



4. Österreichischer IT-Rechtstag

 PRESLMAYR  
RECHTSANWÄLTE

18. Juni 2010

---

# **Behavioral Advertising**

## **aus datenschutzrechtlicher Sicht**

RA Dr. Rainer Knyrim

www.preslmayr.at 23. Mai 2008 2



5. Juli 1993: Offensichtlich wollten damals zwei Hunde unerkant Kekserls für sich im Internet bestellen unter dem Motto: „On the Internet, nobody knows you're dog“.

Stimmt dieses Motto 17 Jahre später noch?

18. Juni 2010: Nein! Denn die Kekserl finden heute den Hund!

## Beispiel Datenschutzbestimmungen von Google

### Aus den allgemeinen Datenschutzbestimmungen von Google:

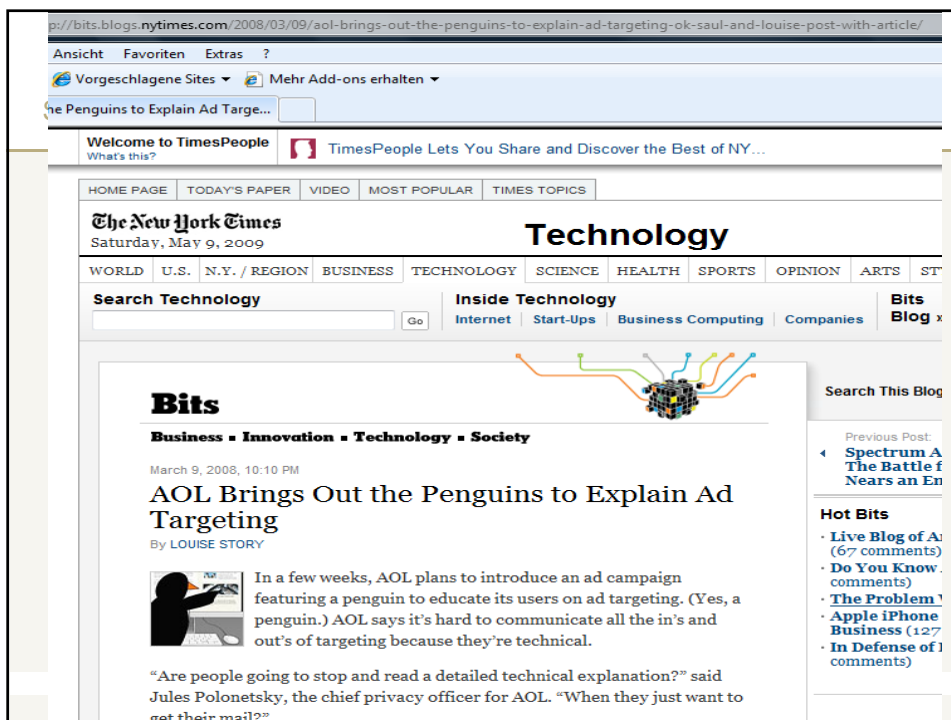
**Cookies** – Wenn Sie Google aufrufen, senden wir ein oder mehrere Cookies an Ihren Computer oder ein anderes Gerät. Ein Cookie ist eine kleine Datei, die eine bestimmte Zeichenfolge enthält und Ihren Browser eindeutig identifiziert. Mithilfe von Cookies verbessern wir die Qualität unserer Services, indem Nutzereinstellungen gespeichert, Suchergebnisse und Anzeigenauswahl verbessert und Nutzertrends aufgezeichnet werden, beispielsweise die Art und Weise, wie Personen suchen. Außerdem verwendet Google Cookies in seinen Werbeprogrammen, um Inserenten und Publisher dabei zu unterstützen, Anzeigen im gesamten Web zu schalten und zu verwalten. Möglicherweise setzen wir ein oder mehrere Cookies in Ihren Browser, sobald Sie eine Website aufrufen und eine Anzeige ansehen oder anklicken, die von den Werbeprogrammen von Google unterstützt wird.

**Protokolldaten** – Wenn Sie auf Google-Services zugreifen, zeichnen unsere Server automatisch Informationen auf, die Ihr Browser beim Besuch einer Website sendet. Diese [Serverprotokolle](#) können folgende Informationen enthalten: Ihre Webanfrage, Ihre IP-Adresse, den Browsertyp, die Sprache des Browsers, Datum und Zeitpunkt Ihrer Anfrage sowie ein oder mehrere Cookies, die Ihren Browser eindeutig identifizieren.

