

# Authentizität

**Weiss ich genau, mit wem ich es zu tun habe?**



**Name: Brändle**

**Vorname: Franz**

**Beruf: Milchladenverkäufer**

**Arbeitsort: Oma's Lädeli**

**Alter: 24**

**Zivilstand: ledig**

# Authentizität

**Wie kann ich sicher sein, mit wem ich es zu tun habe?**

- **Persönliche Kenntnis**

*Hallo Herr  
Meier*



# Authentizität

**Wie kann ich sicher sein, mit wem ich es zu tun habe?**

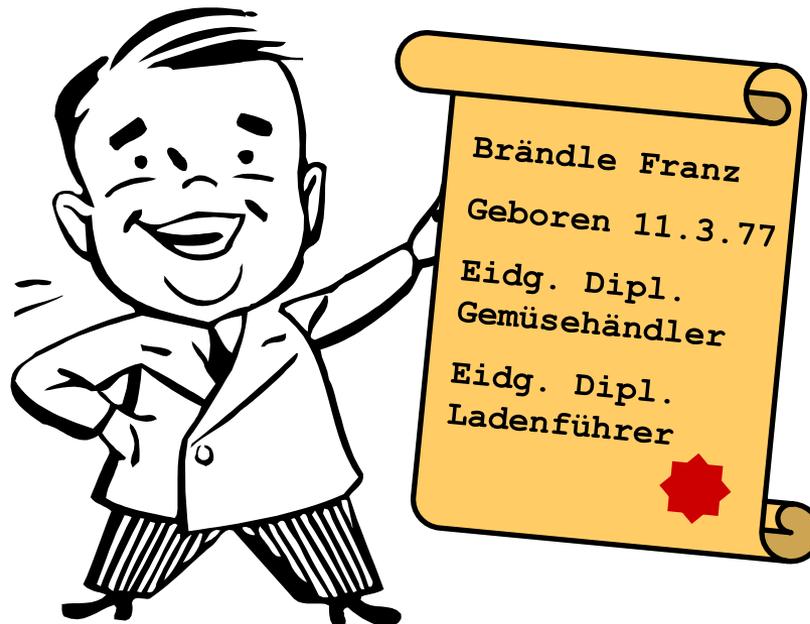
- **Ein Vertrauter von mir kennt die Person.**



# Authentizität

**Wie kann ich sicher sein, mit wem ich es zu tun habe?**

- **Authentifizierung mittels eines Dokumentes**



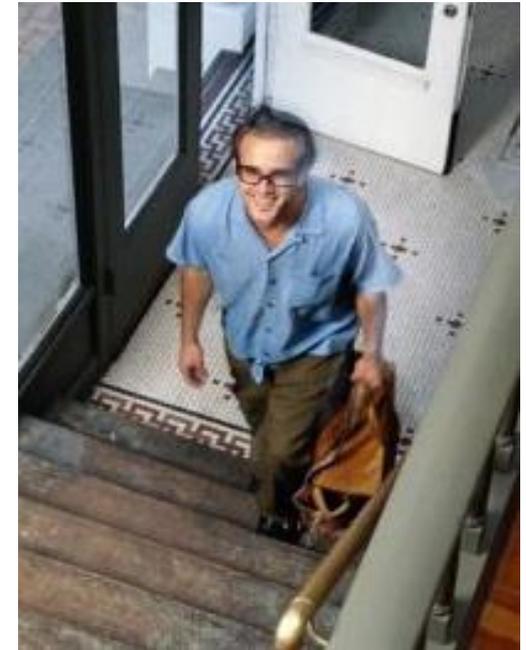
# Authentizität

## Warum ist Authentizität wichtig?

**Nur wenn ich weiss, mit wem ich es zu tun habe, kann ich abschätzen, welche Daten ich weitergeben kann und will.**

# Vertrauen

- **Einer Firma, der ich vertrauen kann, gebe ich persönliche Daten bekannt.**



- **Ich gebe die Wohnungsschlüssel während den Ferien auch nur jemandem, dem ich vertraue.**

# Vertrauen

- **Grosses Familienfest, 50 Personen**



- **Partyservice soll rechtzeitig liefern**
- **Milchmann Brändle empfiehlt Partyservice**



# z.B. Versandhaus Jelmoli

- **Bestellung erfolgt über externe Callcenter-Firma**
- **Erfasst werden:**
  - **Name**
  - **Adresse**
  - **Telefonnummer**
  - **Kundennummer**
- **Spezielle „Jelmoli-Computer“**

# Wettbewerb: Soll man da mitmachen?

Wettbewerb

Sponsor

Qualidick



mywinsite.com

step 1

Ansprache	Herr
Ihr Name	Hartmann
Vorname	Werner
Adresse	Wiesenstr.11
PLZ / Ort	5430 / Wettingen
Regionen	Aargau
Ihr E-Mail Adresse	hartmann@hotmail.com
Geburtsdatum T.M.J	23 . 01 . 1963
Geschlecht	Männlich
Beruf	Rentner/Pensionär

Zur Teilnahme berechtigt ist und Anspruch auf einen allfälligen Preis hat nur, wer nebenstehende Angaben wahrheitsgetreu abgibt. Ich bestätige hiermit, dass ich die [Teilnahmebedingungen](#) gelesen habe und ihre Gültigkeit anerkenne.

Die Anzahl der Teilnahmen ist nicht beschränkt.

next



# Ibiza und Mietwagen .....

## Wettbewerbsfrage 1

An welchem Meer liegt Ibiza?

Antwort

Mittelmeer ▼

## Mietwagen Umfrage

Sind Sie ein/e Ferienaufenthalter/in, die/der die Umgebung gerne mit einem Mietwagen erkundet?

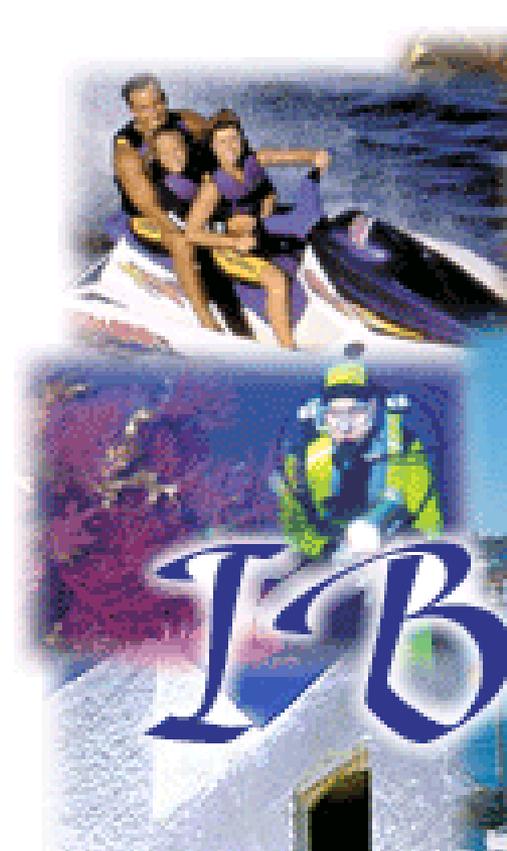
Antwort

Nein ▼

Ich wünsche weitere nützliche Infos



next



# Doppelte Gewinnchancen: Die wollen schon viel wissen!

## Wettbewerb

Sponsor

Quali**cl**ck



mywinsite.com



### Hobbies und Interessen

(Bitte jeweils eines oder mehrere Kästchen ankreuzen oder Informationen in die Textfelder einfügen!)

#### Hobbies in Sport:

- |   |  |
|---|--|
| Aerobic/Fitness <input type="checkbox"/>        | Segeln/Windsurfen <input type="checkbox"/> |
| Fahrrad/Mountainbiking <input type="checkbox"/> | Skifahren <input type="checkbox"/>         |
| Fußball <input checked="" type="checkbox"/>     | Snowboarden <input type="checkbox"/>       |
| Golf <input checked="" type="checkbox"/>        | Squash <input checked="" type="checkbox"/> |
| Motorradfahren <input type="checkbox"/>         | Tauchen <input type="checkbox"/>           |
| Motorsport <input type="checkbox"/>             | Tennis <input type="checkbox"/>            |
| Reiten <input type="checkbox"/>                 | Andere <input type="checkbox"/>            |

#### Welche Fahrzeugart verwenden Sie:

- |  |  |
|--|--|
| Kleinwagen <input type="checkbox"/>                    | Cabrio <input checked="" type="checkbox"/>               |
| Kompaktklasse <input checked="" type="checkbox"/>      | Sportwagen <input type="checkbox"/>                      |
| Mittelklasse <input type="checkbox"/>                  | Geländewagen <input type="checkbox"/>                    |
| Obere Mittelklasse <input checked="" type="checkbox"/> | Motorrad bis 125cm <sup>3</sup> <input type="checkbox"/> |

#### Interessen bei Reisen:

- |  |  |
|--|--|
| Abenteuerurlaub <input checked="" type="checkbox"/>      | Last Minute <input type="checkbox"/>               |
| Bahnreisen <input type="checkbox"/>                      | Pauschalreisen <input checked="" type="checkbox"/> |
| Bildung/Kulturreisen <input checked="" type="checkbox"/> | Sprachreisen <input type="checkbox"/>              |
| Busreisen <input type="checkbox"/>                       | Städtereisen <input type="checkbox"/>              |
| Flugreisen <input type="checkbox"/>                      | Weltreisen <input type="checkbox"/>                |
| Kreuzfahrten <input type="checkbox"/>                    | Andere <input checked="" type="checkbox"/>         |

#### Interessen bei Unterhaltung:

- |  |  |
|--|--|
| Disco/Parties <input type="checkbox"/>                 | Musik/CD <input type="checkbox"/>                      |
| Erlebnisparks <input type="checkbox"/>                 | PC-/Konsolenspiele <input type="checkbox"/>            |
| Festivals/Musicals <input checked="" type="checkbox"/> | Rock-/Pop-Konzerte <input checked="" type="checkbox"/> |
| Kino/Film <input type="checkbox"/>                     | Theater/Oper <input type="checkbox"/>                  |
| Kunst <input checked="" type="checkbox"/>              | Video/DVD <input checked="" type="checkbox"/>          |
| Lesen/Bücher <input type="checkbox"/>                  | Andere <input type="checkbox"/>                        |

# Wettbewerbe

**Die Firmen wollen nur Ihr  
Kundenprofil erfassen!**

# Z.B. Soviel kostet eine Adresse:



spediert rund 3 Milliarden Briefe pro Jahr.  
1.2 Milliarden sind adressierte Werbungen .....

Schober  
INFORMATION GROUP

Wir für Sie

Know-How

Firmen-Adressen

Privat-Adressen

Kontakt

## Schober Direct Media

**Bachenbülach verkauft die Adressen von rund 5.5 Mio Erwachsenen mit rund 100 Merkmalen, 310'000 Kontaktpersonen in Firmen, ...**

Adressen suchen können Sie überall.

Ihre Kunden finden Sie bei uns.

