

DIGITAL
DETOX

Auszeit vom Smartphone

Ständige Erreichbarkeit ist zwar mitunter praktisch, kann jedoch auch ganz schön anstrengend sein. Der Griff zum Smartphone gehört für viele dazu, raubt aber Lebenszeit. Wir zeigen Kniffe und Apps für den Digital Detox.

Wie oft haben Sie heute schon zum Smartphone gegriffen? Unterbrechen Sie Ihre Tätigkeiten, um nur schnell die eingehenden Benachrichtigungen zu checken? Wenn ja, sind Sie nicht alleine. Eine repräsentative Studie aus dem Vorjahr zeigt, dass 96 Prozent der Österreicher bis 69 Jahre ein Smartphone nutzen, und das durchschnittlich für rund 3,5 Stunden pro Tag. Nur etwa 30 Prozent könnten nach eigener Aussage länger als einen Tag auf ihr Gerät verzichten.

Ständig fordert der mobile Begleiter Aufmerksamkeit, der Kontrollgriff zum Smartphone ist für viele schon fast Reflex und stört die Konzentration. Es für längere Zeit aus den Augen zu lassen, ist häufig keine wirkliche Option, tragen wir doch mobiles Büro,

Notizen, Kalender und Kommunikation zu allen unseren Lieben in der Hosentasche herum. Auch wenn es in diesem Kontext paradox klingt: Bestimmte Apps können helfen, weniger oft zum Smartphone zu greifen. Sie zielen darauf ab, mehr Bewusstsein dafür zu schaffen, womit man seine Zeit, vor allem am Bildschirm, tatsächlich verbringt.

Digital Detox: Erste Hilfe

Für eine Smartphone-Auszeit muss es nicht gleich die einsame Waldhütte sein. Mittels einfacher Maßnahmen lässt sich für den Anfang schon deutlich mehr Offline-Zeit ausschlagen. **Benachrichtigungen deaktivieren:** In den Telefon-Einstellungen die Push-Benachrichtigungen ausschalten. So muss man bewusst zum Smart-

phone greifen, nicht weil es ständig blinkt oder vibriert.

Bewusst analog: Wecker, Einkaufsliste, Armbanduhr, Taschenlampe, Straßenkarte – für viele Aufgaben und Tätigkeiten braucht es kein Smartphone.

Nicht mit dem Handy schlafen gehen: Nachts das Smartphone deaktivieren oder zumindest offline gehen. Das blaue Licht des Displays kann bei längerer Nutzung vor dem Zubettgehen den Schlafrythmus stören.

Mut zur handyfreien Zeit: Wann sind Sie zuletzt ohne Smartphone vor die Tür gegangen? Einfach mal ausprobieren und den Nervenkitzel genießen. Auf weniger wichtige Nachrichten erst antworten, wenn Zeit dafür ist, statt alles stehen und liegen zu lassen. Smartphonefreie Räume oder Bereiche im Wohnraum einrichten.

FOTOS: SHUTTERSTOCK, HERSTELLER

Smarte Helfer

Mit Apps wie den folgenden kann das eigene Nutzerverhalten bewusst gemacht und übermäßiger Smartphone-Konsum reduziert werden. Allerdings erfordern alle den Zugriff auf Nutzerdaten sowie auf verschiedene App- und Gerätefunktionen, um bestmöglich zu funktionieren.

Forest

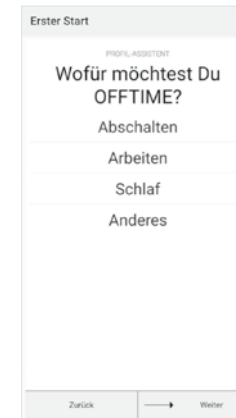
Bäume pflanzen für den Seelenfrieden: Diese App setzt auf Nachhaltigkeitsgedanken und schlechtes Gewissen. Mit minimalistisch pastelligem Layout fordert sie ein möglichst langes Fernbleiben vom Smartphone, damit der Nutzer sich besser auf den Rest des Lebens konzentrieren kann. Als Belohnung wächst ein virtuelles Bäumchen in der vorher festgelegten Zeit der Abstinenz heran. Je länger der Zeitraum, desto größer der Baum. Apps werden derweil blockiert, es kann aber eine Whitelist angelegt werden. Wird die Pause frühzeitig unterbrochen, stirbt das wachsende Pflänzchen. Mit der Zeit entsteht ein virtueller Wald mit Erfolgsstatistik. Erfolge bringen virtuelle Münzen, mittels derer in der Pro-Version echte Bäume gepflanzt werden können. Dafür arbeiten die Macher mit der Initiative „Trees for the Future“ zusammen, welche Bäume in Afrika pflanzt. **Datenschutz:** Forest möchte Zugriff auf Geräte- und WLAN-Infos, Medien, Speicher, Telefon und Appverlauf. Ein Konto kann angelegt werden, um Erfolge über mehrere Geräte hinweg zu registrieren, ist aber nicht zwingend nötig. **Kosten:** Basis-Version kostenlos, Pro-Version ab € 0,97 (Android)/Basis-Version € 2,99, In-App-Käufe (iOS).



