

Das Netz gibt seine Toten frei

Webdienste sorgen erstmals dafür, dass Nutzer nach dem Ableben auch im Internet in Frieden ruhen können



Ausgeblott: Digitale Nachlassverwalter sorgen für die ewige Ruhe

FOTO: GETTY IMAGES

VON BARNABY SKINNER

Stephanie Bemister fühlte sich hilflos und allein gelassen. Ende letzten Jahres war ihr Bruder William Bemister im Alter von 60 Jahren unerwartet gestorben. Der britische Dokumentarfilmer und Nazi-Jäger hatte ein reiches Leben im Web geführt, in seinem Facebook-Profil waren Tausende Freunde aufgelistet. Stephanie war beim beliebten Onlinenetzwerk aber nie Mitglied geworden. Auf Williams persönliche Fotos hatte die trauernde Schwester deshalb keinen Zugriff – im Gegensatz zu Tausenden anderer Menschen, die ihn im richtigen Leben nicht gekannt hatten. Stephanie wandte sich an Facebook, sein Profil bitte zu löschen.

Das Onlinenetzwerk hatte eigene Vorstellungen, wie damit zu verfahren sei. «Nur Mitglieder können ihre Profile löschen. Die Seite wird als Tributseite weitergeführt, damit Bekannte ihre Widmungen hinterlassen können», so Facebook. Erst nachdem die Webpublikation The Consumerist den Fall aufgegriffen und den gesamten E-Mail-Verkehr im Web publiziert hatte, entfernte Facebook das Profil des Verstorbenen.

Legacylocker bietet ein digitales Schliessfach an

Internetnutzer können seit kurzem Hinterbliebene vor solchem Hickhack bewahren. Die US-Website Legacylocker bietet seit April ein digitales Schliessfach an. Darin werden Passwörter zu E-Mail-Accounts, zur Combox oder zum Nutzerprofil bei Facebook aufbewahrt. Stirbt der Nutzer, erhalten auserwählte

Vertrauenspersonen die Schlüssel zu seiner digitalen Identität.

Legacylocker trifft damit den Nerv der Zeit. Bei Sunrise verlangte kürzlich ein Vater das Passwort zur Combox seiner verstorbenen Tochter. «Es war die erste Anfrage dieser Art», gibt Firmensprecher Hugo Wyler an. Aus datenschutzrechtlichen Gründen habe man dem Vater erst helfen können, nachdem er einen Erbschein vorgelegt hatte. Hätte er das nicht innerhalb von sechs Monaten getan, wären die Daten gelöscht worden.

Die Swisscom kennt eine kürzere Frist. «Wenn keine richterliche Verfügung oder ein Erbschein vorliegt, werden Daten innerhalb von 30 Tagen gelöscht», sagt Firmensprecher Olaf Schulze. Auch er bestätigt Anfragen von Hinterbliebenen, weil immer mehr ältere Menschen Mobiltelefone oder das Internet nutzen würden. Die Cablecom (drei Monate) und Orange (sechs Monate) haben etwas längere Fristen, bis der SMS- oder E-Mail-Verkehr gelöscht wird. Komplizierter wird es bei weltweit tätigen Unternehmen wie dem eingangs erwähnten sozialen Netzwerk Facebook. «Sicherlich verstehen Sie, dass Facebook zu Anfragen bezüglich dieser Umstände keine detaillierten Angaben macht», gab das Unternehmen auf Anfrage an.

Die Anmeldung zu Legacylocker ist simpel. Bevor Nutzer-Daten ausgehändigt werden, müssen mindestens zwei Personen den Tod bestätigen. Diese Vertrauenspersonen gilt es zunächst zu bestimmen. Dann werden Webdienste und Passwörter im Schliessfach abgelegt und jedes

Passwort einzeln verschlüsselt. «Selbst wenn jemand unser System hacken würde, könnte er pro Nutzer nur einen Eintrag ablesen», erklärt Firmenchef Jeremy Toeman. Der 35-jährige Start-up-Gründer im Silicon Valley weiss: Der Erfolg steht und fällt mit einer optimalen Sicherheit.

Bestattungsunternehmer sieht Zukunft im Onlinedienst

Seit Lancierung vor sechs Wochen hat der Dienst tausend Kunden gewonnen. In der Schweiz ist der Dienst weitgehend unbekannt. Dennoch ruft er bereits Nachahmer auf den Plan. So wird Vital Lock – ebenfalls ein US-Unternehmen – ab Juli ein virtuelles Schliessfach anbieten. Eine Umfrage bei Schweizer Bestattungsunternehmen zeigte, dass diesem neuen Onlinegeschäft gute Chancen eingeräumt werden. Daniel Manhart, Geschäftsführer der Steiner Vorsorge AG in Zürich, sagte: «Warum bin ich nicht auf die Idee gekommen!» Er will seine Kunden künftig auf solche Onlinedienste hinweisen und die Steiner-Vorsorge-Formulare zur Onlineerfassung anbieten.

Wer sich im Web unsterblich machen will, dem ist der Dienst Death Switch zu empfehlen. Damit erhalten Freunde auch nach dem Tod regelmässig Post. Zum Beispiel: «Heute ist mein zehnter Todestag, ich hoffe, du hast ihn gebührend gewürdigt.» Er eignet sich aber nur für E-Mail-Junkies. Wer sich beim Dienst anmeldet, muss alle drei Tage per Mail bestätigen, dass er noch am Leben ist. Ansonsten beginnt der morbide automatische Nachrichtenversand.

