

## **1. Kurzgutachten – Re-Zertifizierung**

Aus Anlass der Re-Zertifizierung der wunderloop Produkte „Integrated Targeting Platform“, „wunderloop custom“ und „wunderloop connect“ wurde dieses Kurzgutachten neu erstellt.

## **2. Zeitpunkt der Prüfung**

Die Prüfungen zur Re-Zertifizierung fanden statt in der Zeit vom 2. Mai bis zum 21. Juli 2010.

## **3. Adresse des Antragstellers**

wunderloop media services GmbH, Holzdamm 18, 20099 Hamburg

seit 22.7.2010:

Audience Science (Germany) GmbH, Holzdamm 18, 20099 Hamburg

## **4. Adresse der Sachverständigen**

Birger Andre Fritzowski,  
Diplom - Informatiker, Technische Unternehmensberatung  
Kattenbek 33  
24248 Mönkeberg  
[birger@fritzowski.de](mailto:birger@fritzowski.de)

Prof. Dr. jur. Ralf B.Abel,  
Chemnitzstr.80  
24837 Schleswig  
[Prof.abel@t-online.de](mailto:Prof.abel@t-online.de)

## **5. Kurzbezeichnung**

Das IT-Produkt „Integrated Targeting Platform“ besteht in Verbindung mit der Softwareoberfläche „wunderloop connect“ oder eingesetzt als customisiertes Lizenz-Produkt „custom“ aus Verfahren, die es ermöglichen, insbesondere im Bereich der Online Werbung Internetnutzer gezielt anzusprechen. Diese Ansprache erfolgt auf der Basis von deren Nutzerverhalten.

„wunderloop connect“ ist ein offener Marktplatz, wird als webservice direkt von Audience Science (Germany) betrieben und nicht an Kundenbedürfnisse angepasst. Dagegen kann die Applikationsschicht „wunderloop custom“, die als Lizenzsoftware vertrieben und einzeln eingesetzt wird, individuell an Kundenbedürfnisse angepasst werden.

Die hier eingesetzte Technologie kann aus dem Verhalten des Anwenders Rückschlüsse auf möglicherweise passende Angebote bzw. Werbebotschaften ziehen. Basis ist hierfür eine Analyse der Daten des Nutzers und die Zuordnung seiner Interessen im World Wide Web. Dabei erfolgt dies durch das hier angewandte Verfahren auf Basis von Merkmalen, die für wunderloop weder personenbezogen noch -beziehbar sind.

## **6. Detaillierte Bezeichnung**

Das IT-Produkt „Integrated Targeting Platform“ in Verbindung mit der Softwareoberfläche „wunderloop connect“ oder in der Form „wunderloop custom“ wird Betreibern von Internet-Seiten („Publisher“) angeboten, um die Anzeige von verhaltensbezogenen Informati-

onen oder Werbung für Nutzer zu ermöglichen. Die zur Auslieferung der Werbemittel notwendige externe Ad-Server-Technologie ist nicht Bestandteil der Zertifizierung.

Zu rezertifizieren waren der Kern der Anwendungen, die „Integrated Targeting Platform, ITP“, sowie das auf dieser technischen Plattform basierende Targeting-Angebot von wunderloop: das Produkt „wunderloop connect“ bzw. „wunderloop custom“. Zu „wunderloop connect“ gehören auch die Anwendungen für Agenturen und Premium Publisher, aber keine kundenindividuelle Anpassungen.

Der Kern der Anwendung die „Integrated Targeting Platform“ wurde nicht geändert und bleibt somit unverändert bestehen.

Die Applikationsschicht „wunderloop custom“ wird auf der Basis von ASP (Application Service Providing) oder im Rechenzentrum des Kunden zur Verfügung gestellt.

Kundenindividuelle Anpassungen werden ggf. für „wunderloop custom“ vorgenommen, das als Lizenzprodukt vertrieben wird. Für alle kundenindividuellen Änderungen wird keine Zertifizierung beantragt.

