



Mit einem Vorwort von Max Schrems

# Handbuch **Datenschutz**

So erkennen Sie die Datenkraken im Alltag

Den Schnüfflern ein Schnippchen schlagen

Tipps & Tricks für Ihre Privatsphäre



## Impressum

---

### Herausgeber

Verein für Konsumenteninformation (VKI)  
Linke Wienzeile 18, 1060 Wien  
ZVR-Zahl 389759993  
Tel. 01 588 77-0, Fax 01 588 77-73, E-Mail: konsument@vki.at  
www.vki.at | www.konsument.at

### Geschäftsführung

Dr. Josef Kubitschek  
Mag. Dr. Rainer Spenger

### Foto Umschlag

Luca Pape/Shutterstock

### Autoren

Mag. Natalie Oberhollenzer  
Mag. Gernot Schönfeldinger

### Stand

September 2018

### Lektorat

Gerhard Frühholz

### Druck

Holzhausen Druck GmbH,  
2120 Wolkersdorf

### Produktion

Günter Hoy  
Caroline Müllner

### Bestellungen

KONSUMENT Kundenservice  
Mariahilfer Straße 81, A-1060 Wien  
Tel. 01 588 774, Fax 01 588 77-72  
E-Mail: kundenservice@konsument.at

© 2018 Verein für Konsumenteninformation, Wien  
Printed in Austria

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt.

Alle dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Bearbeitung, der Übersetzung, des Nachdruckes, der Entnahme von Abbildungen, der Funksendung, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlages (auch bei nur auszugsweiser Verwertung) vorbehalten. Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Buch sind auch ohne besondere Kennzeichnung im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung nicht als frei zu betrachten. Produkthaftung: Sämtliche Angaben in diesem Fachbuch erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung und Kontrolle ohne Gewähr. Eine Haftung des Autors oder des Verlages aus dem Inhalt dieses Werkes ist ausgeschlossen.

Wir sind bemüht, so weit wie möglich geschlechtsneutrale Formulierungen zu verwenden. Wo uns dies nicht gelingt, gelten die entsprechenden Begriffe im Sinne der Gleichbehandlung grundsätzlich für beide Geschlechter.

### **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Verein für  
Konsumenteninformation  
ISBN 978-3-99013-083-4

€ 19,90

<b>Vorwort Max Schrems</b>	<b>11</b>
<b>Der digitale Sturm</b>	<b>15</b>
Wir stehen erst am Anfang	18
„Offline gehen“ ist keine Option	20
Die gerasterte Gesellschaft	20
Perfide Diskriminierungsmaschinerie	22
<b>Der Wert der Daten</b>	<b>23</b>
Adresspaket zum Sonderpreis	26
Das Privacy Paradox	27
<b>Das große Geschäft</b>	<b>29</b>
Milliarden-Maschinerie Google	32
Treffsichere Werbung	33
Cookies oder: Die Kommerzialisierung des Internets	36
<b>Die Datafizierung aller Lebensbereiche</b>	<b>37</b>
Marketing & Werbung: Wir wissen, was Sie wollen!	39
Facebook's Atlas weiß den Standort	40
Beacons: Minispione im Einkaufszentrum	41
Präzise Schleichwerbung	41
Welchen Customer Lifetime Value haben Sie?	42
Handel: Der maßgeschneiderte Preis	43
Apple-User zahlen mehr	44
Preisdiskriminierung auf neuem Niveau	45
Schöne neue Arbeitswelt	45
Die Maschine vergibt den Job	46
Spiele statt Bewerbungsgespräche	47
Background Checks: Wie gut ist der Ruf?	48
Der optimierte Mitarbeiter	48
Maschinengesteuerte Überwachung	49
Begehrte Gesundheitsdaten	50
Krankheiten, Kosten, Kalkulationen	52
Die „risikoadäquate“ Versicherung	53
Exkurs: Die Vermessung des Selbst	54
Stimmungsmesser, Abnehmhelfer, Schlafoptimierer	54
Wo landen die Daten?	55
Banken- und Kreditwesen: „Alle Daten sind Kreditwürdigkeitsdaten“	56
Bonitätsprüfung von Facebook	57
Die Alleswisser	57
Voller Handyakku = höhere Kreditwürdigkeit	58
Die große Schattenwirtschaft	59
Big Data-Business: Auswahl der Akteure	60
<b>Altbekannte Forschungsinstrumente</b>	<b>73</b>
Die Kundenkarte	75
Mehr aus den Kunden herausholen	75
Die Sache mit dem Spam	76

