



Private Daten sammeln, verknüpfen und verwerten: Hintergründe und ausgewählte Quellen zu den Spiel- Inhalten von „Data Dealer“

© 2012 CC-BY-SA 3.0

Ivan Averintsev, Wolfie Christl, Pascale Osterwalder, Ralf Traunsteiner
(www.datadealer.net/credits)

Wien, 24. März 2012

Inhaltsverzeichnis

1. Inhaltliche Ausrichtung des Spiels.....	3
» Personenbezogene Daten im digitalen Zeitalter.....	3
» Inhaltliche Prämissen: Problematiken, Risiken und Gefahren.....	3
» Post Privacy?.....	4
» Fazit: Vermittlung von Basiswissen ohne Zeigefinger.....	5
2. Ausgewählte Quellen und Links zu den Spielinhalten.....	6
» Daten-GAU: Von Hacks und verlorenen Laptops.....	6
» Sony Playstation Hack: 77 Millionen Personendatensätze.....	6
» Korrupte Beamte: Bonitätsdaten am Schwarzmarkt:.....	6
» Vom Überwachungsstaat zur Scoringgesellschaft.....	7
» Versicherungen als Vorreiter.....	8
» Die US-Firma Choicepoint als Steilvorlage für unser Spiel.....	9
» Steilvorlage 2: Das US-Startup-Unternehmen „RapLeaf“	9
» Adresshändler als Öl-Multis des Informationszeitalters.....	10
» Bonitätsfalle: Kein Handyvertrag für Marco Friedersdorf.....	10
» Adresshandel durch die Deutsche Post.....	10
» Facebook, Google & Co: Datensammeln als Geschäftsmodell.....	11
» Vorwurf: Easycash wollte mit EC-Karten-Daten handeln.....	11
Über Data Dealer: Idee & Links.....	12

Links

Website mit Trailer und Demo-Version:
<http://www.datadealer.net>

Data Dealer auf Facebook:
<http://facebook.com/datadealer>

Pressebereich:
<http://www.datadealer.net/presse>

Englischsprachige Landing Page:
<http://www.datadealer.net/english>

1. Inhaltliche Ausrichtung des Spiels

Durch die rasante Entwicklung der Informations- und Kommunikationstechnologien dringen Erfassung, Verarbeitung und Speicherung personenbezogener digitaler Daten immer mehr in alle Lebensbereiche vor. Die Widersprüche zwischen ökonomischen und politischen Interessen auf der einen Seite und dem Recht auf informationeller Selbstbestimmung auf der anderen Seite wird immer virulenter.

» Personenbezogene Daten im digitalen Zeitalter

Personendaten werden heute in einem Ausmaß digital gesammelt, gespeichert, verarbeitet, verknüpft und genutzt, das allein durch die zeitgenössischen technischen Möglichkeiten die Erfassung von Personendaten seitens vieler staatlicher Überwachungs-Regime der Vergangenheit völlig in den Schatten stellt.

Unter Stichwörtern wie „Data Mining“ oder „Information Retrieval“ werden Technologien entwickelt und eingesetzt, mit deren Hilfe durch automatisierte Verknüpfung, semantische Intelligenz, statistisch-mathematischen Modellen und Graphen- bzw. Netzwerktheorie aus großen Mengen scheinbar „unwichtiger“ Daten relevante Informationen extrahiert werden können.

» Inhaltliche Prämissen: Problematiken, Risiken und Gefahren

Folgende Problematiken, Risiken und Gefahren bilden die inhaltlichen Prämissen für das Game Design von „Data Dealer“:

„Kontrollverlust“: Einmal digital erfasste, gespeicherte bzw. veröffentlichte Daten lassen sich in den meisten Fällen von den betroffenen Individuen nicht mehr wieder entfernen.

Individuelles Risiko: Die unkontrollierte Weitergabe sensibler persönlicher Informationen wie der politischen Meinung, der ethischen Herkunft, der religiösen Überzeugung, dem Sexualleben oder etwa psychischer Krankheiten kann selbst in einer aufgeklärt-liberalen Gesellschaft großen Schaden für einzelne Individuen anrichten.