ckieren sowie eingehende Anrufe und Nachrichten filtern. Im Gegensatz zu den anderen vorgestellten Apps ist das Design sehr schmucklos gehalten, die Bedienung funktioniert intuitiv. Eine Tagesübersicht zeigt, wie viele Sekunden das Display aktiviert war und mit welchem Kontakt am meisten kommuniziert wird. Persönliche Offline-Ziele lassen sich ebenfalls festlegen, außerdem können verschiedene Profile je nach Anspruch der jeweiligen Alltagssituationen angelegt werden. Die Pro-Version lässt Auszeiten vorausplanen und zeigt auch monatliche Nutzungsstatistiken. **Datenschutz:** Eine Registrierung ist nicht nötig, ein beliebiger Benutzername kann angegeben werden. Gefordert wird ein Zugriff auf Nutzerdaten, der jedoch in den Einstellungen der App deaktiviert werden kann. Persönliche Daten bleiben verschlüsselt auf dem Gerät, Statistiken werden anonym erhoben. Für vollen Funktionsumfang ist auch Zugriff aufs Adressbuch nötig. **Kosten:** Basis-Version kostenlos, Pro-Version für freiwillige Spende ab € 1,- (Android)/Basis-Version € 0,99, Pro-Version € 3,49 (iOS).

Space

Das verspielte Layout dieser App lädt zur Suche nach der „Freude am Dingeverspassen“ ein. Mittels kurzen Fragebogens wird zu Beginn ein grobes Nutzungsprofil erstellt, welches auch manuell verändert werden kann. Die Basis-Version meldet, wenn die vorher festgelegte Nutzungsdauer überschritten oder das Gerät öfter als geplant entsperrt wird. Benachrichtigungen und Anrufe können blockiert werden, entweder je nach App oder zu bestimmten Tageszeiten. Wird die vorgegebene Nutzungszeit überschritten, gibt es eine Meldung, darüber hinaus gibt es keine Konsequenzen. In der Pro-Ver-

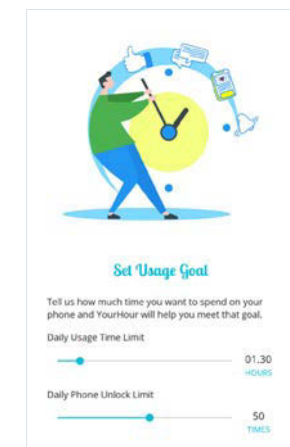


sion kann man Erfolge mit denen anderer Nutzer vergleichen sowie die App individualisieren. Die Option „Daily Inspirations“ versorgt mit Infos und Motivation zum längeren Durchhalten. **Datenschutz:** Für die grundsätzliche Nutzung ist keine Angabe von Daten nötig, um sich zu vernetzen allerdings ein Log-in via Google-Konto oder E-Mail-Adresse. Ein Zugriff auf Nutzerdaten, Benachrichtigungen sowie Anrufe wird verlangt, ist aber nicht zwingend nötig – allerdings können dann nicht alle Funktionen genutzt werden. **Kosten:** Basis-Version kostenlos (Android, iOS)/Pro-Version ab € 3,99 (Android) bzw. € 2,29 (iOS).

YourHour

Gleich zu Beginn werden Ziele festgelegt: Wie lang am Tag soll das Smartphone maximal genutzt werden, wie oft darf es entsperrt werden? Das bunte Interface zeigt dann, wie viel Nutzungszeit zu welcher Tageszeit verbraucht wurde, und erstellt eine Statistik der am meisten genutzten Apps. Hat die App das Nutzerverhalten eine Zeit lang analysiert, gibt sie personalisierte Herausforderungen zur Reduzierung der Nutzung aus. Die Kategorie Suchtniveau zeigt, wie erfolgreich der Nutzer dem Gerät ferngeblieben ist. Zur noch besseren Übersicht lassen sich Apps kategorisieren. **Datenschutz:** Neben den Nutzerdaten benötigt die App Zugriff auf Anrufer- und Geräteinformationen, Speicher, Medien und Telefon sowie WLAN-Infos. Eine Registrierung ist nicht erforderlich.