Das auf der wunderloop-Technologie basierende „Behavioural Targeting (BT)“ ermöglicht eine Art der Zielsprache von Internetnutzern auf der Basis deren Nutzerverhaltens. Marketingtechnischer Zweck des Verfahrens ist die Sicherstellung, dass Online-Werbung die richtige Person zur richtigen Zeit mit der richtigen Anzeige erreicht. Dabei erfolgt die Adressierung auf Basis von Merkmalen, die durch für wunderloop nicht personenbezogene oder -beziehbare Cookies zugeordnet werden.

Der Cookie wird durch einen Algorithmus erzeugt, der den Wert aus einer Zufallszahl und dem Datum berechnet, der Cookie selbst enthält keine weiteren Daten außer diesem Wert. Insofern wird hier mit einem Cookie gearbeitet, der keinen direkten Bezug zu einer Anwenderperson zulässt. Die Technologie kennt weder Namen noch Adresse eines potenziellen Käufers, kann aber aus dem Verhalten Rückschlüsse auf möglicherweise passende Angebote bzw. Werbebotschaften ziehen.

Beim BT wird ein Nutzer, der sich auffallend häufig für ein bestimmtes Produkt oder bestimmte Themen interessiert, durch eine Analyse der gewählten Interessen im World Wide Web markiert. Die Technologie von wunderloop verfolgt das Nutzerverhalten und erfasst es in einem standardisierten Datenformat. Das System lernt dabei aus den Gemeinsamkeiten im Nutzerverhalten und baut damit Zielgruppenprofile auf, mit denen qualitative Daten und Nutzerprofilen erzeugt werden.

Die Echtzeit Online-Nutzungsdaten werden auf Wunsch durch Marktforschungs-Daten angereichert. Durch berechnete Ergänzung passender Interessen und soziodemographischer Merkmale der Nutzergruppen werden bei gleichzeitig präziserer Zielgruppen- und Interessens-Definition deutliche Erweiterungen der Zielgruppen möglich.

Website-Betreiber behalten bei „wunderloop connect“ die volle Kontrolle über die von ihnen gebildeten und genutzten Daten. Sie können bestimmen, welche der vom System vorgegebenen Kriterien verwendet werden, wie sie gesammelt und ob und wie sie mit anderen connect-Mitgliedern zusammenarbeiten wollen (betrifft die Website-Betreiber, nicht den surfenden Endkunden).

Bei „wunderloop connect“ können registrierte Werbetreibende („Advertiser“) ihre Werbung auf angemeldeten Webseiten von registrierten Website-Betreibern („Publisher“) zielgruppenspezifisch in Echtzeit platzieren und veröffentlichen. Eine Nutzung von „wunderloop connect“ setzt die Anmeldung und Registrierung des Teilnehmers als Werbetreibender („Advertiser“) oder Website-Betreiber („Publisher“) auf der wunderloop-Plattform voraus.

Bemerkenswert ist die Tatsache, dass die Software zunächst lediglich Cookies an die User gibt, eine eindeutige Relation zwischen IP-Adresse und Anwender aber nicht hergestellt

