persönlichen Informationen für Personalverantwortliche sein, die sich über Bewerber oder aber auch über die eigenen Mitarbeiter informieren wollen. Experten gehen davon aus, dass bis zu zwei Drittel der Personalabteilungen mittlerweile das Internet für Zusatzrecherchen nutzen. Schnell können freizügige Fotos, politische Kommentare, schlüpfrige Bemerkungen oder – im Fall von Jugendlichen – Spott über ungeliebte Lehrer unangenehme Folgen haben. Denn das Internet vergisst nichts. Daten können überall kopiert und gespeichert werden. Bilder, die am Ursprungsort längst weg sind, bleiben woanders bestehen.

Die Datenspur im Internet

Das andere Problem, das Kritiker sehen: Die Betreiber von Portalen wie Facebook halten nach wie vor fast uneingeschränkt die Rechte für die Verwendung, Bearbeitung und Weitergabe der Inhalte und Daten ihrer Kunden. Interesse daran hat die Werbewirtschaft, aber auch staatliche Stellen. Wie sorglos vor allem Teenager sind, zeigt eine Studie der Universität Leipzig. 90 Prozent der über 6.500 befragten Schüler im Alter von zwölf bis 19 Jahren wissen zwar, dass es eine Zugriffskontrolle auf persönliche Daten gibt. Nur 55 Prozent nutzen sie. Schlechte Erfahrungen mit der Veröffentlichung ihrer Daten haben die meisten der Studie zufolge aber nicht gemacht. Deutlich mehr User (23 Prozent) sahen sich dagegen mit Beleidigungen und Mobbing bzw. mit sexueller Belästigung (17 Prozent) konfrontiert.

Schlechtes Zeugnis

Nach einer Studie des Fraunhofer-Instituts für Sichere Informationstechnologie sind die Daten aber alles andere als sicher. 2008 wurden die Plattformen facebook.com, studiVZ.de, myspace.com, wer-kennt-wen.de, lokalisten.de, xing.com und linkedin.com geprüft. „Keine konnte vollständig überzeugen“, betont Studienautor Andreas Poller. Die Tester kamen an gesperrte Daten heran, selbst nach Ende der Mitgliedschaft konnte man noch alte Gästebucheinträge lesen.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband hat jetzt gegen verschiedene

Plattformen Unterlassungsverfahren eingeleitet. In der Kritik stehen Vertragsbedingungen, die Nutzer benachteiligen und den Betreibern weitgehende Rechte einräumen. Die Datenverarbeitung erfolge oft ohne Einwilligung des Nutzers und weit über den eigentlichen Zweck hinaus. „Dem Betreiber alle Rechte – dem Verbraucher bleibt das Schlechte: nach diesem Motto scheinen die sozialen Netzwerke viel zu häufig zu verfahren“, kommentiert Verbandschef Gerd Billen. Die Anbieter könnten ohne Wissen der Nutzer Verhaltensdaten auswerten oder die Profildaten Dritten zugänglich machen. Zudem müssten die Verbraucher selber darü-

ber entscheiden können, ob ihre Daten über Suchmaschinen auffindbar sind. Auch beim Urheberrecht liegt nach Ansicht der Verbraucherschützer vieles im Argen: Einige Anbieter lassen sich in den AGBs vom Nutzer umfangreiche Rechte an den von ihm erstellten Inhalten übertragen. Privatfotos können so ungefragt in einer Zeitung oder im Fernsehen landen.

Das Karriereportal Xing hat bereits reagiert und sofortige Veränderungen angekündigt. So werden zum Beispiel Forenbeiträge von ehemaligen Mitgliedern gelöscht. „Wir unterstützen alle Änderungsvorschläge“, erklärte Stefan Groß-Selbeck, Vorstandschef

der Xing AG. Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen würden umgehend in den Punkten aktualisiert, die aus Sicht der Verbraucherzentrale eine Verbesserung darstellten. „Facebook nimmt den Datenschutz und die Privatsphäre der Nutzer sehr ernst“, betont eine Sprecherin des Unternehmens. Die Datenschutzeinstellungen würden immer weiter verbessert, die Unterlassungserklärung geprüft. Aus Sicht des Datenschutzbeauftragten Peter Schaar besteht nach wie vor Handlungsbedarf. Aber – Datenschutz werde allmählich zum Wettbewerbsfaktor in der umkämpften virtuellen Welt, ist sich Schaar sicher.

Autorin: Sandra Klein

INTERVIEW

Interview mit Joachim Rumohr

ÖKO-TEST: Xing ist in Deutschland die am meisten genutzte Plattform für berufliche Kontakte. Für wen ist Xing eigentlich interessant?

Rumohr: Für jeden. Jobsuchende finden potenzielle neue Arbeitgeber bzw. konkrete Stellenangebote. Mehrere 10.000 Personalverantwortliche und Headhunter sind heute in Xing unterwegs, um neue Mitarbeiter zu rekrutieren. Für Unternehmen ist Xing eine Marketingplattform, Selbstständige können Xing als Akquisetool nutzen. Für andere ist es Eventverwaltung, Adressbuch oder gar reiner Zeitvertreib.

Für alle gilt: Sie können über Xing aktiv Marketing in eigener Sache machen. Die Betonung liegt auf aktiv. Zu Hause sitzen und warten, dass jemand anruft, ist nicht der Weg. Allerdings ist Xing eine tolle Alternative zu den klassischen, eher passiven Marketingwegen wie Anzeigen, Mailings und Flyer. Die kosten viel Geld und Zeit und verlaufen oft im Sande.

ÖKO-TEST: Marketing in eigener Sache – welche Regeln sollte ich beachten, um erfolgreich zu sein?

Rumohr: Ein Patentrezept gibt es nicht. Aktives Agieren, Zeit für die Kontaktpflege und eine gute Selbstdarstellung sind aber Voraussetzung. Das eigene Profil sollte vollständig und vor allem sinnvoll ausgefüllt werden. Eine Besonderheit, die es offline nicht gibt, sind die Kontakte „zweiten Grades“. Klicken Sie gezielt



Joachim Rumohr ist Xing-User der ersten Stunde. Der Experte hat einen Xing-Blog installiert, veranstaltet Seminare und hat das Buch „XING optimal nutzen“, einen Leitfaden für Interessierte, herausgegeben. Inzwischen hat Rumohr mehr als 2.000 Teilnehmer rund um das Thema soziale Netzwerke geschult.

Foto: Fotografin Beatrice Herman

Wenn allerdings beim Italiener um die Ecke der Kellner mit der eigenen Kreditkarte im Hinterzimmer verschwindet, vermutet keiner gleich Datenmissbrauch. Ich werde immer wieder gefragt, wie ich so einfach meinen Kalender im Internet offenlegen kann. Jeder Einbrecher könnte sofort sehen, wann ich nicht zu Hause bin. Ein Einbrecher wird allerdings nicht meinen Kalender durchforsten, sondern mein Haus ausspähen. Auch Data Mining ist so ein Thema. Ich habe kein Problem, zielgruppenspezifische Werbung zu bekommen. Wen es stört, man kann Werblocker installieren.

Natürlich gibt es immer jemanden, der sich keine Gedanken macht, welche Bilder er hochlädt, welche Kommentare er online stellt. Ich versuche die Teilnehmer meiner Seminare für dieses Thema zu sensibilisieren. Lieber zweimal den Text durchlesen und genau überlegen, welche Informationen man preisgibt, bevor man den Knopf drückt und alles im Netz abgespeichert ist. Datenschutz ist natürlich ein wichtiges Thema, aber kein Thema, bei dem Ängste begründet sind.