Kommerzielle Interessen: Es ist längst nicht mehr nur der Staat, der umfassende Daten über die Bevölkerung sammelt und nutzt bzw. missbraucht. Es gibt umfangreiche kommerzielle Nutzungsmöglichkeiten für Personendaten, viele Geschäftsmodelle im Zeitalter des „Web 2.0“ basieren ausschließlich auf der Akkumulation und Verwertung von Personendaten.

Kunden-Profilung und Scoring: Dazu sind heute in vielen wirtschaftlichen Bereichen Scoring-Modelle auf dem Vormarsch. Nach dem lang existierenden Vorbild von Bonitäts-

Bewertungen werden dabei Individuen auf Basis verschiedener Personendaten/Indikatoren mehr oder weniger zuverlässig automatisiert bewertet und sortiert. Das ist schon lange nicht mehr nur bei Banken oder Versicherungen üblich, sondern in immer mehr B2C-Bereichen. Dabei entsteht eine gewaltige Asymmetrie zwischen einzelnen Individuen und großen Unternehmen bzw. Institutionen, die mit großem technischen Einsatz ohne deren Wissen personenbezogene Daten verwalten, verarbeiten und transferieren.

Scoring und Social Web: Die riesigen Datenmengen von Suchmaschinen oder Social Networks werden heute hauptsächlich „nur“ zum Kunden-Profilung für Marketing-Zwecke eingesetzt. In naher Zukunft können diese Daten aus dem „Web 2.0“ mit Sicherheit auch für Scoring-Zwecke eingesetzt werden.

Privat und Staat: Besonders gefährlich für die Grundrechte wird es dort, wo staatlicher Zugriff auf privat gesammelte Daten erfolgt bzw. Kommunikations-Dienstleister etwa im Rahmen von Vorratsdatenspeicherung und anderen Gesetzen verpflichtet werden, Staat oder Justiz den Zugriff auf ihre gesammelten Daten zu ermöglichen.

Fehlerhafte/veraltete Daten: Es befinden sich viele fehlerhafte/veraltete Personendaten im Umlauf, die von den betroffenen Individuen nur schwer korrigiert werden können, da sie gar nicht darüber informiert werden. Dies ist gerade in Verbindung mit kommerziellen Scoring-Modellen ein massives Problem (z.B. permanenter Eintrag in „schwarzen Listen“ nach einem einzige Inkasso nach einer zu spät bezahlten Rechnung).

Systemimmanente Missbrauchs-Risiken: Überall dort, wo eine größere Menge an Personendaten verwaltet wird, besteht die Gefahr des Missbrauchs. Einerseits werden Daten (halb)legal und bewusst von Unternehmen und staatlichen Institutionen missbraucht, andererseits besteht permanent das Risiko des ungewollten Missbrauchs – etwa durch illoyale MitarbeiterInnen, Schlamperei, Sicherheitslücken bis hin zu Angriffen von Außen (Social Engineering, „Hacks“).

Identitätsdiebstahl: Neben Namen, Geburtsdaten, Sozialversicherungs-nummern, KFZ-Kennzeichen und Unterschriften werden immer mehr biologisch-körperliche Merkmale wie Fingerabdrücke, Iris-Scans oder Gesichts-Vektoren zur Identitätsfeststellung genutzt. Diese Merkmale sind unveränderlich. Kommen die auf diese Merkmale bezogenen Daten in falsche Hände, haben betroffene Individuen ein Problem auf Lebenszeit.

» Post Privacy?

Diesen Problematiken, Risiken und Gefahren steht gegenüber, dass heute viele Menschen ihre persönlichen Daten nicht nur freiwillig, sondern sogar mit Begeisterung an Unternehmen geben, deren einziges Geschäftsmodell in der Verwertung dieser Daten

besteht. Altmodische „Anreize“ wie Gewinne, Verbilligungen bzw. Kostenlosigkeit spielen dabei zum Teil eine Rolle, im Mittelpunkt steht das verständliche Begehren, die großartigen neuen kommunikativen Möglichkeiten des digitalen Zeitalters zu nutzen - vom Social Network „Facebook“ über die zahlreichen Services des Suchmaschinen-Monopolisten „Google“ bis hin zu mobilen Services, die mit Standort-Daten operieren oder Fitness-Apps, die Körper- und Gesundheitswerte aufzeichnen.

