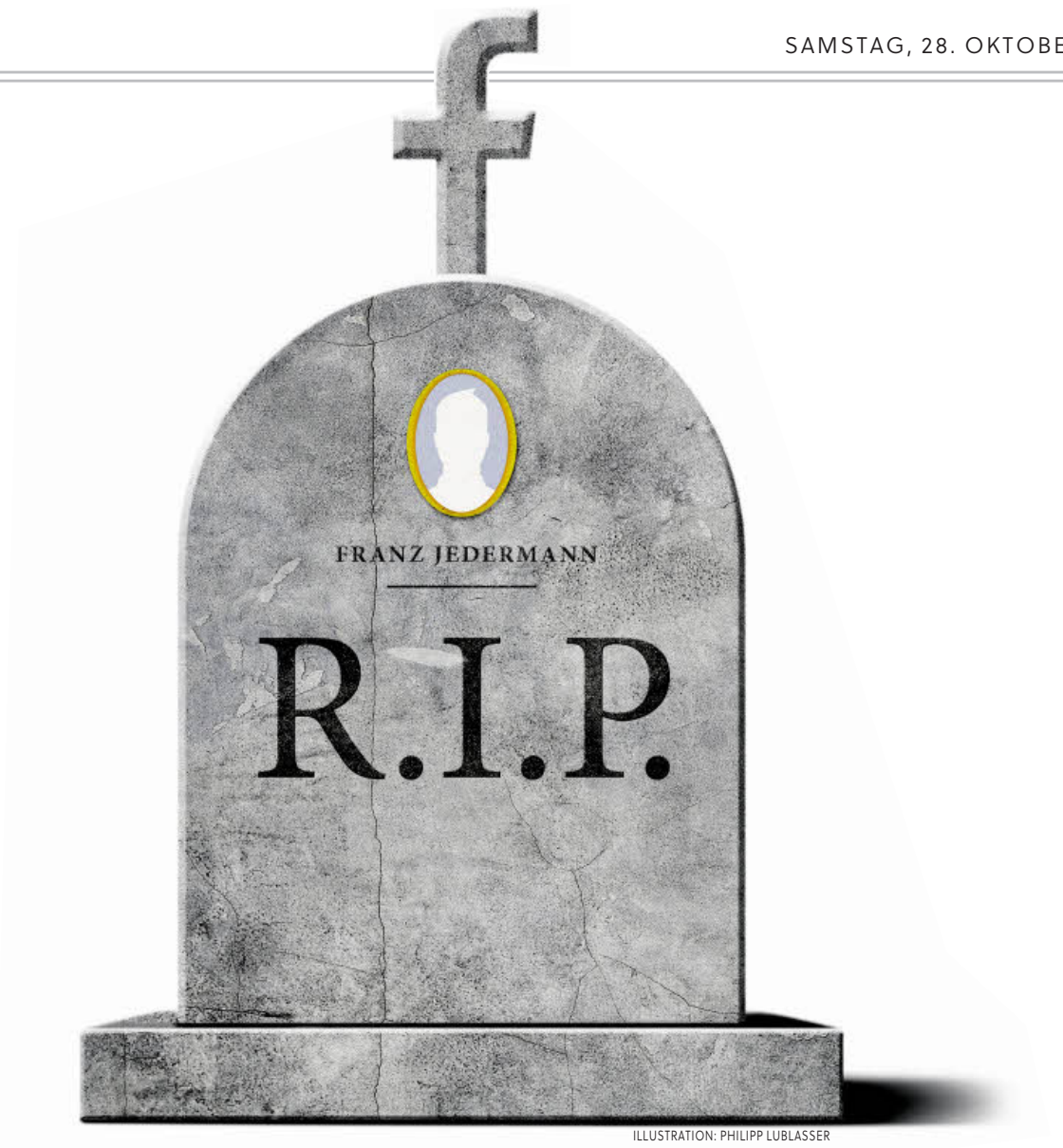

ILLUSTRATION: PHILIPP LUBLASSER

Wie Facebook mit dem Tod umgeht

Millionen Facebook-Nutzer leben nicht mehr. Im Gegensatz zu ihren Profilen.

Die Profile geben sogar weiter Empfehlungen ab. So lange, bis der digitale Nachlassverwalter einschreitet.

