

Vor dem  
Bundesausschuss zur Beaufsichtigung des Handels<sup>1</sup>  
Washington, DC 20580

betreff den Fall

Google AG<sup>2</sup>

und

DoubleClick AG

**Beschwerde und Ersuchung um einstweilige Verfügung,  
Ersuchung um Ermittlung und Aufzeigen von Alternativen<sup>3</sup>**

Inoffizielle, pragmatische Übersetzung aus dem Englischen von Anika Kehrer am 21.04.2007

Keine Gewähr,

insb. für übersetzte Namen von Organisationen

Übersetzung unterliegt der GNU GPL

(<http://www.gnu.org/licenses/gpl.html>),

Übersetzungstechnisch fragwürdige Passagen sind türkis gesetzt, Originaltextpassagen jeweils in Fußnote vorhanden

Ganzer Originaltext:

[http://www.epic.org/privacy/ftc/google/epic\\_complaint.pdf](http://www.epic.org/privacy/ftc/google/epic_complaint.pdf)

EINLEITUNG

1. Diese Beschwerde hat die speziellen Fragen zum Gegenstand, die durch die beabsichtigte Übernahme von DoubleClick durch Google aufkommen, und die Wirkung derselben auf den Verbraucherschutz im Bereich Onlinewerbung. Wie im Folgenden ausgeführt werden wird, wirft die wachsende Sammlung persönlicher Informationen über Internetnutzer durch Online-Werber weitreichende Besorgnis im Hinblick auf den Datenschutz auf, der sich die Aufsichtsbehörde annehmen sollte. Weder Google noch DoubleClick haben angemessene Maßnahmen ergriffen, um die gesammelten Daten zu schützen. Darüber hinaus wird die beabsichtigte Übernahme beispiellose Risiken für den Datenschutz aufwerfen und die Standards und Regeln der Onlinewerbung verletzen, denen vormals zugestimmt worden war.

BETEILIGTE

2. Das [amerikanische] Zentrum für Elektronischen Datenschutz ("EPIC")<sup>4</sup> ist eine Forschungsorganisation des öffentlichen Interesses mit Sitz in Washington, DC. EPIC prüft die öffentlich-rechtlichen und privaten Leitlinien und Praktiken im Bereich Datenschutz, um ihre Wirkung auf das Datenschutzinteresse der amerikanischen Öffentlichkeit zu ermitteln. Unter anderem war das EPIC der Erste, der die Aufmerksamkeit des Bundesausschusses auf das Risiko für den Datenschutz lenkte,

1 Bundesausschuss zur Beaufsichtigung des Handels ~ Federal Trade Commission (Anm.d.Übers.)

2 Incorporation = Aktiengesellschaft

3 Originaltitel: *Complaint and Request for Injunction, Request for Investigation and for Other Relief*

4 EPIC = **E**lectronic **P**rivacy **I**nformation **C**enter: <http://www.epic.org/> (Anm.d.Übers.)

welches mit Onlinewerbung einhergeht.<sup>1</sup> EPIC initiierte auch die Beschwerde an das FTC<sup>2</sup> betreffend Microsoft Passport, in dessen Folge der Ausschuss von Microsoft verlangte, ein umfangreiches Programm für Informationssicherheit in Passport und andere Dienstleistungen zu implementieren.<sup>3</sup>

3. Das [amerikanische] Zentrum für Digitale Demokratie ("CDD")<sup>4</sup> ist eine Non-profit-Organisation mit Sitz im Regierungsbezirk Columbia. CDD setzt sich dafür ein, in der Breitband-Ära die Offenheit und Vielfalt des Internets zu erhalten. Das CDD und der Bund der US-amerikanischen Forschungsgruppen Öffentlichen Interesses (U.S. PIRG)<sup>5</sup> haben jüngst beim Bundesausschuss eine Unterlassungsklage eingereicht, die unfaire und betrügerische Onlinemarketing-Praktiken zum Gegenstand hat.<sup>6</sup>
4. Der Bund der US-amerikanischen Forschungsgruppen Öffentlichen Interesses ("U.S. PIRG")<sup>7</sup> mit Sitz in Washington, DC fungiert als Bundesanwaltschaft der gemeinnützigen und unabhängigen Forschungsgruppen öffentlichen Interesses mit über einer Million Mitgliedern bundesweit. U.S. PIRG ist ein starker Verfechter fairer, konkurrenzfähiger Marktwirtschaft, die die OECD<sup>8</sup>-Richtlinien für Datenschutz befolgt.
5. Die Google AG ("Google") wurde September 1998 in Kalifornien gegründet und expandierte August 2003 nach Delaware. Googles [amerikanischer] Hauptsitz befindet sich 1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, California 94043. Jederzeit für diese Beschwerde maßgeblich, betrifft Googles Geschäftsverlauf mit seinen Handlungen und Geschäftsmethoden, wie sie hier angeführt werden, den Handel, wie "Handel" ["commerce"] in Abschnitt 4 des Gesetzes des Bundesausschusses für den Handel, 15 U.S.C. § 45, definiert ist.<sup>9</sup>
6. Die DoubleClick AG ("DoubleClick") wurde am 23. Januar 1996 als Aktiengesellschaft in Delaware gegründet. DoubleClicks internationaler Hauptsitz befindet sich 111 Eighth Avenue, 10<sup>th</sup> Floor, New York, NY 10011. Jederzeit für diese Beschwerde maßgeblich, betrifft DoubleClicks Geschäftsverlauf mit seinen Handlungen und Geschäftsmethoden, wie sie hier angeführt werden, den Handel, wie "Handel" ["commerce"] in Abschnitt 4 des Gesetzes des Bundesausschusses für den Handel, 15 U.S.C. § 45, definiert ist.