wird, da im vorgelagerten technischen Bereich diese Relation durch Trennung der Bereiche IP und Cookies aufgelöst wird: Das Cookie wird an wunderloop als http-Request zurück übermittelt. Die Rückübermittlung erfolgt technisch notwendigerweise zunächst zusammen mit der IP-Adresse des Surfers, allerdings nicht an wunderloop, sondern an einen externen Dienstleister („Anonymisierer“). Dieser externe „Anonymisierer“ ist von wunderloop wirtschaftlich unabhängig und wird als Auftragnehmer tätig. Der „Anonymisierer“ trennt - noch vor der Schnittstelle zwischen Transportmedium und „Plattform“ - die IP-Adresse von der dem Cookie zuzuordnenden Information, wandelt diese in einem separaten Verfahren in eine Länder- und/oder Regionenangabe um und löscht sie anschließend, so dass keine Nutzeradresse mehr vorhanden ist. Die so umgewandelte Information zum Land (z. B. BR Deutschland) und/oder Region (Bundesland, z. B. Schleswig-Holstein) wird den vom jeweiligen Cookie übermittelten Informationen (ID-Nummer, besuchte Webseite, ggf. Einzelheiten des Interesses) wieder zugeordnet, an das wunderloop-System weitergeleitet und dort in einer Datenbank abgelegt. Die Umwandlung der ursprünglichen IP-Adresse des Users in eine bloße Länder- oder Regionenklassifizierung ist nicht umkehrbar, da die ursprüngliche IP-Adresse von dem Anonymisierer mit der Umwandlung gelöscht wurde. Daher ist kein Rückschluss auf den Nutzer möglich. Die gelöschten IP-Adressen werden dort lediglich gezählt, aber nicht gespeichert, auch nicht zu Dokumentations-, Sicherungs- oder Nachweiszwecken.

Das IT-Produkt „Integrated Targeting Platform“ in Verbindung mit den Softwareoberflächen „wunderloop connect“ basiert somit auf einem System „informationeller Gewaltenteilung“, in dem keine der beteiligten Parteien alle Informationen kennt, um ein Persönlichkeits- oder Nutzerprofil zu erstellen. wunderloop fehlt es stets schon an der Information, die einen Personenbezug möglich macht. Und die Diensteanbieter (Advertiser und Publisher) erhalten als Empfehlung oder Schätzung für den auszuliefernden Inhalt bzw. die auszuliefernde Werbung stets nur eine Einzelinformation, aus der kein Persönlichkeits- oder Nutzerprofil hervorgeht.

Die Integrated Targeting Platform liefert als Ergebnis der technischen Analyse einen Wert zurück, der die Zuordnung des Cookies zu einer Zielgruppe beschreibt. Dieser Wert wird in ein Cookie ("RCMD-Cookie") geschrieben und von einem ausliefernden System (beispielsweise Ad-Server) zur Zuordnung des passenden Werbemittels oder Inhalts zum jeweiligen Cookie benutzt.

Durch die Zwischenschaltung des „Anonymisierers“ erhält wunderloop somit unter „wunderloop connect“ lediglich identitätsentkleidete Daten, die wunderloop unter keinen Umständen mehr zu einer konkreten Person in Beziehung bringen kann.

Der Endkunde kann die hier verwendete Funktionalität (Setzen des Cookies) dadurch vermeiden bzw. deaktivieren, dass er entweder keine Cookies akzeptiert, Cookies in seinem Rechner löscht oder - im Rahmen des Produktes „wunderloop connect“ - das Cookie in der Rubrik „privacy“ aktiv ausschaltet (siehe <https://connect.wunderloop.net/connect/privacy/settings>) und damit der Profilerstellung widerspricht. Die einsetzenden Stellen werden darauf hingewiesen, dass sie ihre Endkunden hierauf hinweisen. Dann findet kein Tracking statt. Ab September 2010 wird dann auch das RCMD-Cookie selbständig vom System gelöscht; derzeit erfolgt eine Löschung nach Zeitablauf (spätestens nach 60 Tagen) durch den Browser des Endkunden.

Die Alterungszeiten der Profile sind maximal 10 Slots, dabei ist ein Slot als ein Benutzer-tag zu verstehen. Bei den Profilen werden pro Profile maximal 10 Slots gespeichert. Alle Daten werden bei Inaktivität gelöscht. Für die Anwendung „connect“ werden die Daten nach 60 Tage Inaktivität bei validierten, d.h. über mindestens 10 clicks und 2 sessions entwickelten, Profilen und nach 30 Tagen Inaktivität bei nicht validierten Profilen gelöscht. Wenn User laufend aktiv sind, werden nur die Daten aus den letzten 10 Slots gespeichert.