Direktmarketing ist Sprünge mit:

- 423.410 **Firmen u**
- 310.000 **Kontakt**
- Adressen mit alle
- Firmen- und Priv
- und in den USA ü
- leistungsfähigst
- nicht länger an irg
- Wenn Sie noch m
- Kundenkartei, pfl
- Entwurf über die

Bei uns sind Sie i

Aktuell

# Kaufen Sie 5000 Adressen von

- **Deutschen Verkäuferinnen**
- **die in einem Mehrfamilienhaus wohnen**
- **Kinder haben**
- **häufig per Post einkaufen**



# Kaufen Sie 5000 Adressen von



**Diese Personen abonnieren gerne Jugendzeit-  
schriften, kaufen Kinderkleider via Versand,  
bevorzugen Teppichshamponierer usw.**

**Es kostet Sie gerade mal 5100 €,  
Telefonnummer inklusive.**

**1000 Baby-Adressen kosten 420.–**

# **Profitieren Sie von Schober's Privatadressen:**

## **Bestimmen Sie Ihre Zielgruppe:**

- Über 100 Merkmalen pro Person**
- Auswahl nach Wohnort oder Alter**
- Faxbesitz**
- Kaufkraftklassen**
- Werthaltungen und Einstellungen**
- .....**

**„So finden Sie zielsicher Ihr echtes  
Neukundenpotential.“**

# Topgepflegt:

- **Jährlich ändern rund 20 % aller Adressen durch Umzüge, Eheschliessungen, Scheidungen und Todesfälle...**
- **...monatliche Aktualisierung** aller Umzüge durch die **Schweizerische Post**, durch laufende Mutationen der **RINGIER**-Abonnenten und viele andere Quellen...
- **So brauchen Sie Ihre Werbung nicht länger an "unbekannt verzogen" zu senden.**

**MaW: Die Post und Ringier verkaufen Ihre Adressen .....**

# Kundenprofil Beispiel 1

**Interessiert an**

- **PC-Hardware**
- **Software**
- **Kommunikationsdienste**



**sind häufig**

- **erfolgsorientierte Jungmanager**
- **zwischen 30 und 40 Jahre alt**
- **Top Kader, hohe Kaufkraft**
- **PC- und Natel-Besitzer**



# Kundenprofil Beispiel 2

**Interessiert an**

- **Lebensversicherungen**
- **Risiko- und Sparversicherungen**
- **Kranken- und Unfallversicherungen**

**sind häufig**

- **Glückliche Paare, Konkubinate und verheiratete Paare**
- **zwischen 20 und 35 Jahren**
- **in ländlichen Gebieten**

The logo for VISANA features the word "VISANA" in a bold, black, sans-serif font. Above the text is a red, curved line that arches over the letters, resembling a stylized smile or a protective shield.

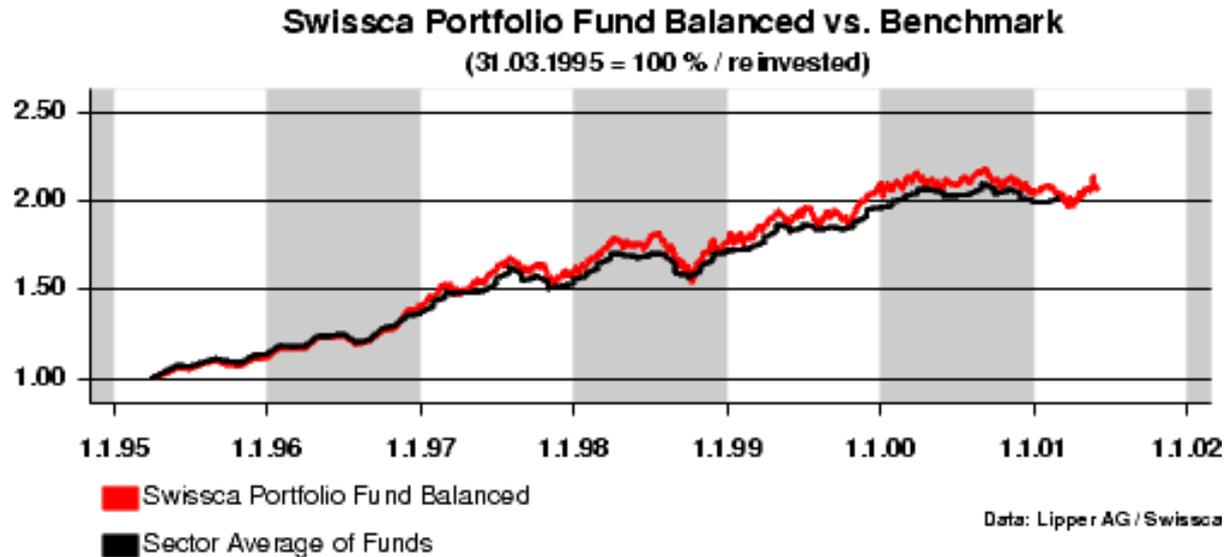
# Kundenprofil Beispiel 3

**Interessiert an**

- **Anlagefonds**
- **Direct-Banking**
- **3. Säule**

**sind häufig**

- **Zielstrebige Akademiker**
- **zwischen 40 und 45 Jahren**
- **berufstätig, mit akademischem Titel**
- **verheiratet**



# 60'000 Käufer von Erotikvideos



- Kaufen regelmässig per Post und haben einen guten Bestellwert.
- Adressen eignen sich für Auto, Hobby, Werkzeug, Videos, Computer usw.

**Wer Pornos per Post bestellt, reagiert möglicherweise auch auf ein Angebot für eine Bohrmaschine .....**



# Listbroking: Firmen arbeiten zusammen

**Nutzen Sie wertvolle Kundendateien von über 280 namhaften Firmen.**

**Neukundengewinnung per Post: Einsatz von Adresslisten anderer Unternehmen...**

**Zugehörigkeit einer Person zu Adress-Liste lässt Rückschlüsse auf ihr Konsumverhalten zu:**

- **Welche Produkte wurden gekauft?**
- **Wie hoch war der Auftragswert?**
- **Wie oft wurde gekauft?**

**Verknüpft mit sozio-demografischen Informationen wie Alter oder Geschlecht ergibt dies ein konkretes Konsumentenprofil.**

# Und das sind ein paar der beteiligten Firmen ...

**Alba Moda, Computer Server, Ringier,  
CIS, ClubMovie, Heinrich Heine, PC Tip,  
Airtours, Jelmoli, Fototec, Gault Millau,  
Sport Scheck, Hügli, Outside,  
Softmail, Wander, Walbusch,  
Swissonline, Schuler Weine usw.**

# Jeder 2. Werbe-Euro fließt ins Direktmarketing

- Der **Führung von Adresskarteien** (Name, Beruf, Adresse etc.) sind **vom Gesetz her kaum Grenzen gesetzt.**
- Die datenspeichernden Stellen müssen über die zu Ihrer Person gespeicherten Daten **Auskunft geben**, diese gegebenenfalls berichtigen oder auf Verlangen löschen.
- **Welchen Weg nimmt Ihre Adresse:**  
Ändern Sie Ihre Adresse geringfügig, z.B.

**Werner J. Hartmann**

# Peinlich, peinlich!

- **Mitte März 2001 stirbt Margrit Heiniger, wohnhaft in Schlieren.**
- **Im Mai 2001 schickt M-Cumulus unter dem Motto „Alles neu macht der Mai“ ein Schreiben an**

**Frau  
Margrit Heiniger  
Nelkenstrasse 3  
5430 Wettingen**



- **Die Adresse stammt von der Swisscom. Post hatte Adresse:**

**Frau  
M. Heiniger-Fuchs  
Nelkenstrasse 3  
5430 Wettingen**

# Fazit: Wettbewerbe, Lifestyle-Befragungen, Kundenkarten etc.

- **Der Kundennutzen ist gering.**
- **Ihre Adresse wird unter Umständen breit gestreut und für Direktmarketing eingesetzt.**
- **Ausser mehr Werbung laufen Sie Gefahr, sich zu unüberlegten Käufen verleiten zu lassen.**

**Sie müssen selber entscheiden, wieviel Ihnen der Traum von einsamen Sandstrand wert ist!**



# Sensibilität

- **Sensibilität bezeichnet die Empfindlichkeit, die eine bestimmte Art von persönlichen Daten für den Benutzer haben.**
- **Wenn es mich stört, dass andere Leute eine gewisse Art Daten über mich sammeln, so sind diese Daten sensibel.**



# Migros Cumulus

## Was wird gesammelt:

- **Soziodemographische Informationen**
- **Einkaufsort**
- **Umsatz**
- **Frequenz**
- **Produkte**



# Migros Cumulus

## Wie nutzt die Migros die Daten:

- **Sortimentsoptimierung**
- **Cross Marketing**
- **Standortplanung**
- **Kundenpflege**



# Migros Cumulus

## Wer hat Zugriff auf die persönlichen Daten:

- **CUMULUS-Infoline**
- **CUMULUS-Team**
- **Daten werden nicht an Dritte weitergegeben**



# Migros Cumulus

## Einige Zahlen:

- **2 Mio angemeldete Haushalte (von 2.8 Mio)**
- **30% der Kunden erzielen über 60% des Umsatzes**
- **95 % der CUMULUS-Bons werden eingelöst**



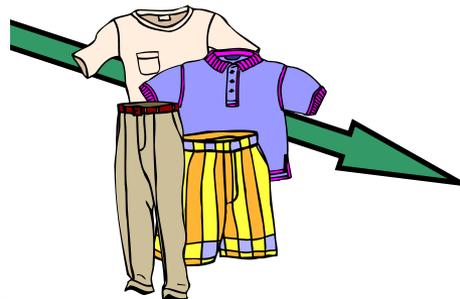
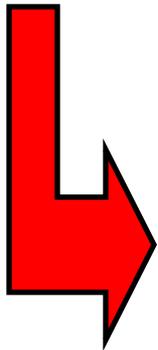
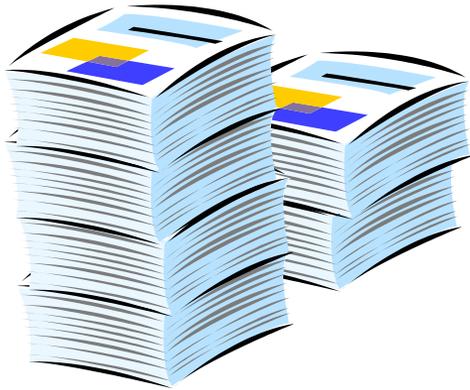
# Migros Cumulus

- **Kunde kann selber bestimmen, ob er Karte verwenden will**
- **Kunde kann selber bestimmen, ob er spezifische Werbeangebote will**
- **Auswertung der persönlichen Daten nahezu beliebig detailliert möglich**  
... aber: Datenvolumen dafür zu gross  
**=> ca. 1.3 Millionen A4-Seiten pro Woche**

# Migros-Cumulus

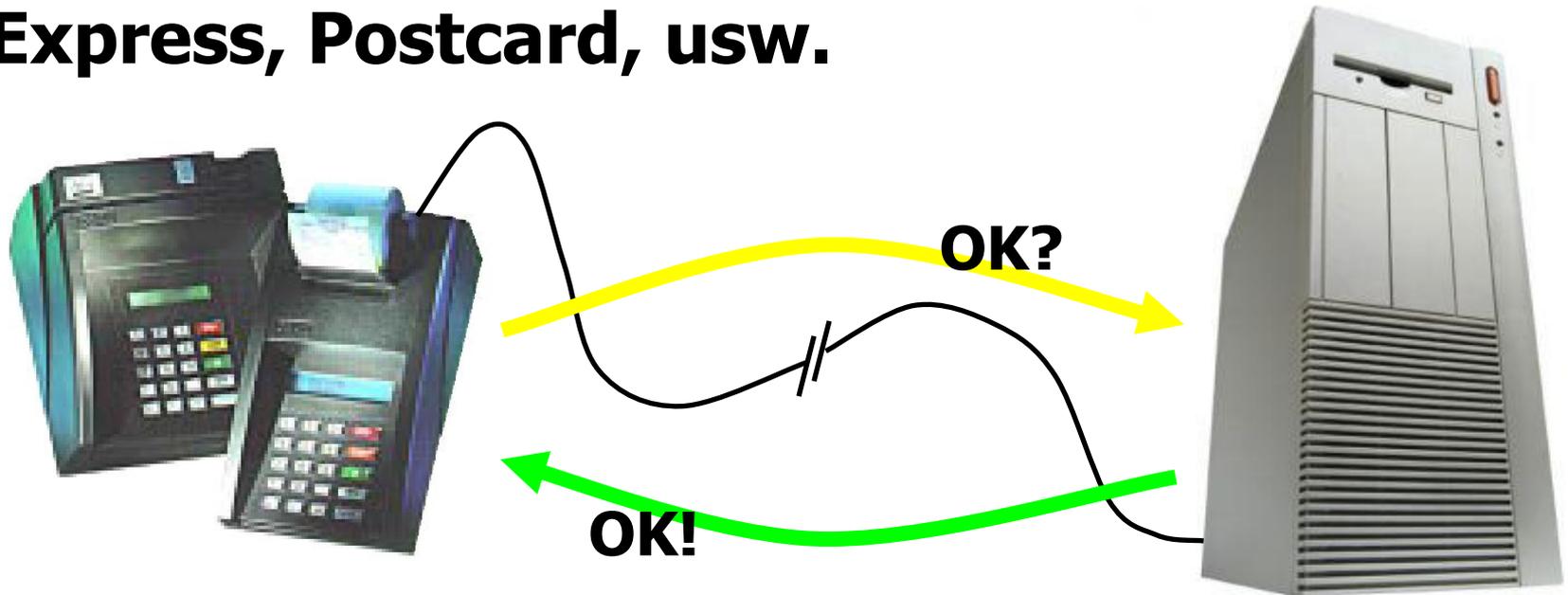


# Migros-Cumulus



# Elektronische Zahlungsmittel

- Eurocard/Mastercard, Visa, American Express, Postcard, usw.