## Beispiel Datenschutzbestimmungen von Google

Google verarbeitet **personenbezogene Daten** nur für die Zwecke, die in diesen Datenschutzbestimmungen und/oder den zusätzlichen Hinweisen zum Datenschutz für bestimmte Services beschrieben werden. **Zusätzlich zu den oben genannten sind dies folgende Zwecke:**

- Bereitstellung unserer Services für Nutzer, einschließlich der **Anzeige benutzerdefinierter Inhalte und Werbung**
- Überprüfung, Forschung und Analyse zur Verwaltung, Verbesserung und zum Schutz unserer Services
- Gewährleistung des ordnungsgemäßen Betriebs unseres Werbenetzwerks
- Schutz der Rechte oder des Eigentums von Google oder unserer Nutzer
- Entwicklung neuer Services




<http://bits.blogs.nytimes.com/2008/03/09/aol-brings-out-the-penguins-to-explain-ad-targeting-ok-saul-and-louise-post-with-article/>  
 Ansicht Favoriten Extras ?  
 Vorgeschlagene Sites Mehr Add-ons erhalten  
 the Penguins to Explain Ad Targeting...

Welcome to TimesPeople  
 What's this? TimesPeople Lets You Share and Discover the Best of NY...

HOME PAGE TODAY'S PAPER VIDEO MOST POPULAR TIMES TOPICS  
**The New York Times**  
 Saturday, May 9, 2009 **Technology**  
 WORLD U.S. N.Y. / REGION BUSINESS TECHNOLOGY SCIENCE HEALTH SPORTS OPINION ARTS ST

Search Technology  Go **Inside Technology**  
[Internet](#) [Start-Ups](#) [Business Computing](#) [Companies](#) **Bits Blog** x

**Bits**  
 Business • Innovation • Technology • Society  
 March 9, 2008, 10:10 PM  
**AOL Brings Out the Penguins to Explain Ad Targeting**  
 By LOUISE STORY


 In a few weeks, AOL plans to introduce an ad campaign featuring a penguin to educate its users on ad targeting. (Yes, a penguin.) AOL says it's hard to communicate all the in's and out's of targeting because they're technical.

"Are people going to stop and read a detailed technical explanation?" said Jules Polonetsky, the chief privacy officer for AOL. "When they just want to get their mail?"

Search This Blog  
 Previous Post:  
 ← **Spectrum A**  
**The Battle f**  
**Nears an En**  
**Hot Bits**  
 • **Live Blog of A**  
 (67 comments)  
 • **Do You Know**  
 comments)  
 • **The Problem**  
 • **Apple iPhone**  
**Business** (127  
 • **In Defense of I**  
 comments)

**P) PRESLMAYR**  
RECHTSANWÄLTE

## Behavioral Advertising

Frame 01 - Lead text fades in from background. Appropriate pause for user to read.

Did you know that many ads  
you see on the web are  
based on other web sites you  
have visited?

Frame 02 - Text fades in sequentially.


How Does That Happen?

www.preslmayr.at 9


**P) PRESLMAYR**  
RECHTSANWÄLTE

## Behavioral Advertising

Frame 03 - Reveal to penguin at AnchovyGourmet.com

 Mr. Penguin visits  
AnchovyGourmet.com

Frame 04 - Computer and penguin slide over to make room for text as cookie  
animates from the screen(1) into the computer (2)

 An ad company sends a  
cookie to Mr. Penguin's  
computer, recording  
his visit.

www.preslmayr.at 10

Behavioral Advertising



Frame 06 - News site loads up and, penguin reads for a second and glances at ad and is surprised to see his preference



Frame 07

For more information from AOL about online advertising and your privacy choices:

[Click Here.](#)



Behavioral Advertising

The New York Times

March 10, 2008

**They Know More Than You Think**

Web companies are usually compared by how many people visit their sites each month. But looking at how many times a month each Web company collects data about a typical visitor may be a better comparison. These figures are based on the number of times consumers make search inquiries on these sites as well as the number of ads they see, pages they view and videos they watch.