Hier lässt sich sterben

| WEBSITE | PREIS | ANGEBOT |
|-------------------------|---------------|---|
| www.legacylocker.com | Fr. 32/Monat | Für umgerechnet 320 Fr. auch Abo auf Lebenszeit erhältlich |
| www.vitallock.com | keine Angaben | Dienst startet am 4. Juli 2009 |
| www.deathswitch.com | Fr. 21/Monat | Weiterleben im Web, natürlich nur auf Vorauszahlung |
| www.mywonderfullife.com | Gratis | Keine Passwortverwaltung, nur Benachrichtigung über Dahinscheiden |

FORTSETZUNG VON SEITE 81

«Wir würden alle ruhiger ...»

des Actionspiels Battlefield: Heroes. Das ist eine grosse Kiste.

Ja, und weitere Free2Play-Versionen grosser Marken folgen. Gleichzeitig investieren erfolgreiche Casual-Game-Hersteller wie Popcap immer grössere Summen in ihre Titel und stocken ihre Teams auf. Ein Game so zu designen, dass man es nach fünf Sekunden, aber auch später noch spannend findet, ist aufwendig. **Heutige Grossproduktionen verschlingen über 100 Millionen Dollar. Wie gross sind die Budgets von Casual Games?** Es ist ein ganz anderer Entwicklungsprozess. Man bringt nach relativ kurzer Zeit ein Game heraus, dafür wird es oft über Monate weiterentwickelt. Dank den technischen Möglichkeiten des Internets können die Hersteller laufend verfolgen, was ankommt und



Vier der populärsten Casual Games: **DINAR DASH:** Man serviert unter Zeitdruck in einem Lokal. www.playfirst.com



BEJEWELED 2: Drei bis fünf gleichfarbige Juwelen sind auf die Reihe zu kriegen www.popcap.com



PET SOCIETY: Man füttert sein Haustier und besucht Facebook-Freunde www.playfish.com



MAFIA WARS: Kassiere ab mit deinem Clan aus Netzwerk-Freunden. www.zynga.com

was nicht, und entsprechend reagieren. Diese «iterative Produktion» erlaubt es ihnen, ihre Spielangebote laufend den Wünschen der Konsumenten anzupassen. **Werden in Zukunft Games nur noch übers Web zu haben sein?** Der digitalen Distribution gehört die Zukunft. Und herunterladbare Games sind erst der Anfang. So genanntes Cloud Computing wird den nächsten Schritt einläuten. Ende Jahr startet mit On Live ein Games-on-Demand-Service. Alles, was der Nutzer braucht, ist

eine Breitband-Internetanbindung und ein Plug-in für den Webbrowser. **Derzeit boomen Casual Games auf sozialen Netzwerken wie Facebook. Neu daran ist, dass man nicht mit Fremden spielt, sondern mit Freunden.** Ja, das verändert auch das Spielverhalten. Man hat zum Beispiel festgestellt, dass Games mit Wettbewerbscharakter auf einmal kooperativ gespielt werden. **Wie wirkt sich das soziale Netzwerk sonst noch aufs**

Game-Design aus? Was ist neu an solchen Spielen? Statt ein weiteres Mal die Welt vor Aliens zu retten, spielen wir mit den Daten, die der so genannte Social Graph, also unsere Online-Bekanntschäften, liefert. Wir hinterlassen auf Facebook oder Twitter eine Menge persönlicher Informationen. Diese Daten sind das Rohmaterial. Social Games verweben es in völlig neuer Form zu einem Spielerlebnis, das Konsumenten anspricht, für die spielerische Interaktion mit ihren On-

line-Bekanntschäften zentral geworden ist. Diese neuen Spiele sind ganz nah bei den Leuten. **Gibt es gelungene Beispiele?** Einen interessanten Ansatz zeigt das Spiel Parking Wars. Es geht darum, Autos auf der Seite von Freunden zu parken und diese auf meiner Profildate zu lassen. Ich bin umso erfolgreicher, je besser ich das Nutzungsverhalten meiner Freunde kenne. Das klingt und ist sehr simpel. Was dabei aber entsteht, ist eine neue Form von Kommunikation via Games.

Das Social Game Mob Wars soll pro Tag mit Microtransactions 22 000 Dollar umsetzen. Facebook geht dabei leer aus. Richtig, die Einnahmen gehen im Moment vollumfänglich an die Entwickler. Das ist mit ein Grund, warum in den USA im Moment trotz der Krise Goldgräberstimmung herrscht. Viele namhafte Entwickler springen bei grossen Herstellern ab und gründen Start-ups, die sich auf Games für Facebook und iPhone spezialisieren. **Wie stehen Sie zu einem Verbot von «Killerspielen»?** In unserer vernetzten Welt wirkt die Forderung nach einem generellen Verbot hilflos. Eine marktorientierte Gesellschaft wird immer wieder neue Unterhaltungsangebote hervorbringen, – mit ihren positiven und negativen Seiten. Erfolgversprechender ist es im vorliegenden Fall, die Alterskontrolle konsequent durchzusetzen und allgemein auf einen differenzierten Umgang mit Medienangeboten hinzuwirken.