- Karte in Terminal, Passworteingabe
- Überprüfung durch Kreditkarten-Institut, Annahme oder Ablehnung

# Elektronische Zahlungsmittel

- **Risiken:**
  - **Ausspionieren der Kartendaten (Passwort oder Kreditkartennummer)**
- **Kein Risiko:**
  - **Übertragung von Terminal zum Kreditkarten-Institut**



# Elektronische Zahlungsmittel

- **Was sammelt Kreditkarten-Institut?**
  - Kundendaten (Name, Adresse)
  - Kaufort
  - Kaufdatum
  - Kaufbetrag
- **Vereinzelt Werbesendungen an Kunden mit besonders hohen Umsätzen**
- **Nicht jedes Institut sammelt gleich viel Informationen.**

# Computerbasierte Patientendossiers

- **enthalten Namen, Geburtsdatum, Versichertennummer etc.**
- **medizinische Informationen zum Patienten (Text und Bild)**
- **Zusatzinformationen zu Laborwerten, Medikamenten etc.**
- **sind jederzeit und von jedem Ort aus weltweit zugreifbar (die notwendige Berechtigung vorausgesetzt)**

# Ein umfassenderes, schnelleres Bild des Patienten

## Computerbasierte Patientendossier

- **Informationen verschiedener Behandlungen bei verschiedenen Ärzten**
- **Zusatzinformationen und Verweise zu ähnlichen Dossiers**
- **Abfrage, Auswertung und Übermittlung jederzeit möglich**

- **Rascher Reagieren in Notfällen**
- **Automatische Suche nach ähnlichen Fällen**
- **Einfache wissenschaftliche Auswertungen, Qualitätskontrollen, statistische Erhebungen**

# Telemedizin: Ärzte im Chat

- **Spezialistinnen aus der ganzen Welt diskutieren mit ihren Kollegen Fälle:**
  - Paraplegikerzentrum Nottwil (eher seltene Fälle)
  - Ärzte in Australien etc. (abgelegene Regionen)
  - neue, sich epidemisch ausbreitende Erkrankungen
  - .....
- **Medizinische Fernbehandlungen**
  - Beobachtung von Patienten zu Hause
  - Mitwirkung bei chirurgischen Eingriffen
  - .....

# Eher überraschende Vorbehalte



**gibt es seitens der im Gesundheitswesen Beschäftigten:**

- **Höhere Arbeitsbelastung und Anforderungen durch Erfassen der elektronischen Daten**
- **Einfachere Kontrollmöglichkeiten und höherer Leistungsdruck**
- **Lockerung der Bindung Arzt / Patientin; Arztwechsel wird einfacher**



# Der Umgang mit den heiklen Daten...

- **Viele Ärzte delegieren die Rechnungsstellung und das Inkasso an eine ärztliche **Verrechnungsstelle**. Sehr heikel aus der Sicht des Arztgeheimnisses und ohne schriftliche Einwilligung des Patienten auch gesetzwidrig!**
- **Für Forschung und Prävention sind **flächendeckende Register** (z.B. Krebsregister, HIV-Register) wichtig. Solche Register enthalten aber sehr sensible Daten: ein HIV-Infizierter erhält in der Regel keine neue Arbeitsstelle. Register werden deshalb in der Regel dezentralisiert und anonymisiert geführt.**

# Und die Finanzen?



- **Erhebliche Investitions- und Folgekosten**
- **Vermeidung von Mehrfachuntersuchungen**
- **Wachsende Transparenz**
- **Erhöhter Wettbewerb**

# Risiken des gläsernen Patienten

**Zugriff auf die eigene Krankengeschichte vom persönlichen PC aus**

- **Interpretationsschwierigkeiten**
- **unüberlegte Handlungen**
- **bewusste nicht-autorisierte Zugriffe auf vertrauliche Daten durch Unbefugte**
- **Pannen bei Speicherung und Übermittlung führen zu ungewollter Veröffentlichung**

# Sicherheit der Daten



- **Technische Mängel** können zum Verlust der Daten führen

Love  
Kard  
Wunder  
x

- **Elektronische Daten** sind nicht untrennbar an ein **Papier** gebunden

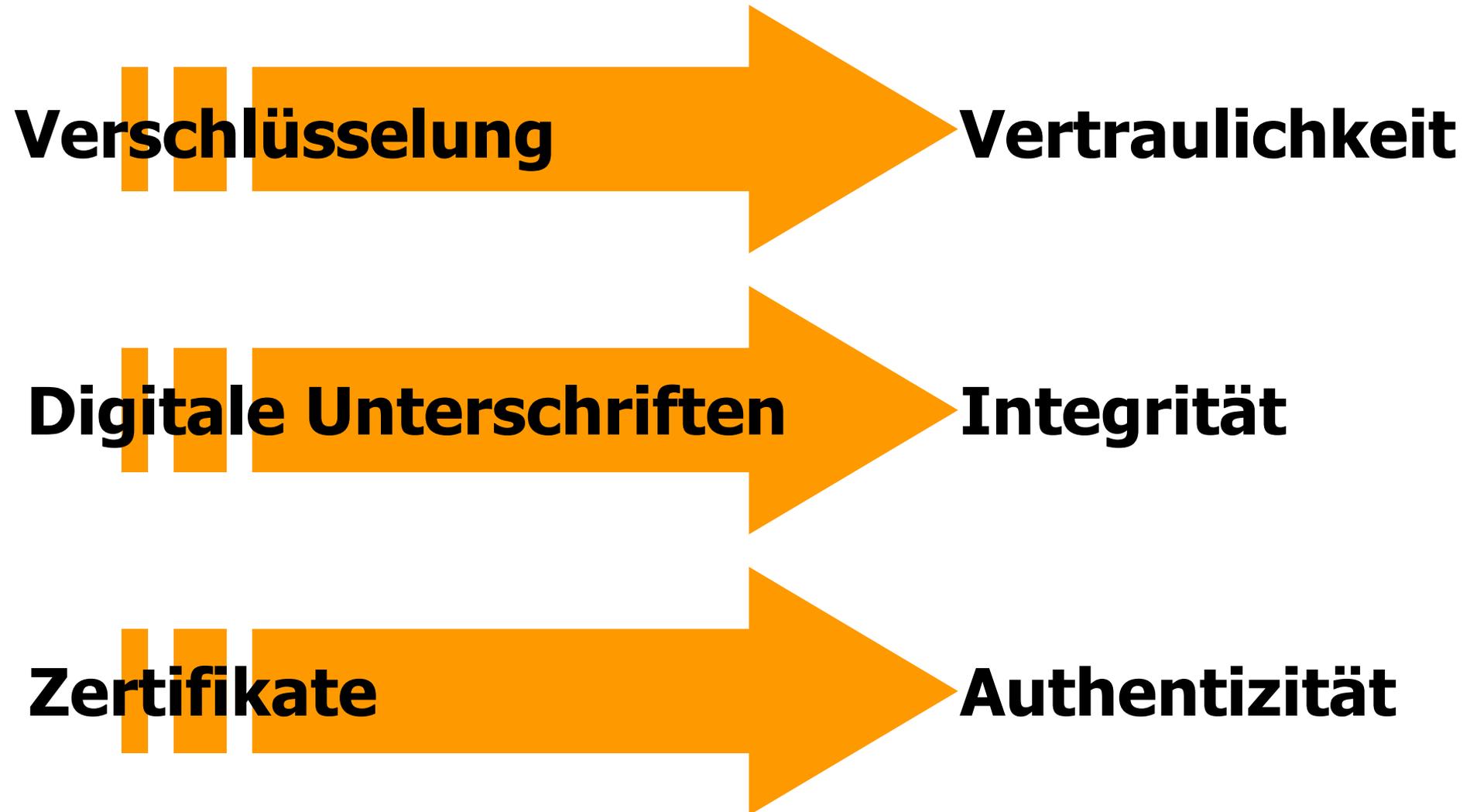


- Übermittlung zB über Internet bedingt **Verschlüsselung**



- Gefahr von **Datenmüll**

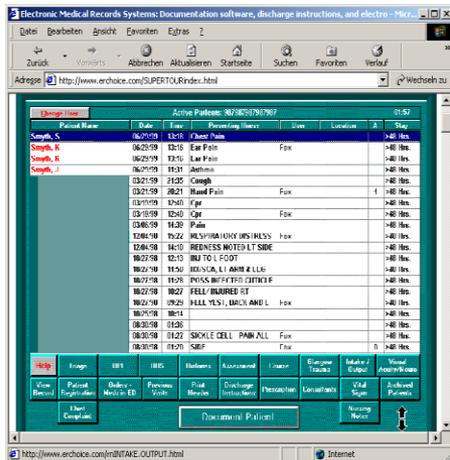
# Kurz und gut



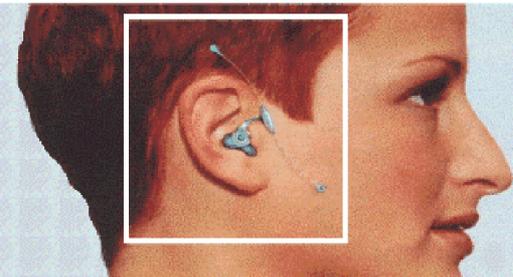
# Speicherung elektronischer Patientenkarten



→ **Patientenkarte analog zu  
Kredikarte (beschreibbare  
Smartcard, mit Internetzugang)**



→ **virtuelle Patientendossier im  
Internet**



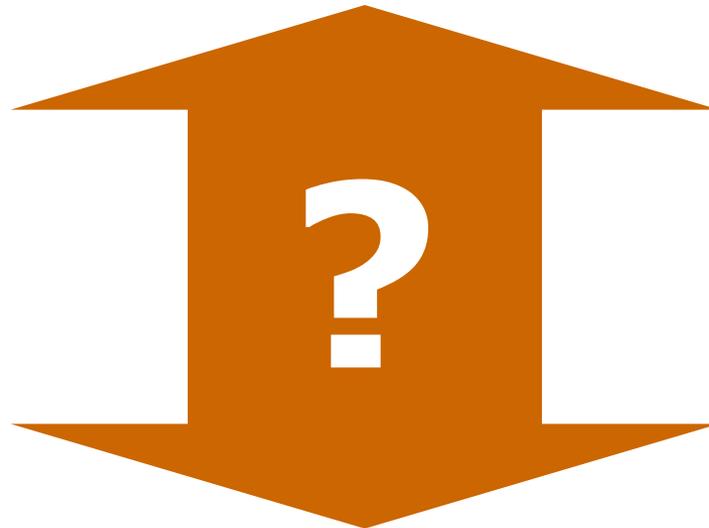
→ **Implantierbarer Chip**

# Die Zukunft?

- **Gewebeprobe einer Patientin im KS Baden**
- **Fern-Begutachtung durch Spezialisten in Vancouver**
- **Entscheid für Operation durch Ärztegremium unter Beizug der Krankenkasse in einer Chat-Sitzung**
- **Programmierung Medizinroboter für Operation im Mikrobereich durch Firma in Darmstadt**
- **Ambulante Operation im KS Baden**
- **Videoüberwachung durch KSB und Spitex Oberrohrdorf**

# Wo Licht ist, ist auch Schatten?

Dem berechtigtem **Schutzbedürfnis** der Patient/innen steht die



- berechnigte **Bekämpfung des Missbrauchs** der ärztlichen Dienstleistungen (Kostenexplosion)
- und die Nutzung der Daten zu **Forschungszwecken** gegenüber.

