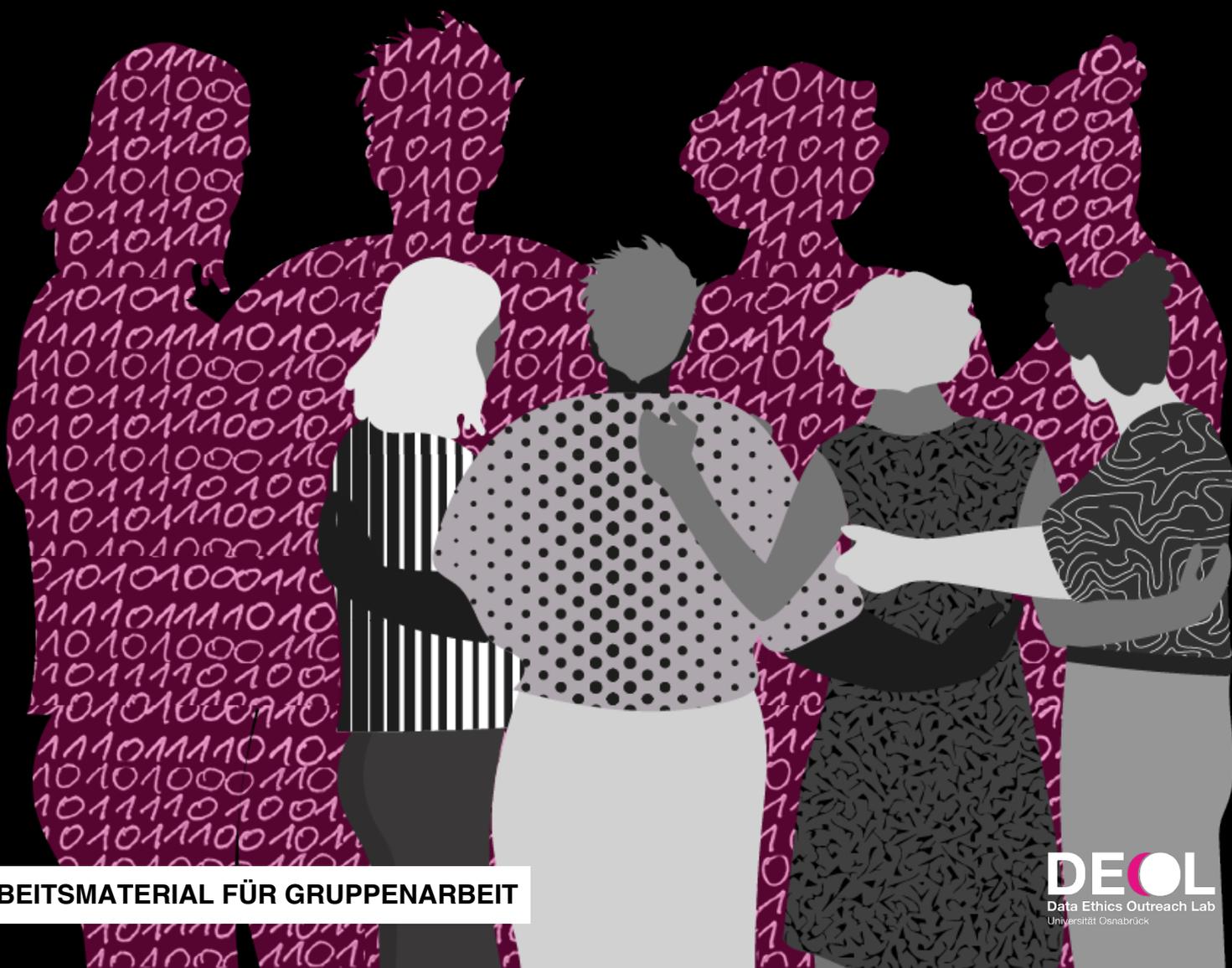


DATEN SCHUTZ

KOLLEKTIV & MACHTKRITISCH

Workshopkonzept für die Erwachsenenbildung



Autor:in

Annemarie Witschas

Herausgeber

Prof. Dr. Rainer Mühlhoff
Universität Osnabrück
Ethics and Critical Theories of AI
Wachsbleiche 27
D - 49090 Osnabrück