Die dazugehörigen Logfiles werden nach unterschiedlich langer Dauer, bedarfsabhängig, jeweils nach Beendigung der Rechnungsperiode, Rechnungsstellung und Nachfragen zwischen 28 und 120 Tagen gehalten und dann gelöscht.

Die Speicherdauer für Slot-Profile beträgt die letzten (10) zehn Besuchstage, bei Änderung der Interessengebiete werden hier auch nach 10 Tage die Profile gelöscht.

## **7. Tools, die zur Herstellung des IT-Produktes verwendet wurden**

Client-seitig wird keine spezielle Hardware notwendig, weiterhin wird kein spezielles Betriebssystem oder ein Betriebssystem-Zusatz benötigt.

Als Server – Betriebssystem können eingesetzt werden Suse SLES 8, SLES 9 oder Redhat. Da alle Targeting-relevanten Daten in Datenbanken gespeichert werden, muss die Datenbank für maximale Auslastung konfiguriert werden.

- MySQL: Mindestens v4.1.11, empfohlen wird v5.0 für das Einsetzen der „custom“-Software im Rahmen einer erworbenen Lizenz.
- Oracle: Mindestens v9.2 mit dem aktuellsten Patch Level.

## **8. Zweck und Einsatzbereich**

Der Einsatzbereich der Software liegt in der Auslieferung und Kontrolle von Webseiten basierend auf den Interessen-Profilen von Usern.

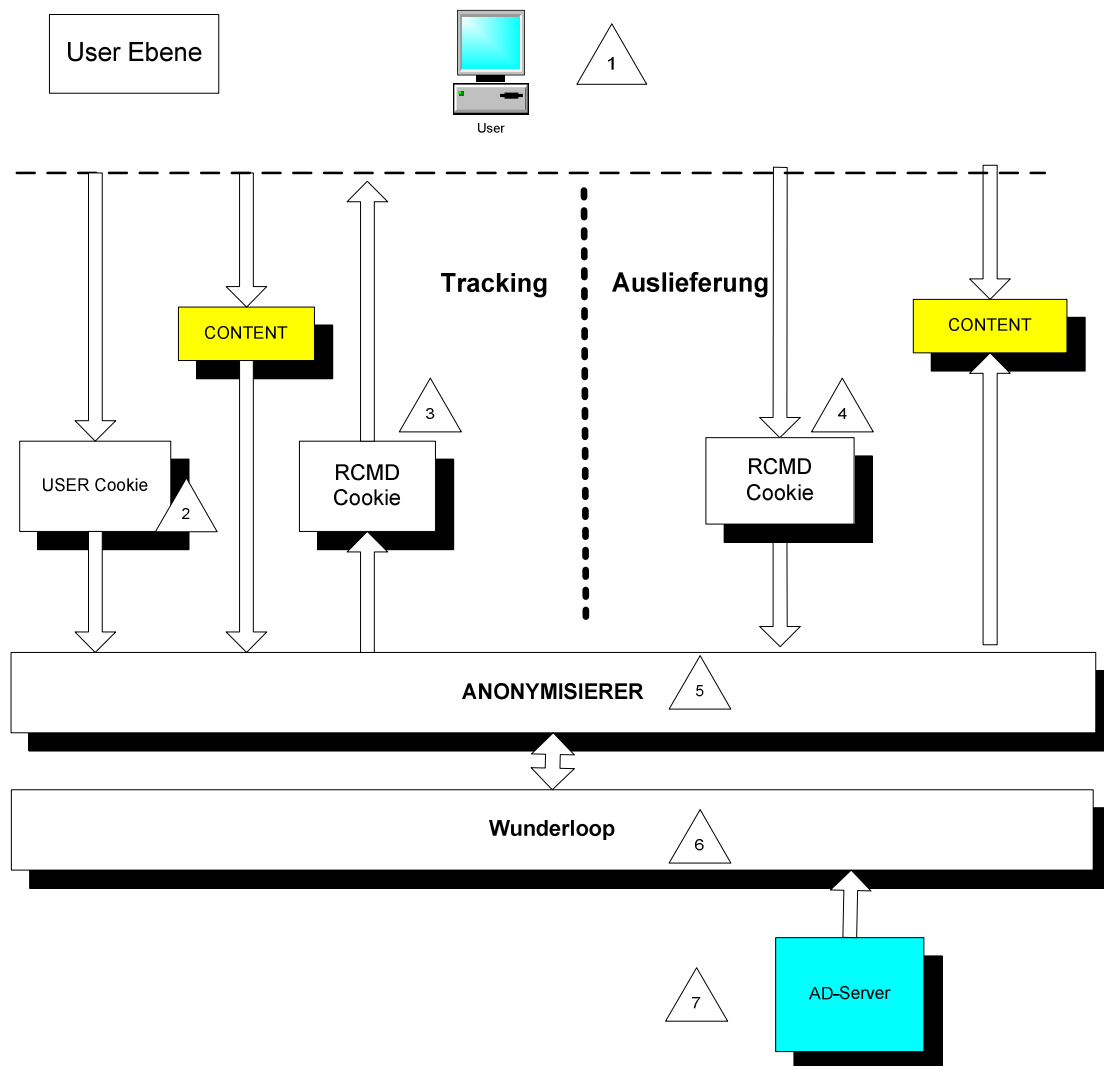
Grundsätzlich ist das Produkt "Integrated Targeting Platform" (ITP) für den Einsatz bei öffentlichen Stellen des Landes Schleswig – Holstein geeignet, dabei können Behörden oder sonstige öffentliche Stellen, die verhaltensbezogene Informationen an Nutzer ausliefern möchten, dieses Produkt einsetzen.

