

Datenschutz bei Suchmaschinen

Thilo Weichert

I. Die Praxis

Dass Internet-Suchmaschinen etwas mit Bürgerrechten und mit dem Datenschutz zu tun haben, lässt sich aus aktuellen Pressemeldungen ablesen: „Google akzeptiert Zensur in China“.¹⁾ „Google sieht keine Datenschutzprobleme durch DoubleClick-Übernahme“.²⁾ „Google protestiert gegen deutsche Pläne der Vorratsdatenspeicherung“.³⁾ „Bürgerrechtler verlangen von Google besseren Datenschutz“.⁴⁾ „Internetnutzer kritisieren Googles Datenhunger“.⁵⁾ „Durch Google-Suche in Einzelhaft“.⁶⁾ „Google fordert auf UNESCO-Konferenz 'globalen Datenschutz'“.⁷⁾ „Google befürwortet selbstregulierenden Datenschutz“.⁸⁾ „Datenschutz als 'riesiges Problem' bei Suchmaschinen“.⁹⁾

Dass „Google“ mit dem Thema „Suchmaschinen“ assoziiert wird, hat einen trivialen Grund. Die Firma ist auf dem Internet-Suchmaschinenmarkt mit 79 % weltweit Marktführer, in Deutschland gar mit einem Marktanteil von 87 %.¹⁰⁾ Dem Unternehmen wird heute ein Börsenwert von ca. 116 Mrd. Dollar zugeschrieben, Tendenz steigend.¹¹⁾ Doch gibt es mehr Suchmaschinen mit teilweise klingenden Namen: Yahoo, MSN, AOLSearch, Lycos/Fireball.

Deren Aufgabe ist v.a. technischer Natur: Die meisten Suchmaschinen durchforsten mit Hilfe von speziellen Programmen, sog. *Robots* oder *Crawlern*, das World Wide Web und speichern Informationen von gefundenen Seiten in einer eigenen Datenbank, dem Index. Wird eine Anfrage an eine Suchmaschine gerichtet, so recherchiert diese in ihrer Datenbank, ob sie das Gesuchte findet. Diese Datenbank umfasst nicht das gesamte World Wide Web. Die Firma Google gibt an, mehr als 8 Mrd. Webseiten in ihrer Datenbank erfasst zu haben, was nur ein Teil sämtlicher Inhalte des World Wide Web ist. Da die Suchmaschinenbetreiber unterschiedliche Programme zur Durchforstung des Internet verwenden, landen auch verschiedene Seiten im jeweiligen Index.¹²⁾

Bei Suchmaschinenanfragen fallen zunächst einmal die IP-Adressen der anfragenden Computer an sowie weitere Angaben über den Rechner der Nutzenden, z.B. benutzer Browser und Betriebssystem. Außerdem stehen die Suchbegriffe zur Verfügung sowie das Datum und die Uhrzeit der Anfrage. Schließlich ist erkennbar, welche Webseite der Nutzende aus den gelisteten Resultaten tatsächlich ausge-

wählt und aufgerufen hat. Schon allein aus diesen Daten lässt sich ableiten, wofür sich eine Person wann interessiert hat. Werden viele solche Anfragen gemeinsam ausgewertet, lassen sich hieraus präzise Interessenprofile erstellen, also mit welchen Themen eine Person sich zu welcher Zeit beschäftigt hat. Werden diese Angaben einer konkreten Person zugeordnet, so lässt sich aus dem Anfrageprofil zumindest bei Personen, die regelmäßig Suchmaschinen nutzen, ein *langfristiges Interessenprofil* erstellen.

Suchmaschinen gewinnen voraussichtlich in Zukunft noch *größere Bedeutung*. In Deutschland hat sich das Internet innerhalb von 11 Jahren als dritte Säule des Medienkonsums etabliert, indem die Nutzendenzahl von 6,5 % auf 62,7 % anstieg. 2007 wurde als wichtigster Grund für die Internetnutzung von 91 % die „Suche nach Informationen“ genannt, vor „Spaß und Unterhaltung“ mit 72 %. Hinsichtlich der verwendeten Anwendungen stehen die E-Mail-Funktion und Suchmaschinen im Vordergrund der Internetnutzung. 76 % nutzen zumindest wöchentlich Suchmaschinen.¹³⁾ Marktführer Google verzeichnet täglich über 200 Mio. Suchanfragen.¹⁴⁾ Nach einer weltweiten Messung von Websuchanfragen durch das Marktforschungsunternehmen comScore wurden im August 2007 von 750 Mio. Internet-Nutzenden über 15 Jahren 61 Milliarden Mal Suchmaschinen genutzt.¹⁵⁾ Angesichts der zunehmenden Informationsmasse im Internet gewinnt die professionelle technische Hilfe von Suchmaschinen eine immer wichtigere Bedeutung. Was eine bequeme und nützliche Hilfe ist, wird jedoch zugleich zum Datenschutzproblem.



Dr. Thilo Weichert

Leiter des Unabhängigen Landes-zentrums für Datenschutz Schleswig-Holstein (ULD)

Der Beitrag basiert auf einem Vortrag beim SuMa-eV-Kongress in Berlin 2007.

- 1) Die Tageszeitung 26.01.2006, 8.
- 2) www.heise.de 17.04.2007.
- 3) *Krempf* www.heise.de 20.02.2007.
- 4) www.heise.de 10.06.2007.
- 5) Presseerklärung Arbeitskreis Vorratsdatenspeicherung 25.07.2007.
- 6) www.heise.de 22.08.2007.
- 7) www.heise.de 14.09.2007.
- 8) *Borchers* www.heise.de 17.09.2007.
- 9) *Krempf* www.heise.de 20.09.2007.
- 10) *Speck*, Vortrag am 20.09.2007 in Berlin beim SuMa-eV-Kongress 2007.
- 11) Süddeutsche Zeitung (SZ) 07.11.2007, S. 2.
- 12) *Machill*, 12 goldene Suchmaschinen-Regeln, Hrsg. Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM), Unabhängige Landesanstalt für Rundfunk und neue Medien Schleswig-Holstein (ULR), 2006, S.12; die Broschüre ist als Ratgeber zur Nutzung von Suchmaschinen für Verbraucherinnen und Verbraucher konzipiert.
- 13) *Van Eimeren/Frees*, Internetnutzung zwischen Pragmatismus und YouTube-Euphorie, Media Perspektiven 8/2007, 362 ff.; zur Geschichte der Suchmaschinen *Patzwaldt* in Lehmann/Schetsche, Die Google-Gesellschaft, 2005, S. 75 ff.
- 14) *Speck/Thiele* in Lehmann/Schetsche (Fn. 13), S. 181.
- 15) Telepolis www.heise.de 12.10.2007.