RALF HILLEBRAND

Stefan ist Ende August gestorben. Der Tod des jungen Mannes kam völlig unerwartet. Umso schwerer war es für Freunde und Familie, damit umzugehen. Facebook hat dabei zumindest ein wenig geholfen. Die Familie nutzte Stefans Profil, um des Verstorbenen zu gedenken: Freunde wurden über die Seite aufgerufen, ihre schönsten Erlebnisse mit Stefan zu teilen. Auf dem Profil wurden Bilder des Begräbnisses geteilt, sogar ein Video der Trauerfeier wurde gepostet. Besonders aktiv ist Stefans Bruder: Immer dann wenn er auf Reisen ist, teilt er seinen Status auf dem Profil – mit dem Verweis, dass sein Bruder stets mit ihm reisen wird.

Stefans Name wurde von der Redaktion geändert. Doch den tragischen Fall gibt es wirklich. Maximilian Byloff, Digitalexperte aus Wien, hat den Ablauf auf Facebook mitverfolgt – auch er kannte Stefan. „Es ist wirklich ein zweischneidiges Schwert", sagt Byloff. „Zum einen bieten die sozialen Netzwerke eine gute Möglichkeit, mit Trauer umzugehen. Zum anderen wird in diesem Zusammenhang immer wieder über Pietätlosigkeit und Voyeurismus diskutiert."

Selbst ein junges Medium wie Facebook kommt nicht umhin, sich mit dem Thema Tod auseinanderzusetzen. Das Thema ist sogar präsenter, als man meinen könnte. Laut Schätzungen von US-Forschern gibt es zwischen zehn und 20 Millionen Menschen, die ein Facebook-Profil angelegt haben, aber mittlerweile verstorben sind; 2013 waren es allein in den USA 290.000 Nutzer. Und je älter die Facebook-User werden, desto höher wird freilich auch die Sterberate. „In gerade einmal sieben Jahren wird sich die Sterberate verdoppeln – und wieder sieben Jahre später wird sie noch einmal doppelt so hoch liegen", schreibt der ehemalige NASA-Ingenieur und Autor Randall Munroe in seinem 2016 erschienenen Buch „What if?". Und Munroe wagt sogar die Berechnung, dass irgendwann zwischen den Jahren 2065 und 2130 die Zahl der toten Nutzer jene der Lebenden überholen wird.

Eine ähnlich gewagte Prognose will Maximilian Byloff nicht abgeben. Der Digitalexperte setzt sich lieber mit der Situation im Hier und Jetzt auseinander – und skizziert jene Probleme, mit denen Facebook nach dem Ableben einer Person kämpft. „Es ist schon makaber, wenn einem Werbe-Empfehlungen von Personen angezeigt werden, die verstorben sind." Die Werbevorschläge würden automatisiert ausgespielt, erläutert Byloff. Und solange Facebook nicht wisse, dass eine Person verstorben sei, würden die Anzeigen nicht gestoppt.

Doch wie kann man Facebook überhaupt wissen lassen, dass ein Nutzer nicht mehr lebt? Unter FACEBOOK.COM/HELP gibt es die Option „Besondere Anfrage bezgl. des Kontos einer verstorbenen Person". Dort kann man dem weltgrößten sozialen Netzwerk mitteilen, wer wann verstorben ist. Um den Todesfall zu belegen, gibt es die Möglichkeit, eine Sterbeurkunde hochzuladen oder einen Link zu einer Nachrufseite zu posten. Anschließend kann man angeben, ob man möchte, dass das Konto gelöscht wird oder ob es in einen sogenannten Gedenkzustand versetzt wird. Im zweiten Fall bleibt die Seite erhalten, es ist noch möglich, Erinnerungen in der Chronik des Profils zu posten, aber niemand kann mehr aktiv darauf zugreifen – außer der Nutzer hat vorab einen Nachlasskontakt definiert, also eine Art Erben. „Ja, auch diese Möglichkeit bietet Facebook mittlerweile", beschreibt Byloff. Und der Experte ruft dazu auf, diesen Kontakt zu hinterlegen: „Das sollte man ebenso regeln wie jede andere Vorkehrung vor dem Tod. Dafür braucht es auch nur drei, vier Klicks." In der Tat kann man den Facebook-Nachlass direkt über die Reiter „Einstellungen", „Allgemein" und „Konto verwalten" regeln.

Jedoch selbst der Nachlasskontakt hat nicht vollen Zugriff auf das Profil. Persönliche Nachrichten, die der Verstorbene anderen Nutzern geschickt hat, können per se nicht abgerufen werden. Lediglich wenn „ein gültiges Testament oder eine andere wirksame Einwilligung" vorliegt, werden die Nachrichten freigegeben, erläutert Facebook in seinem Hilfe-Blog.