Das optimistische Szenario der sogenannten „Post Privacy“ Bewegung halten wir für naiv. Eine „gleichberechtigte“ Transparenz zwischen Individuen auf der einen Seite und großen Konzernen bzw. staatlichen Institutionen auf der anderen Seite ist weder gegeben noch absehbar, im Gegenteil.

Zusammenfassend speist sich unser thematischer Zugang aus dem alten Paradigma der „Hacktivism“-Bewegung:

- **„Freedom of Information vs. Protection of Privacy“**
oder:
- **„Private Daten schützen, öffentliche Daten nützen“**
(Chaos Computer Club)

» **Fazit: Vermittlung von Basiswissen ohne Zeigefinger**

Mit dem Spiel „Data Dealer“ wollen und können wir aber keine durchdachten Gestaltungsvorschläge für die Zukunft anbieten, sondern uns auf Sensibilisierung und Vermittlung einiger weniger thematischen Aspekte beschränken. Unser Ziel ist es, Basiswissen aus dem Feld der Daten-Ökonomie zu vermitteln und absteigend nach Priorität in etwa folgendes zu erzählen:

- Welche personenbezogenen Daten, Merkmale und Eigenschaften gibt es überhaupt? Den meisten Menschen fällt dazu auf Anhieb nur sehr wenig ein.
- Wer sammelt welche personenbezogenen Daten aus welchem Interesse?
- Wozu lassen sich diese Daten nutzen und welche Auswirkungen kann das auf einzelne Individuen haben?

Das Spiel ist nicht als „Serious Game“ bzw. „Educational Game“ positioniert. Diese Fragen sollen nicht aufdringlich beantwortet werden, sondern eher beiläufig und ohne Zeigefinger im Laufe des Spiels vermittelt werden. Durch den Wechsel in die Perspektive eines Daten-Händlers können die Motivationen und Interessen der Datensammler einmal von der anderen Seite erfahren werden.

2. Ausgewählte Quellen und Links zu den Spielinhalten

Auf den folgenden Seiten haben wir einige Quellen und Links zusammengestellt, die sich im Lauf von Recherchen und Entwicklung von „Data Dealer“ als besonders interessant herausgestellt haben.

» **Daten-GAU: Von Hacks und verlorenen Laptops**

Wo viele Daten digital gespeichert werden, besteht auch die Gefahr des Missbrauchs. Die DataLossDB ist ein eindrucksvolles Forschungsprojekt, das sich der globalen Dokumentation von Daten-GAUs verschrieben hat. 2011 gibts 906 Einträge, heute schon 315 - von kleineren Datenverlusten bis zum Super-GAU mit 150 Millionen verlorenen Personen-Datensätzen.

- **DataLossDB**

DataLossDB is a research project aimed at documenting known and reported data loss incidents world-wide.

<http://datalossdb.org/>

» **Sony Playstation Hack: 77 Millionen Personendatensätze**

Wo viele Daten digital gespeichert werden, besteht auch die Gefahr des Missbrauchs. Diese alte Weisheit hat sich beim sogenannten „Sony Playstation Hack“ wieder einmal eindrucksvoll bestätigt. 77 Millionen Personendatensätze, inklusive Name, Adresse, Land, Emailadresse, Geburtsdatum sowie Playstation Network Login und Passwort und wahrscheinlich auch Kreditkartennummer - das würde wohl einen unserer Game Data Dealer ganz schön nach vorn bringen.