COMPANY	DEC. 2007: NUMBER OF TIMES DATA IS COLLECTED ON EACH VISITOR IN A MONTH, ON AVERAGE	MILLION UNIQUE VISITORS
Yahoo	2,520	158.6
Fox Interactive Media (MySpace)	1,229	81.8
Time Warner Network (AOL)	610	163.7
Google	578	157.7
Facebook	525	34.7
Microsoft	355	144.7
EBay	201	79.9
Amazon	87	65.2
Disney Online	64	26.2
Ask Network	57	49.5
McClatchy Corporation	49	5.5
New York Times Digital	45	44.4
NBC Universal	38	17.3
Condé Nast Publications	34	9.7
Wikipedia	16	51.9

Notes: The ad networks are places these companies can collect data, but they do not in all of these instances. Also, the Time Warner figure is missing the ad network Tacoda, and the Microsoft number does not include its ad-serving company Atlas. Google's numbers do not include the ad-serving company DoubleClick.

The New York Times - Breaking News, World News & Multimedia - Windows Internet Explorer

http://www.nytimes.com/

avoriten | Vorgeschlagene Sites | LEO Deutsch-Englisches ... | Mehr Add-ons erhalten | RIS - Bundesrecht | Preslmayr Datenschutz | www.diepress

The New York Times - Breaking News, World Ne...

Time to TimesPeople started | TimesPeople recommended: **Their Dangerous Swagger** | 12:28 PM | Recommend

HOME PAGE | TODAY'S PAPER | VIDEO | MOST POPULAR | TIMES TOPICS | MOST RECENT | Try Times Reader 2.0 | Log In | Register Now

**WESTIN**  
HOTELS & RESORTS

**The New York Times**

Thursday, June 10, 2010 | Last Update: 6:14 AM ET

UNLIMITED FREE WEEKEND NIGHTS AT WESTIN | BOOK NOW >

Search | Try the New Times Skimmer | Try Times Reader 2.0 | Personalize Your Weather

Which to Global Edition >

NEWS ANALYSIS  
**Calif. Voting Change Could Signal Big Political Shift**  
By JESSE MCKINLEY  
Under Proposition 14, traditional primaries will be replaced with open elections. It is a system that supporters hoped would spread to other states.  
- Room for Debate: Will the 'Top Two' Primary Work?

MORE ON THE ELECTIONS  
- Nevada Primary Sets Up Senate Race of Sharp Contrasts  
- For G.O.P., Sorting Out Candidates Gets a Bit Messy

**In Sweden, the Men Can Have It All**  
By KATRIN BENNHOLD  
Swedish governments of all political hues have legislated to give women equal rights at work – and men equal rights at home. Ludde Omholt with his son in Stockholm.  
\* The Father of Sweden's Fathers' Leave | Photos | Comment

**OPINION**  
EDITORIAL  
**The Wrong Message on Deficits**  
The sudden fierce enthusiasm for fiscal austerity, especially among stronger economies, is likely to backfire.

**HOME & GARDEN**  
**Making Flowers Into Perfume**  
Natural perfumers are turning their blooms into fragrances.  
- Slide Show

**THURSDAY STYLES**  
**Avoiding the Undertow**

Collins: Rise of the Richies  
Comments (21)  
Kristof: Royal America  
Editorial: Round 4  
Editorial Observer: Lives of Louisiana Fishermen  
Tony Judt: Israel Without Cliches

MARKETS » At 6:13 AM ET

Britain	Germany	France
FTSE 100	DAX	CAC 40
5,098.88	6,009.53	3,475.22
+13.02	+24.78	+25.45
+0.26%	+0.41%	+0.83%

Data delayed at least 15 minutes

The New York Times - Breaking News, World News & Multimedia - Windows Internet Explorer

http://www.nytimes.com/

avoriten | Vorgeschlagene Sites | LEO Deutsch-Englisches ... | Mehr Add-ons erhalten | RIS - Bundesrecht | Preslmayr Datenschutz | www.diepress

The New York Times - Breaking News, World Ne...

Property values: What You Get for ... \$300,000  
International Real Estate: House Hunting  
Square Feet: Can Residents Keep Stores Out

On Election in Puerto Rico, a Forest Perch  
the Oil Spill and the Chaos Perception

FASHION & STYLE »

The New York Times > Member Center > Site Hel...  
http://www.nytimes.com/ref/membercenter/faq/linkingq16.html

**CUSTOMER SERVICE**

**What are Ads by Google?**

Ads by Google are keyword-targeted advertisements provided through the Google AdWords™ program.