# Fazit

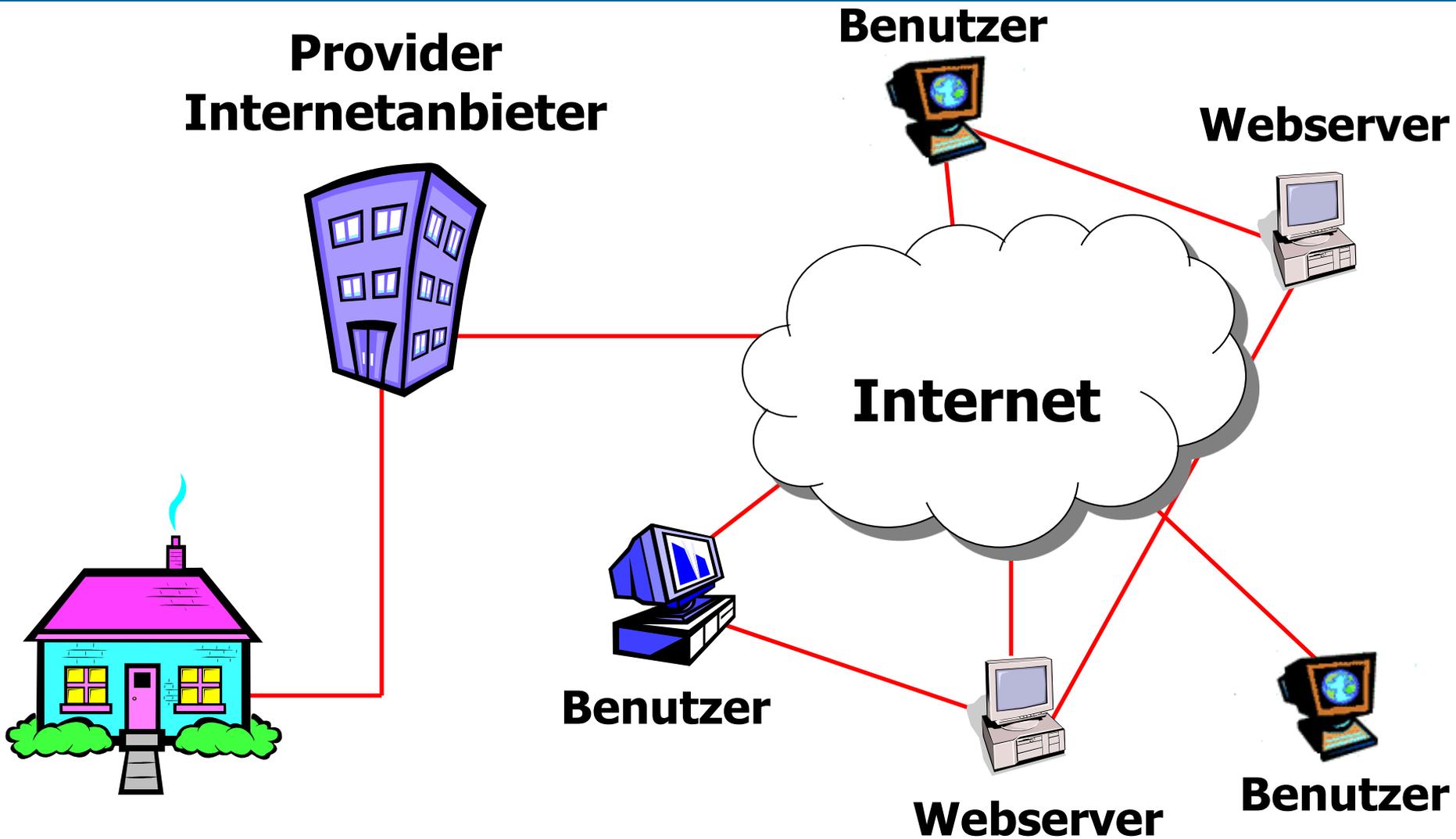
- **Es muss immer abgewogen werden!**

**Nutzen**

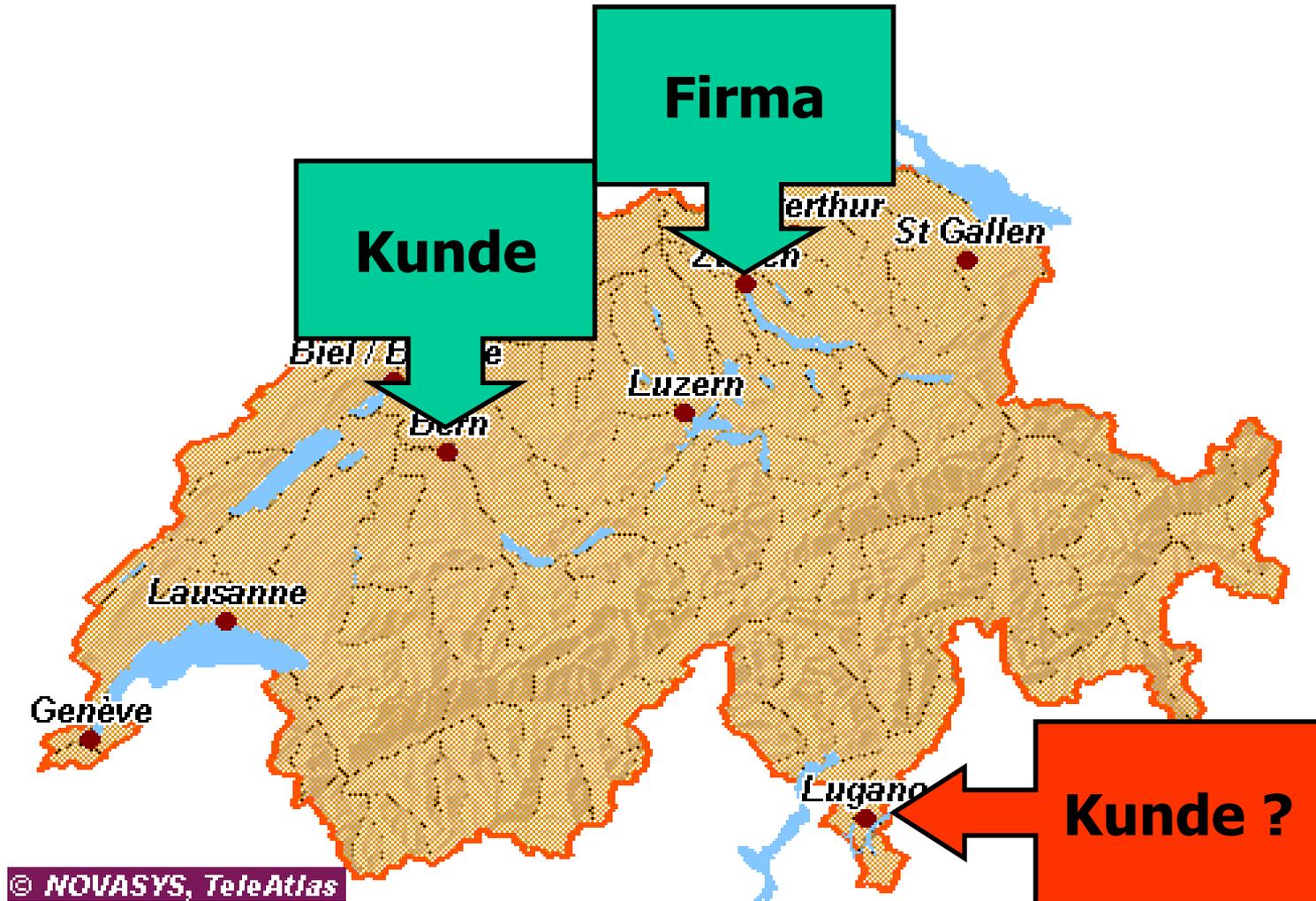


**Gefahren  
Risiken**

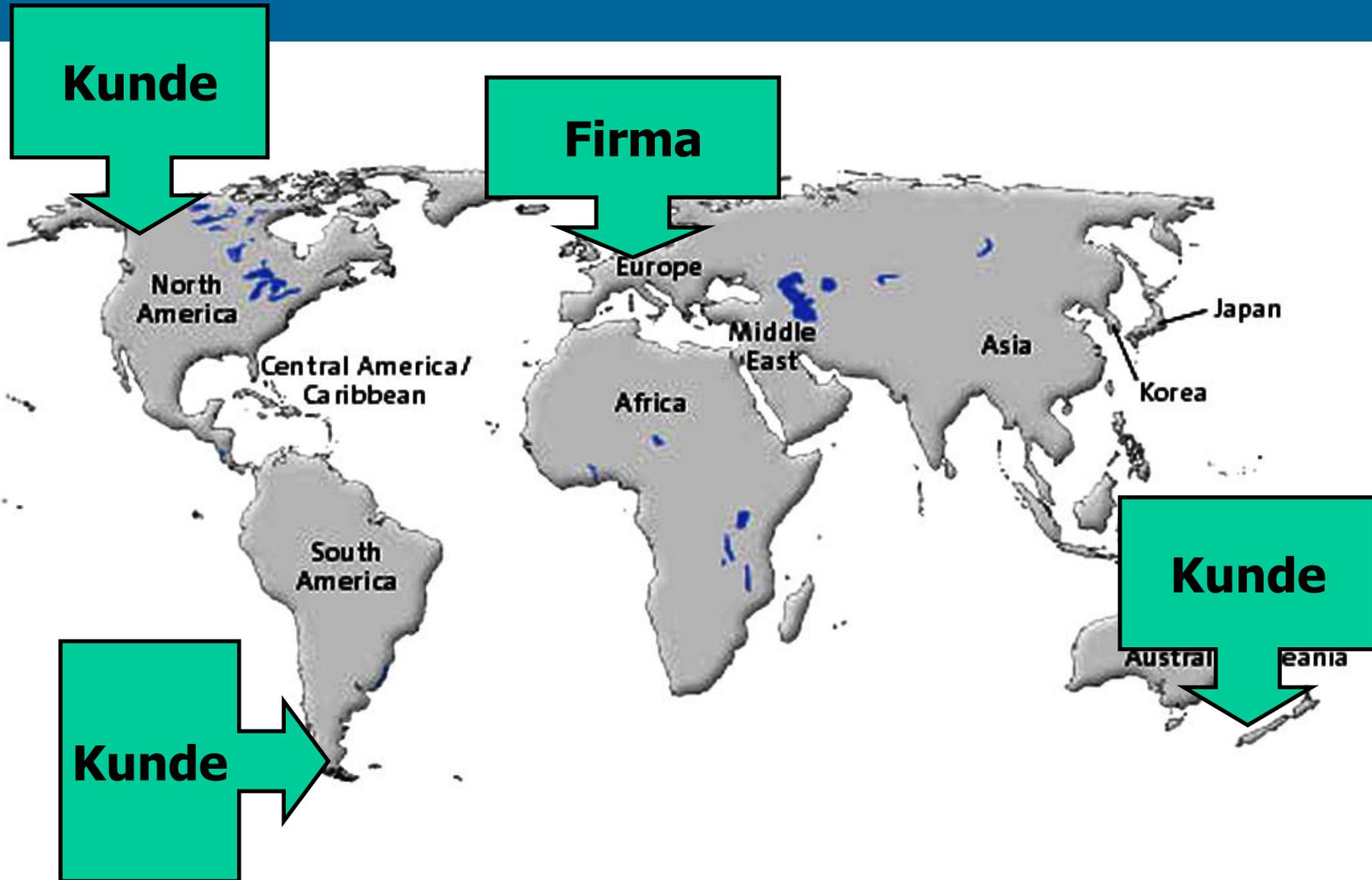
# Internet



# Die Welt ohne Internet



# Die Welt mit Internet



# Die Welt ohne Internet



Öffnungszeiten:  
Mo-Fr : 08:00-17:00  
Sa und So geschlossen

# Die Welt mit Internet


**FLEUROP.COM INTERFLORA**
[Login](#) / [Privatsphäre](#) / [Kontakt](#) / [Sprache](#)


Mehr als tausend **Worte**

[Blumen Boutique](#)
[Kundendienst](#)
[Über uns](#)
[Meine Fleurop](#)
Ihr Warenkorb enthält 0 Artikel

