

Privatsphäre in moderner Online-Werbung

Positive Effekte der EU-DSGVO für Bürger

Autoren: Tobias Urban, Norbert Pohlmann

Problemstellung

In der modernen Online-Werbung wird diese passend für ein Ziel-Publikum erstellt. Dazu versuchen Werbefirmen die Interessen der Internetnutzer zu lernen, um so Werbung für genau diese Interessen anzeigen zu können. Für die Erstellung dieser Profile werden unterschiedliche private Daten (z.B. besuchte Webseiten, genutzte Geräte, Standort, etc.) gesammelt und verarbeitet. Die Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) hat sich zum Ziel gesetzt, den Schutz der Privatsphäre aller EU-Bürger zu stärken. Unter anderem müssen Firmen transparent angeben welche Daten gesammelt werden, wieso diese gesammelt werden und mit wem diese geteilt werden.

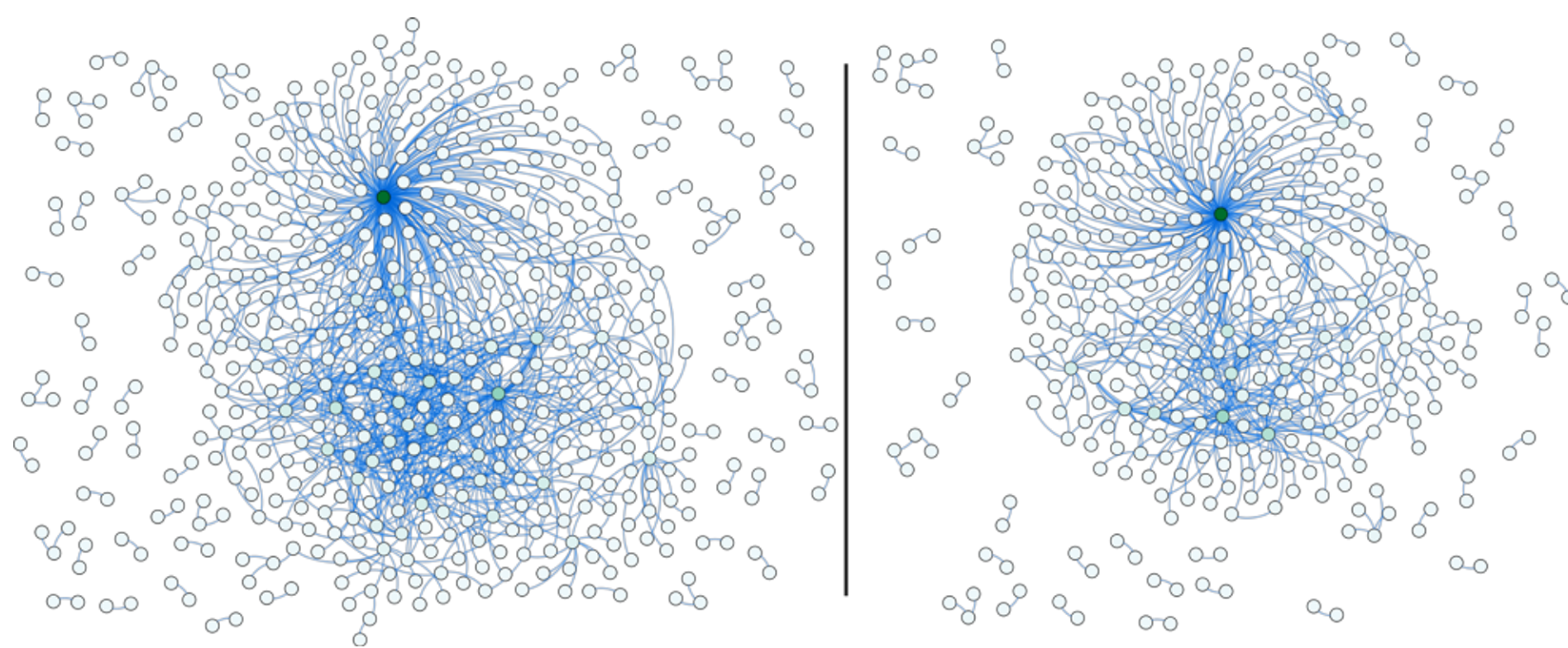


Abb. 1: Messung zur Änderung zum Teilen privater Daten vor (links) und nach (rechts) Einführung der EU-DSGVO. Die Knoten repräsentieren Firmen und die blauen Kanten zeigen die Verbindungen zwischen den Firmen, die private Daten übermitteln.

Das Institut für Internet-Sicherheit | if(is) erforscht den Einfluss der EU-DSGVO auf die Online-Werbeindustrie. Beispielsweise wurde der Einfluss auf das Teilen von privaten Daten untersucht. Es konnte ermittelt werden, dass die EU-DSGVO das Teilen der privaten Daten statistisch signifikant verringert hat. Die Forschungen haben gezeigt, dass insgesamt weniger Firmen an dem Teilen von Daten teilnehmen und auch die Verbindungen zwischen den Firmen um ca. 40% sinkt.

