



Verbraucher
im Fokus

Verbraucher im Fokus – Verbraucher im Mittelpunkt

Marit Hansen
Landesbeauftragte für Datenschutz
Schleswig-Holstein

Kiel, 9. September 2019



Unabhängiges Landeszentrum für
Datenschutz Schleswig-Holstein



www.datenschutzzentrum.de

Überblick



 Bild: Markéta Machová via Pixabay

1. Verbraucher im Fokus

2. Verbraucher im Mittelpunkt



 Bild: Alexander Lesnitsky via Pixabay

3. Fazit

1. Verbraucher im Fokus



 Bild: Markéta Machová via Pixabay

- Kategorisierung
⇒ neu: Detaillierungsgrad
- Tracking
⇒ neu: geräteübergreifend
- Analyse
⇒ neu: inklusive Gesundheits- und Gemütszuständen

1. Verbraucher im Fokus: geräteübergreifendes Tracking

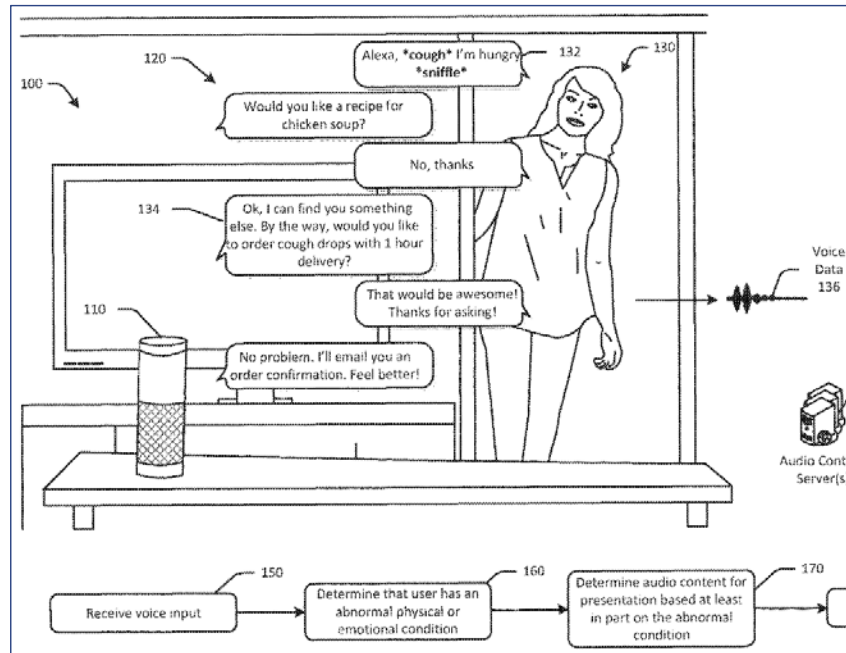
Tracking durch Ultraschall

Smartphone-App
erkennt besuchte
Webseiten über deren
Ultraschall-Signal.



<https://www.forum-privatheit.de/wp-content/uploads/Forum-Privatheit-Whitepaper-Tracking-1.pdf>

1. Verbraucher im Fokus: Werbung je nach Gesundheit + Gemütslage



United States Patent		US Patent No.:	US 10,096,319 B1
Jin et al.		Date of Patent:	Oct. 9, 2018
VOICE-BASED DETERMINATION OF PHYSICAL AND EMOTIONAL CHARACTERISTICS OF USERS		U.S. PATENT DOCUMENTS	
156	Applicant:	Amazon Technologies, Inc., Seattle, WA, US	8,987,048 B1* 12/20/16
157	Inventors:	Handing, Jie, Kentwoodville, WA, US; Zhou, Wang, Redmond, WA, US	8,987,048 B1* 12/20/16
158	Assignee:	Amazon Technologies, Inc., Seattle, WA, US	8,987,048 B1* 12/20/16

Amazon-Patent 2018: Voice-based Determination of Physical and Emotional Characteristics of Users

1. Verbraucher im Fokus



 Bild: 15299 via Pixabay

- Entscheidung über Werbung für Produkte
⇒ neu: für alles Mögliche (Stimmverhalten, Menschen, ...)
- Entscheidung über Preise und Vertragsbedingungen
⇒ neu: in Echtzeit (und weiterhin wenig transparent)
- Entscheidungen über Kaufempfehlung
⇒ neu: gleich kaufen

