Telefónica will Bewegungsprofile seiner Kunden verwerten

30. Oktober 2012

Spiegel online

Der Telekommunikationskonzern Telefónica will die Bewegungsprofile seiner Kunden statistisch auswerten und zu Geld machen. Dies soll es Gemeinden und Gewerbe erleichtern, Personenströme vorherzusehen. Ob das Angebot auch in Deutschland eingeführt wird, ist derzeit unklar.

Sie spazieren durch die Stadt, doch weil es zu regnen anfängt, fliehen Sie in ein Einkaufszentrum und flanieren dort ein bisschen durch die Passagen, bevor Sie anschliessend nach Hause fahren. Wie lang Sie dafür gebraucht haben, wissen Sie nicht mehr. Der Telefonanbieter Telefónica hingegen kann die Wege seiner Kunden sekundengenau nachvollziehen - und will dieses Wissen nun zu Geld machen.

Mit "Dynamic Insights" hat das Unternehmen eine Abteilung geschaffen, deren Aufgabe es ist, statistische Daten, wie sie etwa beim Mobilfunk anfallen, für lukrative Geschäfte zu nutzen. Der Telekom-Konzern hat angekündigt bei der Entwicklung von Angeboten auf Basis dieser Daten mit dem Marktforschungs-Institut GfK zusammenzuarbeiten.

Das erste Projekt der neuen Abteilung trägt den Namen "Smart Steps". Es soll ortsbezogene Daten sammeln, anonymisieren - und anschliessend verkaufen. Wie viele Menschen an welchem Tag zu welcher Uhrzeit in einer Einkaufspassage unterwegs waren, kann auf diese Art und Weise rekonstruiert werden. Nützlich können derartige Informationen für die Geschäftsinhaber sein, die damit beispielsweise planen würden, wann sie wie viel Personal brauchen. Durch die Anonymisierung der Daten sollen Rückschlüsse auf einzelne Personen unmöglich gemacht werden.

Einwilligung der Kunden

In einer Mitteilung listet das Unternehmen die Vorteile seines Konzepts auf. Einer davon: Grossstädte könnten anhand solcher ortsbasierten Informationen erkennen, ob und wie viele Menschen zusätzlich in der Innenstadt unterwegs sind, wenn die Geschäfte auch nachts geöffnet sind.

Auf Anfrage teilt Telefónica Deutschland mit, dass es hierzulande "derzeit keine konkreten Pläne gebe, ob und wie ein solches Produkt eingeführt wird". Sollte es aber dazu kommen, werde man sich an die gesetzlichen Richtlinien halten. Das heisst, die Kunden würden über das Vorhaben informiert und gebeten die Einwilligung zur Verarbeitung ihrer Daten abzugeben, heisst es weiter.

Auch Vodafone nutzt anonymisierte Daten

Dass Daten anonymisiert benutzt werden, ist in dieser Form nicht neu. Vodafone beispielsweise übermittelt die Datenspuren von Handys an den Stauprognose-Dienst von TomTom. Dessen

Grundprinzip: Wo sich Handys auf den Strassen kaum bewegen, gibt es ein Problem. Aus den Handy-Zellen-Daten und den GPS-gestützten "Live-Navis" kann man ableiten, mit welchem Durchschnittstempo sich wie viele Fahrzeuge bewegen.

Das Problem bei der Anonymisierung: Je grösser die Datensätze sind, desto schwieriger wird es, die Identität eines einzelnen effektiv zu verschleiern. Wenn beispielsweise nur Name oder Gerätenummer durch Pseudonyme ersetzt werden, könnte anhand der Bewegungsmuster erkennbar sein, wo ein Nutzer arbeitet, lebt, wann und wo er Urlaub macht. Im Einzelfall können diese Informationen ausreichen, um einer Person letztlich auch einen Namen zuzuordnen.