

Privacy – The right to be left alone

Andreas Müller, Daniel Furrer

ETH Zürich

31. Januar 2006



This work is licensed under the Creative Commons Attribution 2.5 License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/2.5/> or send a letter to Creative Commons, 543 Howard Street, 5th Floor, San Francisco, California, 94105, USA.

- 1 **Einleitung**
 - Geschichte
 - Privacy - wieso ist eine Privatsphäre nötig?
 - Gesetze
 - Die Sammler und Jäger
- 2 **Die von uns angeschriebenen Unternehmen**
- 3 **Auswertung der Daten**
 - Wozu die Sammelwut?
 - Data-Mining
 - Mögliche Auswertungen
- 4 **Selbstverteidigung**
- 5 **Literatur / Fragen**

Geschichte - Hintergründe und Ausblick

Früher:

- Analog
- wichtige Ereignisse

Heute:

- Digital, Vernetzt
- kaum Grenzen
- automatisierung (Internet)
- wirtschaftlicher Druck

Privacy - wieso ist eine Privatsphäre nötig?

- Privatsphäre als Schutz vor Diskriminierung
- Anonymität ermöglicht freie Rede
- öffentliche Überwachung: Alle verdächtig?
Unschuldsvermutung?!?
- schlanker Datenkörper schützt vor personalisierter Realität
- Datenschutz wegen Werbung und Spam

Gesetze? Ja ...

- umfangreiche Gesetze zum Datenschutz (SR 235)
- Bundesgesetz über den Datenschutz vom 19. Juni 1992 (SR 235.1)
- Datenschutzbeauftragter (Hanspeter Thür) mit 20-köpfigem Team
- i.d.R. kantonale Gesetze + Datenschutzbeauftragte

... aber

- Gesetze werden nicht immer eingehalten
- Bewusstsein für Datenschutz selten vorhanden
- Standardausrede vom Staat, v.a. seit 9-11: Sicherheit
- oft Druck vom eigenen oder von fremden Staaten, z.B. Migros mit Kundendaten, Postüberweisung Kuba, Bankgeheimnis
- ... und im Zweifelsfall darf der Kunde freiwillig auf Datenschutz verzichten (z.B. eBay)

Die Sammler und Jäger

- Staat
 - möchte Kontrolle über die Bürger
 - Überwachungskameras, Überwachung der Kommunikation
- Unternehmen
 - möchte (potentielle) Kunden gezielt mit Werbung zumüllen
 - Kundenkarten, Wettbewerbe, Registrierungen, Anwerbung von Freunden
- Arbeitgeber
 - möchte Arbeitnehmer überwachen
 - Kontrolle der Kommunikation, Keylogger, direkte Kontrolle

Die angeschriebenen Unternehmen

- Conrad, SBB, eBay, Migros, Ricardo, Militär (PISA)
- oft wird behauptet, es werde wenig gesammelt und das Unternehmen sei besorgt um Datenschutz
- nicht immer glaubwürdig, z.B. bei eBay, Migros
- ausführlicher im Bericht

Wozu die Sammelwut?

Wieso will die Migros so genau wissen, wann jemand Pizzas,
Mehl oder Windeln einkauft?

Data-Mining

- grosse Menge unnützer Daten vorhanden – was nun?
- Ziel: Relevante Informationen gewinnen
- Data-Mining: Suche nach Mustern und Zusammenhängen
- benötigt möglichst grosse Datenmenge mit vielen Verknüpfungen
- wird auch bei Unternehmen immer beliebter

Mögliche Auswertung der Daten

- Einkommen
 - z.B. Migros: M-Budget ↔ Luxusgüter
 - werden Aktionsangebote genutzt?
 - Daten von Hotelplan & Migrosbank
- Arbeit
 - wird unter der Woche eingekauft (→ Arbeitslos?)
 - einzelne Abwägung unzuverlässig, aber viele “Puzzleteilchen“ vorhanden
 - Büromaterial & Kravatten ↔ Arbeitsbekleidung
 - Unternehmen mit Restaurant's – wo wird gegessen?
- Zivilstand
 - Essgewohnheiten: Fastfood ↔ richtige Mahlzeiten
 - Windeln? Kleinkinder! Tierfutter? Haustiere!
 - Totalmenge eingekauften Essens → Familiengrösse

Noch mehr Auswertung

- Gesundheit
 - Tabak, Alkohol & Fastfood ↔ Rohkost & Sportartikel
 - Lebenserwartung interessant für Krankenkasse
 - genauere Abschätzung mit Arztdaten
 - heute durch Gesetze verboten, aber vielleicht mit RFID?
- Politische Ausrichtung und Weltanschauung
 - schwierig zu erhalten
 - indirekt über Einkommen, Wohnort, etc. mit Statistik
 - personalisierte Realität – Verschmelzen von Konsum und politischer Aktivität

Selbstverteidigung

- bringt Aufwand → abwägen: Schutz ↔ Bequemlichkeit
- Verzicht auf Kredit- und Kundenkarten
- Kryptographie (z.B. GPG für eMail)
- Daten nicht unnötig preisgeben (z.B. Foto von Marcus)
- auf eigene Rechte bestehen (z.B. Datenlöschungen)
- Wegwerfemailadressen (z.B. `www.spamgourmet.com`)
- Werbung: Adresse bei SDV (`www.dmverband.ch`) sperren
- Lügen (z.B. bei Onlineregistrierungen)
- zweiten Vornamen erfinden für Firmen

Fragen?

Für weitere Infos:

- **Datenschutzgesetze unter**
<http://www.admin.ch/ch/d/sr/23.html#235>
- **Bundesgesetz vom 19. Juni 1992 über den Datenschutz**
http://www.admin.ch/ch/d/sr/c235_1.html
- **Auszeichnungen für die grössten Sammler**
<http://www.bigbrotherawards.ch>
- **Besorgte Bürger**
<http://www.ccc.de>
- **Electronic Freedom Foundation**
<http://www.eff.org>