These listings are administered, sorted and maintained by Google. For information about these Google ads, go to [adwords.google.com](http://adwords.google.com).

Google may place or recognize a unique "cookie" on your Web browser. Information from this cookie may be used by Google to help provide advertisers with more targeted advertising opportunities. For more information about Google's privacy policy, including how to opt out, go to [www.google.com/ads/preferences](http://www.google.com/ads/preferences).

By clicking on Advertiser Links you will leave NYTimes.com. The Web site you will go to is not endorsed

THE FIFTH DOWN: Dustin Keller With a Sushi Suggestion  
June 10, 2010, 6:00 AM

ECONOMIX: Will Obama Push for Financial Stability?  
June 10, 2010, 6:00 AM

THE LEARNING NETWORK: Uniting Their Nation  
June 10, 2010, 3:59 AM

BATS: Yankees to Face Halladay  
June 10, 2010, 2:00 AM

More New York Times Blogs >

Times Reader 2.0: Daily delivery of The Times - straight to your computer. Subscribe for just \$4.62 a week.

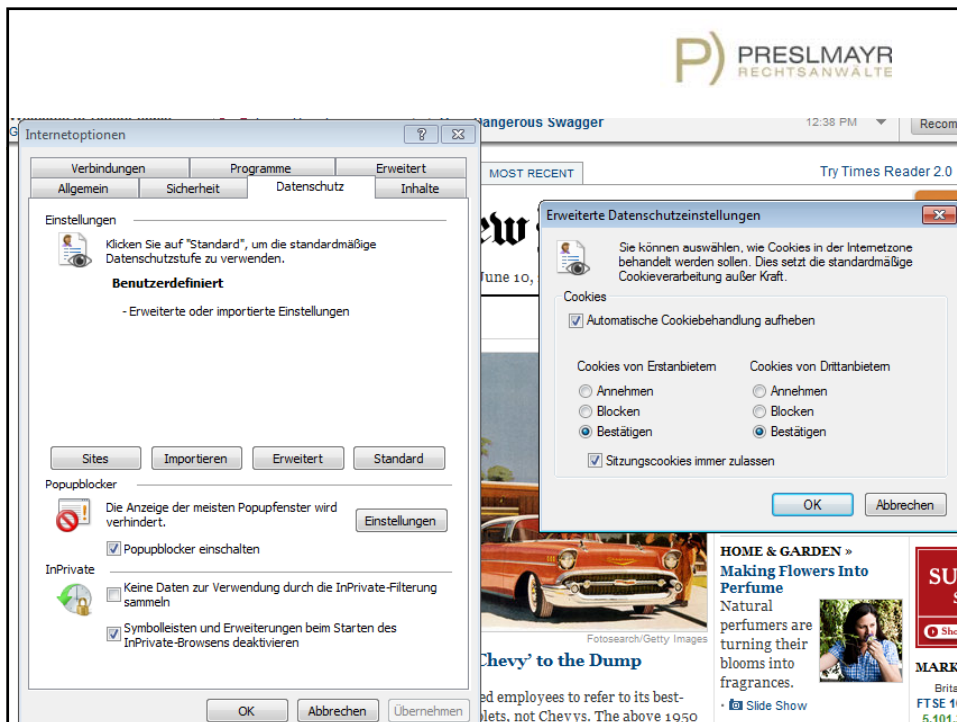
The New York Times App for iPad™ presented by CHASE SAPHIRE

SEE THEATER FOR LESS nytimes.com/theaterspecials

Ads by Google what's this?

**airberlin - Your airline.**  
Jetzt Flüge bei airberlin buchen. Weltweit fliegen inkl. topbonus!  
[airberlin.com](http://airberlin.com)

Internet | Geschützter Modus: Inaktiv | 100%





PRESLMAYR RECHTSANWÄLTE

MOST POPULAR

Try Times Re

Search

**Datenschutzwarnung**

Die Website "nytimes.com" möchte eine Datei, ein so genanntes Cookie, auf dem Computer speichern. Diese Datei kann dazu verwendet werden, Benutzerinformationen nachzuverfolgen. Möchten Sie dies zulassen?

