

07. Dezember 2011

Löschen von Accounts und Kundenkonten

Eine Untersuchung des Projekts „Verbraucherrechte in der digitalen Welt“ des Verbraucherzentrale Bundesverbandes

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv
Projekt „Verbraucherrechte in der digitalen Welt“
Markgrafenstr. 66
10969 Berlin
surfer-haben-rechte@vzbv.de
www.surfer-haben-rechte.de

Gefördert durch:



Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Inhalt

Wesentliche Ergebnisse im Überblick.....	4
Repräsentative Umfrage.....	4
Marktanalyse	4
Einleitung.....	5
Repräsentative Umfrage zum Löschen von Accounts und Kundenkonten	5
1. Umfrageergebnisse	5
1.1 Anzahl der Online-Kundenkonten.....	5
1.2. Absicht, ein Online-Kundenkonto zu löschen.....	6
1.3. Art der gelöschten Onlineplattform	7
1.4. Gründe für einen Austritt aus einer Online-Plattform.....	7
1.5. Möglichkeiten zum Löschen eines Online-Kundenkontos	8
1.6. Hindernisse beim Löschen eines Online-Kundenkontos	9
1.7. Löschen der persönlichen Daten	10
2. Untersuchungsdesign und Methodik.....	11
Marktanalyse.....	12
Schlussfolgerungen.....	13
Zum Projekt.....	14

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wie viele Accounts beziehungsweise Nutzer- oder Kundenkonten bei Onlineplattformen besitzen Sie?	6
Abbildung 2: Wollten Sie schon einmal Ihren Account beziehungsweise Ihr Kundenkonto bei einer Online-Plattform löschen?	6
Abbildung 3: Um welche Art von Online-Plattform handelt es sich, bei denen Sie schon einmal einen Account gelöscht haben beziehungsweise löschen wollten?.....	7
Abbildung 4: Welche Gründe hatten/haben Sie für Ihren (geplanten) Austritt?.....	8
Abbildung 5: Hat der Anbieter/Bietet der Anbieter der Online-Plattform eine Möglichkeit zur Löschung des Accounts beziehungsweise des Kundenkontos an(geboten)?.....	8
Abbildung 6: Welche Hindernisse sind Ihnen bei der Löschung eines Accounts begegnet?.....	9
Abbildung 7: Wurden Ihre persönlichen Daten vollständig gelöscht?	10
Abbildung 8: (Auch wenn Sie es nicht genau wissen...) Wie sicher sind Sie sich, dass Ihre Daten vollständig gelöscht wurden?.....	10
Abbildung 9: Bildschirmausdruck von wer-kennt-wen, 14.11.2011.....	12

Wesentliche Ergebnisse im Überblick

Repräsentative Umfrage

- **Anzahl der Online-Kundenkonten**
55,3 Prozent der privaten InternetnutzerInnen haben weniger als fünf Accounts. Über fünf bis zehn Accounts verfügen 15,3 Prozent und 10,8 Prozent verfügen über mehr als zehn Accounts.
- **Gründe, eine Online-Plattform zu verlassen**
57,7 Prozent der privaten InternetnutzerInnen, die beabsichtigten ein Online-Kundenkonto zu löschen, hatten das Interesse an der Plattform verloren und 48,7 Prozent sorgten sich um die Sicherheit ihrer Daten.
- **Möglichkeiten zum Löschen des Online-Kundenkontos**
96,9 Prozent der privaten InternetnutzerInnen gaben an, dass der Anbieter ihnen auf der jeweiligen Plattform die Möglichkeit zur Löschung des Online-Kundenkontos angeboten hat. Jedoch haben 50 Prozent der Befragten diese Möglichkeit erst nach längerem Suchen gefunden.
- **Hindernisse beim Löschen des Online-Kundenkontos**
Das größte Hindernis ist der komplizierte und undurchsichtige Vorgang zur Löschung des Online-Kundenkontos (30,9 Prozent). Ein Fünftel der InternutzerInnen musste eine E-Mail an den Anbieter senden, um den Account löschen zu lassen. Ein Viertel der InternetnutzerInnen haben keine Rückmeldung beziehungsweise Bestätigung über die Abmeldung erhalten. 10,8 Prozent mussten sogar Gründe für ihre Abmeldung angeben.
- **Löschung der Daten**
Lediglich 23,1 Prozent der InternetnutzerInnen gehen davon aus, dass ihre persönlichen Daten gelöscht wurden. Mehr als die Hälfte (61,5 Prozent) wissen nicht, ob ihre Daten gelöscht wurden.

Marktanalyse

- Auf sechs von 19 Online-Plattformen war die Löschmöglichkeit in den Konto-Einstellungen oder Profilinformaton vorhanden.
- Auf neun von 19 Online-Plattformen wurde erst über die „Hilfe“-Funktion eine Löschmöglichkeit gefunden.
- Auf vier von 19 Online-Plattformen war gar keine Möglichkeit zum Löschen des Accounts zu finden.
- Auf elf von 19 Online-Plattformen konnte das Kundenkonto beziehungsweise der Account sofort gelöscht werden.
- Auf acht von 19 Online-Plattformen musste entweder eine E-Mail mittels eines Webformulars oder an die im Impressum beziehungsweise Kontakt angegebene E-Mail-Adresse gesandt werden.