Redaktion

Nora Freya Lindemann

Design

Anna Kraher

Coverbild

Anna Kraher

Kontakt

outreachlab@ethikderki.de

5. Februar 2024

INHALT

Payback und andere Treuekarten	4
Fitness-Tracking	5
Spotify	6
Menstruations-Apps	7
Payback and other loyalty cards [EN]	8
Fitness tracking [EN]	9
Spotify [EN]	10
Menstruation apps [EN]	11

PAYBACK UND ANDERE TREUEKARTEN

„Haben Sie eine Payback-Karte?“

Diese Frage wurde uns allen bestimmt schon beim Einkaufen gestellt. Geld fürs Einkaufen zurückzubekommen und dann auch noch viele extra attraktive Angebote zu erhalten – das klingt mehr als verlockend – aber auch zu schön, um wahr zu sein?

Payback verdient sein Geld hauptsächlich durch Kund:innendaten und -Profile, die es anlegt. Es gibt in Deutschland kaum eine Institution, die so viel über die Kaufgewohnheiten seiner Nutzer:innen weiß wie Payback. Nach eigenen Angaben hat Payback 31 Mio Nutzer:innen in Deutschland, die Karte bzw. App wird 4,4 Mio. Mal am Tag eingesetzt. Seit 23 Jahren zeichnet Payback somit in Deutschland (und seit 2008 auch in anderen Ländern) das Einkaufsverhalten

seiner Nutzer:innen auf¹. Mit diesen Nutzungsdaten lassen sich sehr genaue personalisierte Profile erstellen. Wer dein Einkaufsverhalten über Jahre hinweg beobachtet, weiß nicht nur, wie viel Wert du auf gesunde Ernährung legst, mit wie vielen Menschen du zusammenlebst, oder wie hoch dein Einkommen ist, sondern kann auch beobachten, wie sich diese Parameter im Laufe deines Lebens verändern.

Auf Basis dieser akribisch – und freiwillig! – geführten Profile lässt sich besonders effektive Werbung erstellen. Daher verkauft Payback die gesammelten Profile an Werbetreibende und lässt sich für diese zielgerichtete Werbung gut bezahlen.

Payback ist hier natürlich nur ein Beispiel unter vielen. Treuekarten oder -Apps gibt es heutzutage in so gut wie jedem Geschäft.

¹ "PAYBACK GROUP: Daten und Fakten." www.payback.group/de/payback-group/ueber-payback/daten-und-fakten, abgerufen: 25 June 2023.

FITNESS-TRACKING

Heute schon 10.000 Schritte gelaufen?

Zahlreiche Fitness-Tracker laden heutzutage dazu ein, die gelaufenen Schritte, verbrannten Kalorien oder Herzfrequenz zu überwachen, um dadurch die eigene Fitness besser zu verstehen und zu optimieren. Doch Gesundheits- und Aktivitätsdaten sind besonders sensible Daten und können viel über uns preisgeben. Daraus lassen sich komplette Aktivitätsprofile erstellen, die oft mit eindeutigen Personenkennungen verknüpft sind: wann und wie lange du schläfst, wo du dich aufhältst, wie viel zu dich bewegst und in welcher Verfassung dein Körper dabei ist. Tests von Fitnessstrackern und Wearables zeigen, dass diese zahlreiche, mitunter sensible Informationen an Anbieter-Server senden und auch Drittanbieter zu Analyse- und Werbezwecken einbinden¹

Auch gesetzliche Krankenkassen wie die AOK oder TK locken Nutzer:innen mit attraktiven Geldprämien für die Nutzung von Fitnessstrackern und der Übertragung von Fitnessdaten an die Krankenkassen-App. Klingt doch nach einer Win-Win-Situation, oder? Versicherte bekommen Geld zurück für gesundheitsfördernde Aktivitäten und

Krankenkassen sparen, indem sie später nicht teurere Behandlungen bezahlen müssen. Doch muss deine Krankenkasse wirklich wissen, wie viele Schritte du am Tag gehst, wie viele Kalorien du verbrennst, und wann dein Herz höherschlägt?