Festlegung auf alle Cookies dieser Website anwenden

Zulassen Ablehnen Details Hilfe

**Datenschutzwarnung**

Die Website "scorecardresearch.com" möchte eine Datei, ein so genanntes Cookie, auf dem Computer speichern. Diese Datei kann dazu verwendet werden, Benutzerinformationen nachzuverfolgen. Möchten Sie dies zulassen?

Festlegung auf alle Cookies dieser Website anwenden

Zulassen Ablehnen Details Hilfe

HOME & GARDEN »  
Making Flowers Into

New York Times: 6 Cookies

PRESLMAYR RECHTSANWÄLTE

wetter.at

Österreich International Gartenwetter

**Aktuelles Wetter: Österreich**  
Donnerstag, 10.06.2010, 12:00

**Datenschutzwarnung**

Die Website "adverserve.net" möchte eine Datei, ein so genanntes Cookie, auf dem Computer speichern. Diese Datei kann dazu verwendet werden, Benutzerinformationen nachzuverfolgen. Möchten Sie dies zulassen?

Festlegung auf alle Cookies dieser Website anwenden

Zulassen Ablehnen Details Hilfe

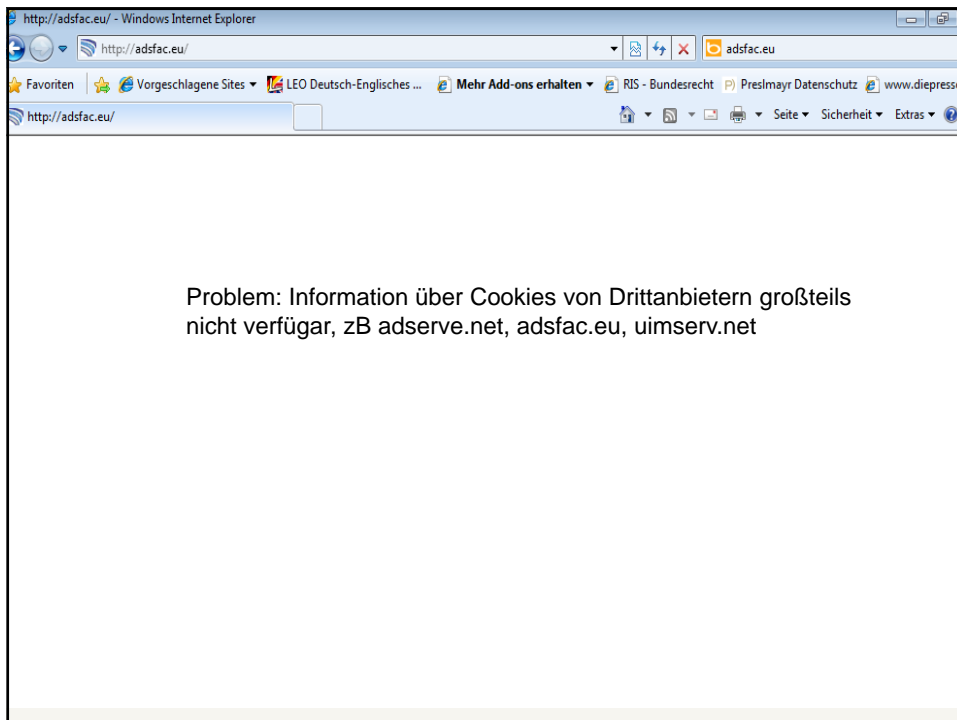
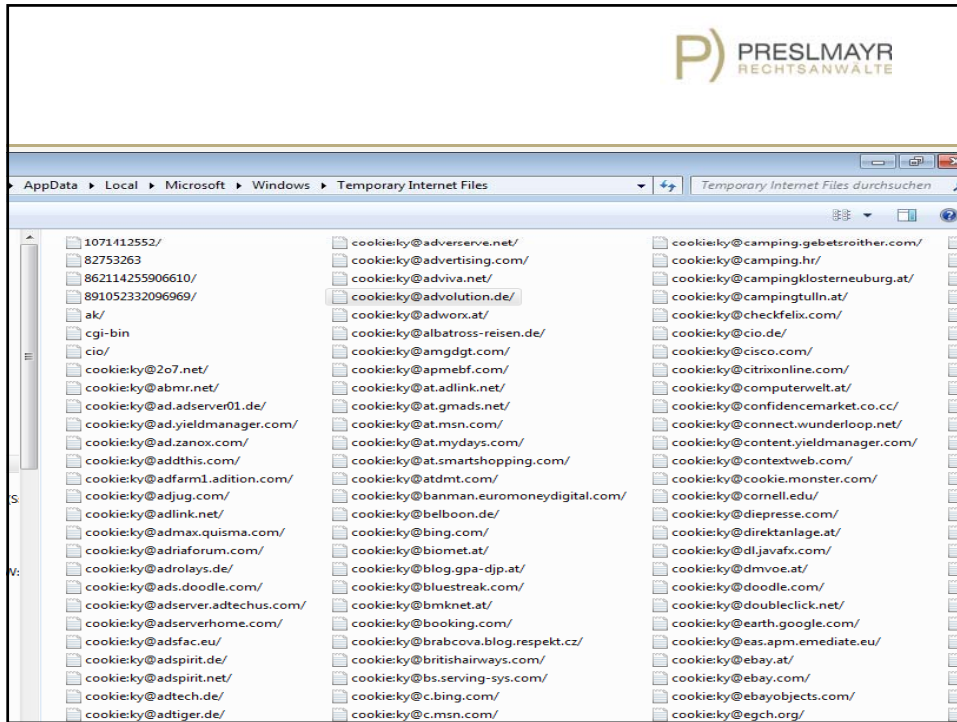
Wetterwarnung! Sturm