Einleitung

Die Verbraucher sind aktiv im Mitmach-Web 2.0: Ein Kommentar auf Facebook zum Status des Bruders, Bewertung des neuen Lieblingsbuches, Einstellen eines gelungenen Kochrezeptes, Plaudern über die neue E-Gitarre. All das ist möglich, aber oft ist dafür auch eine Anmeldung mit den persönlichen Daten erforderlich. So einfach wie es ist ein Profil oder einen Account zu erstellen, so schwer ist es auch wieder aus einem Sozialen Netzwerk oder einer Community auszutreten. Auch Kundenkonten bei Onlineshops und der Zugang zum Webmaildienst lassen sich oft nicht einfach löschen. Darüber hinaus werden die Kundenkonten häufig nur deaktiviert, so dass die Daten im System des Anbieters verbleiben. Dass dieses Problem ein reales Verbraucherproblem darstellt, zeigt zum einen die repräsentative Umfrage der ARIS Umfrageforschung im Auftrag des Projekts „Verbraucherrechte in der digitalen Welt“ des Verbraucherzentrale Bundesverbandes und zum anderen eine exemplarische Marktanalyse des Projekts „Verbraucherrechte in der digitalen Welt“. Dabei geht es nicht nur um das vergebliche Löschen des Profils in Sozialen Netzwerken. Nahezu alle Bereiche des Internets sind davon betroffen: Personensuchmaschinen, Communities, Foren, Onlineshops, Webmaildienste u.v.m.

Repräsentative Umfrage zum Löschen von Accounts und Kundenkonten

1. Umfrageergebnisse

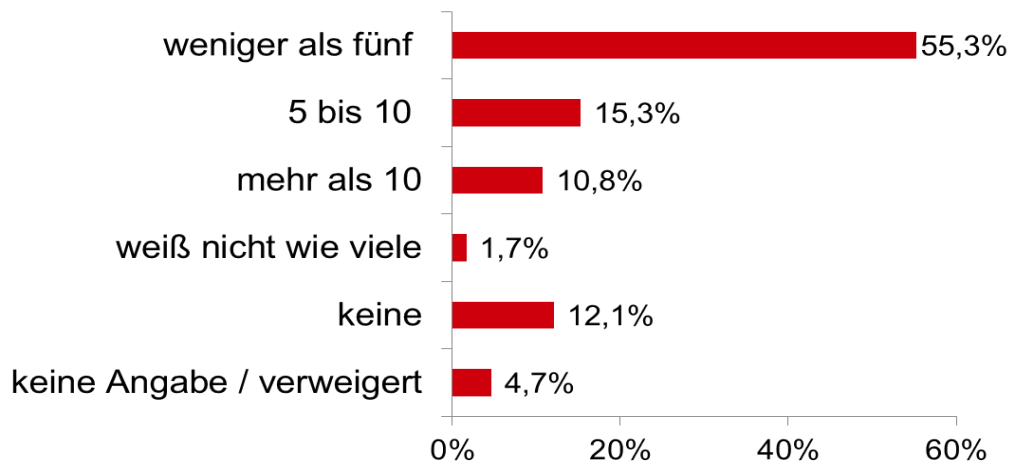
1.1 Anzahl der Online-Kundenkonten

Die Mehrheit der privaten InternetnutzerInnen (55 Prozent) besitzt weniger als fünf Accounts beziehungsweise Nutzer- oder Kundenkonten bei Online-Plattformen. Über fünf bis zehn Accounts verfügen 15 Prozent, mehr als zehn Accounts geben elf Prozent an.

Bei der Angabe von weniger als fünf Accounts ist der Anteil von Männern und Frauen mit jeweils 55 Prozent und auch bei den Altersgruppen mit jeweils zwischen 50 Prozent und 60 Prozent relativ vergleichbar ausgeprägt.

Eine Differenzierung wird erst bei mehr als fünf Accounts ersichtlich. Ältere private InternetnutzerInnen im Alter ab 45 Jahren verfügen im Vergleich zu der Nutzergruppe zwischen 14 bis 44 Jahren vermehrt über weniger als fünf Accounts.

Insgesamt verfügen 83,1 Prozent aller privaten InternetnutzerInnen über mindestens einen Account.



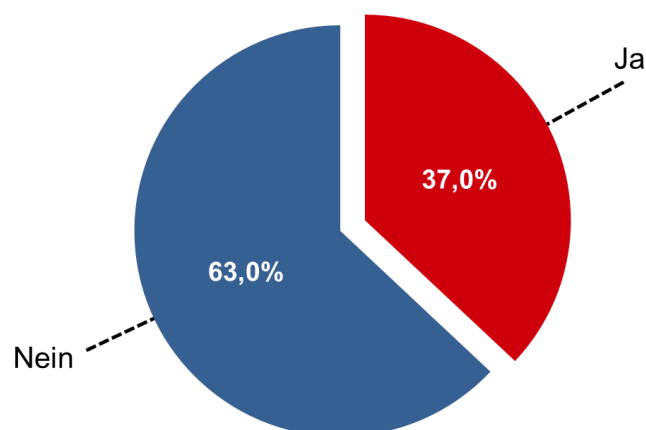
Basis: Private InternetnutzerInnen, N=1.000

Abbildung 1: Wie viele Accounts beziehungsweise Nutzer- oder Kundenkonten bei Onlineplattformen besitzen Sie?

