Schaufensterpuppen spionieren Kunden aus

22. November 2012

Mehrere Modeketten spionieren ihre Kunden offenbar mit Hilfe von Schaufensterpuppen aus. In den Puppenaugen sei eine Videokamera installiert. Eine Gesichtserkennungssoftware stellt anhand der Bilder Alter, Geschlecht und Ethnie der Kunden fest und wertet sie statistisch aus. Seitens der Datenschützer ist klar, dass eine solche Puppe in der Schweiz nur unter Auflagen eingesetzt werden könnte.

Der Überwachungs-Einsatz der Puppen soll die Verkäufe steigern. Die Modefirmen würden so ihre Auslagen und ihr Personal gezielter an die Kundschaft anpassen, heisst es in einem Bericht der «Berliner Zeitung». Hersteller des sogenannten «EyeSee-Mannequins» ist das italienische Unternehmen Almax.

Almax-Geschäftsleiter Max Catanese sagte zur Zeitung, in Europa und den USA würden vor allem Modeketten mit grossen Filialen bereits mit den Überwachungspuppen arbeiten. Er verhandle derzeit mit mehreren grossen Modeketten über einen flächendeckenden Einsatz.

Keine Angaben zu Schweiz

Seit Dezember 2011 habe Almax mehrere Dutzend Exemplare der 4000 Euro teuren Puppen ausgeliefert. Noch einmal so viele seien bestellt.

Eine Speicherung des Bildmaterials selbst ist nicht vorgesehen. Laut «Bloomberg» plant Almax zukünftige Modelle auch mit einem intelligenten Mikrofon auszustatten, das Konversationen in seinem Umfeld nach bestimmten Schlüsselwörtern durchsucht.

Ob «EyeSee-Mannequins» auch in die Schweiz verkauft wurden, wollte Catanese nicht sagen. Das Unternehmen, das hauptsächlich ganz gewöhnliche Schaufensterpuppen verkaufe, habe aber auch hierzulande Kunden.

Bedenken wegen Datenschutz

Datenschutzrechtliche Bedenken hat der Hersteller nicht. «Natürlich werden einige Kunden den Gedanken zunächst unangenehm finden, von den Puppen beobachtet zu werden», sagt Max Catanese.

Doch dazu gebe es keinen Grund. «Wir werden doch ohnehin im öffentlichen Raum permanent beobachtet - und die Puppen rufen ja nicht meine Freundin an, wenn ich an einem Geschäft vorbei gehe.» Die Kunden interessierten sich schliesslich nicht für individuelle Personen, sondern für verallgemeinerte Daten.

Der Einsatz von Kameras, die das Kaufverhalten analysieren, könnte allerdings gegen das Schweizer Gesetz verstossen. Wichtig sei in jedem Fall eine klare und transparente Information an die Kunden vor Betreten des überwachten Raumes, sagt Eliane Schmid, Sprecherin des eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten, zu «SF Online». Die

Modeketten müssten die Kundschaft mit grossen Schildern am Eingang aufklären, dass sie gefilmt werden. «Der Kunde kann dann selbst entscheiden, ob er in den Laden geht oder nicht», sagt Schmid.

Weiter sei zentral, wie die Daten ausgewertet werden, Solange wirklich nur gewisse Merkmale des Kundenverhaltens statistisch ausgewertet werden, ist dies legal. «Werden die Daten jedoch personenbezogen ausgewertet, muss der Kunde explizit eingewilligt haben.»

Auch das Aufzeichnen der Gespräche der Kunden ist nicht gesetzeskonform. Wer ein fremdes nicht-öffentliches Gespräch heimlich ohne die Einwilligung aller daran Beteiligten abhört oder aufnimmt, macht sich laut Strafgesetzbuch strafbar.