

Facebook postest (IP-Lizenz). Diese IP-Lizenz endet, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto löschst, ausser deine Inhalte wurden mit anderen Nutzern geteilt und diese haben die Inhalte nicht gelöscht.» Der ausschliessliche Nutzungsanspruch wird somit – nicht nur bei Facebook – bereits zu Lebzeiten abgetreten, sei es durch Anerkennen der Anbieter-AGB oder durch das für die moderne Internetnutzung typische Teilen von Informationen. **Der Kontrollverlust wird sozusagen zur Nutzungsvoraussetzung.** Unabhängig von der Frage, ob der User zu Lebzeiten Eigentümer (=rechtliche Verfügungsgewalt) oder Besitzer (=tatsächliche Herrschaftsgewalt) seiner digitalen Inhalte ist, hat diese Frage auch erbrechtliche Relevanz (siehe Kapitel 6.1). In der Schweiz gilt gem. Art. 560 Abs. 1 ZGB das Prinzip der Universalsukzession. Das bedeutet, dass die Erben die Erbschaft eines Verstorbenen als Ganzes erwerben. Ob die Daten, als Immaterialgüter, Teil dieser Erbmasse sind, hängt vom konkreten Inhalt ab. Nur urheberrechtlich geschützte Inhalte sind vererblich (Art. 16 Abs. 1 URG), während der Grossteil der Daten wohl unter die Persönlichkeitsrechte fallen, die mit dem Tod enden und nicht vererbbar sind (Art. 31 Abs. 1 ZGB). Einen Anspruch auf Daten geltend zu machen oder deren Löschung zu verlangen, ist für die Erben oder sonstigen Hinterbliebenen im Konfliktfall somit kaum durchsetzbar (siehe Kapitel 6.2 bis 6.4.).

Archivierungswürdigkeit und Format:

Sterben ist eng mit Andenken verbunden. Wie und wodurch möchte ich in Erinnerung bleiben? Welche Hinterlassenschaften könnten meinem Andenken schaden? Wenn Fotos, Familienrezepte und Korrespondenz nur noch digital existieren, liegt es nahe, zumindest einen Teil dieses «digitalen Nachlasses» für die Nachwelt zu bewahren und langfristig zugänglich zu machen. Eine finale Lösung für die «unendliche» Archivierung in entsprechenden Formaten und Speichermedien existiert noch nicht, so dass die fortlaufende Konvertierung wertvoller digitaler Erinnerungsstücke Voraussetzung für deren Erhaltung ist. Nicht erst im Todesfall relevant ist die

Frage des Aussortierens. Dienste wie LifeNaut oder die Facebook-Chronik ermöglichen es, bereits zu Lebzeiten wichtige Lebensstationen mit digitalen Erinnerungsstücken zu dokumentieren (siehe Kapitel 8.3). Ob die Lebenszeit dieser Dienste jedoch ausreichen wird, um ein digitales Erbe für künftige Generationen zu bewahren, ist nicht zu garantieren.

Löschbarkeit und Vergessen:

Bereits zu Lebzeiten ist es nahezu unmöglich, Spuren der Internetnutzung endgültig und vollständig zu löschen. Technologische Fortschritte wie die Indexierung und Analyse von Internetinhalten, Multisite-Postings oder Austauschformate erleichtern die Suche und das Teilen von Informationen, erschweren aber auch das «Recht auf Vergessen» im Internet. Ein Bild oder Profil kann auf einer Plattform gelöscht werden, aber im Cache der Internetsuchmaschinen und Webarchiven weiterbestehen. Das «Ausmerzen» dieser gestreuten Spuren ist aufwendig und erfordert unter anderem, dass bei einzelnen Suchmaschinen die Löschung aus dem Cache beantragt wird³. Für ein Verfallsdatum für Daten wie es Viktor (Mayer-Schönberger, 2010) als eine Möglichkeit des «digitalen Vergessens» propagiert, gibt es bereits technische Lösungen (siehe Kapitel 8.4). Ob und wie sich diese durchsetzen können, ist jedoch fraglich. In der Schweiz wurde im März 2012 ein Postulat an den Nationalrat eingereicht und angenommen, das den Bundesrat beauftragt, die Aufnahme des «Rechts auf Vergessen im Internet» in die Gesetzgebung zu prüfen (Schwaab, 2012). In einer Stellungnahme zur Annahme des Postulats vom 9.5.2012 wird auf den Bericht zur Evaluation des Bundesgesetzes über den Datenschutz verwiesen. Zu den darin skizzierten Zielsetzungen der Revisionsarbeiten zähle auch eine Verbesserung der Datenkontrolle und -herrschaft. In diesem Sinne solle auch eine Präzisierung des «Rechts auf Vergessen» geprüft werden (siehe Kapitel 6.3.5).