- **Sony Online Entertainment PlayStation Network Hack Timeline**

Übersichtliche Zusammenfassung und Visualisierung dieses Daten-GAUs

<http://www.mindmeister.com/de/95437261/sony-online-entertainment-playstation-network-hack-timeline>

» Korrupte Beamte: Bonitätsdaten am Schwarzmarkt:

Im Jahr 2011 kam in Österreich ein Fall an die Öffentlichkeit, der als Vorbild für den „Gerichtsvollzieher“ am Schwarzmarkt dient:

- **23 Beamte unter Verdacht**

(Der Standard, 03.03.2011)

Die Justiz prüft, ob Beamte geschmiert wurden, damit sie Daten über gepfändete Bürger an Auskunftsdienste weitergeben.

<http://derstandard.at/1297819489111/Korruption-in-der-Justiz-23-Beamte-unter-Verdacht>

» Vom Überwachungsstaat zur Scoringgesellschaft

Falscher Wohnort, falscher Vorname? Pech gehabt! Dazu ist ein guter Artikel in der "Welt" erschienen (siehe unten). Es geht um aktuelle Entwicklungen in der Welt der Bonitätsdatenhändler und Kreditauskunfteien. Dieser Sektor gehört neben der Versicherungswirtschaft wohl zur Avantgarde beim Kunden-Scoring. Doch woher kommen die Informationen, aufgrund derer Kredite oder Ratenzahlungen genehmigt oder abgelehnt werden? Woraus werden die Scores berechnet, die inzwischen die Basis für die Entscheidung von allerlei Unternehmen dafür sind, ob sie überhaupt ein Geschäft mit einer Privatperson abschließen bzw. mit welcher Priorität die Kunden behandelt werden?

Dazu die Auskunft einer der Scoring-Agenturen: sie verwenden beispielsweise "Informationen aus Ihrem Wohnumfeld, wie z. B. Zahlungsverhalten in Ihrem Wohnumfeld; Soziodemographische Daten, wie z. B. Ihr Alter, welches wir - soweit Sie im Rahmen des Geschäftsvorfalles Ihr Geburtsdatum nicht angegeben haben - auf Basis Ihres Vornamens schätzen oder Ihr Geschlecht; Ihre Anschrift, z. B. zur Ermittlung Ihrer Wohndauer."

Vergleichsweise plumpe Methoden wie Geo-Scoring lassen erahnen, wohin die Reise gehen könnte, sobald diese Firmen einmal in der Lage sind, all die verstreuten Daten über Individuen im Web zusammenzuführen und sinnvoll zu verarbeiten. Dass derartige Scoring-Methoden für Einzelne völlig intransparent sind, dazu ungenau und fehlerbehaftet, ist nur eine Seite der Medaille. Der Wohnort läßt sich wechseln. Einmal digital erfasste Interessensprofile, Friends-Netzwerke und andere im Web veröffentlichte Info-Splitter bleiben erhalten.

Für Technologien wie Geo-Scoring wird natürlich abseits der individuellen Wohnadressen auch eine Datenbasis benötigt. Die liefert beispielsweise das deutsche Unternehmen infas geodaten. In deren Marktdaten-Katalog findet sich eine umfangreiche Übersicht zu möglichen Kriterien, siehe insbesondere das Kapitel "Wohnumfeld".

Das Prinzip des Scoring werden wir besonders zentral in unser Spiel integrieren. Neben einem Bonitäts-Score wären etwa ein Arbeitsfähigkeits-Score (zuverlässig, loyal, fleissig,

konformistisch, nicht kriminell, keine Schulden), ein Gesundheits-Score (Alter, gesunder Lebenswandel, keine chronischen Krankheiten, guter sozialer Status) oder sogar ein Gesamt-Score (Person ist für kommerzielle und sonstige Transaktionen okay oder nicht okay) denkbar. Im Spiel heisst das dann natürlich nicht "Gesundheits-Score" oder "Arbeitsfähigkeits-Score", sondern "Krüppel-Score" und "Lohnsklaven-Score".

- **Wer am falschen Ort wohnt, bekommt keinen Kredit**

(Die Welt, 24.04.2011)

Die Daten von Kreditauskunfteien führen oft zu falschen Schlüssen über die Bonität. Verbraucherschützer warnen vor dramatischen Folgen.