1 "In the Matter of DoubleClick, Complaint and Request for Injunction, Request for Investigation and for Other Relief, before the Federal Trade Commission" (Feb. 10, 2000), abzurufen unter [http://www.epic.org/privacy/internet/ftc/DCLK\\_complaint.pdf](http://www.epic.org/privacy/internet/ftc/DCLK_complaint.pdf)

2 FTC = Federal Trade Commission: <http://www.ftc.gov/> (Anm.d.Übers.)

3 "In the Matter of Microsoft Corporation File No. 012 3240, Docket No. C-4069 (Aug. 2002)", abzurufen unter <http://www.ftc.gov/os/caselist/0123240/0123240.shtm>. Vgl. auch: Federal Trade Commission, "Microsoft Settles FTC Charges Alleging False Security and Privacy Promises" (Aug. 2002): "Die beantragte Zustimmungsordnung verbietet jede Falschdarstellung von Informationspraktiken in Verbindung mit Passport und ähnlichen Diensten. Sie fordert auch von Microsoft, ein umfangreiches Programm für Informationssicherheit zu implementieren und zu pflegen. Zusätzlich muss Microsoft ihr Programm mindestens gemäß den Standards der Zustimmungsordnung alle zwei Jahre von einem unabhängigen Experten zertifizieren lassen.". Abzurufen unter <http://www.ftc.gov/opa/2002/08/microsoft.shtm>

4 CDD = Center for Digital Democracy: <http://www.democraticmedia.org/> (Anm.d.Übers.)

5 US PIRG = United States' Public Interest Research Group: <http://www.uspirg.org/> (Anm.d.Übers.)

6 Abzurufen unter <http://www.democraticmedia.org/PDFs/FTCadprivacy.pdf>. Vgl. auch: Center for Digital Democracy, "Consumer Groups Call for FTC Investigation of Online Advertising and Consumer Tracking and Targeting Practices; Consumer Privacy Must Be Protected from Digital Commercial Shadowing - Privacy Violations Demand an Injunction Against Microsoft and Others", abzurufen unter <http://www.democraticmedia.org/issues/privacy/FTCprivacypr.html>

7 US PIRG = United States' Public Interest Research Group: <http://www.uspirg.org/> (Anm.d.Übers.)

8 OECD= Organization for Economic Cooperation and Development: [http://www.oecd.org/about/0,2337,en\\_2649\\_201185\\_1\\_1\\_1\\_1\\_1,00.html](http://www.oecd.org/about/0,2337,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html) (Anm.d.Übers.)

9 Originaltext: *At all times material to this complaint, Google's course of business, including the acts and practices alleged herein, has been and is in or affecting commerce, as "commerce" is defined in Section 4 of the Federal Trade Commission Act, 15 U.S.C. § 45.*

## DIE RELEVANZ VON DATENSCHUTZ

7. Das Recht auf Privatsphäre ist in den Vereinigten Staaten ein persönliches, fundamentales Recht. Die Privatsphäre eines Individuums steht in direktem Zusammenhang mit dem Sammeln, Nutzen und Verbreiten von persönlicher Information. **Durch den Missbrauch persönlicher Information können die Sicherung von Beschäftigung, die Versicherungs- und Kreditwürdigkeit, das Erlangen medizinische Hilfe und das Recht auf ein ordentliches Gerichtsverfahren gefährdet werden.**<sup>1</sup>
8. Durch ausschweifendes Sammeln persönlicher Daten in den Vereinigten Staaten in Verbindung mit unzureichendem gesetzlichen und technologischen Schutz hat sich die Zahl von Identitätsdiebstählen dramatisch erhöht.<sup>2</sup>
9. Die amerikanische Regierung hat Datenschutzrichtlinien für Regierungswebseiten eingeführt, **die bestimmte Datenschutzrisiken einräumen**<sup>3</sup>, wenn "das Nutzen von Webtechnologie die Handlungen der Nutzer im Zeitverlauf und über verschiedene Webseiten hinweg verfolgen können", und sie hat den Bundesbehörden vom Benutzen solcher Techniken abgeraten.
10. Die OECD-Richtlinien 'zum Schutz von Privatsphäre und zum Grenzüberschreitenden Fluss Persönlicher Daten' erkennen an, dass "das Recht eines Individuums auf Zugriff und Herausgabe persönlicher Daten grundsätzlich als die vielleicht wichtigste Maßnahme für den Schutz der Privatsphäre erachtet wird".<sup>4</sup>
11. Gesetze zum Datenschutz fordern routinemäßig, dass Verbraucherinformationen zu löschen sind, sobald sie nicht mehr gebraucht werden.<sup>5</sup>
12. Gerichte haben ein Datenschutzinteresse an den gesammelten Informationen über den Gebrauch des Internets auch für solche Daten festgestellt, die keine persönliche Identifizierung zulassen.<sup>6</sup>
13. Der Bundesausschuss für den Handel ist gesetzlich verpflichtet, Verletzungen des Abschnitts 5 des Gesetzes des Bundesausschusses für den Handel zu ermitteln und zu bestrafen, in dem das Datenschutzinteresse von Internetnutzern behandelt wird.
14. Internet-Suchmaschinen, wie sie von Google, Yahoo und Microsoft angeboten werden, sind das primäre Hilfsmittel, mit dem Individuen auf die Inhalte des Internets zugreifen.