1.2. Absicht, ein Online-Kundenkonto zu löschen

37 Prozent der privaten InternetnutzerInnen, die mindestens ein Online-Kundenkonto besitzen, wollten schon einmal ihren Account löschen.

Darunter befinden sich geringfügig mehr Männer (39 Prozent) als Frauen (35 Prozent). Bei Betrachtung der Altersgruppen wird ersichtlich, dass mit zunehmendem Alter der Anteil der privaten Internetnutzer prozentual ansteigt, die schon einmal ihren Account beziehungsweise ihr Kundenkonto bei einer Online-Plattform löschen wollten (14 bis 24 Jahre: 28 Prozent, 25 bis 34 Jahre: 33 Prozent, 35 bis 44 Jahre: 39 Prozent, 45 bis 59 Jahre: 45 Prozent und 60 Jahre und älter: 45 Prozent).



Basis: Private InternetnutzerInnen mit Online-Kundenkonten, N=831

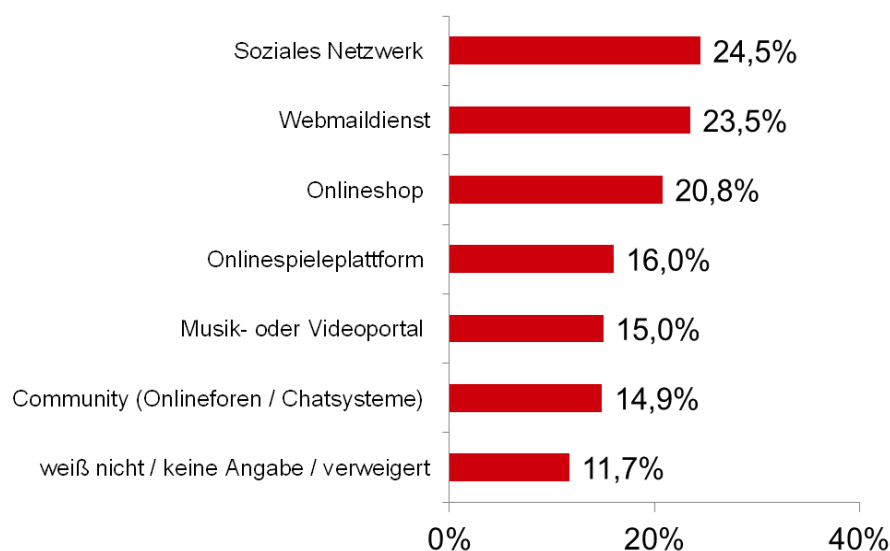
Abbildung 2: Wollten Sie schon einmal Ihren Account beziehungsweise Ihr Kundenkonto bei einer Online-Plattform löschen?

1.3. Art der gelöschten Onlineplattform

Von den privaten InternetnutzerInnen, die angaben, dass sie bereits einmal einen Account beziehungsweise ein Kundenkonto löschen wollten, wurden am häufigsten Soziale Netzwerke (25 Prozent), Webmaildienste (24 Prozent) und Onlineshops (21 Prozent) genannt.

Zwischen den Geschlechtern variieren die prozentualen Ausprägungen bei den Nutzungsbereichen überwiegend geringfügig, mit Ausnahme der Online-Spieleplattformen (Männer: 13 Prozent, Frauen: 20 Prozent).

Etwas differenziertere Ergebnisse sind zum Teil bei einer Betrachtung nach Altersgruppen ersichtlich: Bei Sozialen Netzwerken sind stärker Personen im Alter unter 45 Jahren vertreten, insbesondere die Altersgruppe zwischen 14 bis 24 Jahren mit 35 Prozent. Ähnlich verhält es sich bei Online-Spieleplattformen (14 bis 24 Jahre: 20 Prozent, 25 bis 34 Jahre: 26 Prozent) und bei Musik- und/oder Videoportalen (14 bis 24 Jahre: 24 Prozent, 25 bis 34 Jahre: 31 Prozent). Webmaildienste und Onlineshops werden stärker von Personen ab dem Alter von 35 Jahren genannt.