Kosten: Basis-Version kostenlos, Pro-Version € 4,99 (Android). <<



WEB
+APP
Besser surfen,
mehr erleben

Nimm das, Keks!

Seit Mozilla Anfang September den erweiterten Schutz vor Tracking-Cookies in seinem Firefox-Browser für alle Nutzer scharfgestellt hat, gibt es Klagen von Verlegern über sinkende Werbeumsätze. Für die Nutzer bedeutet der Tracking-Schutz dagegen einen wichtigen Schritt in Richtung mehr Privatsphäre und Datenschutz beim Surfen. *e-media* hat den Test gemacht.

Im Juni hatte Mozilla seinen „Enhanced Tracking Protection“ (ETP) genannten Schutz vor den Tracking-Cookies der Werbenetzwerke gestartet. Zunächst war die ETP nur für neue Nutzer automatisch aktiviert. Seit September surfen alle Firefox-Anwender mit einem voreingestellten Tracking-Schutz. Das Tracking mittels Cookies funktioniert so: Besucht ein Nutzer eine Website, werden kleine Dateien, die Cookies, auf dem Computer gespeichert. Diese können die Aktivitäten auf dem Computer verfolgen und diese Daten weitergeben.

Kehrt der Nutzer später auf die zuvor besuchte Website zurück, erkennt diese anhand des hinterlegten Cookies unter anderem, welche Websites der Nutzer zwischenzeitlich besucht hat. Anhand dieser Informationen kann dem Nutzer dann zielgerichtete Werbung angezeigt werden. Diese ist für die Werbeanbieter erfolversprechender. So kommt es immer mal wieder vor, dass beim Besuch einer Website ein Produkt erscheint, das der Nutzer sich zuvor länger angeschaut hat.

Sinkende Klickrate

Diesem Tracking hat Mozilla jetzt bei Firefox einen Riegel vorgeschoben.

FOTOS: HERSTELLER

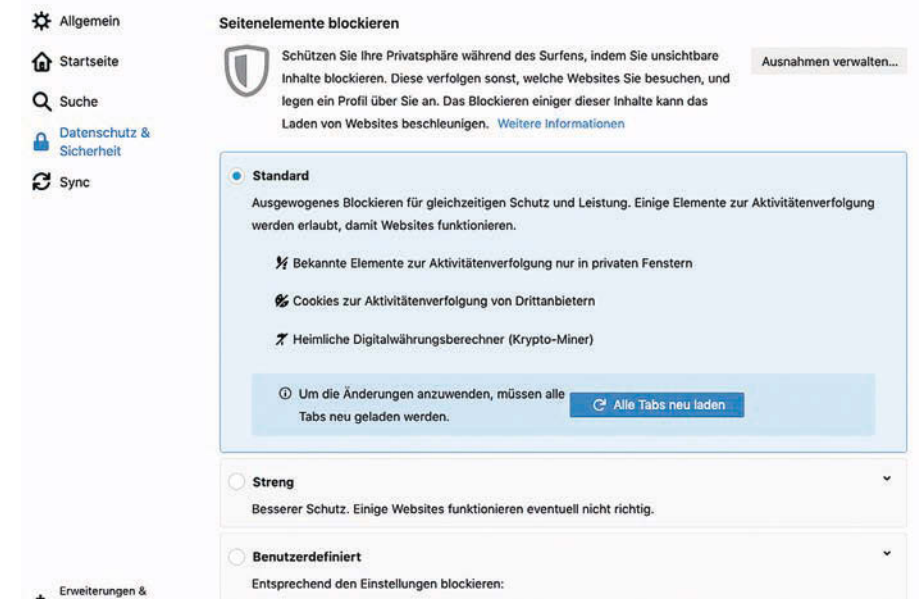
Ähnlich wie bei Apples Safari und dessen Intelligent Tracking Prevention dürfen beim Besuch einer Website mit Firefox keine Tracking-Cookies mehr auf dem Computer von Nutzern gespeichert werden. Damit können die Betreiber der Website – vor allem die Werbeanbieter – die vorigen Aktivitäten des Users nicht mehr sehen. Die Werbung lässt sich nicht mehr auf den Anwender zuschneiden, was zur Folge hat, dass der Erfolg der Werbeanzeige, also etwa die Klickrate, sinkt.

