



# User Profile

**EU Informationsveranstaltung: Wien, 17.1.2008**

Institut für Informationsverarbeitung und  
Mikroprozessortechnik (FIM)  
Johannes Kepler Universität Linz

E-Mail: [sonntag@fim.uni-linz.ac.at](mailto:sonntag@fim.uni-linz.ac.at)  
<http://www.fim.uni-linz.ac.at/staff/sonntag.htm>



# Was sind "Benutzerprofile"?

- Einheitliche Datensammeln zur Beschreibung eines/bestimmter Aspekte einer Person
  - **E-Commerce: Daten über Kunden oder Interessenten**
    - » Welche Produkte wurden angesehen/gekauft, demographische Angaben, Wunschlisten etc.
  - **Internet-Werbung: Wer interessiert sich wofür**
    - » Interessen, besuchte Websites, Verweilzeit, Kundenbez, ...
- **Nichts Neues: Kundenkarteien gab es schon immer!**
  - **Aber jetzt ist Auswertung bzw. Abgleich autom. möglich**
- **Anwendung bei:**
  - **Personalisierung/Adaptivität: Anpassen der Darstellung**
    - » Optisch, inhaltlich und der Präsentationsmethode
  - **E-Government: Speicherung bereits bekannter Daten**
  - **E-Commerce: "Kenne Dich und Deine Kunden"**
    - » Beliebte Seiten/Produkte, Cross-/Up-Selling, Bonität etc.



# Vorteile von Benutzerprofilen

- **Anbieter:**

- Je mehr man über Kunden weiß, umso gezielter können diese angesprochen werden
- Verkauf der Daten: Je mehr über eine Person bekannt ist und umso aktueller die Daten, desto wertvoller sind sie
- Allgemein: Vorteile meist **direkt monetär bewertbar**

- **Betroffene:**

- E-Commerce/Werbung: Klasse statt Masse
- E-Learning: "Didaktischeres" Vorgehen
- E-Government: Arbeitersparnis
- Allgemein: Vorteile liegen meist in "**Bequemlichkeit**"
  - » **Monetäre Bewertung sehr schwer bzw. unmöglich!**



# Gefahren von Benutzerprofilen

- **Anbieter:**

- **Zuverlässigkeit der Daten**

- » **Absichtlich falsche Daten**

- » **Falsche Zuordnung/Auswertung richtiger Daten**

- » **Veraltete Daten**

- **Haftungsrisiken bei Problemen**

- **Misstrauen von Kunden**

- **Rechtliche Auflagen: z.B. Datenschutz**

- **Betroffene:**

- **Unübersehbarkeit: Wer speichert was wofür?**

- » **Bei vielen Anbietern ist nur ein geringer Teil, wenn überhaupt, durch den Betroffenen selbst online einsehbar**

- **Falsche Auswertungen: "Wie kommen die auf das?"**

- » **Errechnete Angaben (→ Siehe Herold Marketing CD!)**

- **Unkontrollierte(-bare) Datenweitergabe**



## Kauf von DoubleClick durch Google

- **Google möchte DoubleClick kaufen (3,1 Milliarden US\$)**
  - **Daraus könnte ein einheitliches BP entstehen**
    - » **DoubleClick: "Daten gehören Kunden und DC besitzt keine Rechte daran → Eine Verbindung ist nicht möglich"**
      - **Aber was wäre dann der Sinn des Kaufs? Sehr gering!**
  - **Welche Webseiten besucht jemand (DC) und wonach sucht er (Google) → Viel besseres Abbild der Interessen!**
- **Über gerichtliche Anordnungen wären diese Daten dann ebenso für andere Zwecke zugänglich!**
  - **Auch: Geheimdienste, Hacker, Missbrauch, Unfälle, ...**
- **Kritik: Datenschutz → USA: OK; EU: Kommission prüft**
  - **"Anonyme" Daten werden plötzlich Personenbezogen**
    - » **GMail und Google Maps → Name, Adresse, ... (+ Orkut etc.)!**
  - **Interesse von Google +DC (und deren Kunden) ist die extensive Verbindung aller nur möglichen Daten**



# Ausblick und Diskussion

- **E-Learning: Laufendes EU und FWF Projekt über Kommunikations-Adaptivität (anstatt Inhalten wie bisher)**
    - **Benutzerprofil beinhaltet auch Kommunikationselemente**
    - **Spezielle Datenschutz-Vorkehrungen geplant**
  - **Problematik der "überwiegenden Interessen"**
    - **Anbieter: Monetäre Bewertung klar**
    - **Betroffene: Bewertung schwierig (potentielle Gefahren)**
  - **Offene Fragen:**
    - **Benutzerprofile und Informationsverbundsysteme**
    - **Internationale Aspekte, insbesondere des Datenschutzes**
    - **E-Government: Vereinfachung + Rechtmäßigkeit + Vertrauen?**
    - **Definition von "Personenbezogen"**
    - **Einsehbarkeit/Erläuterung und Löschung**
- » **Siehe auch: Internet-Archive!**