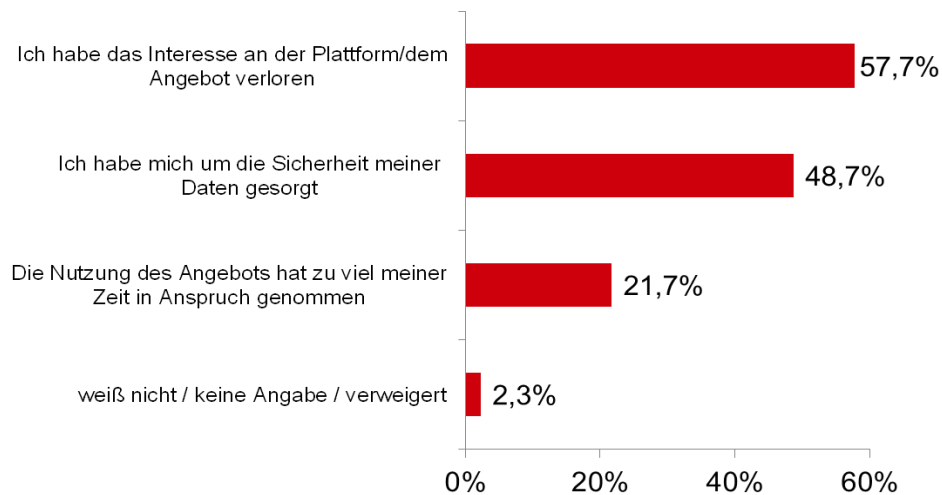
Basis: Private InternetnutzerInnen mit Online-Kundenkonten, die beabsichtigten ihr Konto zu löschen, N=307

Abbildung 3: Um welche Art von Online-Plattform handelt es sich, bei denen Sie schon einmal einen Account gelöscht haben beziehungsweise löschen wollten?

1.4. Gründe für einen Austritt aus einer Online-Plattform

Als Grund für den geplanten Austritt wird von der Mehrheit der privaten InternetnutzerInnen mit Online-Kundenkonten genannt, dass sie das Interesse an der Plattform verloren haben (58 Prozent). Fast die Hälfte (49 Prozent) gibt an, dass sie sich um die Sicherheit Ihrer Daten gesorgt haben und lediglich 22 Prozent, dass die Nutzung des Angebotes zu viel Zeit in Anspruch genommen hat.

Bei dem Personenkreis, der sich um die Sicherheit seiner Daten besorgt zeigt, ist der Anteil bei Frauen und Männern etwa gleich (48/49 Prozent). Ebenso zeigt sich dies weitgehend ausgeglichen bei den Altersgruppen bis 59 Jahren (zwischen 46 und 50 Prozent). Personen im Alter ab 60 Jahre sind mit einem Anteil von 59 Prozent etwas stärker vertreten.

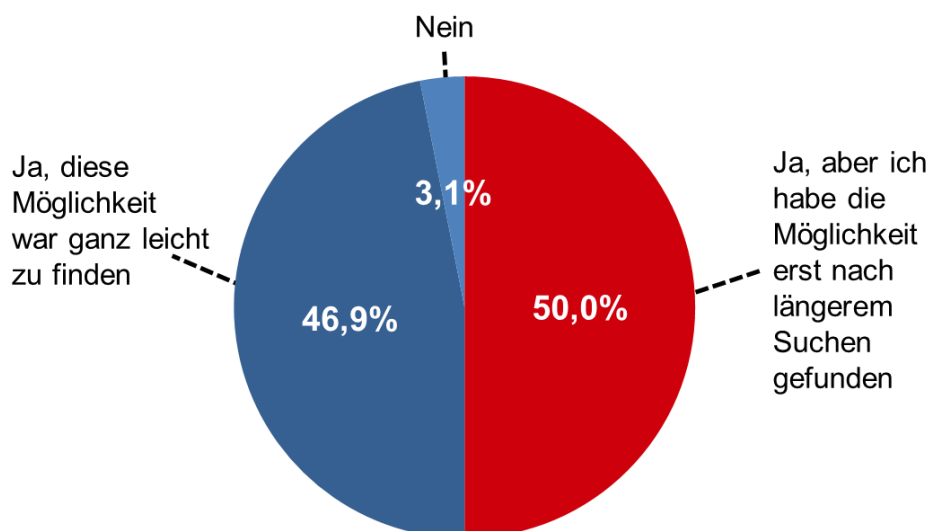


Basis: Private InternetnutzerInnen mit Online-Kundenkonten, die beabsichtigten ihr Konto zu löschen, N=307

Abbildung 4: Welche Gründe hatten/haben Sie für Ihren (geplanten) Austritt?

1.5. Möglichkeiten zum Löschen eines Online-Kundenkontos

Unter den Befragten, die beabsichtigten ein Nutzer- oder Onlinekonto zu löschen (37 Prozent der privaten InternetnutzerInnen), hat jede/r zweite erst nach längerer Suche die Möglichkeit zum Löschen des Accounts gefunden. Auffällig ist, dass der Anteil derer, die diese Aussage trafen, mit dem Alter der befragten Personengruppe steigt. Dies lässt vermuten, dass gerade jüngere InternetnutzerInnen, die mit dem Medium aufgewachsen sind, im Umgang geübter sind und leichter die oft versteckten Löschmöglichkeiten finden.



