

## Google+: Neustart als Themen-Community

Google hat seinen Dienst Google+ umgebaut mit dem Ziel, den Austausch zu bestimmten Themen in sogenannten Communities zu vereinfachen. Zudem können Benutzer sogenannte Collections – Pinterest-artige Sammlungen zu bestimmten Themen – prominenter als bisher präsentieren. Das neue Google+ soll es außerdem einfacher machen, Beiträge zu posten, zu suchen und sich mit anderen zu verbinden. Google+ war 2011 gestartet. Zunächst

wollte Google damit offenbar Facebook angreifen, den Marktführer bei den sozialen Netzwerken. Später hieß es, Google+ solle das Bindeglied zwischen verschiedenen Diensten des Unternehmens sein. Jetzt also hat das Unternehmen die ursprüngliche Fokussierung auf (Personen-)Kreise in den Hintergrund gerückt. Laut Google stoßen täglich 1,2 Millionen neue Mitglieder zu den interessensbasierten Communities hinzu. (jo@ct.de)



Bei Google+ dreht sich jetzt alles um Sammlungen und Themen.

## Facebook kooperiert mit deutscher Beschwerdestelle

Facebook hat im ersten Halbjahr 2015 in Deutschland 188 Beiträge gesperrt, die Hassrede (Hate Speech) enthielten. Darunter versteht Facebook gemäß seiner Gemeinschaftsstandards Inhalte, die Personen aufgrund ihrer Rasse, Ethnizität, nationalen Herkunft, religiösen Zugehörigkeit, sexuellen Orientierung, Geschlecht, geschlechtlichen Identität, schweren Behinderungen oder Krankheiten angreifen. Im Vergleichszeitraum des Vorjahres waren es noch 34, geht aus dem halbjährlichen Rechenschaftsbericht zu Regierungsanfragen hervor. Diese Angaben beziehen sich allerdings nur auf Postings, die von Behörden sowie Nichtregierungs- oder Wohltätigkeitsorganisationen gemeldet wurden. Wie oft Facebook nach Nutzerhinweisen Beiträge sperrt, will man nicht offenlegen. Der US-Konzern steht in der Kritik, weil er oftmals auch Beiträge online lässt, die eindeutig volksverhetzend und damit

strafrechtlich relevant sind. Als Reaktion darauf trat er jüngst der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) als Vollmitglied bei. Damit unterwirft er sich auch der FSM-Beschwerdeordnung. Nutzer können Hassrede-Beiträge bei Facebook damit auch bei der FSM-Beschwerdestelle melden. Die Beschwerdeordnung der FSM ist an manchen Punkten sogar restriktiver als das deutsche Strafrecht. Facebook erklärte, man wolle außerdem „mit der FSM gemeinsam an Lösungen arbeiten, um besonders schwierige und kontroverse Fälle gemeldeter Inhalte abzuwägen und zu adressieren“. Ein weiteres Thema werde „die Etablierung eines Prozesses sein, bei der die FSM Facebook mit ihrer Expertise bei konkreten Fällen unterstützen kann“. (hob@ct.de)

**ct** Facebook-Gemeinschaftsstandards: [ct.de/yc9k](http://ct.de/yc9k)

## Werbe-Tracker überwinden Gerätegrenzen

Die Datenschutzorganisation Center for Democracy and Technology (CDT) warnt in den USA vor den Folgen von geräteübergreifendem Nutzer-Tracking. Dabei wird Werbung im Fernsehen oder im Internet mit hochfrequenten Tönen unterlegt, die Menschen nicht wahrnehmen. Tablets, Smartphones und andere Geräte in der Nähe können diese sogenannten Sound-Beacons aber registrieren. Gelingt das, lassen sich die Geräte einem Benutzerprofil zuordnen. Durch Zusammenführen dieser Daten würden die Werbenetzwerke ihr Wissen über den Einzelnen stark

ausweiten, um ihn mit zielgerichteter Werbung anzusprechen. Laut CDT arbeiten die Firmen Adobe, SilverPush, Drawbridge und Flurry an geräteübergreifenden Nutzerprofilen. Im April 2015 habe man die Software von SilverPush bereits in 67 Apps gefunden. Sie lauscht nach Angaben des Herstellers nur auf die Beacons und nicht auf andere Geräusche oder gar auf Sprache. Nach Angaben von CDT überwacht SilverPush so bereits 18 Millionen Smartphones. (ad@ct.de)

**ct** Ausführlicher Kommentar des CDT: [ct.de/yc9k](http://ct.de/yc9k)

## Google Maps: Mehr Crowd-Content

Nutzer sollen Googles Kartendienst Maps mit ihren Inhalten und Tipps aufwerten. Dafür erweitert der Konzern das sogenannte Insiderprogramm: „Insider“ – von Google auch „Local Guides“ genannt – erhalten in der Maps-App für Android und iOS einen speziellen Zugang,

über den sie Informationen zu Orten in ihrer Nähe zufügen dürfen. Dies können beispielsweise Restaurant-Bewertungen, Bilder oder neue Orte sein. Damit das Crowdsourcing gut anläuft, ködert Google die Insider mit einem Belohnungssystem. (hob@ct.de)

## eco: Adblocker-Sanktionen „der falsche Weg“

Der eco Verband der Internetwirtschaft sieht beim Aussperren von Nutzern mit Adblockern wie bei Bild.de zwei wichtige Nutzerinteressen unberücksichtigt: Sicherheit und Anonymität. „Bis diese Punkte von den Verlagen nicht geklärt sind, ist eine Sanktion von Adblockern der falsche Weg“, kritisiert Markus Schaffrin, Leiter Mitglieder-Services und Sicherheitsexperte im eco. Werbung sei eine wichtige Finanzierungsquelle für journalistische Inhalte. Es komme aber immer wieder vor, dass mit der Werbung auch Schadsoftware das Endgerät des Lesers erreicht. Das vom eco betriebene Anti-

Botnet-Beratungszentrum botfrei.de weist daher Besucher per Popup-Nachricht darauf hin, dass sie in Erwägung ziehen sollten, einen Werbeblocker zu verwenden. Die aktuellen Maßnahmen gegen Werbeblocker treffen aber auch eine zweite Gruppe: Nutzer, die Javascript-Blocker einsetzen. „Diese Leser haben oft nichts gegen Werbung, aber sehr wohl etwas gegen Nutzerverfolgungstechniken wie Canvas Fingerprinting. Für ihren Wunsch nach anonymer Nutzung werden sie aktuell ebenfalls von den Angeboten ausgeschlossen“, erklärt Peter Meyer, Projekt-Manager bei botfrei.de. (jo@ct.de)



Wer das Blog von botfrei.de ohne Adblocker besucht, wird gewarnt.