<http://www.welt.de/finanzen/verbraucher/article13255357/Wer-am-falschen-Ort-wohnt-bekommt-keinen-Kredit.html>

- **Vom Überwachungsstaat zur Scoringgesellschaft**

(Hannes Zeger, 09.04.2009)

Nicht die Angst vor dem Terrorismus, sondern der Wunsch Grund- und Freiheitsrechte zu zerstören treibt unsere Gesellschaft. Zählen und Auflisten bieten Orientierung in einer unübersichtlichen Welt und beruhigen. In Zukunft zählen nur mehr jene Subjekte, die als kreditwürdig genug bewertet wurden, um am gesellschaftlichen Leben teilzunehmen.

http://www2.argedaten.at/php/cms_monitor.php?q=PUB-TEXT-ARGEDATEN&s=85634xyv

- **Wikipedia über „Geoscoring“:**

<http://de.wikipedia.org/wiki/Geoscoring>

» Versicherungen als Scoring-Vorreiter

Neben Banken zählen Versicherungen zur Avantgarde des Scoring: „Was viele Versicherte nicht wissen: Auch die Versicherungswirtschaft verfügt über eine riesige Zentraldatei für Kundendaten. Ähnlich wie bei der Schufa des Kreditgewerbes gibt das Hinweis- und Informationssystem der Versicherer Auskunft über das Schadensrisiko von Kunden. Etwa 1,8 Millionen Einträge veranlassen die Versicherer pro Jahr über ihre Kunden. Die erfahren davon nichts. Wer mit einem negativen Eintrag gespeichert ist, bekommt unter Umständen gar keinen Versicherungsschutz oder erhält ihn nur zu deutlich schlechteren Bedingungen.“

- **Kundendaten von Versicherten: Speichern ohne Kontrolle**

(Stiftung Warentest, 22.07.2007)

Was viele Versicherte nicht wissen: Auch die Versicherungswirtschaft verfügt über eine riesige Zentraldatei für Kundendaten.

<http://www.test.de/themen/versicherung-vorsorge/meldung/Kundendaten-von-Versicherten-Speichern-ohne-Kontrolle-1559457-2559457/>

- **Wikipedia über das „Hinweis- und Informationssystem“ der deutschen Versicherungswirtschaft:**

<http://de.wikipedia.org/wiki/Uniwagnis>

» Die US-Firma Choicepoint als Steilvorlage für unser Spiel

Als die Idee zu unserem Spiel geboren wurde, hatten wir nicht geahnt, dass es sowas wie Choicepoint in dieser Dimension wirklich gibt. Oder gab, denn die Firma wurde inzwischen vom Rechtsinformations-Anbieter LexisNexis gekauft und existiert daher in der Form nicht mehr. Wie ein Artikel in der "Zeit" (siehe unten) sehr schön zusammenfasst: Choicepoint hat nicht nur umfassende Basisdaten von Einzelpersonen akkumuliert, sondern auch Autoregistrierungen, Vorstrafen, Kreditdaten, Drogentests, Kaufgewohnheiten, Zeitungsabonnements, Aktienportfolios, teilweise sogar DNA-Profile. Das Unternehmen mit 5.500 Mitarbeitern soll in Summe Einträge über etwa 220 Millionen Menschen verwaltet haben und an ca. 100.000 Kunden verkauft haben.

Und zwar nicht nur an Unternehmen, sondern auch an staatliche Organe in den USA. Choicepoint soll beispielsweise dafür verantwortlich sein, dass bei den Wahlen 2000 zehntausende Menschen in Florida fehlerhafterweise als kriminell eingestuft wurden und damit nicht wahlberechtigt waren. Dazu hat Choicepoint in großem Stil Personendaten aus süd- und mittelamerikanischen Staaten erworben, um diese danach den US-Einwanderungsbehörden zur Verfügung zu stellen. 2003 soll Choicepoint etwa laut Telepolis die komplette Wählerdatenbank von Mexiko sowie von 6 Millionen Kraftfahrzeughaltern gekauft haben.