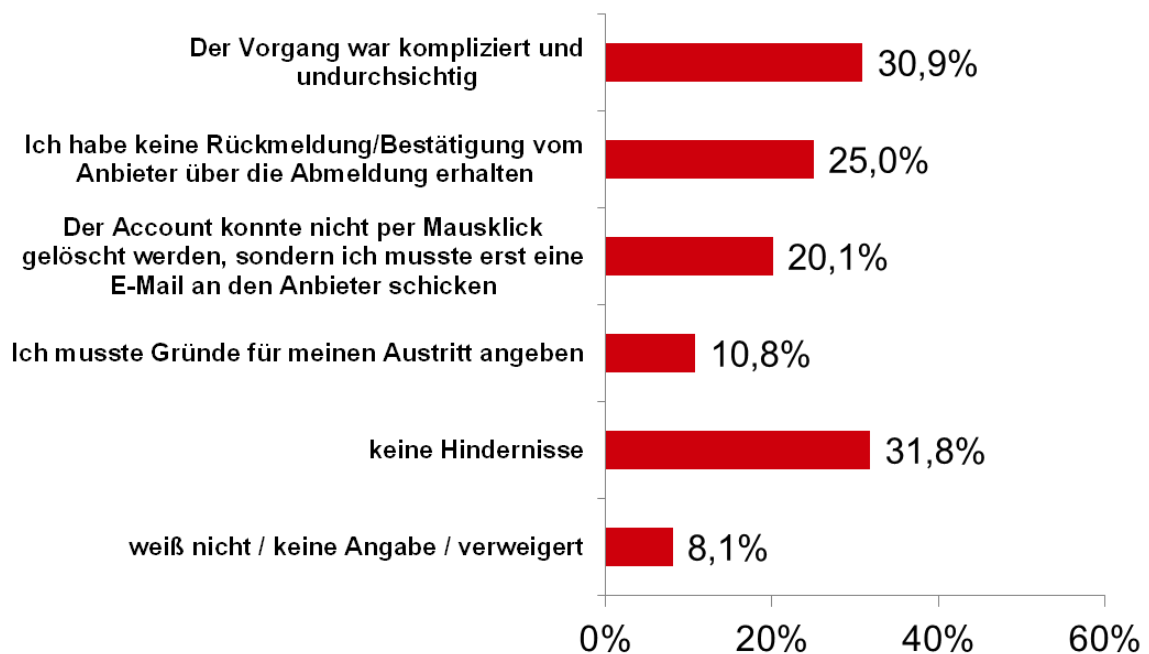
Basis: Private InternetnutzerInnen mit Online-Kundenkonten, die beabsichtigten ihr Konto zu löschen, N=307

Abbildung 5: Hat der Anbieter/Bietet der Anbieter der Online-Plattform eine Möglichkeit zur Löschung des Accounts beziehungsweise des Kundenkontos (an)geboten?

1.6. Hindernisse beim Löschen eines Online-Kundenkontos

Als Hindernis für die Löschung eines Accounts wurde mit 31 Prozent am Häufigsten genannt, dass der Vorgang zu kompliziert und zu undurchsichtig ist/war. Diese Nennung korreliert mit dem Alter der Befragten: 45 bis 59 Jahre: 49 Prozent und 60+ Jahre: 59 Prozent. Ein Fünftel gibt an, dass der Account nicht per Mausclick gelöscht werden konnte, sondern erst eine E-Mail an den Anbieter geschickt werden musste. 25 Prozent haben keine Rückmeldung und/oder Bestätigung vom Anbieter über die Abmeldung erhalten. Darüber hinaus mussten sogar elf Prozent Gründe für ihren Austritt angeben. Eine solche Vorgehensweise des Anbieters ist nicht zulässig, wenn die Angabe ein Muss ist, um die Abmeldung vorzunehmen.

32 Prozent aller Personen sind keine Hindernisse begegnet. Je jünger die befragten Personen, umso häufiger sind diesen keine Hindernisse begegnet. Eine mögliche Erklärung könnte sein, dass jüngere InternetnutzerInnen erfahrener im Umgang mit Internetangeboten sind.

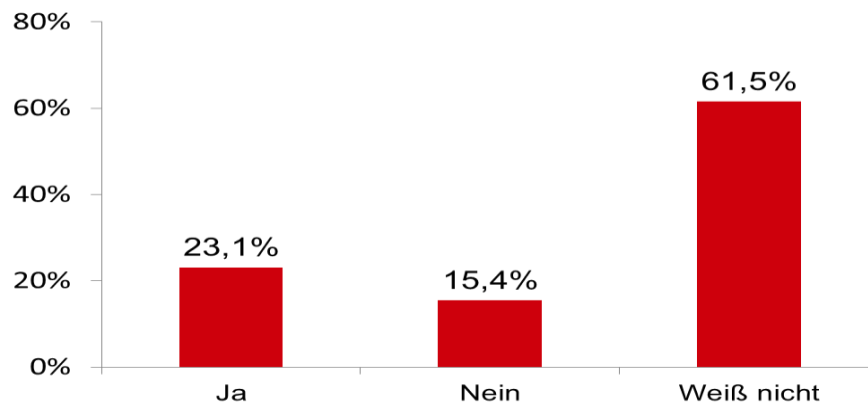


Basis: Private InternetnutzerInnen mit Online-Kundenkonten, die beabsichtigten ihr Konto zu löschen, N=307

Abbildung 6: Welche Hindernisse sind Ihnen bei der Löschung eines Accounts begegnet?