## DIE BEDEUTUNG VON INTERNET-SUCHMASCHINEN

15. Allein die auf der Google-Hauptseite eingegebenen Suchwörter können eine Unmenge

1 Originaltext: *The opportunities to secure employment, insurance, and credit, to obtain medical services and the rights of due process may be jeopardized by the misuse of personal information.*

2 Fed. Trade Comm'n, Consumer Fraud and Identity Theft Compliant Data: January – December 2006 (Feb. 7, 2007), abzurufen unter <http://www.consumer.gov/sentinel/pubs/Top10Fraud2006.pdf> (für das siebte Jahr in Folge, Identitätsdiebstahl ist die Sorge Nummer 1 von US-Konsumenten).

3 Originaltext: *that acknowledge particular privacy concerns*

4 Die OECD Datenschutzprinzipien von 1980 beziehen sich auf "persönliche Daten, ob im öffentlichen oder im privaten Sektor, die, durch die Art ihrer Verarbeitung oder durch ihre Natur oder durch den Kontext in dem sie genutzt werden, eine Gefahr darstellen für die Privatsphäre oder für individuelle Freiheiten." Organization for Economic Cooperation and Development, Guidelines Governing the Protection of Privacy and Trans-Border Flow of Personal Data, OECD Doc. 58 final (Sept. 23, 1980), art. 3(a), wiederabgedruckt in M. ROTENBERG ED., THE PRIVACY LAW SOURCEBOOK 2004 395 (EPIC 20035). Die OECD Datenschutzprinzipien fordern unter anderem die Begrenzung von gesammelten Informationen; die Sammlung sollte relevant sein für den Zweck, zu dem sie erhoben wurden; es sollte eine von Offenheit gezeichnete Erklärung zu der Existenz, Natur, Sammlung, Pflege und Gebrauch der Informationen geben; und die Individuen sollen das jeweilig angemessene Recht auf Zugriff, Berichtigung, Vervollständigung oder Löschung von Informationen haben.)

5 Vgl. z.B. Video Privacy Protection Act of 1988, 18 USC § 2710(e): "Eine von diesem Abschnitt betroffene Person soll Informationen zur persönlichen Identifizierung so schnell wie möglich zerstören (...); Fair and Accurate Credit Transactions Act of 2003, 15 U.S.C. § 1681x (betrifft Beseitigung von Konsumentenaufzeichnungen).

6 Gonzales v. Google, 234 F.R.D. 674, 687 (N.D. Cal. 2006); Northwestern Mem'l Hosp. v. Ashcroft, 362 F.3d 923, 929 (7th Cir. 2004).

an persönlichen Informationen vermitteln, zum Beispiel medizinische Angelegenheiten, Interessenvereinigungen, religiöse Überzeugungen, politische Präferenzen, sexuelle Orientierung und beobachtete Vermögenswerte.

16. 2005 nutzten mehr als 60 Millionen amerikanische Erwachsene in einem für sie typischen Tagesverlauf Suchmaschinen.<sup>1</sup> Ohne Zweifel ist die Zahl heute noch viel höher.
17. Das Nutzen von Suchmaschinen wirkt sich nicht nur auf Online-Entscheidungen der Konsumenten aus, sondern auch auf eine bedeutende Zahl von Offline-Verhaltensweisen.

#### DIE UNTERSUCHUNG DES BUNDESAUSSCHUSSES FÜR DEN HANDEL ZUM FRÜHEREN DOUBLECLICK-FALL

18. Der Bundesausschuss für den Handel hat bereits in einem früheren Fall gegen die DoubleClick AG in Sachen Verletzung des Gesetzes des Bundesausschusses für den Handel ermittelt. Am 10. Februar 2000 reichte EPIC beim FTC Beschwerde ein mit dem Gegenstand der Datensammelpraktiken von DoubleClick.<sup>2</sup> EPIC beschuldigte DoubleClick, unrechtmäßig den Handlungen von Internetnutzern nachzuspüren und Surf-Aufzeichnungen mit detaillierten persönlichen Profilen aus nationalen Marketing-Datenbanken zu kombinieren. EPIC ersuchte die FTC, die Methoden der Firma zu ermitteln, alle zu Unrecht erhaltenen Aufzeichnungen zu zerstören, Bußgelder zu erheben und die Firma im Weiteren davon abzuhalten, das Gesetz des Bundesausschusses für den Handel zu verletzen.
19. Am 14. Februar 2000 enthüllte DoubleClick in einem bei der Börsenaufsichtsbehörde eingereichten Dokument, dass die FTC die Datenschutzpraktiken der Firma erforsche. Zusätzlich zu den Ermittlungen durch die FTC war DoubleClick mit mehreren Sammelklagen konfrontiert, vor Gericht beklagt von der Generalstaatsanwaltschaft von Michigan und informell befragt von der Generalstaatsanwaltschaft von New York.<sup>3</sup>
20. Am 2. März 2000 veröffentlichte der Vorstandsvorsitzende [oder Hauptgeschäftsführer] von DoubleClick Kevin O'Connor eine Stellungnahme des Inhalts, dass die Firma "einen Fehler gemacht hat, indem sie entgegen der Datenschutzbestimmungen von Regierung und Industrie plante, Namen mit anonymisiertem Nutzerverhalten über verschiedene Webseiten hinweg zu verbinden".<sup>4</sup> Die Ermittlungen der FTC gingen weiter.
21. Am 27. Juli 2000 stellte die Network Advertising Initiative ("NAI") der Öffentlichkeit selbstregulatorische Prinzipien zur Verfügung.<sup>5</sup> Die NAI (eine Koalition einiger Firmen in der Onlinewerbung-Industrie), die FTC und das [amerikanische] Handelsministerium trafen sich seit Frühjahr 1999, um die industriellen Praktiken und Möglichkeiten für Selbstregulierung zu diskutieren.
22. Am 22. Januar 2001 veröffentlichte die FTC einen Brief des Inhalts, dass sie ihre