---

77	Cold Calling: Unerlaubte Telefonwerbung
78	Handyspiele und Apps
79	Lauschsoftware in Kinderspielen
79	Videoüberwachung: Software, die Menschen erkennt
80	Strenge Auflagen in Österreich
80	Drohnen und Dashcams
81	Kfz-Kennzeichenscanning
82	Sicherheitspaket: Staatliche Überwachung nimmt zu
<b>83</b>	<b><u>Die Vernetzung der Welt</u></b>
85	Der smarte Haushalt
86	Das WC nimmt Urinproben, die Zahnbürste petzt an die Versicherung
87	Raffiniertes Spielzeug
87	Der perfektionierte Schlaf
88	Steuerbar = fremdsteuerbar
89	Das „gesundheitliche Level“ permanent im Auge
90	Datenfresser am Handgelenk
90	Der Kontrollfreak im Ohr
91	Ambitionierte „Trinktrainer“
92	Google Glass: Erst mal ein Flop
92	Eyeseer Mannequin: Die spionierende Schaufensterpuppe
93	Vernetzte Autos
94	Gläserne Wägen, rollende PC's
94	Datenschutz-Rechtsverletzungen sind Tür und Tor geöffnet
<b>97</b>	<b><u>Psychographische Segmentierung</u></b>
99	Der Datenskanal rund um Facebook und Cambridge Analytica
99	Maßgeschneiderte Propaganda
101	Soziale Medien als Waffen im Wahlkampf
102	Facebook: ein machtvolles Medium, das nur Plattform sein will
103	Vereinfachung, Polarisierung, Hysterie
103	Ungleichbehandlung und Filterblasen
<b>105</b>	<b><u>Die neue Datenschutz-Grundverordnung</u></b>
107	Die EU in der Vorreiterrolle
107	Die Rechte im Überblick
109	Zweckbindung, Rechtmäßigkeit, Minimalprinzip, Mindestalter
109	Hohe Strafen bei Verstößen
110	Das Recht auf Information
111	Das Recht auf Auskunft
112	Das Recht auf Löschung (Recht auf Vergessenwerden)
114	Das Recht auf Korrektur
114	Das Recht auf Widerspruch gegen die Verarbeitung
115	Das Recht auf Einschränkung der Verarbeitung
115	Das Recht auf Datenübertragbarkeit
116	Die Umsetzung der DSGVO: Der österreichische Weg
117	Die EPrivacy-Verordnung: Konkrete Regeln für Datentransfers
117	Vertrackte Debatte

<b>Anleitungen für mehr Datenschutz</b>	<b>119</b>
Allgemeine Tipps	121
Browser: Sicherer Surfen	124
Tracker in die Schranken weisen	130
Internetsuche anonymisieren	134
Sichere Passwörter	135
Daten lokal verschlüsseln	137
Verschlüsselung in der Cloud	140
Daten sicher löschen	141
Datenkrake Windows 10	144
Eine kleine Sicherheitsvorkehrung	149
<b>Das Lexikon der Datensammler</b>	<b>155</b>
Amazon	157
Amazon Echo	159
Android	160
Apple	161
Booking	163
Chrome	165
eBay	166
Edge	167
Facebook	168
Firefox	170
Gmail	171
GMX	172
Google/Alphabet Inc.	173
Google Home	176
Instagram	176
iOS	177
Microsoft	178
Mjam	179
Netflix	180
Outlook	182
PayPal	182
Runtastic	183
Safari	184
Skype	184
Snapchat	186
Spotify	187
Tinder	189
Twitter	190
Uber	191
Virenschutz-Programme (AVG, Avira, Avast)	192
WhatsApp	193
Yahoo	195
Younow	195
YouTube	197



# Der digitale Sturm

Warum es in der Big Data-Ära keine unwichtigen Daten gibt.