1.7. Löschen der persönlichen Daten

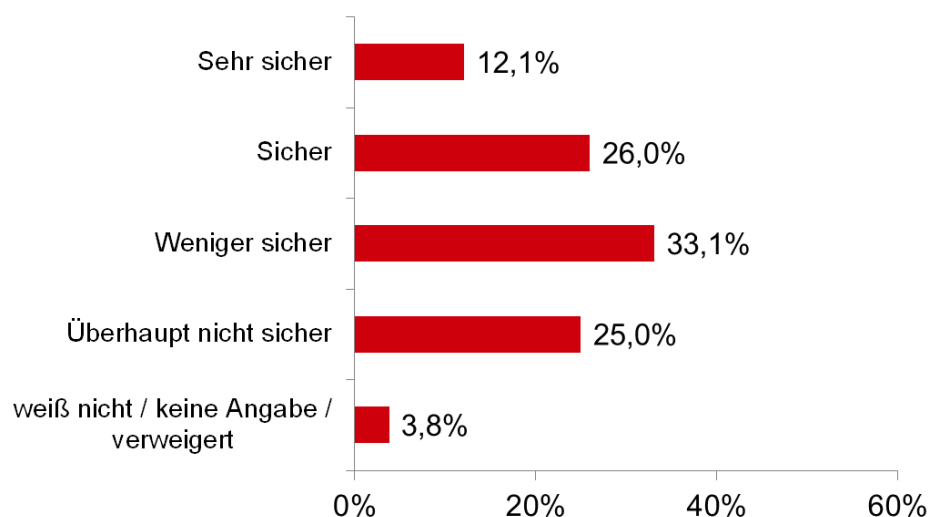
62 Prozent der privaten InternetnutzerInnen, die bereits beabsichtigten ihr Nutzer- oder Kundenkonto zu löschen, sind sich nicht sicher, ob ihre persönlichen Daten vollständig gelöscht wurden. 15 Prozent sind der Meinung, dass ihre persönlichen Daten nicht vollständig gelöscht wurden und lediglich 23 Prozent beantworteten die Frage mit ja.



Basis: Private InternetnutzerInnen mit Online-Kundenkonten, die beabsichtigten ihr Konto zu löschen, N=307

Abbildung 7: Wurden Ihre persönlichen Daten vollständig gelöscht?

Lediglich 38 Prozent der Personen, die vermuteten oder angaben, dass ihre Daten gelöscht wurden, sind sich sehr sicher oder sicher, dass ihre persönlichen Daten auch tatsächlich vollständig gelöscht wurden.



Basis: Private InternetnutzerInnen mit Online-Kundenkonten, die beabsichtigten ihr Konto zu löschen und vermuten oder angeben, dass ihre Daten gelöscht wurden, N=260

Abbildung 8: (Auch wenn Sie es nicht genau wissen...) Wie sicher sind Sie sich, dass Ihre Daten vollständig gelöscht wurden?

2. Untersuchungsdesign und Methodik

Auftraggeber:	Projekt „Verbraucherrechte in der digitalen Welt“ des Verbraucherzentrale Bundesverbandes
Institut:	ARIS Umfrageforschung
Erhebungszeitraum:	2. bis 15. September 2011
Grundgesamtheit:	InternetnutzerInnen ab 14 Jahren in Privathaushalten mit Festnetz-Telefonanschluss am Hauptwohnsitz innerhalb der politischen Grenzen der Bundesrepublik Deutschland, die das Internet (wenn auch nur gelegentlich) für private Zwecke nutzen
Stichprobe:	Repräsentative, proportionale Random-Stichprobe auf der Basis der ADM-Auswahlgrundlage für Telefonstichproben
Erhebungsmethode:	Mündlich-telefonisch nach dem CATI-Verfahren
Ermittlung der Zielpersonen:	Die Ermittlung der Zielpersonen im Festnetztelefonhaushalt erfolgte über eine Zufallsauswahl (Geburtstagschlüssel), mit anschließender Screeningfrage zur Internetnutzung und zur privaten Nutzung des Internets (Ausschluss der reinen beruflichen Nutzung des Internets)
Durchgeführte Interviews:	1.465 telefonische Interviews mit Personen im Alter ab 14 Jahren Davon: - 1.068 Interviews mit InternetnutzerInnen - 1.008 telefonische Interviews mit privaten InternetnutzernInnen

Marktanalyse

Das Projekt „Verbraucherrechte in der digitalen Welt“ hat von August bis November 2011 eine Marktanalyse durchgeführt. Anhand konkreter Beispiele sollen die Löschmöglichkeiten und die Hindernisse, die beim Löschen von Accounts und Kundenkonten auftreten, ergänzend zu der repräsentativen Umfrage, aufgezeigt werden. Die ausgewählten Beispiele beliebter Online-Plattformen sollen die vielfältigen Hindernisse, die beim Löschen von Accounts und Kundenkonten auftreten, noch einmal verdeutlichen. Anhaltspunkt für die relevanten Plattformen, die untersucht wurden, ist die in Auftrag gegebene repräsentative Umfrage. Demnach wurden Soziale Netzwerke, Onlineshops, Foren und Webmaildienste untersucht. Um eine überschaubare Anzahl an Plattformen zu erhalten, wurden jeweils die vier bis fünf in Deutschland beliebtesten Anbieter ausgewählt. Insgesamt ist zu beachten, dass die Untersuchung nicht repräsentativ, sondern nur exemplarisch ist.