Dadurch gewinnen am Ende nicht nur die Krankenkassen, die durch Gesundheits- und Verhaltensdaten zum Schnäppchenpreis die „profitablen“ Versicherten von den „unprofitablen“ herausfiltern können. Es verändert auch den Blick darauf, wie wir Gesundheitsfürsorge gesellschaftlich verstehen.

»Gesundheit als Aktivleistung und Krankheit als passive Fehlleistung zu konzipieren, dient vor allem den gehobenen Sozial-schichten, die in der Regel unter gesünderen Bedingungen leben und darum über einen guten Gesundheitszustand verfügen«, schreibt Friedrich Schorb, Soziologe an der Universität Bremen².

Teure Fitnessstracker zu vergüten, belohnt also nicht nur vor allem Wohlhabende, sondern fördert auch eine „Entsolidarisierung in der Gesundheitsvorsorge“³.

¹ "Wearables und Fitness-Apps | Verbraucherzentrale.de." Verbraucherzentrale, 12 Nov 2020, www.verbraucherzentrale.de/marktbeobachtung/wearables-und-fitnessapps-40296.

² Burger, Kathrin. "Gesundheit vor allem für Gesunde." Spektrum.de, 18 June 2021, www.spektrum.de/news/bonusprogramme-gesundheit-vor-allem-fuer-gesunde/1886113.

³ "Wearables und Fitnessapps verbreiten sich mit Hilfe der Krankenkassen, Regierung erkennt Datenschutzprobleme." Netzpolitik, 26 July 2016, netzpolitik.org/2016/wearables-und-fitnessapps-verbreiten-sich-mit-hilfe-der-krankenkassen-regierung-erkennt-datenschutzprobleme.

SPOTIFY

Weißt du noch, welches Lied du an diesem einen Sommerabend vor fünf Jahren gehört hast? Spotify erinnert sich genau. Denn es zeichnet den gesamten Streaming-Verlauf präzise auf: welcher Song oder Podcast wie lange angehört wurde und wie er begonnen oder beendet wurde – durch Überspringen oder Suchen, usw. Spotify ist gesetzlich verpflichtet, diese Daten an Nutzer:innen weiterzugeben. Also wenn du interessiert bist, kannst du deinen eigenen Verlauf anfordern.

Streaming-Historie kann viel über dich verraten: nicht nur, welche Genres und Künstler:innen du magst, sondern auch, zu welcher Tageszeit du aufwachst, und zu welchen Zeiten du im "Intense Study", "Workout", oder sogar "Romantic" Modus bist. Besonders Podcasts können viele Hinweise auf Hobbys und Interessen, Zugehörigkeit zu Organisationen und politische Einstellung geben.

Emotionsbasierte Analyse

Die Empfehlungsalgorithmen von Spotify basieren auf einer detaillierten emotionalen Analyse der Musik, die Songs in 1500 Genres einteilt. Dies wäre nicht ohne die Übernahme des Musikintelligenz-Start-ups Echo Nest möglich gewesen, welches 2014 von Spotify für 100 Millionen USD gekauft wurde.

Anhand von GPS-Daten und der Uhrzeit des Einloggens kann Echo Nest zum Beispiel erkennen, ob du frühmorgens im Wald joggst oder in der U-Bahn auf dem Weg zur Arbeit sitzt und empfiehlt dementsprechend "Workout EDM" oder "I don't like Mondays".