³ siehe z.B. Google Webmaster Tools «Inhalte aus Google entfernen» (Google, o.J.). URL: <http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=de&answer=164734>

3. Vom Datenspeicher zum Datenfriedhof: Wird der digitale Nachlass bedeutender?

Zahlenspiele wie «Jede Minute sterben weltweit drei Facebook-Mitglieder» oder «Jährlich 3000 Facebook-Tote in der Schweiz» sind hilfreich, um die Thematik ins Bewusstsein zu rücken (siehe Kapitel 3.4). Die Relevanz des digitalen Nachlasses allein an den Altersgruppenstatistiken und Mortalitätsraten der Schweizer Onlinebevölkerung festzumachen, wäre jedoch eindimensional. Dass in zunehmendem Masse von einer immer breiteren Bevölkerungsmasse Spuren und Daten auf dem Internet hinterlassen werden, ist unbestritten. Verändert hat sich jedoch nicht nur die Quantität, sondern auch die Art der Nutzung.

Alle Facetten der Internetnutzung und deren Auswirkung auf die digitale Identität und den digitalen Nachlass zu beschreiben, ist unmöglich. Nachfolgend werden daher drei wesentliche Faktoren, die den digitalen Nachlass zunehmend relevanter werden lassen, mit Blick auf die Schweiz, beleuchtet:

1. Das Internet ist Teil des täglichen Lebens geworden und hat alle Altersgruppen und sozialen Schichten erreicht. Immer mehr Personen nutzen häufiger und länger das Internet. Getrieben wird diese Entwicklung von technologischen, wirtschaftlichen und sozialen Faktoren. Sinkende Kosten und wachsende Verbreitung von Hochleistungsinternetzugängen, mobile Nutzung sowie einfache Werkzeuge für die Bereitstellung von Inhalten sind die Wegbereiter einer Entwicklung, die zum gesellschaftlichen Phänomen – global und so auch in der Schweiz – geworden ist.

2. Wesentliche Treiber der zunehmenden Internetnutzung sind die permanent wachsenden Nutzungsmöglichkeiten, die immer mehr Lebensbereiche durchdringen. **Die Art der Internetnutzung hat sich seit dem Durchbruch des World Wide Web Mitte der 90er Jahre grundlegend verändert.** Stand zu Beginn die Beschaffung von Informationen und die E-Mail-Kommunikation im Vordergrund, so hat der Konsum von Produkten und Dienstleistungen sowie in jüngerer Zeit die einfache Interaktion und Publikation via Social Media zunehmend an Bedeutung gewonnen. Konsequenz dieser **aktiven Nutzung des Internet** sind mehr oder weniger sichtbare Spuren, die Teil unserer digitalen Identität und letztendlich des digitalen Nachlasses sind.

3. Alter ist immer noch das wesentlichste soziodemographische Unterscheidungsmerkmal bei der Internetnutzung in der Schweiz (Bundesamt für Statistik, 2012). Aber auch dieser «digitale Graben» wird kontinuierlich schmaler. **Die Schweizer Onlinebevölkerung altert**, und mit zunehmendem Alter steigt zwangsläufig die Mortalitätsrate der Internetnutzerschaft.

3.1 INTERNET IST TEIL DES TÄGLICHEN LEBENS GEWORDEN

Das Bundesamt für Statistik publiziert seit Ende der 90er Jahre die Indikatoren zur Mediennutzung und zur Informationsgesellschaft in der Schweiz (Bundesamt für Statistik, 2010a). Die Zeitreihenstatistiken zu verschiedenen Themenbereichen, wie Internetnutzung oder IKT-Ausstattung in privaten Haushalten dokumentieren die zunehmende wirtschaftliche und soziale Bedeutung der Informations- und Kommunikationstechnologie in der Schweiz und im internationalen Vergleich. Die Zahlen aus den Jahren 2004 und 2010 machen deutlich, wie massiv sich das Internet im Alltag der Schweizer Bevölkerung verbreitet hat:

«77% aller Schweizer Haushalte verfügen über einen Internetanschluss. Davon sind 91% Hochgeschwindigkeitsanschlüsse und 65% dieser Haushalte nutzen das Internet über mehr als ein Medium.»