Bestimmungsland: Schweiz

**Länderauswahl Ihrer Blumenlieferung**

Schweiz

**Währungsumrechnung**

Euro

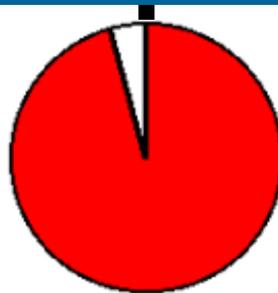
Aktualisieren 

			<p><b>Auswahl</b> Hier präsentieren wir Ihnen sämtliche lieferbaren Blumensträuße. Bitte wählen Sie das gewünschte Bouquet durch anklicken aus. Sie können zwischen verschiedenen Preiskategorien wählen und das Datum der Auslieferung festlegen.</p>
<p>Für jede Gelegenheit geeignet - ein Strauß duftender Rosen.</p> <p>EUR 17.30 - 89.20 </p>	<p>Für lange Winterabende - weihnachtliches Arrangement mit Kerzen.</p> <p>EUR 49.30 - 101.20 </p>	<p>Überraschen Sie sie mit dem zarten Duft ihrer Lieblingsblumen!</p> <p>EUR 49.30 - 81.20 </p>	
			<p><b>Lieferung</b> Wenn Sie Ihren Blumengruss in ein anderes Land senden möchten, wählen Sie bitte das gewünschte Bestimmungsland im obersten Menue links aus.</p>
<p>Sagen Sie ihr/Ihm mit einem extravaganten Strauß roter Rosen, wie es um Ihre Gefühle steht.</p> <p>EUR 49.30 - 81.20 </p>	<p>Was gibt es Schöneres als ein Strauß zärtlich duftender Blumen?</p> <p>EUR 31.30 - 67.90 </p>	<p>Verföhren Sie mit dem herrlichen Duft frischer Blumen</p> <p>EUR 34.60 - 81.20 </p>	<p><b>Währungsumrechnung</b> Damit Sie die Preise in der von Ihnen gewünschten Währung erhalten, wählen Sie bitte die Währung im</p>

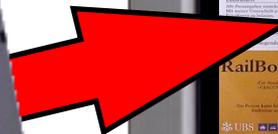
# Die Welt ohne Internet

**Kunden**

**Firmen**



A collage of various forms and coupons. The most prominent is a 'COUPON' for a helmet, with the text: 'JA, ich nehme an der Verlosung der 500 trendigen Velohelme teil.' Below it are fields for 'Name', 'Vorname', 'Strasse / Nr.', and 'PLZ / Ort'. Another form is for 'BILANZ' magazine, with the text: 'Ja, ich möchte von Fr. 126.50 abonnieren. Dazu erhalte ich Manager-BILANZ so Sonderausgaben während des Jahres. Zudem erhalte ich menschengeschichte Checklisten für Fr. 25.-. Gleichzeitig nehme ich an der Verlosung des neuen BMW 323i im Wert von Fr. 58.490.- teil.' A third form is a 'Bitte vorwegnehmen' envelope with a red stamp. The background includes logos for UBS, Jecklin, and SBB CFF FFS.

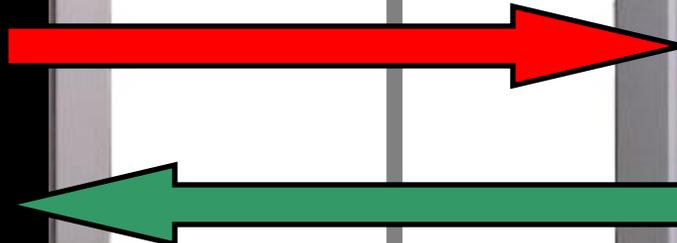
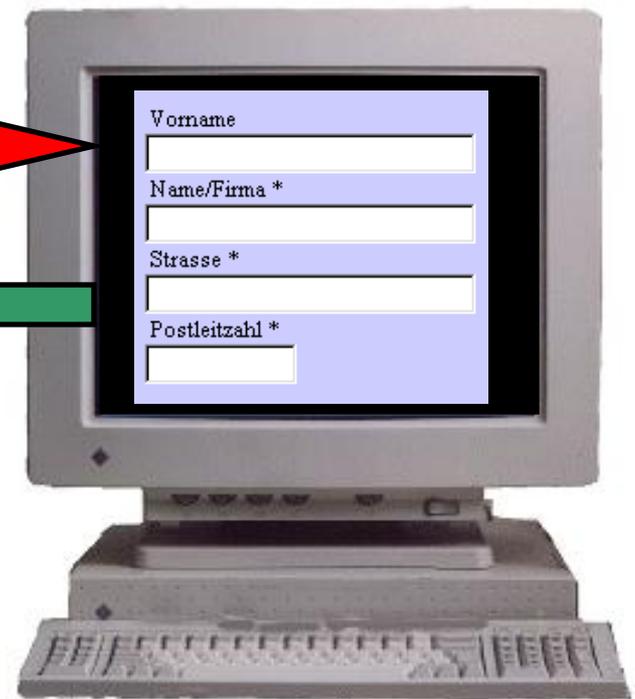


# Die Welt mit Internet

**Kunden**



**Firmen**



# Internet

- **Ortsunabhängig - Global**
- **Zeitunabhängig**
- **Schneller**

**Risiken???**

# Daten sammeln einmal anders

Comparis Homepage - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück Vorwärts Abbrechen Aktualisieren Startseite Suchen Favoriten Verlauf E-Mail Drucken Bearbeiten Diskussion Real.com

Adresse <http://www.comparis.ch/comparis/de/default.asp> Wechseln zu Links >>

**comparis.ch**  
Das Leben wird einfacher

**Ahaaa, so einfach spart man Zeit und Geld!**

[Home](#) [Intro](#) [Forum](#) [Über Comparis](#)

[deutsch](#) | [français](#)

[Telecom](#)  
[Krankenkassen](#)  
[Fahrzeugversicherung](#)  
[Lebensversicherung](#)  
[Hausratversicherung](#)  
[Online-Broker](#)  
[Hypothesen](#)  
[Bankspesen](#)  
[Fragen an Comparis ?](#)

**Geld sparen per Mausklick**  
Ob Telefon, Krankenversicherung oder Bankspesen. Bei comparis.ch erfahren Sie sofort, was wieviel kostet und wie Sie am einfachsten zum Angebot kommen.

Vergleich auswählen:  
Telecom Vergleiche

**Grosse Prämienunterschiede in wenigen Minuten**  
Wählen Sie nicht die erstbeste, sondern die für Sie beste Autoversicherung. Comparis.ch macht den Preis-Leistungs-Vergleich, prüft das Kleingedruckte und berechnet für Sie Ihre Prämien.

Jetzt Ihre Versicherung vergleichen:  
 Auto  Motorrad

**Billiger vom Festnetz auf Handys**  
Die Telefonartefen sinken und doch steigt Ihre Rechnung. Comparis.ch zeigt, was Sie gegen die hohen Verbindungsgebühren bei Anrufen aufs Handy tun können.

Anrufdauer pro Woche:

**Newsletter**  
Dank dem Comparis-Newsletter kein Vergleich mehr verpassen. An wichtige Daten erinnert werden. Ein Mausklick wird bares Geld wert [weiter >](#)

**Autoversicherungen**  
16 Versicherungen im Überblick. Neu mit Prämienvergleich. [weiter >](#)

# Daten sammeln einmal anders

## Ich will Telecom Produkte vergleichen

- und rufe vom **Festnetz** an
- ein einzelnes Gespräch (**Festnetz-Anruf**)
  - mein monatliches Gesprächsverhalten (**Festnetz-Profil**)
  - Überblick mit dem comparis **Telecom-Index**

- und rufe vom **Handy** an
- ein einzelnes Gespräch (**Mobil-Anruf**)
  - mein monatliches Gesprächsverhalten (**Mobil-Profil**)
  - SMS**
  - Zusatzdienste und Netzabdeckung

- und will ins **Internet**
- normale Einwahl via Telefon (**Dial Up**)
  - Einwahl via Handy mit **WAP**
  - schneller surfen via **ADSL** Technik
  - schneller surfen via **TV-Kabel** Technik

Weiter >>

# Daten sammeln einmal anders

## Mobiltelefonie: Preisvergleich

### Gesprächsgewohnheiten

Wieviel telefonieren Sie mit Ihrem Handy auf das Schweizer Festnetz oder auf das eigene Mobilnetz? Geben Sie im Formular die Schätzung Ihrer monatlichen Gesprächsdauer und die Anzahl Ihrer SMS ein. Zusätzlich benötigen wir die Information, ob Sie Ihr Handy auch im Ausland benutzen wollen, denn das ist nicht mit allen Abo-Typen möglich.

Tarifperiode	Gesprächsdauer pro Monat
<b>Normaltarif:</b> Mo-Fr 07.00-19.00 Uhr	<input type="text"/> h <input type="text"/> 15 min
<b>Niedertarif:</b> Mo-Fr 06.00-07.00 Uhr und Mo-Fr 19.00-22.00 Uhr	<input type="text"/> h <input type="text"/> 1 min
<b>Nacht- und Wochenendtarif:</b> täglich 22.00-06.00 Uhr und Fr 22.00 - Mon 06.00	<input type="text"/> h <input type="text"/> 1 min
<b>SMS</b>	<input type="text"/> 9 Anzahl
Gespräche im <b>Ausland</b> ?	ja <input type="checkbox"/>
Sie telefonieren zur Zeit mit:*	Swisscom Natel Swiss <input type="button" value="v"/>

\*) Wenn Sie noch kein Abo haben, wählen Sie einfach ein Produkt für den Vergleich.

# Daten sammeln einmal anders

Durch einen Wechsel des Produktes können Sie **bis zu 272.40 CHF** pro Jahr sparen. [...weetersagen!](#)

Monatliche Gebühren sortiert nach Durchschnittskosten:

+ Detailansicht

Produkt	Durchschnittskosten (CHF)	Inbegriffene Gesprächszeit	Ersparnis	ummelden
Sunrise pronto	13.50	0 min.	63 %	
Tele2 Mobile	16.50	0 min.	54 %	
Orange PrePay	17.50	0 min.	52 %	
Swisscom Natel Budget	18.20	15 min.	50 %	
Swisscom Natel Easy	18.40	0 min.	49 %	
Orange Economy	18.60	15 min.	49 %	
Orange Economy SMS	20.70	15 min.	43 %	
Sunrise 15	27.80	15 min.	23 %	
Orange Personal	30.70	0 min.	15 %	
Orange Personal SMS	32.80	0 min.	9 %	
Swisscom Natel Swiss	36.20	0 min.	-	
Orange Plus 100	37.20	100 min.	-3 %	
Orange Plus 100 SMS	39.30	100 min.	-9 %	
Sunrise 75	41.80	75 min.	-15 %	
Orange Professional	53.20	0 min.	-47 %	
Swisscom Natel International	53.30	0 min.	-47 %	
Orange Professional SMS	55.30	0 min.	-53 %	

# Daten sammeln einmal anders



- **Bietet Vergleiche von Firmen für den Kunden**
- **Lebt vom Firmenwechsel der Kunden**

# Vertrauliche Daten auf dem Computer? - Räumen Sie auf!

- **Räumen Sie ihren Computer auf, bevor Sie ihn in fremde Hände geben.**
- **Das gilt auch, wenn andere Leute am gleichen Computer arbeiten.**