- **Zwanzig Seiten über eine Person**

(Die Zeit, 16.06.2005)

Unternehmen in den USA sammeln und verkaufen sehr persönliche Daten

http://www.zeit.de/2005/25/Choicepoint_Kasten

- **Wikipedia über Choicepoint:**

<http://en.wikipedia.org/wiki/ChoicePoint>

» Steilvorlage 2: Das US-Startup-Unternehmen „RapLeaf“

Das Startup-Unternehmen RapLeaf aus San Francisco hat über 1,5 Milliarden Email-Adressen gesammelt und mit Informationen wie Alter, Geschlecht, Wohnort, Familienstand und vielen weiteren Merkmalen verknüpft. Firmen oder andere Kunden können Listen von reinen Email-Adressen an RapLeaf übermitteln und erhalten aufgefettete Listen inklusive aller vorhandenen Infos zu den jeweiligen Personen zurück. Die Merkmale Alter, Geschlecht und Wohnort gibts gratis - für "Premium"-Felder wie Interessen, Bildungsgrad, Haushaltseinkommen muss bezahlt werden. Nach Choicepoint

die nächste "Überraschung" für uns, scheinbar hat die Realität unsere Spiel-Idee inzwischen nicht nur eingeholt, sondern beinahe schon überholt!

- **Video: „How Rapleaf works“:**
http://www.youtube.com/watch?v=bZd4_jOBEUo
- **RapLeaf Website:**
<http://www.rapleaf.com/>

» **Addresshändler als Öl-Multis des Informationszeitalters**

„Moderner Menschenhandel: Wenn Daten das Erdöl des 21. Jahrhunderts sind, dann sind Netzwerkbetreiber und Adressenhändler die Öl-Multis und -Kartelle des Informationszeitalters. Mit ihren Bohrungen dringen die Datenschürfer immer tiefer in unser Privatleben ein, um an den begehrten Rohstoff zu kommen. Dazu scheint jedes (legale) Mittel recht. Und was nicht legal ist, wird durch knallhartes Lobbying legal gemacht. Die Rede ist ausnahmsweise mal nicht von Google, Facebook und Co. „Targeting“ lautet der Branchenbegriff, der soviel hübscher und harmloser klingt, als das, wofür er eigentlich steht: für das Austricksen, Aushorchen und Ausspionieren nichts ahnender Bundesbürger, um an sog. „leads“ – sprich – potenzielle Kundendaten zu kommen. Direkt- oder auch Dialog-Marketing, eine Milliardenindustrie, die sich in einem unheilvollen Zusammenspiel von Wirtschaft, Medien und Politik immer weiter auch im Web ausbreitet.“

- **Adressenhandel in Deutschland: Die Privilegierten**
(Richard Gutjahr, 01.03.2012)
Ausführlich recherchierter und viel diskutierter Weblog-Artikel.
<http://gutjahr.biz/2012/03/adressenhandel/>

» **Bonitätsfalle: Kein Handyvertrag für Marco Friedersdorf**

„Leider können wir Ihrem Auftrag nicht entsprechen. Die Ablehnung stützt sich auf eine automatisierte Einzelentscheidung“. Eine Fallstudie.

- **Warum mir O2 keinen Vertrag geben möchte**
Zwei Blog-Postings zum Thema Handyvertrag und Bonitätsdaten (2012)
<http://www.mindsdelight.de/2010/12/warum-mir-o2-keinen-vertrag-geben-moechte/>
<http://www.mindsdelight.de/2011/01/warum-mir-o2-keinen-vertrag-geben-moachte-ii-nachricht-von-arvato-infoscore/>

» Addresshandel durch die Deutsche Post

Das Angebot der Deutschen Post im Bereich „Consumer-Adressen“ „Die Vermietdatenbank von Deutsche Post Direkt bietet die Qualitätsadressen, die Sie für Ihre erfolgreiche Neukundengewinnung benötigen. Unsere rund 37 Millionen Adressen decken nahezu den gesamten Markt an Privathaushalten ab. Zusätzlich zu den Consumer-Adressen enthält die Vermietdatenbank über eine Milliarde qualifizierte Merkmale aus dem mikrogeografischen System "microdialog" Daten zu Soziodemografie, Konsumverhalten, Wohnstruktur und Region. Damit ist eine zielgruppenspezifische Selektion von Anschriften möglich.“