Bundesamt für Statistik (Stand 2010)

Tabelle 3

INTERNETNUTZUNG IN DER SCHWEIZ VON 2004 BIS 2010

in %

Indikatoren der Internetnutzung in Schweizer Haushalten	2004	2010
Haushalte mit Internetzugang (in % aller Haushalte)	61	77
Internetnutzung mehrmals wöchentlich (in % der Bevölkerung ab 14 Jahren)	54	75
Wöchentliche individuelle Internetnutzung mehr als 6 Stunden (in % der Internetnutzer)	33	43
Internetnutzung zu Hause (in % der regelmässigen Internetnutzer ab 14 Jahren)	47	76
Internetzugang über mehr als ein Medium (in % aller Haushalte mit Internetanschluss)	10	65
Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüsse (in % aller Haushalte mit Internetanschluss)	–	91
Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüsse (in % der Einwohner mit Hochgeschwindigkeits-Abonnement)	17	37
Internetzugang über Mobiltelefon (in % aller Haushalte mit Internetanschluss)	1	39
Breitbandzugriff auf Mobilnetz (% der Einwohner mit Vertrag für Breitbandinternetzugriff)	–	49

Datenquellen: BFS-Bundesamt für Statistik (2011b). Indikatoren Informationsgesellschaft – Internetnutzung. URL: http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30106.301.html (6.3.2012)

BFS-Bundesamt für Statistik (2012). Internet in den Schweizer Haushalten: Ergebnisse der Erhebung Omnibus IKT 2010. URL: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/22/publ.html?publicationID=4742> (6.3.2012)

3.2 DURCH DIE ZUNEHMEND AKTIVE INTERNET-NUTZUNG HINTERLASSEN WIR IMMER MEHR PERSÖNLICHE DATEN

Die Indikatoren zur Internetnutzung in der Schweiz liefern nicht nur Daten zum Umfang der Internetnutzung, sondern auch zur Art der Onlineaktivitäten (Bundesamt für Statistik, 2011b).

E-Mail-Kommunikation ist ungebrochen der wichtigste Grund der Internetnutzung, auch wenn die Generation der unter 25-Jährigen (93%) weniger über E-Mail kommuniziert als die Generation der 25- bis 34-Jährigen (97%). SMS und Social Media scheinen also einen Einfluss auf die E-Mail-Kommunikation zu haben, ohne diese bereits ernsthaft zu verdrängen (Bundesamt für Statistik, 2012, p.25). E-Mail-Konten sind essentieller Teil der Privatsphäre. Darüber hinaus dient die E-Mail-Adresse bei vielen Internet-

Diensten als Benutzername und/oder als Erkennungsmerkmal für das Anfordern oder Erneuern von Login-Daten. Der Zugriff zum E-Mail-Konto ist somit «Generalschlüssel» zu einem grossen Teil der Internet-Konten – und somit auch zum digitalen Nachlass – einer Person⁴.

⁴ Siehe auch Kapitel 6.3.4 (Auskunftsgesuch am Beispiel E-Mail Account)

«Im Februar 2012 haben sich in der Schweiz stündlich 141 neue Facebook-Mitglieder angemeldet.»

[Social Media Schweiz](#)

Tabelle 4

ONLINE AKTIVITÄTEN FÜR PRIVATE ZWECKE IN SCHWEIZER HAUSHALTEN

in %

Indikatoren der Internetnutzung in Schweizer Haushalten (in % der Internetnutzer, in den letzten 3 Monaten)	2004	2010
E-Mails senden und empfangen	90	93
Suche nach Informationen über Produkte und Dienstleistungen	73	73
Nachrichten, Zeitungen, Magazine lesen	36	73
Tätigkeiten im Zusammenhang mit der öffentlichen Verwaltung (in % der Internetnutzer, in den letzten 12 Monaten)	49	71
Online-Einkauf von Produkten / Dienstleistungen	34	55
Online-Verkäufe (inkl. Auktionen)	4	14
E-Banking Nutzung	42	50
Musik herunterladen	19	40
Nachrichten über Chat, Foren, Newsgroups senden	19	31
Eigenes Social Media Profil anlegen / pflegen	–	36
Selbst erstellte Inhalte auf Internetseiten oder Plattformen aufschalten	–	22

Datenquelle: BFS-Bundesamt für Statistik (2011b). Indikatoren Informationsgesellschaft – Internetnutzung. URL: http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/de/index/themen/16/04/key/approche_globale.indicator.30106.301.html (6.3.2012).