Haben Sie Ihr Handy neben sich am Nachttisch liegen? Reißt Sie Ihr Smartphone-Wecker morgens aus dem Schlaf? Checken Sie oft schon im Bett die aktuellen Wetterwerte und vielleicht auch die E-Mails? Keine Sorge, dann starten Sie wie die meisten von uns in den Tag. Wie selbstverständlich nehmen wir dann unser Handy mit zum Frühstück. Wir werfen einen Blick auf unser liebstes Onlinemedium, auf die Facebook-Timeline und schauen uns das neueste Katzenvideo über WhatsApp an.

GPS, WLAN und sämtliche Mess- und Aufzeichnungsgeräte des Handys haben währenddessen erhoben, wann wir heute aufgewacht sind. Wann wir uns im Haus wohin bewegt haben. Wie schnell wir von A nach B gegangen sind. Welche Nachrichten uns an diesem Morgen interessieren und von wem wir um diese Tageszeit schon E-Mails lesen. Möglicherweise wird auch der Inhalt der E-Mails getrackt. Und dass wir Katzen mögen natürlich auch.

In nur einer halben Stunde unseres alltäglichen Morgenrituals zeichnen Unternehmen wie Google, Apple und eine Reihe in der breiten Öffentlichkeit komplett unbekannter Unternehmen jede Menge Infos über uns auf. Während zu den Anfangszeiten des Computers vergleichsweise kleine Datenschnipsel enorm viel Speicherplatz benötigen haben, wandern heute gigantische Datenmengen auf die Server und Clouds dieser Welt. Etwa alle anderthalb Jahre verdoppelt sich die Menge der gesammelten Daten über uns. Die Entwicklung ist rasant: Die Menge an Daten, die vor zwei Jahrzehnten noch in einem Jahr gesammelt wurde, wird heute an einem Tag produziert.

Kleinste Details über unser Alltägliches werden erhoben, zusammengetragen, analysiert und verwertet. Angefangen von der IP-Adresse, dem Gerätetyp oder den verwendeten Browsern. Wie lange unsere Augen auf einem Bild am Bildschirm verharren oder wir einen Satz lesen. An welcher Stelle im Text sich die Pupillen weiten. Wie wir die Maus bedienen. In welchen Räumen wir uns am liebsten aufhalten. Welche Musik wir hören, welche Filme wir sehen, welche Kaffeemarke oder welche Pizza wir mögen. Wann wir die billige Milch kaufen und wann eher die in Bio-Qualität. An welchen Stellen die Kinder an der Spielekonsole am meisten Spaß haben. Dinge, die uns komplett unwichtig und uninteressant erscheinen mögen. Doch in der Big Data-Welt gibt es keine unerheblichen Daten. Die Masse ist das Entscheidende. Je größer die Menge an winzigen, vermeint-

Eine Explosion  
an Daten

lich belanglosen Nebensächlichkeiten, desto detaillierter ist das digitale Bild, das die Datenfirmen über uns zusammetragen.

Wer meint, dass der ganze Aufwand allein dafür betrieben wird, um uns maßgeschneiderte Werbung im Netz anzuzeigen, den hat die digitale Revolution längst überholt. Denn im Big Data Business geht es nicht nur um passgenaue Reklame.

Es geht darum, jeden Winkel unseres Lebens zu vermessen, zu bewerten, zu kategorisieren, ranken und raten und in produktives Kapital zu verwandeln. Leidet die Person an Asthma? Dann kommt eine Anstellung beim Unternehmen, bei dem sie sich gerade beworben hat, nicht in Betracht. Verdient sie weniger als 2.000 Euro im Monat? Dann wird sie die Raten für das Auto, für das sie sich interessiert, nicht in der gewünschten Zeit abstottern können. Wohnt sie in einer Gegend mit einem besonders hohen Migrantanteil? Dann wird ihr von der Versicherungsgesellschaft die Polizza x statt y angeboten. Oder hat sie einen Apple-Computer? Dann wird sie sich beim geplanten Lissabon-Trip das teure Hotel leisten können.

