Wo Du bist, zeigt wer Du bist – Geolokalisierung

2

Der Begriff Geolokalisierung (Geo-Targeting, Geo-Location) beschreibt den technischen Vorgang der geografischen Lokalisation von Nutzern und Geräten im Internet (Hoeren 2008). Besonders genau ist hierbei durch die Auswertung der Funkzelle und Anwendung von GPS die Standortbestimmung von mobile devices. Die Standortbestimmung von herkömmlichen Rechnern ist dagegen etwas komplizierter und im Ergebnis auch weniger genau. Die Anbieter von Lokalisierungsmethoden verfeinern ihre Analyse-Tools jedoch immer mehr, sodass zukünftig für Marketingzwecke sehr genaues Datenmaterial zur Verfügung stehen wird.

Grundsätzlich gibt es verschiedene Methoden zur Geolokalisierung von Rechnern, die meistens kombiniert angewandt werden. Vor allem werden Rückschlüsse aus der IP-Adresse gezogen, der Weg des Datenpakets vom Absender zum Empfänger verfolgt (Tracing) und Antwortzeiten der Server ausgewertet (Hoeren 2008). Eine Auswertung dieser Daten ermöglicht eine Standortbestimmung, die recht genau ist und einen Rechner jedenfalls einer bestimmten Region oder sogar Stadt zuordnen kann.

Online-Händler können sich diese Informationen insbesondere zur Bewerbung Ihrer Artikel nutzbar machen. So kann ein Restaurant in Berlin dafür sorgen, dass seine Werbung, insbesondere solche auf Drittseiten, nur aufgerufen wird, wenn der beworbene Internetuser auch aus Berlin kommt.

Dass die Ortung von Einzelpersonen oder Rückschlüsse auf seinen persönlichen Standort nicht unproblematisch sein können, drängt sich vermutlich jedem auf. Wer möchte schon ständig beobachtet werden oder gar wissen, dass ein komplettes Bewegungsmuster über ihn erstellt wird?

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

P. Lotz, *E-Commerce und Datenschutzrecht im Konflikt,* essentials,
DOI 10.1007/978-3-658-14161-5_2

Fahndungsmethoden – wie die Funkzellenfahndung – bedürfen daher einer gesetzlichen Grundlage (§ 100 i StPO). Im privatrechtlichen Bereich regelt daneben § 98 TMG, in welchen Fällen und unter welchen Bedingungen Standortdaten verwendet werden dürfen.

Die Ortung von Personen im Rahmen von Apps (Smartphone-Applications) bedarf der ausdrücklichen Einwilligung des Nutzers. Dieses schon vor dem Hintergrund, dass gerade im Rahmen von Apps, die Standortdaten mit persönlichen Daten in Verbindung gebracht werden können und teilweise auch sollen. Vor allem bei den privaten Diensten zeigt sich das gewandelte Bewusstsein der Verbraucher. Während die Funkzellenfahndung durch Ermittlungsbehörden den unangenehmen Beigeschmack eines Big Brothers hat, entschließen sich viele und vor allem junge Nutzer ganz freiwillig dazu, dass ihre Standortdaten an Freunde übermittelt werden oder an Unternehmen, um Empfehlungen (z. B. Restaurant, Post, Arzt in der Nähe) zu erhalten. Teilweise wird sogar die Zustimmung dafür erteilt, dass Standortdaten neben anderen persönlichen Daten an völlig unbekannte Personen übermittelt werden (z. B. bei Dating-Apps).

Die Einwilligung in die Verwendung und Übermittlung von Standortdaten lässt sich über Apps mittlerweile gut organisieren. Die gängigen Betriebssysteme sehen für App-Entwickler Bausteine vor, die eingeblendet werden können, einen Button für die Einwilligung vorhalten und auch den Hinweis enthalten, dass die Einwilligung über die Einstellungen des Smartphones jeder Zeit widerrufen werden kann.

Im Falle der Geolokalisierung von Rechnern ist die Situation wiederum etwas komplizierter. Es gibt zwar zwischenzeitig Internetangebote, die explizit nach einer Erlaubnis der Verwendung von Standortdaten fragen, jedoch ist dieses – soweit ersichtlich – eher die Ausnahme. Meistens findet die Geolokalisierung im Rahmen des Webtrackings statt, ohne dass eine explizite Einwilligung des Internetusers hierzu eingeholt wird. Dennoch werden Daten durch den Nutzer erhoben, und zwar vor allem auch die IP-Adresse, die – wie bereits aufgezeigt – als personenbezogenes Datum, insbesondere durch die Aufsichtsbehörden verstanden wird.

Für eine Geolokalisierung gilt daher dem Grunde nach das gleiche, wie beim Webtracking. Die Anwendung von Geolokalisierung bedarf einer eindeutigen und informierten Einwilligung des Nutzers Wenn diese nicht eingeholt wird, dann gelten auch hier die Grundsätze des § 15 Abs. 3 TMG. Es bedürfen demnach für die Standortbestimmung nur gekürzte IP-Adressen erhoben und vor allem übermittelt werden, der Internetuser ist darüber aufzuklären, dass ihm ein Widerspruchsrecht zusteht, Löschungsbegehren von Altdaten sind zu beachten. Auch im Falle der Geolokalisierung ist – je nach Anbieter und Lösung – an den Abschluss eines Vertrages über die Auftragsdatenverarbeitung zu denken.

Abschließend soll insbesondere solchen Anbietern, deren Geschäftsmodell wesentlich auf die Geolokalisierung aufbaut (z. B. Plattformen mit lokalen Freizeitempfehlungen), die Empfehlung mitgeben werden, sich Gedanken über das „Einwilligungsmodell“ zu machen. Kombiniert mit einer sehr genauen und treffenden Information über den Zweck der Datenverarbeitung, ist dieses die sicherste Lösung sich im rechtskonformen Bereich zu bewegen. Letztlich wird diese Vorgehensweise auch dem Verständnis des Verbrauchers gerecht, der sich auf diese Weise frei entscheiden kann, ob er in das „Big Brother Haus“ einziehen möchte oder nicht.

http://www.springer.com/978-3-658-14160-8

E-Commerce und Datenschutzrecht im Konflikt
HMD Best Paper Award 2015
Lotz, P.
2016, IX, 17 S., Softcover
ISBN: 978-3-658-14160-8