

## **PRESSEINFORMATION**

Wien, 24. Jänner 2018



### **VKI-Report: Datenhandel**

**Das undurchsichtige Geschäft mit unserer Privatsphäre**

Es ist allgemein bekannt, dass Google, Facebook oder Amazon eine Menge Daten über uns sammeln. Aber diese Firmen sind nur die Spitze des Eisberges und nur ein kleiner Teil dessen, was in der Welt der digitalen Datengeschäfte tatsächlich passiert. Im Hintergrund arbeitet eine Unzahl an Firmen daran, unser Leben zu protokollieren und uns bis in die intimsten Winkel unserer Persönlichkeit zu durchleuchten. Wer sind diese Firmen? Was ist ihr Geschäftsmodell? Wie arbeiten sie? Diesen Fragen ist der Verein für Konsumenteninformation nachgegangen. Der vollständige Report erscheint in der Februar-Ausgabe von KONSUMENT am 25. Jänner und auf [www.konsument.at](http://www.konsument.at).

Kaum jemand kann sich vollständig der Datensammelwut der darauf spezialisierten Firmen entziehen. Dafür müsste wohl auf Smartphone und Internet verzichtet werden. Ein gewisses Maß an Spionagetätigkeit im Netz ist daher nicht zu verhindern. Trotzdem schadet es nicht zu wissen, dass mit unseren Daten viel Geld verdient wird.

Ein Beispiel dafür ist Oracle. Das Unternehmen verfügt über Dossiers von über drei Milliarden Menschen. Diese wertvollen Informationen sind die Grundlage für Geschäftskontakte mit 430.000 Unternehmen weltweit in 175 Ländern. Die Informationen holt sich der Konzern von Millionen von Webseiten, von Facebook, von Tausenden Handelskonzernen, von Kreditauskunfteien und anderen Datenhändlern. Oracle wertet allein aus den Social-Media-Kanälen 700 Millionen Einträge aus – an einem Tag!

Die Seitenbetreiber erhalten so wertvolle Infos darüber, z. B. zu welcher Werbezzielgruppe die Testperson gehört. Gewinnspiele oder Persönlichkeitstests sind auch hauptsächlich dazu da, um Daten zu sammeln – und nicht um den Teilnehmern eine Freude zu bereiten. Ein sorgsamerer Umgang mit der Herausgabe von Information schließt die Überlegung mit ein, Alternativen zu den bekannten Suchmaschinen oder Messenger-Diensten zu verwenden. Es gibt nämlich durchaus Anbieter, die auf Tracking verzichten – und den Konsumenten nicht von vorne bis hinten durchscannen und diese Informationen weiterverkaufen.

Wer also darauf bedacht ist, eher weniger Spuren und damit Information im Netz zu hinterlassen, sollte z. B. mit Postings und Likes etwas sparsamer umgehen und keinesfalls an Tests teilnehmen, die verraten, „wer oder welcher Karrieretyp Sie sind“.

**Service:** Den gesamten Artikel gibt es im KONSUMENT ab 25. Jänner und auf [www.konsument.at](http://www.konsument.at).

**Rückfragehinweis:** VKI-Pressestelle, Tel.: 01/588 77-256; E-Mail: [presse@vki.at](mailto:presse@vki.at)