Auch wenn die passiv «lesende» Internetnutzung in Form von Informationssuche und Zeitungslesen weiterhin dominiert, so ist die aktive Nutzung eindeutig auf dem Vormarsch. Der Konsum von Produkten und Dienstleistungen ist selbstverständlicher Bestandteil der Internetnutzung geworden. Immer mehr Geschäftsbeziehungen, Transaktionen aber auch Interaktionen mit Behörden, für die es nur noch digitale Nachweise gibt, werden über das Internet abgewickelt.

Neben E-Commerce hat Web 2.0 die Internetnutzung revolutioniert. Internetkonsumenten werden zu «Prosumers»⁵, die Inhalte auf einer neuen Generation von Internetplattformen teilen und Beziehungen über Soziale Netzwerke aufbauen. Nutzergenerierte Inhalte («User-generated/created content») in Form von Texten, Fotos, Videos, Apps etc. werden im Rahmen von Blogs, Wikis, Filesharing Plattformen und Sozialen Netzwerken für einen mehr oder weniger beschränkten Personenkreis im «Participative Web» (OECD, 2007) publiziert. 36% der Schweizer Internetnutzer gaben 2010 an, ein eigenes Social-Media-Profil zu pflegen (Bundesamt für Statistik, 2011b) und der Trend hält an. Im Februar 2012 wurden in der Schweiz stündlich 141 neue Facebook-User registriert (Social Media Schweiz, 2012). Im April 2012 verfügten bereits 41% der gesamten Schweizer Bevölkerung über 14 Jahre über ein Facebook-Profil. Zieht man die durchschnittlichen 5% Fake-Accounts, ab, die Facebook im Börsengangprospekt offengelegt hat (United States Securities and Exchange Commission [SEC], 2012), bleibt eine 39-prozentige Durchdringung.

⁵ Produzent (producer) und Verbraucher (consumer) zugleich (nach Alvin Toffler)

Konsequenz der aktiven Internetnutzung sind die Spuren, die dabei bewusst oder unbewusst hinterlassen werden, sei es in Form eines Blog-Eintrags oder unseres Social Networking Profils, das in Kombination mit dem persönlichen Surfverhalten, viel über unsere (digitale) Identität verrät.

Zum aktuellen Zeitpunkt lässt sich kaum erahnen, wie viele Informationen im Laufe eines aktiven Online-Lebens auf diese Weise akkumuliert, gestreut und weiterverarbeitet werden. Die aktuelle Diskussion um Datenschutz und soziale Netzwerke konzentriert sich darauf, diese Verteilprozesse zumindest transparent zu machen und den Nutzern Kontrollmechanismen in die Hand zu geben. Der Bericht der Europäischen Kommission zur Haltung der EU-Bürger zu Datenschutz und elektronischer Identität basiert auf der grössten jemals durchgeführten Umfrage zum Internet-Nutzungsverhalten der EU-Bürger (älter als 15 Jahre) (European Commission, 2011). Demzufolge betrachten 74% der befragten EU Bürger die Offenlegung persönlicher Daten als zunehmend unvermeidlichen Teil des modernen Lebens. Der Grund, dies zu tun, liegt für 79% in der Nutzung von Online Shopping Angeboten und für 61% in der Nutzung von Sozialen Netzwerken. 70% sind besorgt, dass Internet-Plattformen ihre Daten für andere Zwecke als die, für die sie bereitgestellt wurden, nutzt und nur rund ein Viertel (26%) der Befragten glaubt noch vollständige Kontrolle über persönliche Daten im Internet zu haben. 75% wünschen ein «Recht auf Vergessen», d.h. die Möglichkeit, persönliche Daten im Internet endgültig zu löschen. Eben dies wird jedoch durch technologische Innovationen und neue Nutzungsmuster und Geschäftsmodelle zunehmend un-

«Monatlich werden weltweit durchschnittlich 6 Milliarden Fotos auf Facebook gestellt. Allein in der Silvesternacht 2010/11 wurden 750 Millionen Fotos auf Facebook hochgeladen.»