1 Lee Rainie et al., Pew Internet & American Life Project, Search Engine Use November 2005 (2005), abzurufen unter [http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP\\_SearchData\\_1105.pdf](http://www.pewinternet.org/pdfs/PIP_SearchData_1105.pdf)

2 EPIC, In the Matter of DoubleClick, Complaint and Request for Injunction, Request for Investigation and for Other Relief, before the Fed. Trade Comm'n (Feb. 10, 2000), abzurufen unter [http://www.epic.org/privacy/internet/ftc/DCLK\\_complaint.pdf](http://www.epic.org/privacy/internet/ftc/DCLK_complaint.pdf).

3 DoubleClick Inc., Registration Statement under Securities Act of 1933 (Form S-3/A) (Feb. 14, 2000), abzurufen unter <http://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1049480/0000950117-00-000281-index.html>

4 Pressemitteilung, DoubleClick Inc., Statement From Kevin O'Connor, CEO of DoubleClick (Mar. 2, 2000), abzurufen unter [http://www.doubleclick.com/us/about\\_doubleclick/press\\_releases/default.asp?p=103](http://www.doubleclick.com/us/about_doubleclick/press_releases/default.asp?p=103)

5 Fed. Trade Comm'n, Report on Online Profiling (July 27, 2000) ["NAI Privacy Principles"], abzurufen unter <http://www.ftc.gov/opa/2000/07/onlineprofiling.htm>  
Network Advertising Initiative: <http://www.networkadvertising.org>

Ermittlungen gegen DoubleClick eingestellt habe.<sup>1</sup> Der Brief listet die Zugeständnisse auf, die DoubleClick bereit war zu machen:

- (1) DoubleClick hatte Zählpixel [clear GIFs] (Web-Wanzen) [Web Bugs] zum Nachverfolgen des Surf-Weges eines Nutzers auf Webseiten und zum Sammeln von Nutzerinformationen benutzt. Die Firma erklärte sich einverstanden, in der nächsten Version ihrer Datenschutzrichtlinien bekannt zu machen, dass sie die Zählpixel nutzt und wie sie funktionieren.
  - (2) Verbraucher, die DoubleClick davon anhalten wollen ihre Informationen zu sammeln, können das tun, indem sie ein "opt-out cookie" erfragen. Allerdings führt bei einigen Browsern die generelle Option "Cookies nicht akzeptieren oder senden" dazu, dass auch das Opt-out-Cookie von DoubleClick gelöscht wird. DoubleClick war einverstanden, in seiner nächsten Version der Datenschutzrichtlinien bekannt zu machen, dass der Nutzer bei einer späteren Entscheidung zu Gunsten von Cookies das opt-out-Cookie erneut bestellen muss.
  - (3) DoubleClick hatte in seinen Datenschutzrichtlinien auf seiner 'Internet Adress Finder'-Website ("IAF") behauptet, dass sie keine Namen, Adressen oder mailadressen verkaufen würde, obwohl sie es doch getan hat via einer Opt-in-Mailliste, betrieben von einem Marketing-Partner. DoubleClick war einverstanden, die IAF-Datenschutzrichtlinien mit dem Wortlaut zu erneuern: "Internet Address Finder verkauft keine Namen, Adressen oder E-Mailadressen, es sei denn Sie entscheiden sich dafür, spezielle Werbungsangebote oder Anzeigen per E-Mail zu empfangen, wie unten beschrieben." Der Brief enthielt außerdem DoubleClicks "Verpflichtung, den [NAI-Datenschutzprinzipien] zu entsprechen".
23. Entsprechend den NAI-Datenschutzprinzipien stimmte DoubleClick zu, den Nutzer durch "klare und deutlich sichtbare" Datenschutzbestimmungen davon zu informieren, inwiefern Online-Profile von ihm angelegt werden. Wenn Informationen zur persönlichen Identifizierung gesammelt werden würden, erklärte DoubleClick, dass sie das dem Nutzer klar und deutlich sichtbar "kräftig" ["robust"] anzeigen wolle, erscheinend zeit- und ortgleich am Datensammelpunkt. DoubleClick stimmte weiterhin zu, von Webseiten, die die DoubleClick-Technologie nutzen, ähnliche Informationsmaßnahmen vertraglich zu verlangen. DoubleClick lieferte außerdem Zusicherungen ["provided assurances"], dass sie zumutbare Anstrengungen zur Umsetzung dieser vertraglichen Forderungen unternehmen werde.
24. Auch stimmte DoubleClick [immer noch gemäß der NAI Datenschutzprinzipien] zu, den Nutzern angemessenen Zugriff auf die zur persönlichen Identifizierung tauglichen Informationen zu geben, die DoubleClick zur Profilerstellung aufbewahrt. Nach den NAI-Prinzipien verpflichtete sich DoubleClick, sinnvolle Anstrengungen zu unternehmen, um die zur Profilbildung gesammelten Daten vor Verlust, Missbrauch, Veränderung oder unrechtmäßigem Zugriff zu schützen.
25. Am 23. Mai 2001 schuf die NAI Webseiten, die Internetnutzern ermöglicht, sich bei beteiligten Unternehmen vor der Profilanlegung durch ein Opt-out zu bewahren.<sup>2</sup>
26. Am 31. Dezember 2001 beendete DoubleClick seinen "Service für intelligente Kundenfindung" ["intelligent targeting service,"], welcher Werbeleuten gezielte Anzeigenschaltung auf der Basis einer Datenbank mit über 100 Millionen Profilen erlaubte.