Zu erkennen ist der eingeschaltete Tracking-Schutz am Schild-Symbol links neben der Adresszeile im Browser. Zeigt man mit der Maus auf das Schild, erscheint der Hinweis „Versuche der Aktivitätenverfolgung blockiert“. Ein Klick auf das Rufzeichen-Symbol links daneben zeigt an, ob die Tracking-Cookies blockiert werden. Die Blockade für eine bestimmte besuchte Website kann individuell ausgeschaltet werden. Außerdem lässt sich einsehen, welche Cookies zur Verfolgung der Nutzeraktivitäten von der besuchten Website verwendet und von Firefox blockiert werden.

Neben dem Schutz vor Tracking-Cookies blockiert der neue Firefox standardmäßig auch „Krypto-Jacker“. Das sind Skripte, die ressourcenraubende Prozesse im Browser ausführen, um Kryptowährungen zu generieren (Krypto-Miner). Setzt man den Tracking-Schutz von „Standard“ auf „Streng“, werden auch Fingerprinting-Skripte unterbunden. Diese erstellen heimlich einen Schnappschuss der Computerkonfiguration und nutzen diese Aufnahme, um Anwender im Web zu verfolgen.

Die Auswirkungen des Tracking-Schutzes in Firefox spürten Publisher schon wenige Wochen nach der automatischen Aktivierung. Besonders stark betroffen waren laut Digiday deutsche Verleger wie Axel Springer. Die Umsätze mit Werbeanzeigen auf den Internetplattformen der Publisher sollen branchenweit im Schnitt um bis zu 15 Prozent gesunken sein. Die Preise für Werbeflächen für Firefox-Nutzer sollen ebenfalls eingebrochen sein. Dass vor allem Publisher in Deutschland unter der Scharfschaltung des

FOTOS: HERSTELLER



Anpassbarer Schutz der Privatsphäre.

Firefox blockiert standardmäßig Tracking-Cookies und Krypto-Miner. Über **Einstellungen > Seitenelemente blockieren** lässt sich der Schutz noch schärfer einstellen. In dieser Variante wird auch das Ausführen von Fingerprint-Skripten unterbunden. Allerdings kann es im Modus „Streng“ vorkommen, dass einige Seiten nicht funktionieren. Optional können Nutzer die zu blockierenden Elemente auch individuell aktivieren und anpassen.

erweiterten Tracking-Schutzes leiden, liegt an der vergleichsweise hohen Verbreitung des Firefox-Browsers. Er soll einen Marktanteil von 20 bis 30 Prozent haben. Zum Vergleich: In Österreich surft nur jeder zehnte Nutzer mit dem Mozilla-Browser.

Firefox versus Chrome

Diese Nutzer werden die Verschärfung des Tracking-Schutzes ebenfalls merken. *e-media* hat die Probe aufs Exempel gemacht und mehrere Tage hintereinander den neuen Firefox und Google's Chrome-Browser mit gereinigtem Verlauf parallel verwendet. Sowohl bei Firefox als auch bei Chrome wurden jeweils dieselben Seiten aufgerufen. Die Auswahl der besuchten Websites reichte von Nachrichten- über Sportseiten und TV-Übersichten bis hin zu Social-Media-Plattformen und E-Commerce-Angeboten. Besonderes Augenmerk wurde dabei auf die angezeigte Werbung gelegt.

Und tatsächlich zeigten sich nach einigen Tagen Unterschiede in den Werbeanzeigen der beiden Browser. Zunächst war noch nicht ganz klar ersichtlich, ob es Zufallstreffer waren oder ein System dahintersteckte. Bei einer Werbeanzeige im Chrome-

Browser war es dann aber offensichtlich, dass die Informationen eines Tracking-Cookies verantwortlich für die Auswahl waren. Denn in der Anzeige – die mit diesem Inhalt nur bei Chrome, aber nicht bei Firefox zu sehen war – fand sich ein Produkt, das wir uns zuvor bei Amazon angeschaut hatten. Bei Chrome wusste der Werbeanbieter also, welche Seite oder welches Produkt wir uns zuvor angesehen hatten. Bei Firefox war das nicht mehr der Fall.

Fazit: Insgesamt hatten wir bei der Art der Werbeanzeigen das Gefühl, dass im Chrome-Browser eher Werbung aufschien, die zu den zuvor besuchten Seiten passte. So wurden nach einigen Tagen zunehmend Anzeigen von Finanzangeboten gezeigt. Das war offenbar darauf zurückzuführen, dass wir immer wieder einige Finanznewspostale besucht hatten. Eine 100-prozentige Sicherheit können wir für unsere Ergebnisse zwar nicht bieten, schließlich kann es sich bei den Auffälligkeiten auch um Zufälle gehandelt haben. Auf jeden Fall hatten wir bei Firefox aber ein sichereres Gefühl, nicht auf Schritt und Tritt beobachtet zu werden.