- **Consumer-Adressen - gezielt neue Kunden ansprechen**

Seite angesehen am 24.03.2012

[http://www.deutschepost.de/dpag?](http://www.deutschepost.de/dpag?tab=1&skin=hi&check=yes&lang=de_DE&xmlFile=link1015587_1007)

[tab=1&skin=hi&check=yes&lang=de_DE&xmlFile=link1015587_1007](http://www.deutschepost.de/dpag?tab=1&skin=hi&check=yes&lang=de_DE&xmlFile=link1015587_1007)

» Facebook, Google & Co: Datensammeln als Geschäftsmodell

„Im Internet bin ich ein Mann, zwischen 35 und 44 Jahren. Weil ich häufig Wirtschaftsnachrichtenseiten besuche und dort Artikel über IT und neue Medien lese. Ich bin jedoch weder zwischen 35 und 44, noch ein Mann. Aber Google glaubt das, zumindest laut ihrer einsehbaren Werbevorgaben. Weil die Wahrscheinlichkeit, dass jemand mit derartigen Interessen männlich ist, vergleichsweise hoch ist. Doch diese Form des digitalen Schubladendenkens ist nur der erste Schritt.“

- **Facebook, Google & Co: Die lukrativen Schätze der Datenkraken**

(Handelsblatt, 02.02.2012)

Daten sammeln als Geschäftsmodell: Nicht nur der Börsenkandidat Facebook macht gute Geschäfte mit dem Wissen über seine Nutzer. Werber und Händler wollen alles über die Kunden erfahren - und daraus Kapital schlagen.

<http://www.handelsblatt.com/technologie/it-tk/it-internet/facebook-google-und-co-die-lukrativen-schaetze-der-datenkraken/6121418.html>

» Vorwurf: Easycash wollte mit EC-Karten-Daten handeln

„Der EC-Kartennetzbetreiber Easycash hat Datenschützern zufolge geplant, Risikoprofile der Konten von Millionen Verbrauchern zu verkaufen. Außerdem soll aus dem EC-Zahlungsverkehr ein Risiko-Index für das jeweilige Bankkonto errechnet worden sein.“

- **Vorwurf: Easycash wollte mit EC-Karten-Daten handeln**

(Focus, 14.09.2011)

http://www.focus.de/finanzen/news/datenschutz-vorwurf-easycash-wollte-mit-ec-karten-daten-handeln_aid_665303.html

Data Dealer: Abstract und Links

Ziel des Projekts „Data Dealer“ ist die Entwicklung eines Browser-Spiels zur Ökonomie der personenbezogenen Daten im digitalen Zeitalter. Die Story: Der Spieler schlüpft in die Rolle eines „Daten-Dealers“, der durch geschickten Handel mit persönlichen Daten sein Vermögen aufbaut. Er bedient sich legaler wie dubioser Quellen und macht Profite mit dem Verkauf von Datensätzen und Recherche-Abfragen in seiner Datenbank. Er entwickelt Technologien zur Pflege und Aufwertung seines Bestands, gründet Online-Portale und Gewinnspiel-Firmen und bricht in Datenbanken anderer Data Dealer ein. Gemeinsam mit befreundeten Dealern bildet er mächtige Daten-Imperien und wehrt sich gegen Image-Störfaktoren wie betroffene Bürger, kritische Medien oder Datenschutz-Beauftragte.

Das Spiel ist auf Jugendliche ausgerichtet, soll aber gleichermaßen für Erwachsene attraktiv sein und ermöglicht eine humorvolle Auseinandersetzung mit Verwertungsmöglichkeiten von Personendaten im digitalen Zeitalter.

Website mit Trailer und Demo-Version:
<http://www.datadealer.net>

Data Dealer auf Facebook:
<http://facebook.com/datadealer>

Pressebereich:
<http://www.datadealer.net/presse>

Englischsprachige Landing Page:
<http://www.datadealer.net/english>