1 Joel Winston, Acting Associate Dir., Div. of Fin. Practices, Fed. Trade Comm'n, Letter to Christine Varney, Esq. (Jan. 22, 2001), abzurufen unter <http://www.ftc.gov/os/closings/staff/doubleclick.pdf>

2 Associated Press, Ad Industry Creates Web Sites to Allow Consumers to Opt Out of Data Collection, May 25, 2001.

### DARSTELLUNG DER TATSACHEN

27. Die Übernahme von DoubleClick wird Google in die Lage versetzen, sowohl die Internetsuchen einer Person als auch ihre Besuche von Webseiten nachzuverfolgen. Dies könnte die datenschutzinteressen von 233 Millionen Inernetnutzern in Nordamerika betreffen, von 314 Millionen Internetnutzern in Europa, und von über 1,1 Milliarden Internetnutzern weltweit.<sup>1</sup>
28. Google hat bereits die Intention geäußert, daten von sich und von DoubleClick zu verbinden, um Internetnutzer zu profilieren und anzuvisieren.<sup>2</sup>
29. Google hat eine vage Stellungnahme zu der Frage abgegeben, wie sie sich den Datenschutz vorstellt, der der DoubleClick-Übernahme folgt: "Google hat eine Geschichte als Anwältin des Datenschutzes von Nutzern. Wir entwickeln weiterhin Technologien, die die Privatsphäre von Internetnutzern vergrößern. Mit dieser Übernahme werden wir in der Lage sein, Datenschutz fördernde Technologien anzuwenden und zu verbessern. Wir sind der Transparenz für Endnutzer verpflichtet und dem Respekt vor ihren eigenen Entscheidungen, die ihre Privatsphäre betreffen."<sup>3</sup>

### Googles Geschäftsmethoden

30. Google betreibt die größte Internet-Suchmaschine in den Vereinigten Staaten. Allein im März 2007 wurden auf Googles Webseiten ungefähr 3,5 Milliarden Suchanfragen durchgeführt.<sup>4</sup>

Googles Angebote umfassen:

- a) Google-Suche: jedes Suchwort, das ein Nutzer bei Google eingibt;
  - b) Goolge-Desktop: ein Index der Computerdateien eines Nutzers, der E-Mails, der Musik, Fotos und der Chat- und Webbrowser-Historie;
  - c) Google-Talk: Instantmessage-Chats zwischen Nutzern;
  - d) Google-Maps: erfragte Adressanfragen, oft inklusive der Wohnadresse des Nutzers, **um Richtungen anzuzeigen**<sup>5</sup>;
  - e) Google-Mail (Gmail): E-Mailhistorie eines Nutzers mit der Voreinstellung, E-Mails "für immer" zu speichern;
  - f) Google-Calendar: Terminplan eines Nutzers, wie er vom Nutzer eingegeben wird;
  - g) Google-Orkut: Tool für Social-networking, das persönliche Informationen speichert wie Name, Wohnort, Status der Beziehung usw.;
  - h) Google-Reader: ATOM/RSS-Feeds, die ein Nutzer liest;
  - i) Google Video/YouTube: Videos, die sich ein Nutzer anschaut;
  - j) Google-Checkout: Kreditkarten- oder Zahlungsinformationen zur Benutzung auf anderen Webseiten.
31. Google dominiert auch den Suchmaschinenmarkt in Europa, vor allem außerhalb Großbritanniens. In Deutschland beträgt Googles Marktanteil nahezu 90%.

1 Internet World Stats, "Internet Usage Statistics" (vom 19. März 2007): <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>

2 Joseph Menn, Google plan raises privacy issue: The search giant wants to combine its data with that of DoubleClick after it buys the ad firm, L.A. Times, Apr. 17, 2007, abzurufen unter <http://www.latimes.com/business/lafi-privacy17apr17,1,5154383.story?coll=la-headlines-business>

3 FAQ: Frequently asked questions, "Google acquires DoubleClick," abzurufen unter [http://216.239.57.110/blog\\_resources/DC\\_FAQ.pdf](http://216.239.57.110/blog_resources/DC_FAQ.pdf)

4 Press Release, comScore, comScore Releases March U.S. Search Engine Rankings (Apr. 17, 2007), abzurufen unter <http://www.comscore.com/press/release.asp?press=1397>

5 Originaltext: *often including the user's home address for use in obtaining directions*

Googleseiten werden in Europa (75%) auch von einem größeren prozentualen Anteil besucht als in den Vereinigten Staaten (60%).<sup>1</sup>