Eine Heerschar an uns umgebenden so gut wie unsichtbaren Firmen ist damit beschäftigt, uns in bestimmte sozioökonomische Raster einzuordnen. In verschiedene Bewertungsskalen, in denen wir kontinuierlich auf- und absteigen, je nachdem welche kleinen oder großen Angelegenheiten in unserem Leben gerade passieren: Ob wir Kinder bekommen, uns ein besonders teures Fahrrad kaufen oder gerade an einer Depression leiden.

## Wir stehen erst am Anfang

Die surveillance (engl. für Überwachung) ist heute allgegenwärtig geworden. Wissenschaftler sprechen bereits vom postprivaten Zeitalter. Wobei das Phänomen relativ neu ist: Kaum vorstellbar, dass die ersten Smartphones erst vor zehn Jahren auf den Markt gekommen sind! Und heute? Fühlen wir uns irgendwie nicht so recht als Ganzes, wenn wir das Gerät einmal nicht bei uns haben. Ohne Zweifel ist der kleine Supercomputer in unserer Tasche eine der wichtigsten technischen Erfindungen überhaupt. Es erleichtert viele Dinge ungemein. Es verbindet uns mit



Menschen auf der ganzen Welt, verschafft uns überall Zugang zu einem noch nie dagewesenen Wissensschatz, lotst uns, ist Fotoapparat, Terminkalender, Fernseher und noch tausend Dinge mehr. Gleichzeitig ist es der perfekte Spion. Es ist ausgestattet mit Mikrofon, Kamera, Apps und Sensoren. Es ist immer bei uns und wir vertrauen ihm Dinge an, oft Dinge jener Natur, von denen wir nicht einmal möchten, dass unser Partner sie erfährt.

Die Reihe an höchst komfortablen digitalen Dienstleistungen, die wir in Anspruch nehmen, sind nur vermeintlich gratis. In Wahrheit bezahlen wir sie mit unseren Daten. „Daten sind das neue Gold“ oder „Daten sind das neue Öl“, sind Sprüche, die wir wohl schon hundertmal gehört haben. Und dennoch ist uns der Wert der Daten nicht bewusst. Sonst würden wir sie nicht permanent leichtfertig hergeben; oder uns zumindest hin und wieder die Frage stellen, was mit ihnen passiert.

Denn im Moment stehen wir erst am Anfang. Die Ökonomie, das ganze Leben wird künftig ein noch stärker von Daten getriebenes sein. Immer mehr Dinge, die uns umgeben, werden smart. Das Internet of Things (IoT) hat Einzug gehalten. Zu den aktuell beliebtesten Technikanschaffungen zählen die smarten Lautsprecher von Amazon oder Google. Sie machen das Tippen in die Suchmaske der Geräte obsolet, weil sie auf Sprachbefehle reagieren. Auf Anweisung können sie nicht nur Musik abspielen, sondern auch Fragen mit Hilfe des Internets beantworten, Witze erzählen, Milch nachkaufen, die Heizung einschalten oder das Licht dimmen. Je nachdem, welchen Apparat wir an den Lautsprecher dranhängen, werden die Aufgaben vom „System“ übernommen. Vernetzen wir den Lautsprecher irgendwann mit unserer intelligenten Toilette, kann er uns ermahnen, wenn wir am Vorabend ein Glas Wein zu viel getrunken haben oder der Schweinsbraten wieder einmal zu üppig ausgefallen ist.

Das Ziel der Technikfreaks, der komplett vernetzte Haushalt, in dem lästige Tätigkeiten von der Maschine erledigt werden, ist in den meisten Wohnungen zwar noch nicht Wirklichkeit. Doch die Voraussetzungen dafür gibt es bereits. Ein Gros der Gerätschaften ist schon am Markt.

Alles  
wird smart

## „Offline gehen“ ist keine Option

Ein jeder könne ja auch offline gehen. Niemand werde gezwungen, so viel von seinem Leben in der digitalen Sphäre preiszugeben, wird in Diskussionen an dieser Stelle gerne entgegnet. Doch das ist ein Irrglaube. Die Unterscheidung zwischen On- und Offline-Welt ist nämlich genauso überholt wie die Auffassung, dass man in einer modernen Welt ohne Internet auskommt. Ein Leben ohne die Anbindung an das Netz ist heutzutage genauso illusorisch wie ein Leben ohne Strom. Wohl die wenigsten von uns würden auf die vielen Annehmlichkeiten verzichten wollen, die uns die Digitalisierung bietet. Geschweige denn, dass wir in vielen Fällen gar nicht mehr um Online-Services herumkommen.