## **9. Modellierung des Datenflusses**

Ein zusätzliche RCMD-Cookie (Recommendation-Cookie) hat den Zweck, das Verfahren der Berechnung der Zielgruppenzugehörigkeit des Userprofils effizienter zu gestalten. Bei jeder Änderung des Userprofils wird die Zielgruppenzugehörigkeit neu berechnet, bisher erfolgte die Berechnung bei jeder RCMD-Auslieferung neu. Dieses Verfahren ist bei hohen Requestraten weniger effizient.

Die Zielgruppen werden als numerische Werte abgebildet, die ohne Wissen der Klartextübersetzung kein sinnvolles Auswerten ermöglichen. Die ermittelten Zielgruppen für den User werden dann in das RCMD Cookie geschrieben.

Grundsätzlich besteht weiterhin die Aufgabe, Informationen, die auf die Identität des Nutzers des wunderloop Systems Rückschlüsse erlauben würden, zu anonymisieren. Damit diese Information vor direktem Auslesen und Verändern geschützt sind, werden adäquate Schutzfunktionen eingesetzt.



Das User Cookie (2) identifiziert den Anwender (1), seine zugehörige IP-Adresse gelangt nur bis zum zwischengeschalteten Anonymisierer (5) und kann daher nicht an Wunderloop (6) weitergereicht werden, es ist somit keine Zuordnung von User zu IP-Adresse möglich. Die wesentliche technische Änderung wurde im Produkt „wunderloop connect“ als Ergänzung zum bisherigen connect UserId implementiert, hier wird zusätzlich ein Empfehlungs-Cookie (Recommendation-Cookie = RCMD-Cookie) (3) gesetzt.

Dieses zusätzliche RCMD Cookie hat den Zweck, das Verfahren der Auslieferung der Zielgruppenzugehörigkeit des Userprofils effizienter zu gestalten.

Alle Tracking-Anfragen werden über 1x1 Zählpixel ausgelöst, die Zielgruppen - Informationen werden über ein Empfehlungscookie (4) auf den AD-Server (7) übertragen.

Die unmittelbare Löschung des Recommendation-Cookie bei Verwendung der Opt-Out-Funktion wird per September 2010 umgesetzt.