# Computer aufräumen



**Vertrauliche Daten: Auf Diskette speichern oder mit Passwort schützen!**

**Spuren vom Internet  
verwischen**



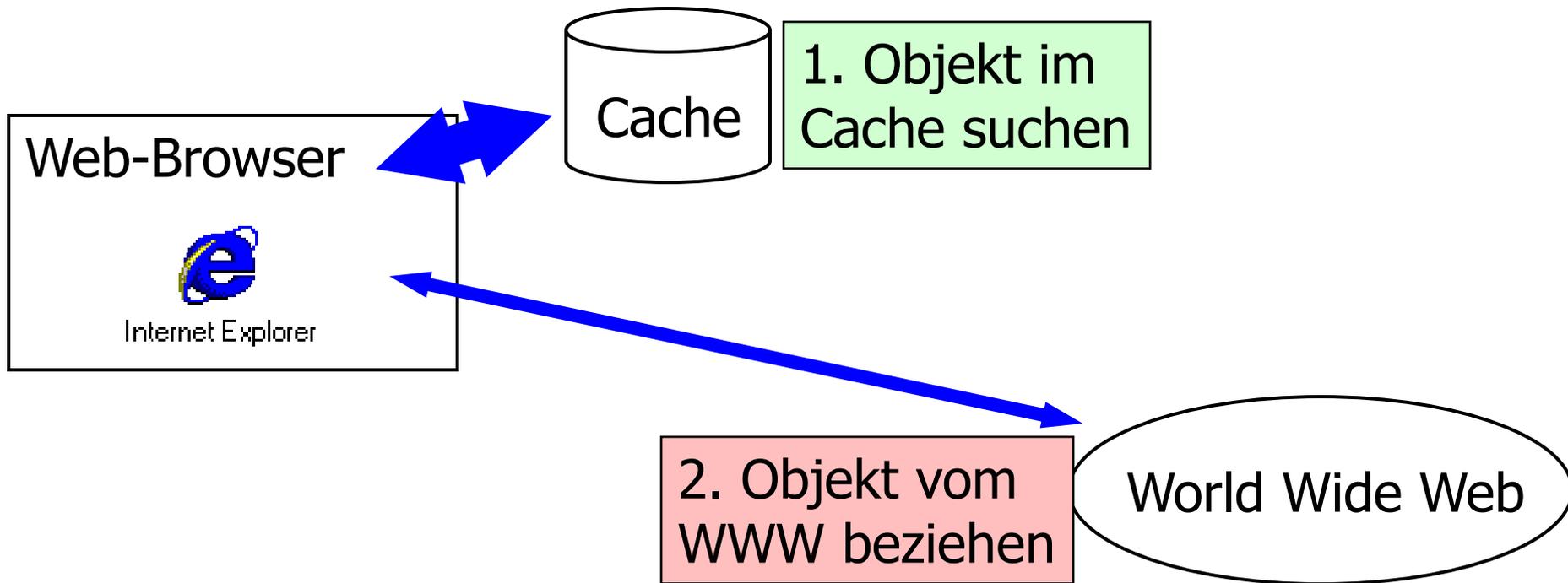
# Spuren im Netz

- **Im Internet ist man nicht anonym.**
- **Fast alles wird aufgezeichnet.**
- **Fast jede Aktivität kann zum Urheber zurückverfolgt werden.**



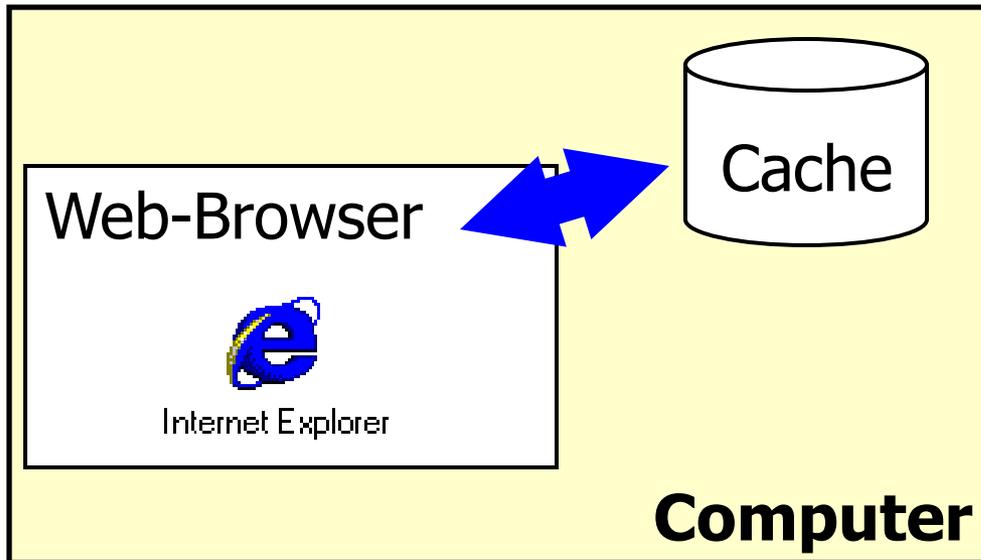
# Spuren: Cache

- **Was ist Cache? - Zwischenspeicher für Bilder und Web-Seiten**
- **Geschwindigkeitssteigerung**



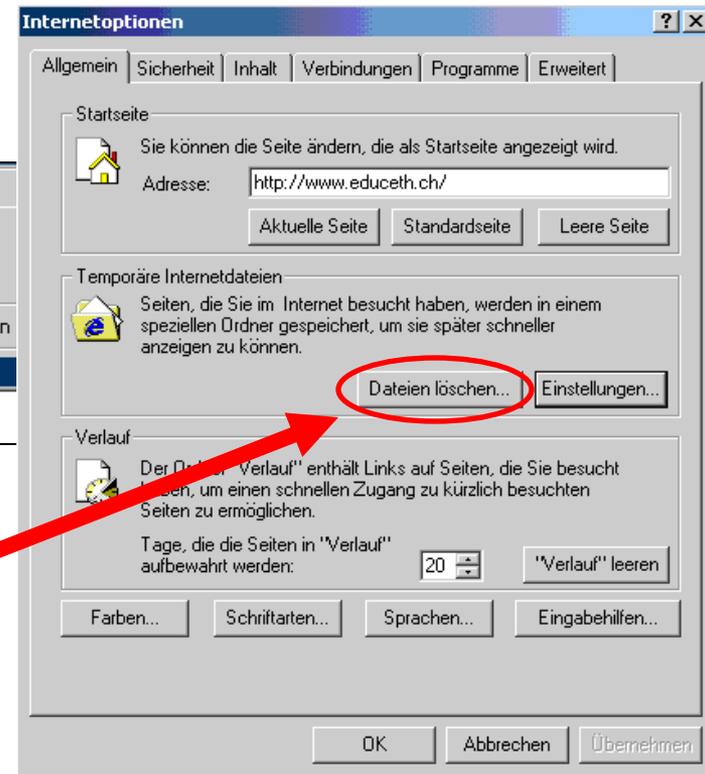
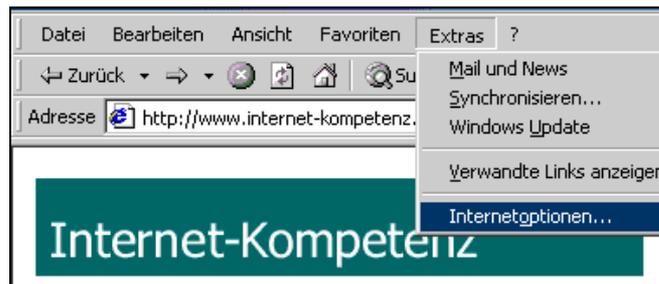
# Spuren: Cache

- **Cache ist Zwischenspeicher auf lokalem Computer**
- **Problematisch hinsichtlich Datenschutz!**



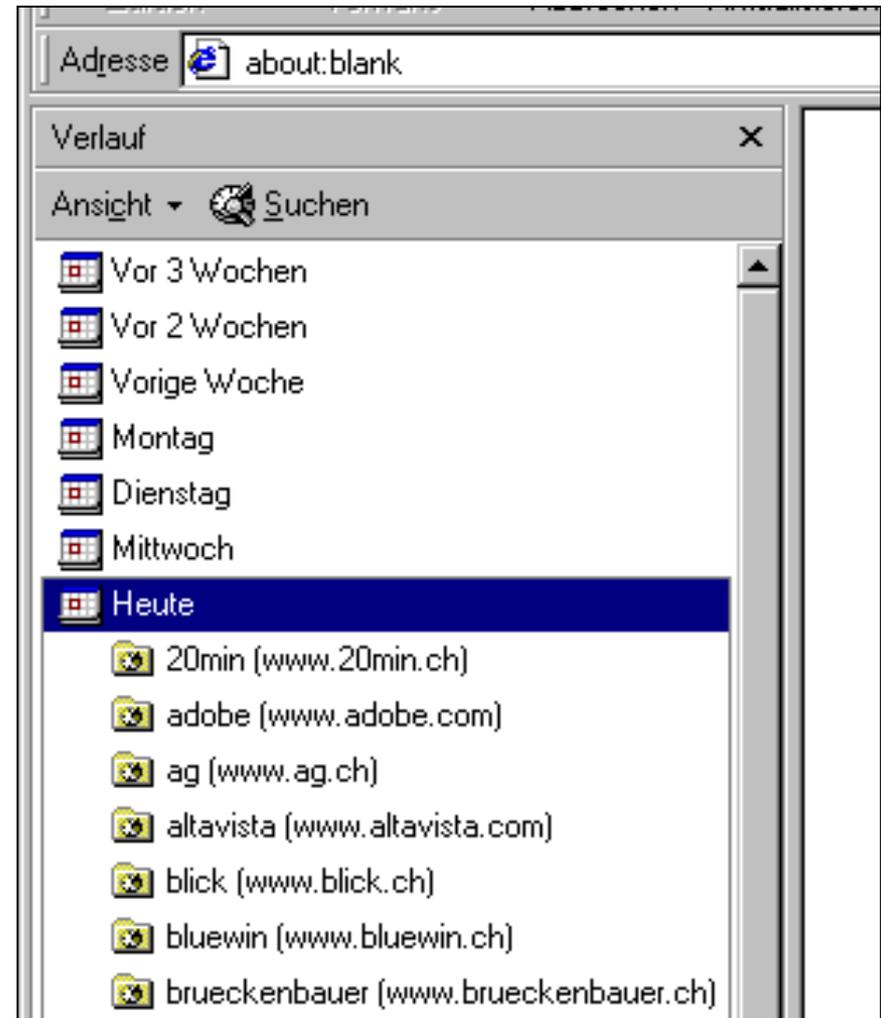
# Spuren: Cache

- **Nutzen:**
  - Schnelleres Surfen
  - Telefonverbindung ins Internet nicht ständig nötig
- **Cache löschen:**



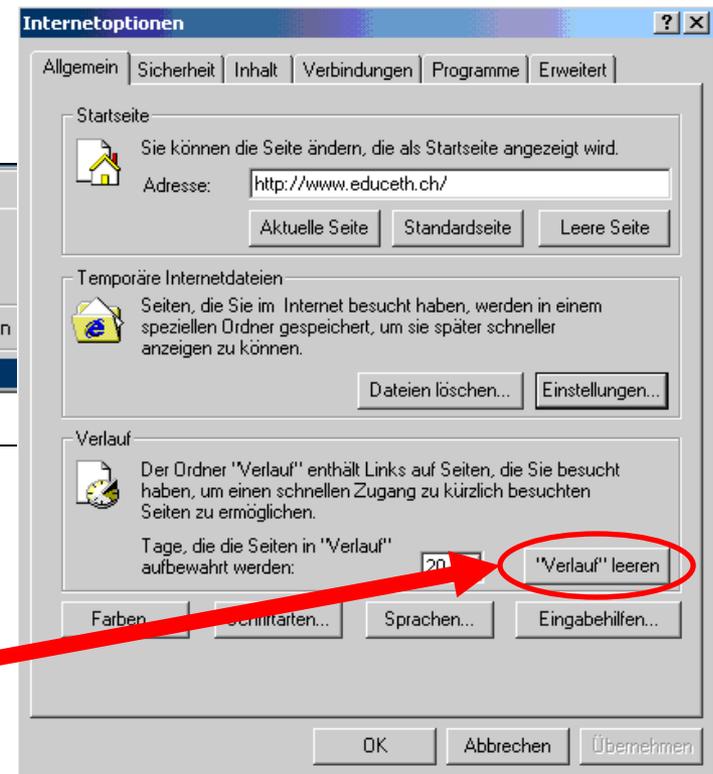
# Spuren: Verlauf (History)

- **Auf welchen Seiten war ich heute schon?**
- **Vorteil:**
  - **Muss mir die Internet-Adressen nicht mehr merken**
- **Nachteil:**
  - **Kann von anderen Benutzern eingesehen werden**