Aber die Reichweite von Spotify geht weit über Standort- und Anmeldeinformationen hinaus, wie der schwedische Forscher Pelle

Snickars berichtet: "Spotify ist mit anderen sozialen Netzwerken und Plattformen verbunden - insbesondere mit Facebook [= auch Instagram, Whatsapp]. Was man dort postet, bleibt nicht dort. Es findet seinen Weg in die Algorithmen von Spotify und The Echo Nest. Es ist eine computergenerierte Umgebung, die in die Datenmaschinerie von Spotify zurückfließt. Es ist allerdings schwer zu sagen, welche Daten wirklich verwendet werden. Spotify gibt diese Informationen nur an Unternehmen weiter, mit denen es zusammenarbeitet."¹

Lizenz zum Überwachen

Der schwedische Musikstreaming-Riese ist wegen seiner jüngsten "Überwachungs"-Patentanmeldungen in die Kritik geraten, die das Verhalten der Nutzer, ihre physische Umgebung und ihre persönlichen Beziehungen auf aggressive Weise verfolgen. Erst kürzlich meldete Spotify ein Spracherkennungspatent an, das es dem Unternehmen ermöglichen würde, Musik auf der Grundlage der Umgebung und der Emotionen von Nutzer:innen zu empfehlen. Mehrere Künstler:innen unterzeichneten einen gemeinsamen Brief an den Musikstreaming-Riesen, in dem sie das vorgeschlagene Patent als "gefährlich" und "eine Verletzung der Privatsphäre und anderer Menschenrechte" bezeichneten.

"Es gibt absolut keinen triftigen Grund für Spotify, auch nur zu versuchen, zu erkennen, wie wir uns fühlen, wie viele Leute mit uns im Raum sind, unser Geschlecht, Alter oder irgendein anderes Merkmal, das das Patent zu erkennen vorgibt", sagt Isedua Oribhabor von Access Now. "Die Millionen von Menschen, die Spotify nutzen, verdienen Respekt und Privatsphäre, nicht verdeckte Manipulation und Überwachung."²

¹ Stefan Sommer, Bayerischer Rundfunk. "Bayerischer Rundfunk." 25 Jan 2018, www.br.de/puls/musik/aktuell/spotify-the-echo-nest-discover-weekly-100.html.

² King, Ashley. "Here's Another Spotify 'Surveillance' Patent – Music Suggestions Based on Physical Personal Data." Digital Music News, 9 Dec. 2022, www.digitalmusicnews.com/2021/05/06/spotify-surveillance-patent.

MENSTRUATIONS-APPS

Wie stark deine eigene Regelblutung ist, wann du zuletzt Sex hattest und ob dabei verhütet wurde: Das sind für viele Menschen extrem intime Informationen. Doch wer Apps benutzt, um solche sensiblen Daten zu tracken, muss womöglich damit rechnen, dass sie an Dritte gelangen.

Ein Forschungsprojekt der Mozilla Foundation¹ hat jüngst aufgedeckt, dass Perioden- und Schwangerschafts-Apps persönliche Daten speichern und an Werbetreibende und Datenhändler vermarkten. So gelangen die Daten der Nutzer:innen etwa an Facebook und möglicherweise sogar an US-Strafverfolgungsbehörden.

Das Geschäft mit solchen Daten ist lukrativ: Der Datenwert von Schwangeren ist deutlich höher als der von Nicht-Schwangeren. Schließlich kann die Werbeindustrie damit Neukund:innen für Babyprodukte anwerben.

Daten zur Menstruation und Schwangerschaft sind nicht nur wertvoll im Werbegeschäft, sie können auch auf eine Fehlgeburt oder Abtreibung hindeuten. Die Daten können in Ländern mit strengen Abtreibungsgesetzen somit als Beweislast für einen möglichen Schwangerschaftsabbruch dienen. So wurden beispielweise im Fall einer 17-Jährigen in den USA private Chats von Facebook an die Polizei übergeben, um den Verdacht einer zuhause durchgeführten medikamentösen Abtreibung zu untersuchen.

Wer weiterhin Menstruationsapps verwenden möchte, sollte datenschutzfreundliche Alternativen wählen, wie z.B. die Apps „Euki“ oder „Drip“. Beide speichern Daten nur auf dem Endgerät und nicht in der Cloud.