Außerdem dürfen wir nicht vergessen, dass ebendiese Datenwissenschaft andererseits uns allen permanent dabei hilft, bessere Entscheidungen zu treffen. Bevor wir heute etwas kaufen, einen neuen Job annehmen, den Arzt wechseln oder irgendwo essen gehen – was auch immer wir tun, wir können uns im Netz meist eingehend darüber informieren. Dadurch bleibt uns eine Menge unliebsamer Überraschungen erspart. Nicht nur die Datenfirmen kontrollieren uns, auch wir haben eine neue Form der Kontrolle über unser Leben. Statt diese Entwicklung abzulehnen, sollten wir uns besser alle darum kümmern, wie wir künftig in dieser datengetriebenen Welt leben möchten.

## Die gerasterte Gesellschaft

Viele Mitmenschen blicken mit Sorge auf einen Prozess, der gerade in China im Gange ist. Rund eine Milliarde Menschen benutzen die Chat-App Wechat von Tencent. Über den Dienst, der einst als WhatsApp-Kopie an den Start gegangen ist, wickeln die Chinesen heute eine Menge an Dingen ab. Sie chatten und telefonieren, sie zahlen mit Wechat ihre Rechnungen, vereinbaren Arzttermine und buchen Zugtickets, Reisen und Konzerte. Sie nutzen ihn sogar als digitalen Personalausweis. Rund die Hälfte der Zeit, die chinesische Bürger im Netz verbringen, tummeln sie sich auf Wechat.

In dessen Nutzungsbedingungen steht, dass Tencent die Daten seiner Nutzer „aufbewahrt, preisgibt und heranzieht“ und zwar nicht nur, wenn die Staatsanwaltschaft anklopft. Es genügt auch eine Anfrage der Regierungsbehörde, damit Tencent die Infos herausrückt. Das heißt nichts anderes, als dass der Staat mitliest. Doch die Pläne des Regimes sind weit ambitionierter. Es ist gerade dabei, Systeme zur Gesichtserkennung im großen Stil auszubauen, angefangen bei Türöffner-Systemen bis hin zur Videoüberwachung auf den Straßen. Bis 2020 soll die Videoüberwachung „allgegenwärtig, vollständig vernetzt, immer funktionstüchtig und voll steuerbar“ sein, wie es in offiziellen Dokumenten heißt. Sie soll Data Mining mit Video- und Bildanalyse kombinieren.

Schlimmer noch: Ein Social Credit-System mit Belohnungs- und Bestrafungsmechanismen für alle Bürger Chinas ist geplant. Dabei soll jeder Staatsangehörige ein Persönlichkeitsprofil bekommen, indem er mit Hilfe eines Punkteschemas bewertet werden soll – von seiner Bonität, über seine Online-Aktivitäten bis hin zur „politischen Zuverlässigkeit“. Das Vorhaben, das George Orwell's Vision vom technokratischen Überwachungsstaat schon recht nahekommt, verursacht zu Recht ein beklemmendes Gefühl.

Dabei ist es in unseren Breitengraden gewissermaßen nicht viel anders. Die Überwacher im „Westen“ sind zwar nicht staatlich gelenkt. Doch auch hier existieren flächendeckende Daten über die Bevölkerung. Sie befinden sich in den Händen von Unternehmen, die sich untereinander stark vernetzen und kooperieren. Die diese Daten immer mehr zentralisieren, indem sie diese in Silos zusammenführen. Er herrscht ein reger Wettkampf um die vorderen Plätze im Hoheitsgebiet über unsere Daten. Kommen kleinere Daten-Startups auf den Markt, werden sie schnell von den Großen wie Oracle, Acxiom oder Salesforce geschluckt. IT-Firmen, die es sich leisten können, bringen sich auf dem Gebiet in Stellung. Dazu gehören etwa IBM oder Adobe. Oder der Nachrichtendienst Twitter, der mit Tellapart einen Dienst übernommen hat, der mit seinen Zwischernachrichten nichts zu tun hat. Facebook feilt an seiner Datenhandelsplattform Atlas.