# Spuren: Verlauf (History)

- wird automatisch angelegt
- kann aber gelöscht werden



# Spuren: Cookies

- **Cookies = Kleine Informationsblöcke**
- **Im Browser gespeichert**
- **Mit Cookies werden Benutzer wiedererkannt.**
- **Cookies werden an die Web-Site zurückgesandt.**



.ecash.com	TRUE / FALSE 2051168433 SITESERVER ID=10f6384f
.go.com	TRUE / FALSE 1924991999 InfoseekUserId B50ED84C0BD
.go.com	TRUE / FALSE 1924991999 SWID 81DC6131-8761-67D9
.avid.com	TRUE / FALSE 946684808 AVID 129.132.17951809504
www.mobitare.ch	FALSE / FALSE 2137622676 ID 20189677
.gateway.com	TRUE / FALSE 2051222537 SITESERVER ID=e8e59a6

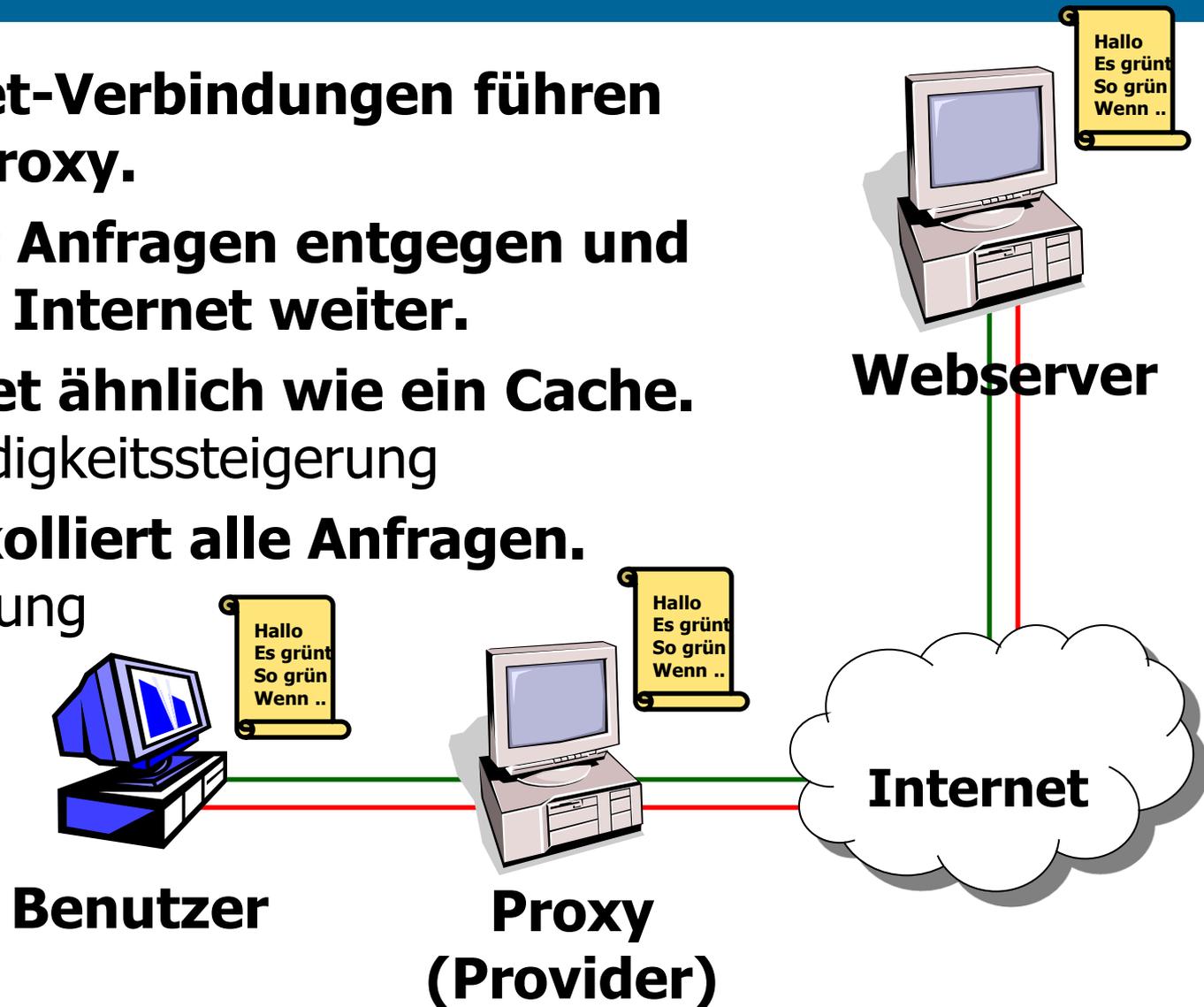
# Spuren: Cookies

- **Wo gibt es Cookies?**
  - Vor allem bei Online-Shops
- **Können ausgeschaltet werden**
  - Probleme wenn ausgeschaltet
- **Müssen von Hand gelöscht werden**

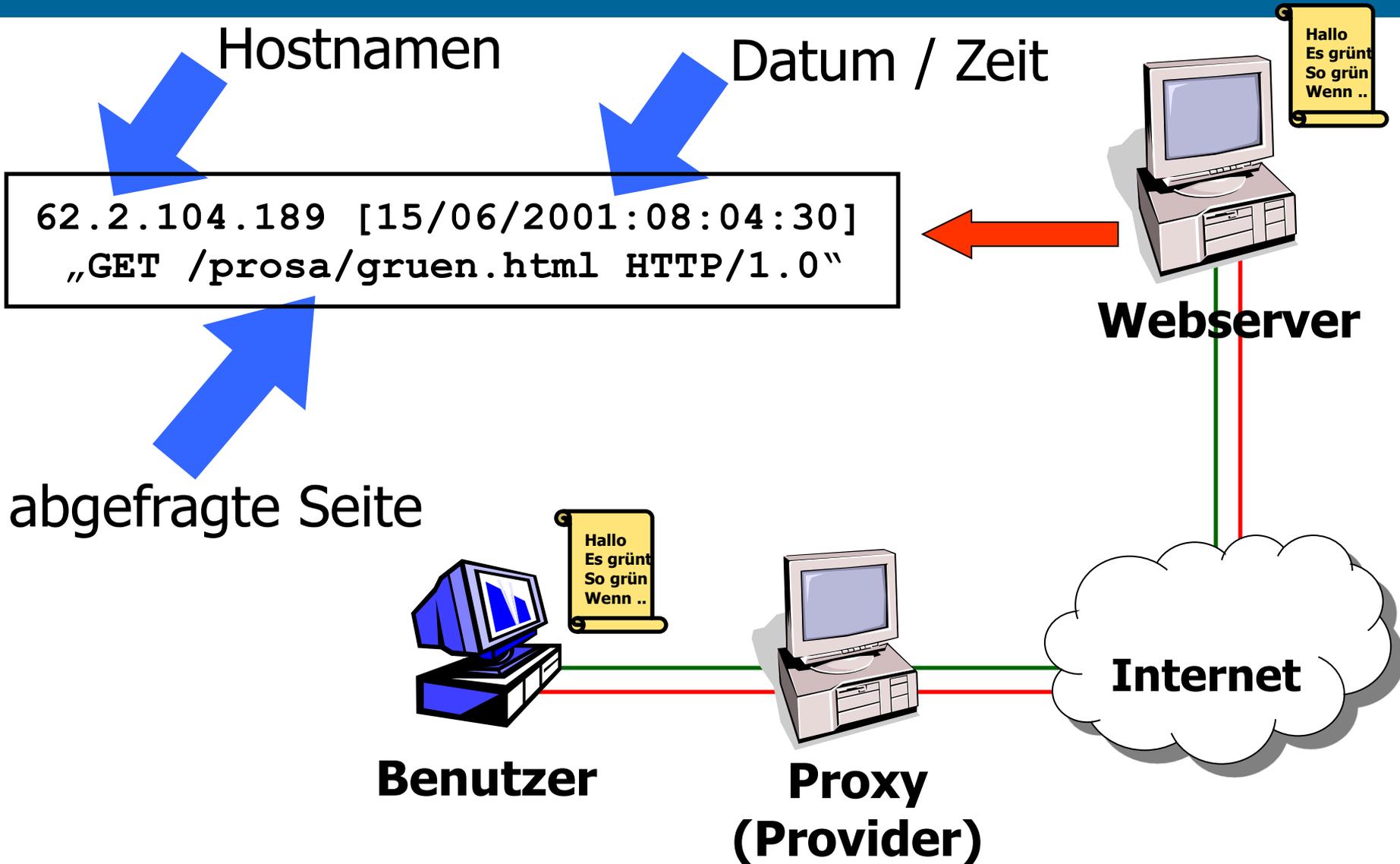


# Proxies

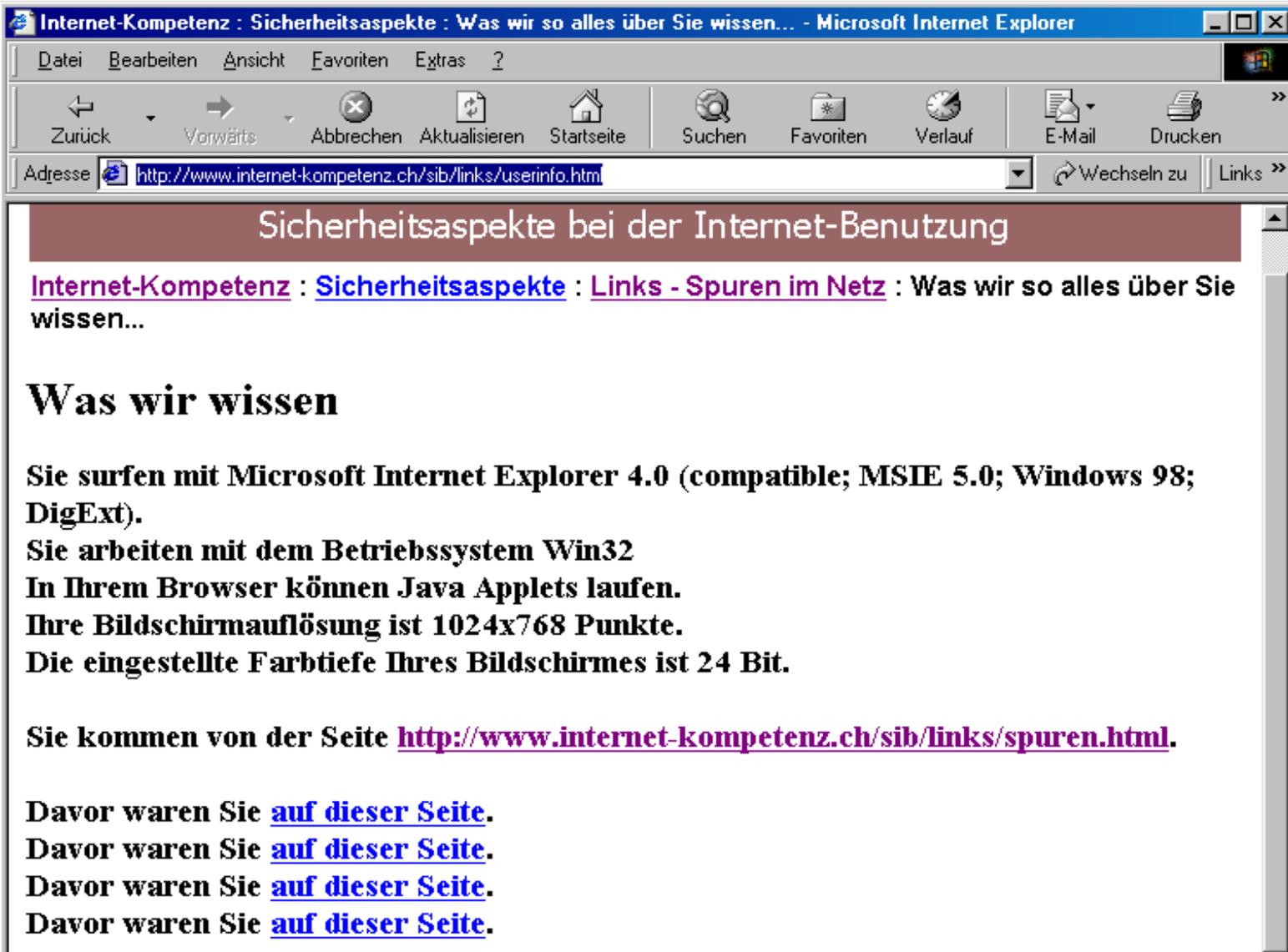
- **Viele Internet-Verbindungen führen über einen Proxy.**
- **Proxy nimmt Anfragen entgegen und reicht sie ins Internet weiter.**
- **Proxy arbeitet ähnlich wie ein Cache.**  
=> Geschwindigkeitssteigerung
- **Proxy protokolliert alle Anfragen.**  
=> Überwachung



# Log-Datei



# Was der Webserver alles weiss



The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer 4.0 browser window. The title bar reads "Internet-Kompetenz : Sicherheitsaspekte : Was wir so alles über Sie wissen... - Microsoft Internet Explorer". The address bar contains the URL "http://www.internet-kompetenz.ch/sib/links/userinfo.html". The page content includes a header "Sicherheitsaspekte bei der Internet-Benutzung" and a main heading "Internet-Kompetenz : Sicherheitsaspekte : Links - Spuren im Netz : Was wir so alles über Sie wissen...". The main text lists user information such as browser type (Microsoft Internet Explorer 4.0), operating system (Win32), and browser settings (Java applets, resolution, color depth). It also tracks the user's previous page visits.