Leicht abgewandelt von: "Datenschutz: Viele Menstruations- und Schwangerschaftsapps erfassen sensible Daten." Netzpolitik, 23 Aug. 2022, netzpolitik.org/2022/datenschutz-viele-menstruations-und-schwangerschaftsapps-erfassen-sensible-daten.

¹ <https://foundation.mozilla.org/en/privacynotincluded/categories/reproductive-health/>

PAYBACK AND OTHER LOYALTY CARDS [EN]

"Do you have a Payback card?"

Most certainly we have all been asked this question many times whilst shopping. Receiving money back for going shopping as well as many extra attractive offers – that indeed sounds tempting.

But is it too good to be true?

Payback makes its money mainly through the data and profiles it creates about its customers. There is hardly any other institution in Germany that knows more about the buying habits of its users than Payback. According to its own information, Payback has 31 million users in Germany, and the card or app is used 4.4 million times a day. Payback has been recording shopping habits of its users in Germany for 23 years (and in other countries since 2008)¹.

With these usage data, very precise personalised profiles can be compiled: Those monitoring your shopping behaviour over the years not only know how much value you place on a healthy diet, how many people you share a home with, or how much income you have, but can also track how these parameters change over the course of your life.

On the basis of these meticulously – and voluntarily (!) provided – collected profiles, particularly effective advertising is created. Consequently, Payback sells the collected profiles to advertisers and in turn is paid a good price for this targeted advertising.

Of course, Payback is only one example among many. Nowadays, loyalty cards or apps are available in almost every shop.

¹ "PAYBACK GROUP: Daten und Fakten." www.payback.group/de/payback-group/ueber-payback/daten-und-fakten, abgerufen: 25 June 2023.

FITNESS TRACKING [EN]

Already walked 10,000 steps today?

These days numerous fitness trackers invite you to track your steps, calories burned or heart rate to better understand and optimize your fitness.

However, health and activity data are particularly sensitive data and can reveal a lot about you. It can be used to create complete activity profiles, often linked to unique personal identifiers: when and how long you sleep, where exactly you are, how often you exercise and in what kind of condition your body is in¹.

Assessments of fitness trackers and wearables have shown to send a lot of information, sometimes sensitive information, to providers' servers and integrate third-party providers for analysis and advertising purposes.

Public health insurance companies such as the AOK or TK also entice their members with financial rewards for using fitness trackers and transferring fitness data to the health insurance app. Sounds like a win-win situation, right? The insured receive money

back for health-promoting activities and the health insurers can save costs they don't have to pay for expensive treatments later.

But does your health insurance really need to know how many steps you walk a day, how many calories you burn, or when your heart beats faster?

Ultimately, this leads to health insurers using health and behavioural data to filter out the "profitable" insureds from the "unprofitable" ones at a low price. And even more crucially, it also changes our understanding of health care in our societies.

Friedrich Schorb, a sociologist at the University of Bremen, for example, writes: „Understanding health as an active achievement and illness as a passive failure serves above all the upper social classes, who generally live in healthier conditions and therefore have a good state of health"².

Paying for expensive fitness trackers therefore not only rewards the wealthy, but also promotes a "de-solidarisation in health care"³.

¹ "Wearables und Fitness-Apps | Verbraucherzentrale.de." Verbraucherzentrale, 12 Nov 2020, www.verbraucherzentrale.de/marktbeobachtung/wearables-und-fitnessapps-40296.

² Burger, Kathrin. "Gesundheit vor allem für Gesunde." Spektrum.de, 18 June 2021, www.spektrum.de/news/bonusprogramme-gesundheit-vor-allem-fuer-gesunde/1886113.

³ "Wearables und Fitnessapps verbreiten sich mit Hilfe der Krankenkassen, Regierung erkennt Datenschutzprobleme." Netzpolitik, 26 July 2016, netzpolitik.org/2016/wearables-und-fitnessapps-verbreiten-sich-mit-hilfe-der-krankenkassen-regierung-erkennt-datenschutzprobleme.

SPOTIFY [EN]

Do you remember which song you listened to on that summer evening five years ago? Spotify does.

It keeps exact record of your entire streaming history, which song or podcast you listened to, for how long and how you started or ended it – by skipping or searching, etc. Spotify is legally obliged to share this data with you, so request it if you're interested. It will look similar to the one attached here, but probably way longer!

Imagine how much your streaming history can tell about you: not only which genres and artists you are into, but also at what time of the day you wake up, at what times you are in "Intense studying", "Workout" or even "Romantic" mood. Podcasts, in particular, can give away plenty of hints about your hobbies and interests, affiliation to organization and political leanings.

Powerful Analysis

Spotify's powerful recommendation algorithms are based on a detailed emotional analysis of music, which categorizes song into 1500 genres. This would have not been possible without the acquisition of the music intelligence start-up Echo Nest, which Spotify bought in 2014 for 100 million USD.

Using GPS data and the time of login, Echo Nest can recognize, for example, whether you're jogging in the woods early in the morning or sitting in the subway on your way to work. Say: workout EDM or "I don't like Mondays."

But Spotify's reach extends far beyond location and login information, as the Swedish researcher Pelle Snickars reports: "Spotify is connected to other social networks and platforms - especially Facebook [= Instagram, Whatsapp]. What you post there doesn't stay there. It finds its way into the algorithms of Spotify and The Echo Nest. It's a computer-generated environment that feeds back into Spotify's data machinery. It's hard to tell what data they're really using, though. Spotify only shares that information with companies they partner with."¹

Patent to Surveil

The Swedish music streaming giant has come under fire for its recent 'surveillance' patent filings, which aggressively track user behavior, physical surroundings, and personal relationships. Just recently, Spotify filed a speech-recognition patent that would enable the company to recommend music based on a user's environment and emotions. Several artists signed a joint letter to the music streaming giant, calling the proposed patent "dangerous" and "a violation of privacy and other human rights."

"There is absolutely no valid reason for Spotify to even attempt to discern how we're feeling, how many people are in the room with us, our gender, age, or any other characteristic the patent claims to detect," says Access Now's Isedua Oribhabor. "The millions of people who use Spotify deserve respect and privacy, not covert manipulation and monitoring."²

¹ Stefan Sommer, Bayerischer Rundfunk. "Bayerischer Rundfunk." 25 Jan 2018, www.br.de/puls/musik/aktuell/spotify-the-echo-nest-discover-weekly-100.html.

² King, Ashley. "Here's Another Spotify 'Surveillance' Patent – Music Suggestions Based on Physical Personal Data." Digital Music News, 9 Dec. 2022, www.digitalmusicnews.com/2021/05/06/spotify-surveillance-patent.

MENSTRUATION APPS [EN]

How strong your menstruation is, when you last had sex and whether you used contraception: for many people, this is extremely intimate information. Yet, those who use apps to track such sensitive data may now have to expect that it could be passed on to third parties.

A research project by the Mozilla Foundation¹ recently revealed that period and pregnancy apps store personal data and market it to advertisers and data traders. This way users' data is passed on to Facebook, for example, and possibly even to US law enforcement agencies.

The business with such data is lucrative: the value of pregnant people's data is significantly higher than that of non-pregnant people. After all, the advertising industry can use it to recruit new customers for baby products.

Data on menstruation and pregnancy are not only valuable in the advertising business, they can also indicate a miscarriage or abortion. In countries with strict abortion laws, the data may thus serve as a burden of proof for a possible abortion. Take the case of a 17-year-old girl in the USA, for example, where private chats from Facebook were handed over to the police to investigate the suspicion of a medicated abortion performed at home.

Nonetheless, for those who still want to use menstruation apps, privacy-friendly alternatives, such as the apps "Euki" or "Drip" are recommended. Both store data only on the device and not in the cloud.

slightly modified from: "Datenschutz: Viele Menstruations- und Schwangerschaftsapps erfassen sensible Daten." Netzpolitik, 23 Aug. 2022, netzpolitik.org/2022/datenschutz-viele-menstruations-und-schwangerschaftsapps-erfassen-sensible-daten.

¹ <https://foundation.mozilla.org/en/privacynotincluded/categories/reproductive-health/>