1. Verbraucher im Fokus: Technikgestaltung

- Startpunkt „Datenschutz“? (Art. 25 (2) DSGVO) – Fehlanzeige
- „Addictive Design“



 Bild: Gerd Altmann via Pixabay

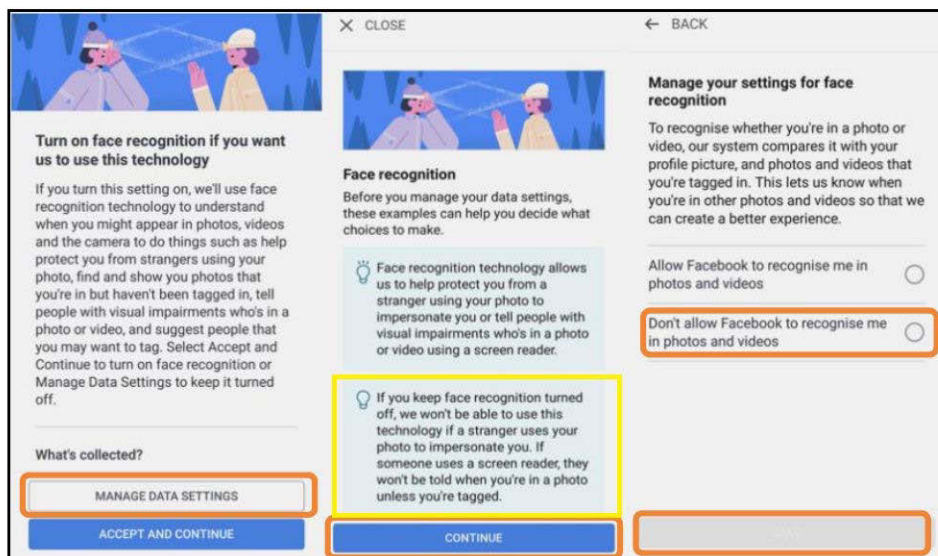


 Bild: rawpixel via Pixabay

- „Dark Patterns“

Unfaire „Dark Patterns“ (dunkle Muster) – Report des norwegischen Verbraucherrats

Beispiel: Facebook bei biometrischem Gesichtsabgleich



Forbrukerrådet: „Deceived by Design“, 2018 (Seite 23)
<https://www.forbrukerradet.no/undersokelse/no-undersokelsekategori/deceived-by-design/>

2. Verbraucher im Mittelpunkt

- Der **Kunde als König?**
- Oder eine **beobachtetes Objekt** in Form einer **Datenwolke?**



 Bild: Alexander Lesnitsky via Pixabay

- Jede Verbraucherin und jeder Verbraucher ist ein **Mensch mit Rechten und Freiheiten.**

2. Verbraucher im Mittelpunkt: Spreu vom Weizen trennen

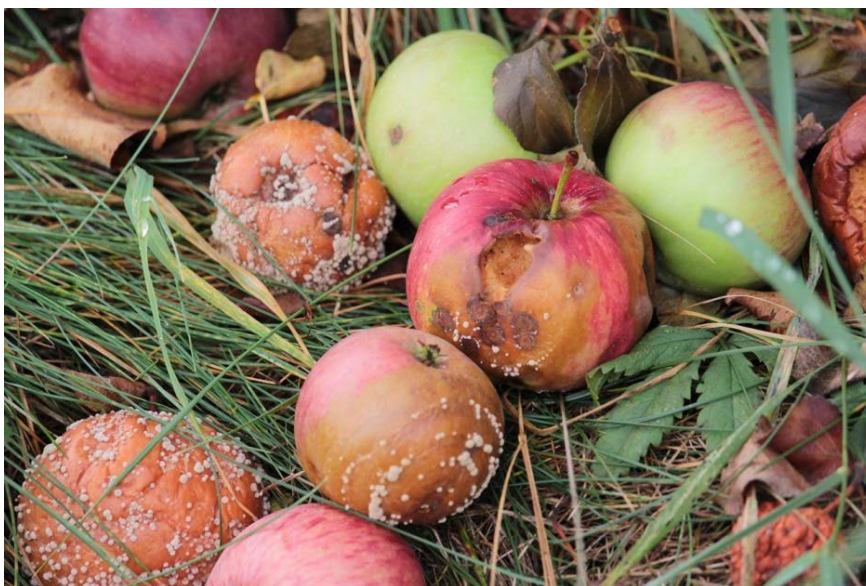
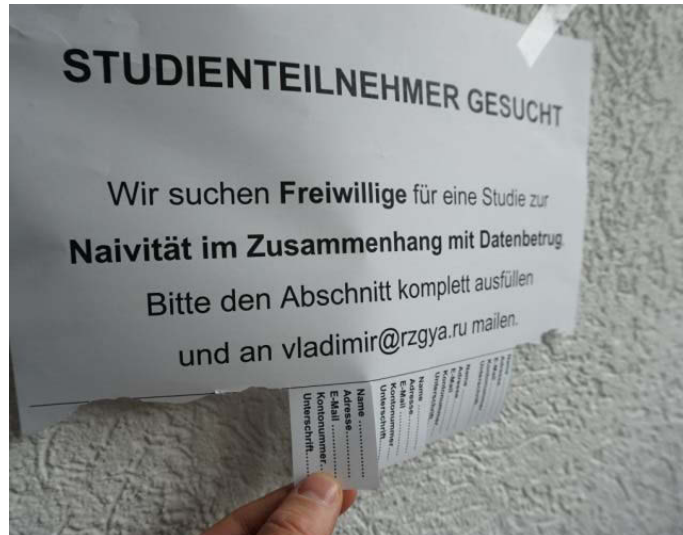