Linzer 29° Wien 29° Salzburg 28° Linz 27° Innsbruck 26° Graz 28° Lienz 24° Klagenfurt 29°

12 Uhr Heute

Übersicht Temperatur Niederschlag Wind Sat-Bild Bewölkung

Wetter.at: 18 Cookies!





**Warum werden Cookies durch die advolution technologies eingesetzt?**

advolution setzt Cookies ein, um die Einblendung von Werbemitteln, die durch die Kunden von advolution geschaltet werden, für den User auszusteuern und zu optimieren. Dies betrifft zum Beispiel die maximale Anzeigehäufigkeit von Werbemitteln, die ein User zu sehen bekommt. Zudem nutzt advolution in Einzelfällen gespeicherte Cookie-Informationen für statistische Erhebungen.

**Welche Daten werden durch das Setzen von advolution-Cookies erfasst?**

advolution speichert durch das Setzen von Cookies keine personenbezogenen Daten wie Name, Email-Adressen oder andere persönliche Angaben. Alle Informationen sind rein anonymisiert und enthalten technische Informationen wie beispielsweise die Anzeigehäufigkeit und das Anzeigedatum von Werbemitteln, den benutzten Browser oder auch das installierte Betriebssystem.


**Wie geht advolution mit dem Thema Datenschutz um?**

advolution arbeitet in sämtlichen Prozessen der Datenerfassung streng konform nach dem deutschen Datenschutzrecht. Sämtliche gespeicherten Daten sind auf Servern im bundesdeutschen Raum abgelegt. Zudem erfüllt advolution sämtliche P3P-Vorgaben (Privacy Preferences Project). Ergänzend weist advolution darauf hin, daß alle advolution-Mitarbeiter an das Datengeheimnis gebunden sind, ebenso wie die advolution-Kunden über Regelungen in den Allgemeinen Geschäftsbedingung (AGBs).

**Wie können Cookies vollständig ausgeschaltet werden?**

Die aktuell gängigen Internet-Browser sind standardmäßig so eingestellt, dass grundsätzlich Cookies akzeptiert werden. Diese Einstellung kann über die jeweiligen Internetoptionen des Browser geändert werden.

21



## Behavioral Advertising

- ⌘ Konsequenz für die Wirtschaft: „Klassische“ Medien wie Print, Radio und TV verlieren Werbeeinnahmen, da Werbebudgets in „maßgeschneiderte“ behavioral ads investiert werden.
- ⌘ Klassische Medien können keine solchen maßgeschneiderten, verhaltensgesteuerte Werbungen schalten, da sie nicht über die erforderliche Datendichte verfügen, die nur im Internet generiert werden kann

www.preslmayr.at
23. Mai 2008
22

## Behavioral Advertising

- Konsequenz für den Datenschutz: Durch Verschiebung der Werbebudgets werden noch mehr Daten gesammelt und diese noch besser ausgewertet und vernetzt, um immer besseres Behavioral Advertising anbieten zu können.
- Eine klare datenschutzrechtliche Regelung wird daher wichtig. Es ist teilweise unklar, inwieweit der heutige Rechtsrahmen ausreicht oder Behavioral Advertising zulässt/unterbindet.