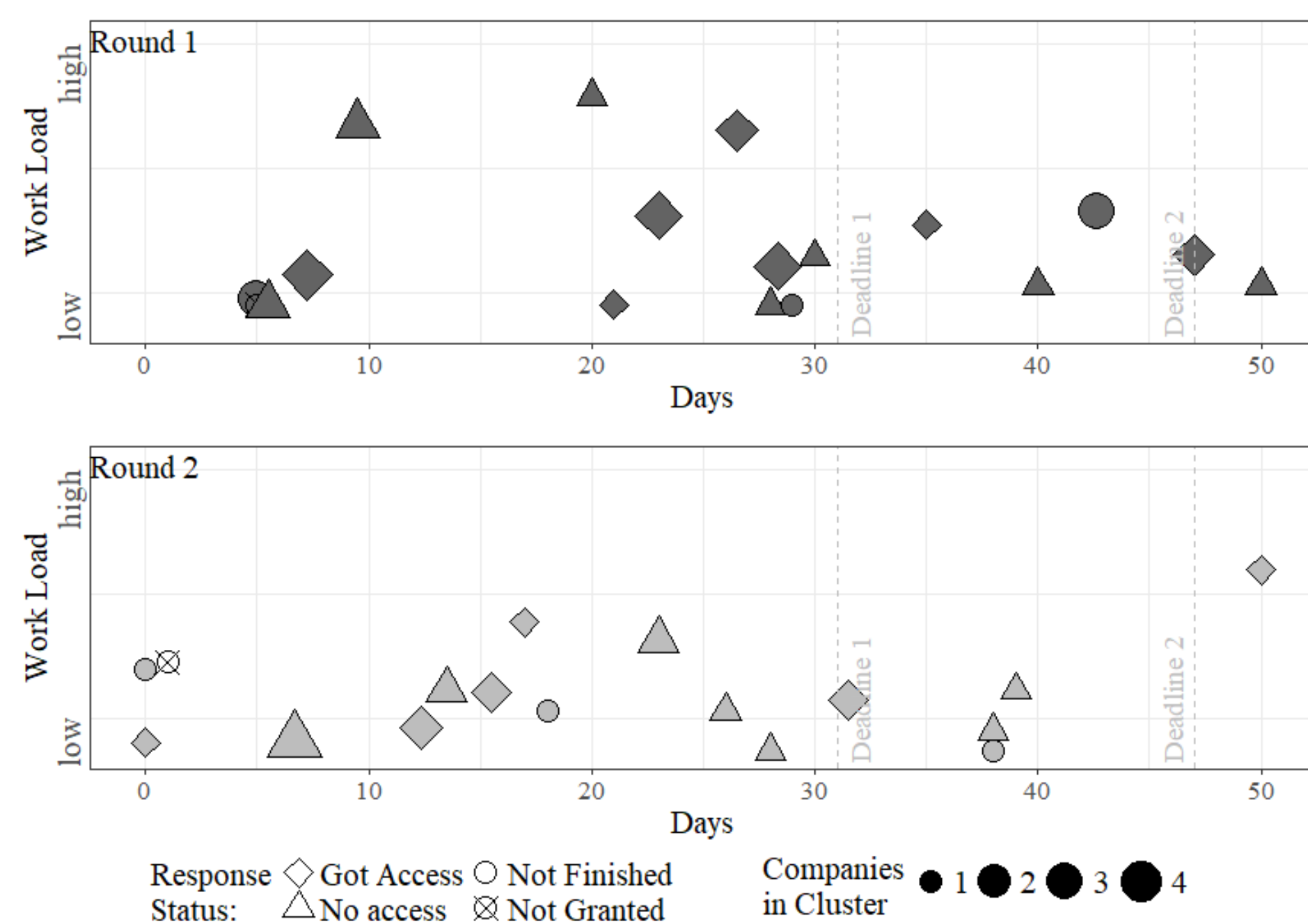


Abb. 2: Aufwand, von dem „Right of Access“ Gebrauch zu machen: Zweimal (in einem Abstand von 4 Monaten) Anfragen zum Zugriff auf unsere persönlichen Daten gestellt. Die jeweiligen Symbole geben an, ob die Anfrage erfolgreich war. Es ist zu erkennen, dass der zeitliche (x-Achse) und der Arbeitsaufwand (Y-Achse) zwischen den Firmen stark variiert.

Die EU-DSGVO gibt Bürgern die Möglichkeit, alle privaten Daten, die eine Firma gesammelt hat, einzusehen („Right of Access“). Nach einer Anfrage haben Firmen 30 Tage Zeit, diese Daten dem Nutzer zur Verfügung zu stellen. In Forschungsarbeiten wollten wir testen, in welchem Umfang dieses Recht genutzt werden kann und haben gezeigt, dass manche Firmen den Prozess schwierig gestalten, zu lange brauchen oder gar nicht antworten.

Diese Arbeit wird von dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Förderkennzeichen: 005-1703-0021, MEwM) unterstützt.

Ministerium für
Kultur und Wissenschaft
des Landes Nordrhein-Westfalen



Kontakt

Institutsleitung
Prof. Dr. (TU NN) Norbert Pohlmann
pohlmann@internet-sicherheit.de
Tel.: +49 209 9596 – 515

Tobias Urban, M.Sc.
urban@internet-sicherheit.de
Tel.: +49 209 9596 – 816



Westfälische Hochschule
Fachbereich Informatik und Kommunikation
Institut für Internet-Sicherheit
www.internet-sicherheit.de