Rechtlich bewegt sich das weltgrößte Netzwerk damit in einem Bereich, der noch kaum ausjudiziert wurde. Auch Peter Harlander, Salzburger Anwalt und IT-Sachverständiger, könne „nur eine Bauchgefühleinschätzung" geben: „Ich glaube, so wie es Facebook macht, ist es im Großen und Ganzen gut geregelt." Sjef van Erp ist da anderer Ansicht. Der Professor am European Law Institute forderte erst vor wenigen Tagen, dass Facebook verpflichtet werde, die Daten verstorbener Menschen an deren Angehörigen weiterzugeben. Für Peter Harlander ist es hingegen in Ordnung, dass etwa die Nachrichten nicht automatisch an den Nachlasskontakt gehen. „Vielleicht hat man ja Sachen geschrieben, von denen man nicht wollte, dass es die Verwandten lesen. Früher gab es ebenso Briefe, die nach dem Ableben nicht jeder sehen sollte."

Den Vergleich zum analogen Nachlass zieht auch Sylvia Hahn, Historikerin und zugleich Vizerektorin an der Universität Salzburg. Und sie betont, wie wichtig solch ein Nachlass aus wissenschaftlicher Sicht ist. Vor allem Alltagsforschung habe sich jahrhundertelang auf die Briefkultur gestützt. „Künftige Historiker können solche Quellen möglicherweise nicht mehr nutzen. Wer weiß schon, ob E-Mails oder andere Digitalkommunikation überliefert bleiben?" Vor allem Facebook-Postings seien oft „eine schnelle Reaktion auf etwas, was im Alltag passiert ist". Rein aus wissenschaftlicher Sicht müsse man sich also dafür einsetzen, dass die Profile gespeichert und nach einer gewissen Zeit der Allgemeinheit zugänglich gemacht würden. Sylvia Hahn schwebt dabei eine ähnliche Regelung vor, wie es etwa bei Organspendern üblich ist: Ein jeder Facebook-Nutzer solle entscheiden können, ob sein Profil nach dem Tod der Wissenschaft zur Verfügung gestellt werde. Zudem könne es Zeitsperren geben. „Nach einer bestimmten Zeit, nach 50 oder 100 Jahren, könnten die Daten automatisch freigegeben werden." Denn neben der Funktion für die Alltagsforschung könnten einzelne Nachlässe, zum Beispiel von Politikern, Künstlern oder Philosophen, einen zeitgeschichtlichen, künstlerischen oder intellektuellen Wert haben.

Den Trauerprozess auf Facebook sieht Hahn hingegen weniger kritisch: Jede Kultur habe seine eigene Form, mit Trauer umzugehen – und diese Formen hätten sich immer wieder gewandelt. Dies merke man allein schon daran, wie sich Traueranzeigen im Laufe der Jahre geändert hätten. „In den 60er-Jahren war es noch unvorstellbar, bunte Trauerparten auszusenden. Mittlerweile ist es gang und gäbe", sagt Hahn. Und sie ergänzt: „Wenn jemand auf Facebook trauern will, dann soll er es machen – solange es nicht unappetitlich wird."

Doch welche Rolle im Trauerprozess soll Facebook selbst einnehmen? Soll das Netzwerk bewusster eingreifen? Digitalexperte Maximilian Byloff ist dagegen. Dies nehme der Familie des Verstorbenen die Möglichkeit, selbst zu entscheiden, was mit dem Profil geschehen solle. Dennoch nimmt Byloff Facebook in die Pflicht: Die Plattform müsste für das Thema noch stärker Bewusstsein schaffen. „Wir sprechen hier von einem der größten Unternehmen der Welt. Da wird man es wohl schaffen, das Thema würdevoll zu vermitteln. Wenn die Bestattung Wien Plakatwerbung machen kann, dann wird auch Facebook eine Informationskampagne umsetzen können." Aber man wolle wohl mit einem derart negativen Thema nicht viel zu tun haben.

Maximilian Byloff nimmt aber ebenso die Nutzer in die Pflicht. Es bringe wenig, sich vor dem Thema zu verschließen. „Wir müssen lernen, wie wir mit Trauer auf Digitalkanälen umgehen. Aber je älter die Facebook-Nutzer der ersten Stunde werden, umso normaler und alltäglicher wird auch dieses Thema werden."