## Suchmaschinen und personenbezogene Daten

- Unklar: Sind Daten, die über Cookies oder IP-Adressen gesammelt werden, überhaupt personenbezogene Daten?
- Gutachten der frz. Datenschutzbehörde CNIL vom 5.2.2009 über verhaltensbezogene Online-Werbung : Verweist auf WP 136 der Art. 29 Datenschutzgruppe vom 20.7.2007

## Suchmaschinen und personenbezogene Daten

- Laut WP 136: ergibt sich aus der Def. „personenbezogene Daten“ in RL: = Informationen über eine bestimmte oder **bestimmbare** Person.
- RL: Bestimmbar ist ein Person, die direkt oder **indirekt identifiziert werden kann, insbesondere durch Zuordnung zu einer Kennnummer** oder zu einem oder mehreren spezifischen Elementen, die Ausdruck ihrer psychischen, physiologischen, psychischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder sozialen Identität sind“.

## Suchmaschinen und personenbezogene Daten


- Es reicht aus, wenn die betroffene Person aufgrund der Datenverarbeitung anders behandelt wird als eine andere. Ist bei Behavioral Advertising der Fall.
- WP 136: Person kann aufgrund anderer Informationen identifiziert werden.  
**Identifizierbarkeit einer Person setzt nicht mehr die Kenntnis ihres Namens voraus.**
- Laut CNIL fallen bei Behavioral Advertising daher **personenbezogene** Daten an.

## Suchmaschinen und personenbezogene Daten

- CNIL fordert daher klare und verständliche Information für die Internetbenutzer, insbesondere über den konkreten Zweck der eingesetzten Cookies.
- Bei Auswertung von Nutzerverhalten für verhaltensbezogene Werbung fordert CNIL sogar Zustimmungs- und Widerrufsrecht.
- Bloßer Hinweis „versteckt“ in der Datenschutzerklärung der Webseite reicht laut CNIL nicht aus .

## Working Paper 148 der Art. 29-Gruppe

- WP 148 vom 4.4.2008 zu Datenschutzfragen im Zusammenhang mit Suchmaschinen
- IP-Adresse: Da normalerweise Identifizierung möglich, personenbezogen
- Cookies: Personenbezogen, wenn eindeutige Benutzererkennung enthält.

 **PRESLMAYR**  
RECHTSANWÄLTE

Working Paper 148 der Art. 29-Gruppe

- Speicherfristen auf Minimum reduzieren, max. 6 Monate
- Anreicherung von Benutzerprofilen mit Daten, die nicht von den Benutzern selbst bereitgestellt werden: nur mit Zustimmung der Benutzer
- Wenn individuelle Suchhistorie gespeichert: nur mit Zustimmung des Benutzers

www.preslmayr.at 23. Mai 2008 29

 **PRESLMAYR**  
RECHTSANWÄLTE

Behavioral Advertising

**Online Behavioral Advertising: European Commission launches infringement proceedings against the UK**

POSTED ON APRIL 17, 2008 BY HUNTON & WILLIAMS LLP

Following numerous complaints about the use of behavioral advertising technology by internet service providers, the European Commission (the "Commission") launched infringement proceedings against the United Kingdom for an alleged failure to keep people's online details confidential. The EU Telecoms Commissioner, Viviane Reding, has called upon the UK to change its national laws to ensure the confidentiality of communications by prohibiting interception and surveillance without the user's consent. If the UK does not comply, the Commission can issue a final warning before taking the UK to the European Court of Justice.

**Legal Background**

In the UK, those who collect and use data through behavioral advertising technology must comply with the Data Protection Act 1998 (as amended) (the "DPA"), as well as the Privacy and Electronic Communications (EC Directive) Regulations 2003 (the "Privacy Regulations"). In addition, any organization which chooses to "monitor" or "intercept" online communications must also comply with the Regulation of Investigatory Powers Act 2000 ("RIPA") and the Telecommunications (Lawful Business Practice) (Interception of Communications) Regulations 2000 (the "LBP Regulations").