Und während wir früher vorwiegend in Bezug auf unsere Kreditwürdigkeit einem Score (mathematische Verfahren, die helfen, etwas aufgrund von verschiedenen Informationen zu rastern) unterworfen worden

sind, kommt diese Art der Bewertung heute in den vielen Bereichen zum Einsatz. Scoring-Systeme gibt es heute in den absurdesten Feldern, mitunter höchst intime Angelegenheiten betreffend: Wie wahrscheinlich eine Frau zeitnah schwanger werden könne, wie leicht jemand manipulierbar ist, wie groß das Umfeld einer Person ist, das sie beeinflussen kann, oder wie loyal sie ist. Immer dann, wenn sich ein Aspekt unseres Lebens möglicherweise kapitalisieren lässt, sind Algorithmen zur Stelle.

## Perfide Diskriminierungsmaschinerie

Ebendiese Scores dienen als Grundlage dafür, wie die Bevölkerung in gewissen Situationen behandelt wird. Dabei kann es sich um Banalitäten handeln. Zum Beispiel, wie lange jemand in der Telefonleitung eines Möbelhauses auf einen Servicemitarbeiter warten muss. Wissen die Algorithmen, dass es sich um einen Top-Kunden handelt, wird er möglicherweise vorgereicht. Doch diese „Notenspiegel“ spielen auch bei Entscheidungen mit großer Tragweite immer öfter eine Rolle. Wenn etwa bei Bewerbern auf ein Stellenangebot die zunehmend beliebter werdenden „background checks“ durchgeführt werden - oder bei Gerichtsverhandlungen: In den USA ziehen Richter schon jetzt häufig Algorithmen als Berater in der Urteilsfindung hinzu. Es ist eine raffinierte Maschinerie, die unter dem Radar der Öffentlichkeit arbeitet und uns im Kleinen wie im Großen diskriminiert. Eine Masse an unsichtbaren Händen, die ein Stück weit den Umgang mit uns verwaltet und so unserer Erfahrungen kuratiert.

Mit demokratischen Grundwerten wie Gleichheit und Würde haben all diese Verfahrensweisen wenig zu tun. Datenschützer sprechen gar von einer „informationellen Entwürdigung“. Das Gefühl, das Menschen beschleicht, wenn sie erfahren, was Unternehmen über sie wissen, vergleichen sie mit jenem, mit dem Opfer von Wohnungseinbrüchen konfrontiert sind. Für die Betroffenen sei der Verlust von Wertgegenständen oft weit weniger schlimm als ebendieser Schock über den Eingriff in die Privatsphäre.

**A**

Amazon 31, 44, 49, 86, 93, 140, 157  
Amazon Echo 86, 159  
Android 123, 137f, 143f, 160  
Autos 93f, 173  
Apple 124, 126, 137f, 140, 161  
Apple iOS 137, 161, 177, 182, 184, 194  
Apple Safari 184  
Apps ► Virenschutz-Programme  
Avast ► Virenschutz-Programme  
AVG ► Virenschutz-Programme  
Avira ► Virenschutz-Programme

**B**

background checks 48  
Banken 56, 63, 66, 77, 115, 126  
Beacons 41, 146  
Bonitätsprüfungen 21, 57, 161, 169  
Booking.com 163  
Browser 17, 109, 117, 124ff. (► Chrome, Edge, Firefox, Safari)

**C**

Chrome 124, 127  
Clouds 140, 157, 161, 185  
Cold Calling ► Telefonwerbung  
Cookies 34ff, 61, 66, 77, 117, 127ff, 134

**D**

Datenschutz-Grundverordnung der EU 105ff  
Datenschutz-Rechte, Recht auf  
– Information 110  
– Auskunft 111

– Löschung 112  
– Korrektur 114  
– Widerspruch gegen die Verarbeitung 114  
– Einschränkung der Verarbeitung 115  
– Datenübertragbarkeit 115  
Daten, sicher löschen 141  
Dashcams 80  
Diskriminierung, digitale 22, 45  
Drohnen 80  
dynamic pricing 45