Folgende Anbieter wurden aufgrund externer Studien und allgemeiner Internetrecherche ausgewählt:

- Webmaildienste: GMX, Web, Yahoo, Hotmail, AOL ¹
- Onlineshops: Amazon, Weltbild, Otto, Tchibo ²
- Foren: Gutefrage.net, gamestar.de, tierforum.de, kochrezepte.de, computerhilfen.de ³
- Soziale Netzwerke: Facebook, Stayfriends, Wer-kennt-wen, Xing ⁴, Jappy

Insgesamt ließ sich bei allen Anbietern beobachten, dass die Möglichkeiten zum Löschen des Accounts sehr unterschiedlich waren. Auf jeder einzelnen Online-Plattform musste man immer wieder neu auf die Suche gehen und nicht immer wurde man fündig. Lediglich auf sechs von 19 Online-Plattformen war die Löschmöglichkeit in den Konto-Einstellungen oder Profilinformation vorhanden und so leichter zu finden, da man dort eine solche Funktion vermutet. Positiv hervorzuheben ist in diesem Fall das Soziale Netzwerk „wer-kennt-wen“, das in den Profileinstellungen einen eigenen Reiter „Löschen“ hat (siehe Abbildung 9). Dort befindet sich nicht nur die Möglichkeit, das gesamte Profil zu löschen, sondern auch einzelne Beiträge, Fotos etc.

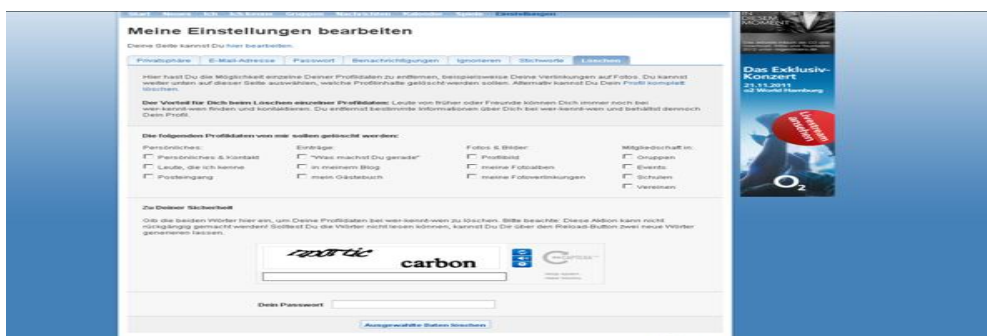


Abbildung 9: Bildschirmausdruck von wer-kennt-wen, 14.11.2011

¹ Allgemeine Internetrecherche

² <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/153038/umfrage/beliebteste-online-shops-in-deutschland/>

³ Allgemeine Internetrecherche

⁴ BITKOM-Studie zu Sozialen Netzwerken, 2011, http://www.bitkom.org/files/documents/BIT_Netzwerke_Download.jpg

Auf neun von 19 Online-Plattformen wurde erst über die „Hilfe“-Funktion eine Löschmöglichkeit gefunden und auf allen restlichen vier Online-Plattformen war gar keine Möglichkeit zum Löschen des Accounts zu finden. Auffällig war insgesamt, dass gerade die untersuchten Onlineshops und Foren oft keine Möglichkeit zum Löschen des Accounts anboten.

Nur auf elf von 19 untersuchten Online-Plattformen konnte das Kundenkonto beziehungsweise der Account sofort gelöscht werden, das heißt mittels eines Buttons oder eines Links wurde die sofortige Abmeldung veranlasst. Auf allen anderen acht Online-Plattformen musste entweder eine E-Mail mittels eines Webformulars oder an die im Impressum beziehungsweise Kontakt angegebene E-Mail-Adresse gesandt werden. Zu beobachten war, dass besonders Foren und Onlineshops selten eine Möglichkeit, die Mitgliedschaft sofort zu beenden, anboten.

Schlussfolgerungen

Sowohl die Umfrageergebnisse als auch die Marktanalyse belegen, dass die Verbraucher vor Hindernissen stehen, wenn sie Ihren Account auf einer Online-Plattform löschen wollen. Nicht nur die Politik sondern auch die Medien haben diesem Umstand bisher kaum Beachtung geschenkt. Zwar wurde und wird immer mal wieder über das „digitale Vergessen“ debattiert, aber im Kern geht es dabei ausschließlich um ein Verfallsdatum für digitale Bilder.

Daher ist es zu begrüßen, dass der Bundesrat eine Gesetzesinitiative zur Novellierung des Telemediengesetzes in den Bundestag eingebracht hat, die auch das Löschen von Kundenkonten beinhaltet.⁵ So sollte es nach § 13 Absatz 4 Satz 1 Nr. 3 TMG-Entwurf heißen:

„Der Diensteanbieter hat durch technische und organisatorische Vorkehrungen sicherzustellen, dass [...]