These legislative instruments implemented various EU Directives in the UK. Under Article 226 of the EC Treaty, the European Commission is responsible for ensuring that European Community law is correctly enacted into the local laws of individual Member States. If a Member State fails to comply with European Community law, the European Commission can bring infringement proceedings, and may ultimately refer the case to the European Court of Justice (the "ECJ"). Here, the European Commission has commenced infringement proceedings by issuing a formal notice to the UK. The UK has two months to respond or to comply voluntarily by amending the relevant legislation.

www.preslr Phorm's Advertising Tracker System 30

The debate began with the introduction of Phorm Inc.'s advertising tracker system which allows the company to track the identity and web habits of individual computers by tracing their unique Internet Protocol addresses.

PRESLMAYR  
RECHTSANWÄLTE

## Behavioral Advertising

The website that hits back at the "privacy pirates" smear campaign against Phorm.

Over the last year Phorm has been the subject of a smear campaign orchestrated by a small but dedicated band of online "privacy pirates" who appear very determined to harm our company. Their energetic blogging and letter-writing campaigns, targeted at journalists, MPs, EU officials and regulators, distort the truth and misrepresent Phorm's technology. We have decided to expose the smears and set out the true story, so that you can judge the facts for yourself.

PRESLMAYR  
RECHTSANWÄLTE

## Behavioral Advertising

Print story Track this topic

### EU issues ultimatum on internet privacy

#### Behavioural targeting investigated

By [Chris Williams](#) - [Get more from this author](#)

Posted in [Telecoms](#), 31st March 2009 10:55 GMT

[Free whitepaper – Best practices in the call center](#)

The European Commission today delivered an ultimatum to internet firms - improve your approach to privacy online, or face a regulatory clampdown from Brussels.

Meglana Kuneva, the consumer affairs Commissioner, told a gathering of ISPs, major websites and advertising firms they are violating "basic consumer rights in terms of transparency, control and risk", through data collection and behavioural targeting.

"I want to send a warning signal today that we cannot afford foot dragging in this area," she said.

"If we fail to see an adequate response to consumers concerns on the issue of data collection and profiling, as a regulator, we will not shy away from our duties nor wait for a cataclysm to wake us up."

[ADME, Toxicology Workshop](#)  
27-31 July, Oxford, UK. REACH Prediction, Validation, Assessment  
[echeminfo.com/comty\\_oxfordadmet09](http://echeminfo.com/comty_oxfordadmet09)

[Tools for FP7 Reporting](#)  
Scientific & Financial FP7 reporting A tool for each project phase  
[www.fp-tools.eu](http://www.fp-tools.eu)

[Recyclinglösung Europa](#)



## ARTICLE 29 Data Protection Working Party



Brussels, 26 May 2010

Google Inc.  
CEO

Subject: Working Party 29 Data Protection Commissioners

Dear,

I am writing to you in my capacity as Chairman of the Article 29 Working Party (hereafter: WP29). On behalf of the data protection authorities in the EU united in WP29, I call on you to improve the protection of the online privacy of users of your search engine services. Besides limiting the retention period of personal data, measures include a reduction of the possibility to identify users in the search logs and the creation of an external audit process to reassure users that you are delivering on your privacy promises, i.e. by involving an independent and external auditing entity.



## Literaturtipp

- ☞ *Knyrim*, Suchmaschinen andersrum: Datenschutzrechtliche Implikationen von Suchmaschinen und Web-Analyse-Tools, in *Österreichische Juristenkommission (Hg.)*, Alles unter Kontrolle? – Überwachung-Privatsphäre-Datenschutz, 115.

Ende

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**RA Dr. Rainer Knyrim, Preslmayr Rechtsanwälte OG**

**1010 Wien, Dr. Karl Lueger-Ring 12**

**Tel. +43/1/5331695, Fax +43/1/5355686, [knyrim@preslmayr.at](mailto:knyrim@preslmayr.at)**

**Literatur + Newsletter: [www.preslmayr.at/datenschutz.htm](http://www.preslmayr.at/datenschutz.htm)**