32. Google speichert die Suchworte seiner Nutzer in Verbindung mit ihrer IP-Adresse, eine einzigartige Nummerfolge, die jeden mit dem Internet verbundenen Computer identifiziert. Wenn ein Nutzer eine Suche über Google startet, speichert der Server von Google automatisch die angeforderte Seite, die IP-Adresse, den Browsertyp, die Sprache des Browsers, Datum und Zeit der Eingabe und ein oder mehr Cookies, die den Browser des Users exakt wiedererkennen können.<sup>2</sup> Da die Web-Anfrage des Nutzers das Suchwort enthält, verbinden Googles Aufzeichnungen die zur persönlichen Identifizierung tauglichen IP-Adresse mit den Suchworten des Nutzers.
33. Obwohl Google das Suchverhalten ihrer Nutzer im Zusammenhang mit der IP-Adresse aufzeichnet, nutzt Google diese Daten zur Zeit nicht, um Verhaltenszielgruppen direkt anzusprechen.<sup>3</sup>
34. Google speichert das Nutzersuchverhalten in Verbindung mit der IP-Adresse zur Zeit ohne zeitliche Beschränkung. Am 14. März 2007 verkündete Google, sie werde bald anfangen, nach 18 bis 24 Monaten die Daten zu "anonymisieren", die die Verbindung zwischen Suchworten und IP-Adressen herstellen.<sup>4</sup> 2006 demonstrierte die Veröffentlichung von Suchaufzeichnungen von 658.000 Amerikanern durch AOL, dass die Speicherung einer Nummer anstatt einer persönlich zuzuordnenden Information den Rückschluss auf das Individuum nicht zwingend verhindert. Denn trotzdem die von AOL veröffentlichten Suchprotokolle "anonymisiert" waren, die Nutzer also nur mit einer Nummer gekennzeichnet waren, reichte eine kurze Recherche von Redakteuren der New York Times, um einige Nutzernummern mit den korrekten Personen in Verbindung zu bringen.<sup>5</sup>
35. Im Januar 2006 erbrachte eine Umfrage unter 1.000 Google-Nutzern, das 89% der Antwortenden denken, ihre Suchworte wären nicht bekannt, und 77% glaubten, dass ihre Google-Suchen nicht ihre Identität verrieten.<sup>6</sup> Diese Zahlen verraten, dass Googles Praktiken die öffentliche Erwartung an die Privatsphäre hintergehen zu Gunsten der Sammlung und Nutzung von Daten zu Suchhistorien.
36. Die Tatsache, dass Google die Suchworte der Nutzer in Verbindung mit ihrer IP-Adresse speichert ist nicht bekannt gemacht auf Googles Webseite "Privacy Policy Highlights"<sup>7</sup> oder auf der Seite mit den vollen Datenschutzrichtlinien "Privacy Policy". Ein Nutzer muss vier Links von der Hauptseite folgen, um diese Information zu bekommen. Auf der Homepage von Google muss der Nutzer auf "About Google" klicken, dann auf "Privacy Policy", wo die "Google Privacy Policy Highlights" angezeigt werden. Diese Seite sagt: *'Googles Server zeichnen automatisch Informationen auf, wenn Sie unsere Webseite benutzen oder einige unserer Produkte benutzen, inklusive die URL, IP-Adresse, Browsertyp und -sprache, und Datum und Uhrzeit Ihrer Anfrage.'* Die Seite "Privacy Policy Highlights" bietet einen Link zu den vollständigen Datenschutzrichtlinien von Google. In ihren vollständigen Richtlinien beschreibt Google die gesammelten Informationen und wie sie genutzt werden. Darin enthalten sind die Protokoll-Informationen, die Google so beschreibt: *'Wenn Sie Google-Services nutzen,*

1 "Google dominates the continent," The European Search Advertising Landscape 2006 4 (Nov. 2006).

2 Google Privacy Center/Privacy Policy: <http://www.google.com/intl/en/privacypolicy.html>

3 Vgl. Miguel Helft, Google Adds a Safeguard on Privacy for Searchers, N.Y. Times, Mar. 15, 2007 (Google beteiligt sich nicht daran Verhaltenszielgruppen anzusprechen, anders als Microsoft und Yahoo).

4 Vgl. Eintrag von Peter Fleischer und Nicole Wong im Google Blog, <http://googleblog.blogspot.com/2007/03/takingsteps-to-further-improve-our.html> (14. März 2007, 15:00 EST)

5 Michael Barbaro and Tom Zeller, A Face Is Exposed For AOL Searcher No. 4417749, N.Y. Times, Aug. 9, 2006.

6 Linda Rosencrance, Survey Finds Solid Opposition to Release of Google Data to Feds, Computerworld, Jan. 24, 2006, <http://www.computerworld.com/securitytopics/security/privacy/story/0,10801,107993,00.html>

7 Vgl. Google Privacy Center / Privacy Policy Highlights: <http://www.google.com/intl/en/privacy.html>

*zeichnen unsere server automatisch die Informationen auf, die Ihr Browser sendet, wann immer sie eine Webseite besuchen. Dieser Server-Protokolle können Informationen enthalten wie Ihre Webanfrage, IP-Adresse, Browsertyp, Browsersprache, datum und Uhrzeit der Anfrage und ein oder mehrere Cookies die Ihren Browser exakt identifizieren.'* Wenn ein Nutzer innerhalb dieser Beschreibung auf das Wort 'Server-Protokolle' klickt, gelangt er zu einem FAQ-Eintrag für 'Was sind Server-Protokolle?' Die Antwort erklärt dem Benutzer einen typischen Protokoll-Eintrag für eine Suche nach 'Autos'. Google stellt den Protokoll-Eintrag wie folgt dar:

123.45.67.89

25/Mar/2003 10:15:32

http://www.google.com/search?q=cars

Firefox 1.0.7; Windows NT 5.1

740674ce2123e969

Der Protokoll-Eintrag wird dann in seine Einzelteile aufgeschlüsselt. Eine Beschreibung dieser Teile enthält:

- (1) 123.45.67.89 ist die IP-Adresse, die der Internetdienstanbieter des Nutzers dem Nutzer zuordnet; Abhängig von dem Dienst, kann dem Nutzer jedesmal eine andere IP-Adresse zugeordnet sein, wenn er sich in das Internet verbindet;[...]
  - (2) http://www.google.com/search?q=cars ist die angefragte URL, einschließlich der Suchanfrage; [...]<sup>1</sup>
37. Google hält sich nicht an die eingeführten Datenschutzstandards von Regierung und Wirtschaft, vorliegend in den OECD-Datenschutzprinzipien.

#### DoubleClicks Geschäftsmethoden

38. DoubleClick ist ein führender Anbieter internetbasierter Werbung. Die Firma platziert Wwerbepotschaften auf Webseiten.
39. DoubleClick erreicht geschätzte 80 bis 85% der Internetnutzer. Zu ihren Kunden zählen Time Warners AOL und Viacom's MIV Networks.
40. DoubleClick verfolgt jeden Internetnutzer, der von DoubleClick freigeschaltene Anzeigen sieht. Wenn einem Nutzer zum ersten Mal eine Anzeige "serviert" wird, ordnet DoubleClick dem Nutzer eine einmalige Nummer zu, schreibt sie in eine Cookie-Datei und speichert den Cookie auf dem Computer des Nutzers. Während der Nutzer in der Folge weitere Webseiten besucht, auf welche DoubleClick Werbung gesetzt hat, wird er oder sie identifiziert und aufgezeichnet als jemand, der oder die diese Anzeigen gesehen hat. DoubleClick speichert diese Nutzerprotokolle für zwei Jahre.
41. Mit den einzigartigen Nummern, die in den Cookies verwahrt werden, ermöglicht es Doubleclicks "DART"-Technologie (Dynamic, Advertising, Reporting, and Targeting) den Anzeigenkunden, Internetnutzer mit auf Vorauswahl gründender Werbung zu beliefern, die bestimmte Kriterien erfüllt.
42. DoubleClick hält große Mengen an Konsumentendaten vor. Ihre DART-Technologie stützt sich auf demografische Verbraucherinformationen, um Werbung an Verhaltenszielgruppen auszuliefern. Das Ansprechen von Verhaltenszielgruppen setzt eine reiche Angebotspalette von Informationen über Nutzer voraus, wie Internetnutzung, Warenkorbeigenschaften und die Nutzung von Breitbandvideo.

<sup>1</sup> Google Privacy Center / Google Privacy FAQ: [http://www.google.com/intl/en/privacy\\_faq.html#serverlogs](http://www.google.com/intl/en/privacy_faq.html#serverlogs)

43. DoubleClick hält sich nicht an die eingeführten Datenschutzstandards von Regierung und Wirtschaft, vorliegend in den OECD-Datenschutzprinzipien.

#### VERLETZUNGEN DES 5. ABSCHNITTS DES FTC-GESETZES

44. Abschnitt 5(a) des FTC-Gesetzes, 15 U.S.C. § 45(a), verbietet unfaire oder betrügerische Handlungen oder Geschäftsmethoden in der oder betreffend die Handelswirtschaft.

#### Googles Handlungen entsprechen betrügerischen Geschäftspraktiken

45. Die Google-Webseite aufrufend, wird der Nutzer nicht von Googles Datensammelmethode informiert, bis er oder sie sich durch vier Links geklickt hat. Die meisten Nutzer werden diese Seite nicht erreichen.
46. In Wahrheit und tatsächlich sammelt Google Suchwörter von Nutzern in Verbindung mit ihrer IP-Adresse, ohne die Nutzer angemessen darüber zu informieren. Darum waren und sind Googles Darstellungen ihrer Datenvorhaltepraktiken betrügerische Praktiken.

#### Googles Handlungen entsprechen unfairen Geschäftspraktiken

47. Durch die Einbehaltung der Suchwörter in Verbindung mit den IP-Adressen von Nutzern wird Googles Sammeln von Nutzerdaten ohne die Kenntnis oder Zustimmung der Nutzer durchgeführt. Die von der NAI vorgeschriebenen selbstregulatorischen Prinzipien von Juli 2000 besagen, dass "Konsumenten Kenntnis erhalten von den dem Netzwerk angehörenden Werbetreibenden, die Verhaltensprofile erstellen, und dass sie auf speziellen Webseiten die Möglichkeit haben werden, an der Profilerstellung nicht mitzuwirken." Im Ergebnis von Googles Versäumnis, seine Daten-Einbehaltung oberhalb von vier Ebenen abwärts auf der Webseite detailliert auszuführen, sind ihre sich die Nutzer nicht bewusst, dass ihre Handlungen beobachtet werden. Überdies bietet Google keinerlei "opt-out"-Möglichkeit für die Nutzer, die nicht wollen, dass ihre Suchwörter gespeichert werden.
48. Googles Sammlung von Informationen über ihre Nutzer ohne Entsprechung zu Fairen Informationspraktiken wie denen der OECD Datenschutzprinzipien verursacht wahrscheinlich beträchtlichen Schaden an Konsumenten, der von den Konsumenten nicht abgewehrt werden kann und der nicht von irgendwelchen Vorteilen für die Konsumenten oder für die Konkurrenz aufgewogen wird. Deswegen ist Googles Sammlung von Informationen eine unfaire Praxis.

