

Ins Netz gegangen:

# www.watchyourweb.de

„Das Internet vergisst nichts!  
Was einmal im Internet steht, kann sich  
schnell verbreiten!  
Virtuelles ist real!  
Im Internet ist man nicht immer ungestört!“

Das sind die vier Kernbotschaften, die jungen Web-2.0-Usern mit der Internetkampagne watchyourweb vermittelt werden sollen. Gefördert durch die Bundesministerien für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz sowie für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, ging Anfang Juni 2009

des Onlineauftritts steht die Comicfigur Webman, ein lila Superman mit rosa Haaren, der sich für „das Gute“ im Netz einsetzt und selbst mit Profilen auf YouTube, Facebook und Co. vertreten ist. Sein Widersacher, ein kleiner orangefarbener Kasten mit grimmigem Blick namens Data Devil, treibt im Internet sein Unwesen mit Datenmissbrauch und soll „das Böse“ des Web 2.0 verkörpern.

Besondere Hingucker der Kampagne sind die vier Kurzfilme *Mensa*, *Date*, *Masken* und *Klasse*. Inszeniert wurden die Filme von

der VIVA, einem weiteren Kooperationspartner der Seite, ausgestrahlt. Einer der Clips lässt sich auf der Webseite sogar individuell mit dem eigenen Namen und dem Namen eines Freundes versehen und kann dann an diesen verschickt werden.

Die Seite setzt generell sehr stark auf interaktive Elemente: Es gibt einen Webtest mit zehn Fragen rund um die Nutzung von Onlinenetzwerken, mit dem die Jugendlichen testen können, wie fit sie in Sachen Datensicherheit sind. Die jungen Nutzer können sich mit ihren Fragen und Ängsten,



das Projekt der Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik (IJAB) online. In Kooperation mit Jugendschützern und diversen Onlinenetzwerken (SchülerVZ, StudiVZ, wer-kennt-wen, Lokalisten, Myspace, YouTube, MyVideo, Facebook u. v. m) verfolgt die Kampagne das Ziel, Jugendliche im Umgang mit ihren persönlichen Daten im Netz zu sensibilisieren. Und das mit der klar erkennbaren Absicht, möglichst „cool“ bei den 12- bis 18-Jährigen anzukommen. Bunt, schrill, hip und in lockerer Jugendsprache präsentiert sich die Webseite der Kampagne. Im Mittelpunkt

dem Berliner Regisseur Robert Thalheim, vor allem bekannt durch seinen prämierten Debütfilm *Netto* (2004). Die Clips handeln von Alltagssituationen, die wohl jeder Schüler so oder ähnlich schon einmal erlebt haben dürfte: Es geht um Freundschaften, die erste Liebe, das erste Date und um Geheimnisse, die plötzlich nicht mehr geheim sind. Die Jugendlichen werden davor gewarnt, allzu private Informationen über sich selbst im Web zu veröffentlichen, da diese sonst an die falschen Personen gelangen könnten. Die wirklich gut gelungenen Filme werden auch auf dem TV-Sen-

die das Internet betreffen, direkt an Webman wenden oder sich über die portalinterne Pinnwand zum Thema: „Wann ich Webman gebraucht hätte“ untereinander austauschen. So sollen die Jugendlichen „von Anfang an in die Kampagne mit einbezogen werden und sich selbst als Träger von Informationen und nicht als Objekt von Belehrungen und Verboten erleben“, so eine Pressemeldung der IJAB. Besonders gut ist dieser wirklich sinnvolle Ansatz in den Tutorials der Webseite umgesetzt. Hier lassen sich – selbst für erfahrene Networker – interessante und hilfreiche Tipps zu Ein-

stellungsmöglichkeiten der persönlichen Daten in insgesamt elf der Social Networking Services, von SchülerVZ, StudiVZ über Facebook bis hin zu Cliffish und YouTube, finden. Dabei wurde endlich einmal darauf geachtet, den Jugendlichen keine Ver- oder Gebote auszusprechen, sondern lediglich Optionen aufzuzeigen und die daraus möglicherweise folgenden Konsequenzen zu vermitteln. Nicht: „Du darfst nicht deinen vollständigen Namen auf deinem Profil angeben“, sondern: „Das musst du für dich selbst abwägen.“



Und dennoch: Der „Erhobene-Zeigefinger“-Charakter der Seite bleibt. Ständig werden die Kids gewarnt, wie „peinlich“ es doch sei, wenn private Informationen unkontrolliert im Netz kursieren und an die falschen Leute geraten, z. B. an Lehrer oder Eltern. Und auch sonst geht das löbliche Konzept der Seite nur teilweise auf. Auf der seiteninternen Pinnwand lassen sich recht schnell auch kritische Einträge, vor allem zur Aufmachung der Seite, finden – die beiden Karikaturen Webman und Data Devil kommen bei einigen Jugendlichen eher lächerlich rüber und das Design der Seite wirkt auf

viele mehr albern als „cool“. Trotzdem beinhaltet die überwiegende Anzahl der Pinnwandbeiträge Erfahrungsberichte und Warnungen von jungen Usern für andere Nutzer. So schreiben die Kids beispielsweise über schlechte Erfahrungen mit „phishing mails“, Onlinegewinnspielen oder über die ungewollte Verbreitung von „partypics“ über SchülerVZ. Man kann also durchaus sagen, dass die Seite von den Jugendlichen zur Problemlösung genutzt wird.

Doch Warnungen allein reichen einfach nicht aus – egal, ob durch Pädagogen,



Erwachsene, Webman oder Erfahrungsberichte anderer Jugendlicher. Mit dem Web 2.0 und seinen vielen Communitys und Netzwerken ist ein neuer sozialer Raum entstanden, in dem nicht nur Heranwachsende erst einmal Erfahrungen sammeln müssen, positive wie eben auch negative. Und oft wird die Medienkompetenz der jungen Netznutzer von den älteren Generationen auch einfach schlichtweg unterschätzt. So lautet einer der ersten Einträge auf der internen Pinnwand, gepostet von JohnFoe: „Ich hätte Webman gebraucht, als mir ‚watchyourweb.de‘, die ‚Plattform für siche-

res Surfen im Web‘ meine Zugangsdaten inkl. Passwort in einer Klartextmail gesendet hat. Blöd.“ Die Betreiber der Seite reagierten zwar umgehend: „wyw: Vielen Dank für den Hinweis. Die Anmeldung wurde angepasst.“ Trotzdem peinlich für eine Seite, die sich für die Sicherheit von persönlichen Daten im Netz einsetzen will – und die Zugangsdaten an ihre Nutzer erst einmal in unverschlüsselten E-Mails verschickt. Autsch!

Die Aktion der Bundesregierung ist sicherlich ein guter Schritt in die richtige Richtung



und eigentlich auch schon längst überfällig. Allerdings ist die Seite einfach zu kindlich und nicht ernsthaft genug gestaltet, um bei den jungen Usern wirklich gut anzukommen. Darüber hinaus kann eine Kampagne wie watchyourweb nur unterstützend wirken und ist bei Weitem nicht ausreichend, um Jugendliche für den Umgang mit ihren persönlichen Daten im Netz zu sensibilisieren.

Juliane Otto