Die Verträge mit dem Dienstleister bezüglich der technisch-organisatorischen Maßnahmen werden bis September 2010 angepasst. Die Siegelerteilung erfolgt insofern unter der Auflage, die angepassten Verträge dem ULD nachzureichen.

## **10. Version des Anforderungskatalogs, die der Prüfung zugrunde gelegt wurde**

Anforderungskatalog Version 1.2

## **11. Zusammenfassung der Prüfungsergebnisse**

Das Produkt „Integrated Targeting Platform (ITP)“ in Verbindung mit der Softwareoberfläche „wunderloop connect“ kann datenschutzrechtlich in zulässiger Weise bei öffentlichen Stellen des Landes Schleswig-Holstein sowie im nichtöffentlichen Bereich eingesetzt werden.

In rechtlicher Hinsicht haben sich seit der Zertifizierung keine veränderten Gesichtspunkte ergeben. Das Produkt erfüllt die Anforderungen an den Datenschutz in insgesamt vorbildlicher Weise. Beim Einsatz des Produktes kommen technische und organisatorische Maßnahmen zum Schutz personenbezogener Daten zum Einsatz. Die Erhebung von Nutzerinformation erfolgt im Wege einer zulässigen Auftragsdatenverarbeitung. Vorbildlich ist, dass der Personenbezug durch eine bestimmte Gestaltung des Verfahrens frühzeitig beseitigt wird.

Die eigenverantwortliche Verarbeitung und Nutzung der anonymen Nutzungsdaten durch wunderloop zur Generierung einer Einzelempfehlungs- oder Einzelschätzungsinformation sowie deren Übermittlung an die beteiligten Diensteanbieter (Advertiser, Publisher) erfolgt in ebenfalls zulässiger Weise.

Das System arbeitet auf der Basis von Cookies, die für die Zuordnung des jeweiligen Nutzers verwendet werden, ohne dass es dabei zu einer Speicherung oder Auswertung personenbezogener Daten kommt. Durch das konsequente Trennen der Front-End-Systeme von den Produktionssystemen wird eine Relation bzw. ein Rückschluss auf einen konkreten Anwender unmöglich gemacht.

Die Vorgaben des BDSG und des Telemediengesetzes (TMG) werden durch die jeweils verantwortlichen Stellen eingehalten. Zu wesentlichen Teilen sind die konkreten datenschutzrechtlichen Vorgaben von BDSG und TMG von der jeweils verantwortlichen Stelle, also dem Diensteanbieter, einzuhalten. wunderloop hat organisatorische Maßnahmen dafür getroffen, dass auf die Einhaltung der datenschutzrechtlichen Vorgaben durch die verantwortliche Stelle hingewirkt wird. Eine Überarbeitung des Auftragsdatenverhältnisses mit dem Rechenzentrumsdienstleister bzw. Betreiber des Anonymisierers an die neuen Erfordernisse des BDSG wird im September 2010 abgeschlossen sein.

## **12. Beschreibung, wie das IT-Produkt den Datenschutz fördert**

Durch die im Geschäftsprozess sehr frühzeitig erfolgende Trennung der Anwenderdaten von den IP-Adressen wird eine Verhinderung des Personenbezugs bereits am Front-End des Datenempfangs vor jeder weiteren Verarbeitung erreicht. Es werden weder im Primär- noch im Sekundärdaten-Bereich Daten mitgeführt, die auf einen konkreten, personenbezogenen Anwender rückschließen lassen. Damit trägt das IT-Produkt dem Grundsatz der Datenvermeidung und Datensparsamkeit Rechnung. Bemerkenswert ist, dass es sich um ein Produkt aus einem Produkt- bzw. Dienstleistungssektor handelt, der ansonsten eher durch eine intensive Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten geprägt ist.

Damit liegt hier ein Software-Produkt vor, das den Datenschutz in besonderer Weise fördert.