 Bild: varjag via Pixabay

Nötig für Verbraucher-Souveränität: Bewusstsein und Handlungsfähigkeit

Bewusstsein der Nutzerinnen und Nutzer?



Quelle: LfDI Rheinland-Pfalz

Nötig für Verbraucher-Souveränität: Verständlichkeit



- Art. 12 DSGVO:
 - „(1) alle Informationen [...] in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache zu übermitteln“
 - „(7) Informationen [...] in Kombination mit standardisierten Bildsymbolen [...], um in leicht wahrnehmbarer, verständlicher und klar nachvollziehbarer Form einen aussagekräftigen Überblick über die beabsichtigte Verarbeitung zu vermitteln [...] maschinenlesbar“
- Art. 13 (2) / Art. 14 (2) / Art. 15 (1) DSGVO:
 - „aussagekräftige Informationen über die involvierte Logik sowie die Tragweite und die angestrebten Auswirkungen einer derartigen Verarbeitung für die betroffene Person“

Bsp.: Hohenheimer Verständlichkeitsindex (HIX)

Formeln	Text-Parameter
<ul style="list-style-type: none"> • Amstad-Formel • Wiener Sachtext-Formel • SMOG-Index (Deutsch) • Lix Lesbarkeits-Index 	<ul style="list-style-type: none"> • Durchschnittliche Satzlänge in Wörtern • Durchschnittliche Satzteillänge in Wörtern • Durchschnittliche Wortlänge in Buchstaben • Anteil der Wörter mit mehr als 6 Buchstaben • Anteil der Satzteile mit mehr als 12 Wörtern • Anteil der Sätze mit mehr als 20 Wörtern

Abbildung 4: Hohenheimer Verständlichkeits-Index

<https://www.service-tested.de/wp-content/uploads/2016/04/Erklärung-Verfahren-TÜV-geprüfte-Verständlichkeit.pdf>

<https://klartext.uni-hohenheim.de/hix>

Indexwert 0-20, z.B.

- politikwissenschaftl. Dissertation: 0-4
- Bild-Zeitung: 16-20

ABER:

Everything should be as simple as possible, but not simpler.

- Albert Einstein

Bsp.: TÜV-Prüfung mit HIX



Abbildung 1: Maschinelle Textanalyse

<https://www.service-tested.de/wp-content/uploads/2016/04/Erklärung-Verfahren-TÜV-geprüfte-Verständlichkeit.pdf>

Mehrsprachigkeit?

Fazit: Mehr tun an den Stellschrauben



 Bild: S. Hermann & F. Richter via Pixabay

- **Datenschutz**-Instrumente
 - DSGVO durchsetzen
 - Dabei Gestaltung beurteilen (DS by Design + by Default, Messung Verständlichkeit, ...)
- **Verbraucherschutz**-Instrumente
- **Kartellaufsicht**
- **Standardisierung**
- **Nutzerkompetenz**
- **Best Practices**
- **Fairness-Ausbildung** der Gestalter
- ... alles **aufeinander abgestimmt**