3. der Nutzer die Löschung seines Nutzerkontos durch ein leicht erkennbares, unmittelbar erreichbares und ständig verfügbares Bedienelement jederzeit selbst veranlassen kann“

Eine solche Regelung würde die Hürden bei Löschen des Accounts deutlich senken. Der Nutzer könnte die Löschung seines Kontos leicht selbst veranlassen und müsste keine Anfrage per E-Mail o.a. senden.

Die Bundesregierung erkennt in ihrer Stellungnahme zur Gesetzesinitiative zwar grundsätzlich die Wichtigkeit des Themas Datenschutz bei Internetangeboten mit nutzergenerierten Inhalten, das auch das Löschen von Accounts beinhaltet, aber hält es zum einen für erforderlich, dass zunächst die geltende Rechtslage einer intensiven Prüfung unterzogen wird, um den tatsächlich bestehenden Handlungsbedarf der Gesetzgebung genauer zu ermitteln. Zum anderen wird sich die Regierung für die Umsetzung eines stärkeren Schutzes des Datenschutzes bei der von der EU erwarteten Neuregelung des Europäischen Datenschutzrechts einsetzen. EU-weite

⁵[http://www.bundesrat.de/cln_161/sid_61BB418A058F453E913FFCEF128D4B77/SharedDocs/Drucksachen/2011/0101-200/156-11_28B_29,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/156-11\(B\).pdf](http://www.bundesrat.de/cln_161/sid_61BB418A058F453E913FFCEF128D4B77/SharedDocs/Drucksachen/2011/0101-200/156-11_28B_29,templateId=raw,property=publicationFile.pdf/156-11(B).pdf)

Regelungen hätten den Vorteil, dass auch ausländische Anbieter sich an das Recht halten müssten. Aus diesen Gründen hat die Bundesregierung eine Befassung mit der Bundesratsinitiative abgelehnt.⁶

Wie die Umfrageergebnisse und die Marktanalyse jedoch zeigen, muss das Löschen von Accounts und Kundenkonten einfacher werden. Es ist bereits jetzt dringender Handlungsbedarf nötig.

Zum Projekt

Am 01. Januar 2009 ist das Projekt „Verbraucherrechte in der digitalen Welt“ des Verbraucherzentrale Bundesverbandes gestartet. Ziel ist es, die Verbraucher zu befähigen, sich sicher im Internet zu bewegen und aktiv teilzunehmen. Der Verbraucherzentrale Bundesverband führt dafür eine Aufklärungs- und Informationskampagne sowie die rechtliche Überprüfung von Internetangeboten durch. Unter der Adresse www.surfer-haben-rechte.de finden Verbraucher ausführliche Informationen zu den Themen Soziale Netzwerke, Suchmaschinen, Webmaildienste, Onlinespiele, Tauschbörsen, Auktionen, Preisvergleiche, Onlineshops, Partnerbörsen, Lokalisierungsdienste, Online-Werbung, Cookies, Hot Spots und Smartphones. Dabei werden die Probleme, die mit der Nutzung solcher Dienste verbunden sind, aufgezeigt, sowie allgemeine Informationen mit dem Umgang der jeweiligen Portale gegeben. Auch wird dargestellt, welche tatsächlichen und rechtlichen Handlungsmöglichkeiten im Falle eines Rechts-/Datenmissbrauchs den Verbrauchern offen stehen. Dazu werden dem Verbraucher klare und verständliche Handlungsempfehlungen gegeben, um seine Rechte einzufordern. Damit der Verbraucher sein eigenes Verhalten prüfen und eventuell verbessern kann, werden auf der Internetseite zu den jeweiligen Themen Checklisten zum Herunterladen und Ausdrucken zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus bietet www.surfer-haben-rechte.de Informationen zu den übergeordneten (Querschnitts-)Themen Datenschutz, Jugendschutz, Urheberrecht und Vertragsrecht. Verbraucher werden dort umfassend über ihre Rechte und Pflichten zu diesen Themen informiert, unabhängig von der Nutzung eines konkreten Dienstes. Daneben werden auch die Pflichten der Anbieter aufgezeigt. An dieser Stelle stehen den Verbrauchern Musterbriefe für die Durchsetzung ihrer Rechte zur Verfügung.

Weitere Informationen über aktuelle Geschehnisse aus dem Bereich der digitalen Welt erhalten Interessierte über den 14-tägig erscheinenden Newsletter. Außerdem besteht die Kontaktstelle „Schwarzes Schaf melden“, die Verbrauchern die Gelegenheit gibt, das Projekt über Anbieterfehlverhalten zu informieren.

Die Seite wurde 2010 mit dem „Klicksafe-Preis für Sicherheit im Internet“ ausgezeichnet. Mit der Verleihung des Preises werden herausragende Leistungen zur Steigerung der Sicherheit bei der Nutzung des Internet ausgezeichnet und als Vorbild bekannt gemacht.

⁶ <http://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/S-T/bundesregierung-verabschiedet-stellungnahme-aenderung-telemediengesetzes,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdf>