

Datenschutz

Suchmaschinen denken neu über Umgang mit Nutzerdaten nach

Die großen Suchmaschinen haben neue Konzepte vorgelegt, die den Umgang mit Nutzerdaten regeln. Die Speicherung der nutzerbezogenen Daten wird zeitlich beschränkt bzw. soll auf Nutzerwunsch gar nicht erfolgen. Allerdings handelt es sich bislang erst um Ankündigungen. Die neuen Regelungen sollen erst Ende 2007 bzw. im Lauf des Jahres 2008 wirksam werden.

Bei der Nutzung von Suchmaschinen werden allerlei Daten gesammelt - neben der Suchanfrage die IP-Adresse des Nutzers und Cookie-Informationen -, so dass sich ein zurückkehrender Nutzer wiedererkennen lässt. Da solche Daten bei jeder Suchanfrage anfallen, verfügen die Suchmaschinen über riesige Datenbanken mit Suchdaten, die sich - auch in Kombination mit Daten aus anderen Diensten wie E-Mail - umfassend auswerten lassen. Auf der einen Seite kann die Auswertung der aggregierten Daten der Verbesserung der Suchdienste über eine bessere Kenntnis des Nutzerverhaltens dienen. Andererseits lassen sich mit den individuellen Daten detaillierte Nutzerprofile erstellen, die für gezielte Werbung verwendbar sind.

Das Sammeln von Nutzerdaten wird meist mit zwei Argumenten gerechtfertigt: Erstens geht es um das berechtigte Interesse der Suchmaschinen, diese Daten für die Verbesserung ihrer Dienste auszuwerten. Zweitens sollen die Nutzerdaten dazu dienen, die Suchdienste zu personalisieren, das heißt, die Suchergebnisse den Interessen des individuellen Nutzers anzupassen. Einen guten Eindruck davon, welche Datenmengen gespeichert werden, bekommt man, wenn man einen der Google-Dienste nutzt, die ein Einloggen erfordern (also zum Beispiel Google Mail oder Adwords). Solange man eingeloggt ist, werden sämtliche gestellten Suchanfragen und angeklickten Ergebnisse

protokolliert. Hinterher sind diese Daten im so genannten Webprotokoll verfügbar (<http://www.google.com/history/?hl=de>). Das Protokoll erleichtert das Wiederfinden bereits besuchter Seiten, zeigt aber auch, wie leicht es für die Suchmaschinen ist, Nutzerprofile zu erstellen.

Auch früher standen Suchmaschinenbetreiber in der Kritik, weil sie die Suchdaten der Nutzer über einen langen Zeitraum speichern oder gar wie im Fall von Google ein Cookie setzen, das bis zum Jahr 2038 gültig ist. Nun wird das Thema Nutzerdaten bzw. Datenschutz von den Suchmaschinenbetreibern selbst in den Vordergrund gerückt: Alle großen Suchmaschinen haben neue Richtlinien für den Umgang mit Nutzerdaten angekündigt. Dies mag nicht zuletzt eine Reaktion auf den AOL-Skandal von 2006 sein. Damals wurden von AOL komplette Logfile-Daten für Forschungszwecke zur Verfügung gestellt. Allerdings ließen sich aus diesen Daten Rückschlüsse auf konkrete Nutzer ziehen, so dass AOL schnell in die Kritik geriet und die Daten zurückzog. Der Fall führte zu einem großen Medienecho und rückte so das Thema "Datenschutz" in das Blickfeld der Öffentlichkeit.

Offenbar haben die Suchmaschinen erkannt, dass sie sich mit dem Thema Datenschutz bzw. einem sparsamen Umgang mit Nutzerdaten profilieren können. In den neuen Ankündigungen wird versprochen, die Daten nur für einen Zeitraum von 13 bis 18 Monaten zu speichern und sie dann zu anonymisieren. Es werden also nicht die kompletten Datensätze gelöscht. Die Suchanfragen selbst werden für weitere Auswertungen aufgehoben. Dagegen ist nichts einzuwenden, denn die Anfragen selbst sind ja nicht auf Personen bezogen. Bei der Anonymisierung gehen die Suchmaschinen unterschiedliche Wege, indem bei manchen Suchmaschinen die kom-

pletten IP-Adressen gelöscht werden, bei Google und Yahoo aber nur der letzte Teil der IP. Das macht zwar den Rückschluss auf einen individuellen Nutzer unmöglich, erlaubt aber weiterhin eine Einteilung nach Teilnetzen (Ländern, Organisationen).

Am weitesten in Richtung eines verbesserten Datenschutzes geht die Suchmaschine Ask.com: Sie hat neben der Löschung der Daten nach 18 Monaten einen neuen Dienst namens "Ask Eraser" angekündigt. Wenn man sich für diesen entscheidet, werden die kompletten Nutzerdaten inklusive aller IPs, Cookies und Anfragen nach wenigen Stunden gelöscht. Sie werden also nur so lange aufbewahrt, wie es für die Bearbeitung der Anfragen und den nicht ganz unkomplizierten Löschvorgang nötig ist. Schwierig ist der Löschvorgang deshalb, weil die Daten aus dem Logfile gelöscht werden müssen, in das aktuelle Anfragen eingehen. Ask hat die Lösung für Ende 2007 angekündigt. Für die deutschen Nutzer soll der Dienst 2008 verfügbar sein.

Die neuen Richtlinien für den Umgang mit Nutzerdaten sind insgesamt gesehen sehr erfreulich. Damit hat die bisherige unbegrenzte Speicherung von Nutzerdaten endlich ein Ende. Es wäre zu wünschen, dass die Nutzer sich des Themas bewusst werden und von den Suchmaschinen noch weiterreichende Lösungen einfordern, die die Interessen der Nutzer in den Vordergrund stellen. Wie schon bei anderen Anwendungen, die sich auf personenbezogene Daten stützen, wäre es auch hier wünschenswert, dass in Forschung und Entwicklung Lösungen gefunden werden, die attraktive Dienste wie die Personalisierung bei größtmöglicher Datensparsamkeit ermöglichen.

Dirk Lewandowski