**E**

eBay 166  
Edge 124, 127, 129  
E-Privacy-Verordnung 117

**F**

Facebook 40, 57, 99ff, 151f, 168ff, 184, 187ff, 193, 196  
Firefox 124, 127, 170  
Fitnessuhren 50, 54f, 89f, 183

**G**

Gmail 171  
GMX 172  
Google/Alphabet Inc. 17, 19, 32ff, 41, 85f, 92, 114, 134ff, 140, 171ff, 176, 197  
Google Chrome 165  
Google Home 176

**I**

Influencer & Schleichwerbung 42  
Instagram 176

**K**

KfZ-Kennzeichenscanning 81  
Kinder 79f, 87, 153

Kundenkarten 75

**M**

Microsoft 31, 124, 129, 140, 142, 144ff, 167, 178ff, 182, 184, 192  
Microsoft Edge 167  
Microsoft Outlook 182  
Mjam 179  
Mindestalter 109  
Minimalprinzip 109

**N**

Netflix 180

**P**

Passwörter 135  
PayPal 182  
Preisdiskriminierung  
► dynamic pricing  
privacy by design 109  
privacy by default 109  
privacy shield 111

**Q**

Quantified Self 54ff

**R**

Rechte ► Datenschutz-Rechte  
Runtastic 183

**S**

Safari 124, 127, 171, 184  
Schlafoptimierer 54ff  
Segmentierung, psychographische 97, 99, 103  
Sicherheitspaket (österreichisches) 82  
Skype 184  
Smart Home 83ff  
Snapchat 186  
Spam 76, 122, 150  
Spotify 187  
Suche, im Internet  
anonymisieren 134

**T**

Tracker 55, 117, 130ff  
Telefonwerbung, unerlaubte 77  
Tinder 189  
Twitter 21, 70, 190

**U**

Uber 191  
Überwachung 18, 21, 49, 59, 69, 79ff

**V**

Verschlüsselung 137  
Versicherungen 53ff, 86, 94  
Videoüberwachung 79ff  
Virenschutz-Programme 192ff

**W**

Werbung, personalisierte 33ff, 145, 172, 186, 190  
Windows 129, 138, 140f, 144ff, 175, 178ff  
WhatsApp 82, 135, 168, 193ff

**Y**

Yahoo 195  
Younow 195  
YouTube 197

**Z**

Zweckbindung 109

Foto: Katharina Schiffl



**Mag. Natalie Oberhollenzer**

Die freischaffende Journalistin ist auf die Themen Digitalisierung, Datenschutz und Handel spezialisiert. Ist in der Zeit groß geworden, als Wählscheibentelefone durch Schnurlos-Modelle ersetzt wurden und Spielkonsolen und PC's in die Haushalte kamen.



**Mag. Gernot Schönfeldinger**

KONSUMENT-Redakteur und Autor zahlreicher KONSUMENT-Bücher zum Themenbereich Smartphones, Computer und Internet, die sich speziell an Einsteiger und Fortgeschrittene wenden und in verständlicher Sprache Basiswissen vermitteln.

# Handbuch Datenschutz

Ob das Bezahlen im Supermarkt, die Benutzung eines Smartphones oder das Surfen im Web: Viele Aktionen im Alltag sind mit dem Austausch von Daten verbunden. Auch „Gratisdienste“ werden mit persönlichen Daten bezahlt. In der vernetzten Welt fallen Unmengen von Daten an, deren Verwendung für den Einzelnen ein Geheimnis bleibt. Die großen Player wie Google, Facebook und Apple sind bekannt, doch im Hintergrund agiert eine große Zahl an Unternehmen, die Daten sammeln, auswerten und zu Geld machen. Dieses Buch gibt nicht nur Einblick in das Big-Data-Business, sondern motiviert zu einem möglichst sparsamen Umgang mit den eigenen Daten. Es zeigt, wo die Datenkraken in unseren Alltag eingreifen und was man tun kann, um Privatsphäre möglichst zu bewahren.

Verein für Konsumenteninformation, Wien  
[www.vki.at](http://www.vki.at) | [www.konsument.at](http://www.konsument.at)

ISBN 978-3-99013-083-4



€ 19,90