#### Schaden der Konsumenten

49. Googles und DoubleClicks Verhaltensweisen, wie oben ausgeführt, hat Konsumenten aus den ganzen Vereinigten Staaten geschadet durch Eindringen in ihre Privatsphäre; durch Vorhalten von Informationen, die durch Einbehaltung der Suchwörter von Nutzern gewonnen wurden, mit anderen Methoden und zu anderen Zwecken als denen, denen die Nutzer zugestimmt haben oder von denen sie ausgegangen sind; sie fälschlich davon ausgehen lassend, dass ihre Online-Aktivitäten anonym bleiben würden; und ihnen die Möglichkeit nehmend, von dem Datenschutz Gebrauch zu machen, den Online-Firmen ihnen versprochen haben.
50. Ohne Unterlassungsgesuch durch den Bundesausschuss wird Google den

Konsumenten wahrscheinlich weiterhin Schaden zufügen und öffentliches Interesse verletzen.

51. Ohne Unterlassungsgesuch durch den Bundesausschuss in dieser Angelegenheit wird Google die Internetnutzer verletzlich sein lassen für die Überwachung durch Strafverfolger und Geheimdienstmitarbeiter, sowohl in den Vereinigten Staaten als auch in anderen Ländern, die ohne jede Gesetzesgrundlage das Öffentlichmachen persönlicher Informationen erlauben könnte.
52. Ohne Unterlassungsgesuch durch den Bundesausschuss in dieser Angelegenheit werden andere Unternehmen motiviert sein, große Mengen an Konsumenteninformationen zu sammeln in unfairem, unverhältnismäßiger und betrügerischer Manier.
53. Ohne Unterlassungsgesuch durch den Bundesausschuss in dieser Angelegenheit wird das Datenschutzinteresse von Kunden der Online-Handelswirtschaft und anderer Internethandlungen signifikant schwinden.

#### SCHLUSSFOLGERUNG

54. Googles geplante Übernahme von DoubleClick wird einer Firma Zugriff auf mehr Informationen über das Surfverhalten von Internetnutzern gewähren, als jeder anderen Firma weltweit. Überdies wird Google praktisch ohne jede gesetzliche Auflage für Privatsphäre, Sicherheit und Akkuratheit der gesammelten persönlichen Daten operieren. Zu diesem Zeitpunkt gibt es für den Bundesausschuss schlichtweg keine drückendere Angelegenheit des Verbraucherschutzes, als Googles Plan, Suchhistorien von Internetnutzern mit den Aufzeichnungen ihrer Webseitenbesuche zu kombinieren.

#### BITTE UM ABHILFE

55. Initiieren Sie eine Untersuchung der geplanten Übernahme von DoubleClick durch Google mit besonderer Beachtung der Möglichkeiten Googles, das Handeln von Internetnutzern aufzuzeichnen, zu analysieren, zurückzuverfolgen und in Profilen abzubilden mit Daten, die sowohl zur persönlichen Identifizierung taugen, als auch mit Daten, die nicht zur persönlichen Identifizierung taugen.
56. Weisen Sie DoubleClick an, identifizierende Cookies und andere bleibende pseudonyme Identifikatoren aus allen unternehmerischen Aufzeichnungen, Datenbanken und Datensets, die der Kontrolle von DoubleClick unterliegen, noch vor der Übernahme durch Google zu entfernen, es sei denn, DoubleClick beschafft explizite Einwilligungen, die aus der Möglichkeit des jeweiligen Individuums resultiert, die Daten zu inspizieren, zu löschen und zu verändern.
57. Weisen Sie Google an, öffentlich zu präsentieren, wie sie plant eingeführten Datenschutzstandards von Regierung und Wirtschaft, vorliegend in Form der OECD Datenschutz-Richtlinien, zu entsprechen.
58. Weisen Sie Google an, angemessenen Zugriff auf alle Daten zu gewährleisten, die zur persönlichen Identifizierung taugen, gewährleistet durch das Unternehmen selbst und gewährleistet jeder Person, der die Daten gehören.
59. Weisen Sie Google an, eine aussagekräftige Datenzerstörungserklärung abzugeben, und fordern Sie von Google, alle Cookies und andere bleibende Identifikatoren zerstört, die aus Internetsuchen resultieren und die zur persönlichen Identifizierung

taugen oder taugen könnten, sobald der Nutzer seine Google-Sitzung beendet.

60. Anhängig einer angemessenen Entscheidung betreff der Angelegenheiten benannt in dieser Beschwerde, und ebenso anderer Gegenstände, die dem Bundesausschuss noch zur Kenntnis gebracht werden könnten, sollte der Bundesausschuss seine Autorität nutzen, um Firmenzusammenschlüsse zu überprüfen und Googles geplante Übernahme von DoubleClick zu verhindern.

Hochachtungsvoll eingereicht durch

Marc Rotenberg  
Melissa Ngo  
aitriona Fitzgerald  
Executive Director Staff Counsel IPIOP Law Clerk

INFORMATIONSZENTRUM FÜR ELEKTRONISCHEN DATENSCHUTZ

1718 Connecticut Ave., NW Suite 200  
Washington, DC 20009  
202- 483-1140 (tel)  
202-483-1248 (fax)  
20. April 2007