**Sicherheitsaspekte bei der Internet-Benutzung**

**Internet-Kompetenz : Sicherheitsaspekte : Links - Spuren im Netz : Was wir so alles über Sie wissen...**

## Was wir wissen

**Sie surfen mit Microsoft Internet Explorer 4.0 (compatible; MSIE 5.0; Windows 98; DigExt).**

**Sie arbeiten mit dem Betriebssystem Win32**

**In Ihrem Browser können Java Applets laufen.**

**Ihre Bildschirmauflösung ist 1024x768 Punkte.**

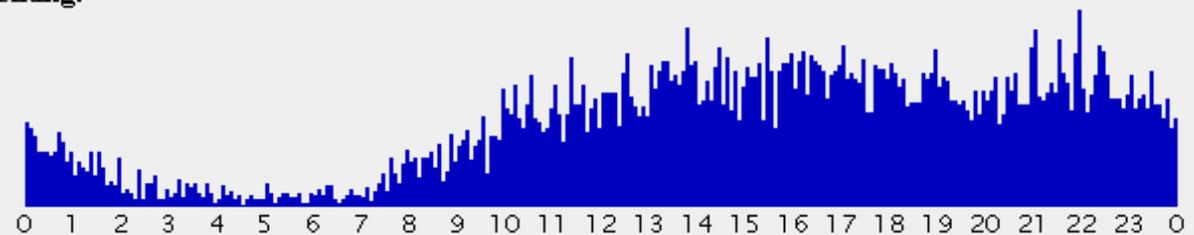
**Die eingestellte Farbtiefe Ihres Bildschirmes ist 24 Bit.**

**Sie kommen von der Seite <http://www.internet-kompetenz.ch/sib/links/spuren.html>.**

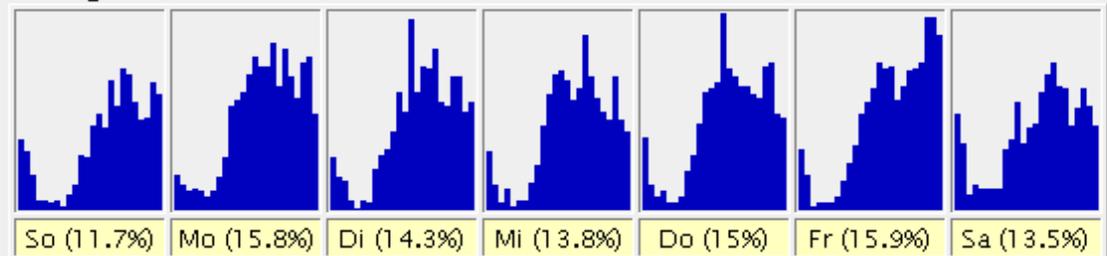
**Davor waren Sie [auf dieser Seite](#).**

# Was der Webserver alles weiss

Tagesverteilung:



Wochentagverteilung:



## Betriebssysteme:

Windows 98
Windows 95
Windows NT
MacOS
Linux
SunOS
Windows 2000
Windows ME
Unbekanntes Betriebssystem

3.3%	(+1.4%)	
6.2%	(+0.4%)	

## Browser:

Internet Explorer 4
Internet Explorer 5
Total Internet Explorer
Netscape Navigator 3
Netscape Navigator 4
Netscape Navigator 6
Total Netscape Navigator
Unbekannter Browser

3.3%	(+0.4%)	
62.3%	(+2.3%)	
65.6%	(+2.7%)	
0.9%	(-0.4%)	
26.3%	(-4.2%)	
1%	(+0.3%)	
28.2%	(-3.7%)	
6.2%	(+1.8%)	

# Was der Webserver alles weiss

Fireball Hilfe. Livesuche - Microsoft Internet Explorer

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück Vorwärts Abbrechen Aktualisieren Startseite Suchen Favoriten Verlauf E-Mail Drucken

Adresse <http://www.fireball.de/cgi/voyeur.fcgi?action=voyeur-queries> Wechseln zu Links

## Livesuche

### Der mp3- und Musik-Guide von FIREBALL...

Hilfe	Livesuche	Livesuche
<a href="#">Startseite</a> <a href="#">Express Hilfe</a> <a href="#">Profi Hilfe kurz</a> <a href="#">Profi Hilfe</a> <a href="#">Katalog Hilfe</a> <a href="#">URL melden Hilfe</a> <a href="#">Wissen Hilfe</a>	<p>Hier können Sie live sehen, was gerade in <b>FIREBALL</b> gesucht wird. Heute hat <b>FIREBALL</b> bereits 234688 Anfragen beantwortet. Klicken Sie auf eine Anfrage, um zum jeweiligen Suchergebnis zu gelangen. Refresh alle 30 Sekunden.</p> <p>Live Suche</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">Süßmilch</a> - Seite 1</li><li>• <a href="#">+cup dd +thumbs</a> - in allen Sprachen - Seite 1</li><li>• <a href="#">Trautwein</a> - Seite 1</li><li>• <a href="#">lolitas</a> - in englisch - Seite 1</li><li>• <a href="#">mazda</a> - Seite 3</li><li>• <a href="#">fred perry</a> - Seite 1</li><li>• <a href="#">smith &amp; wesson</a> - Sortierung: smith &amp; wesson - in allen Sprachen - Seite 1</li><li>• <a href="#">chat</a> - Seite 9</li></ul>	

Info
<a href="#">Infos zu Fireball</a> <a href="#">FAQ</a> <a href="#">Datenschutz</a> <a href="#">Suchwortstatistik</a> <a href="#">Download</a> <a href="#">Metadaten</a> <a href="#">Metataggenerator</a>

# Benutzerkonten

## **WO:**

- **Onlineshops (z.B. Amazon)**
- **Diskussionsforen (z.B. Programmieren)**
- **Informationsseiten (z.B. Zeitungen)**

## **WOZU:**

- **Wiedererkennung**
- **Speichern von Benutzerpräferenzen**

# Benutzerkonten

**BOL | My BOL Willkommen - Microsoft Internet Explorer**

Datei Bearbeiten Ansicht Favoriten Extras ?

Zurück Vorwärts Abbrechen Aktualisieren Startseite Suchen Favoriten Verlauf E-Mail Drucken

Adresse [https://www.ch.bol.com/cec/cstage?eccookie=&where\\_to=mybol&eaction=bolaccountprofileclassify&walkin\\_temp](https://www.ch.bol.com/cec/cstage?eccookie=&where_to=mybol&eaction=bolaccountprofileclassify&walkin_temp) Wechseln zu Links

---

## My-BOL Musik

**Unsere Vorschläge**  
Die folgende Musik könnte für Sie interessant sein:

**Alternative Pop**  
**[Senderos de Traicion](#)**  
[Heroes del Silencio](#)  
[mehr dazu ...](#)

**Pop**  
**[Very Best Of-Hey Rock And Roll](#)**  
[Showaddywaddy](#)  
[mehr dazu ...](#)

**Pop**  
**[Lovesexy](#)**  
[Prince](#)  
[mehr dazu ...](#)

**Pop**  
**[Just Push Play](#)**  
[Aerosmith](#)  
[mehr dazu ...](#)

[Wie bewerten Sie Ihre Einkäufe?](#)

[Was halten Sie von unseren Vorschlägen?](#)

---

## Lieblingsthemen

Hier finden Sie einige neue und attraktive Alben aus Ihren Lieblingsthemen.

**Pop**  
**[Reveal](#)**

**Rock**  
**[Darkness On...](#)**

**Meine Lieblingsthemen**

- [Country](#)
- [Rock](#)
- [Pop](#)

# Voraussetzungen für erfolgreiches E-Business: Sichere Uebertragung

# amazon.com



No security!  
The Rolling Stones

READY TO BUY?

**Add to Shopping Cart**  
(you can always remove it later)

 Shopping with us is **100% safe. Guaranteed.**

internet security credit card

- Visa
- American Express
- Eurocard
- Rufen Sie mich an

Kartennummer:

Gültig bis:  -

# Wurde diese Seite nicht verändert?

***HACKER + DÜNKI***

---

***IMMOBILIEN AG ZÜRICH***

**Stockerstrasse 48  
CH-8039 Zürich 2 Switzerland  
Telephone: +41 1 201 10 00  
Telefax: +41 1 201 57 72  
E-Mail: [homehacker@bluewin.ch](mailto:homehacker@bluewin.ch)**

Mitglied SVIT (Schweizerischer Verband der Immobilien-Treuhänder, Sektion Zürich)  
Member SVIT (Swiss Association of Real Estate Agents, Zurich Section)

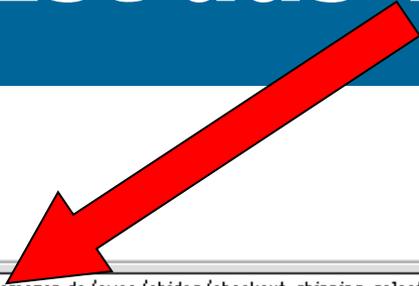
---

***Welcome, since february'97 you are our friendly guest no: 042329***

Mail to Hacker + Dünki Immobilien AG: [homehacker@bluewin.ch](mailto:homehacker@bluewin.ch)

---

# Ist das wirklich Amazon?



Location: <https://www.amazon.de/exec/obidos/checkout-shipping-select/028-5518681-9950057>

What's Related

Geben Sie das Passwort noch einmal ein.

## Wählen Sie eine Zahlungsweise.



Auch wenn Sie bereits Kunde bei Amazon.de sind, geben Sie bitte noch einmal Ihre Kreditkartennummer ein ([hier steht warum](#)). Wir empfehlen Ihnen, die vollständige Kreditkartennummer einzugeben ([Warum das sicher ist](#)). Wenn Sie uns die Nummer lieber telefonisch übermitteln wollen, geben Sie nur die letzten fünf Ziffern ein. Nachdem Sie Ihre Bestellung aufgegeben haben, teilen wir Ihnen gern die Telefonnummer mit, unter der Sie uns erreichen, um Ihre vollständige Kreditkartennummer durchzugeben. Oder Sie bezahlen per Vorausscheck. ([Warum der Versand dann länger dauert](#)).

**Bitte beachten Sie: Bankeinzug ist nur von einem deutschen Girokonto möglich.**

Weiter ▶

Zahlungsart	Konto-Nr.	Bankleitzahl	Name des Kontoinhabers
-------------	-----------	--------------	------------------------

Bankeinzug

Zahlungsart	Kreditkartennr.	Gültig bis:	Name des Karteninhabers
-------------	-----------------	-------------	-------------------------

Visa

01

2000

Bezahlen mit Vorausscheck  
(oder Guthaben auf Ihrem Amazon.de Konto)

# Kommunikationssicherung

**Verschlüsselung**

**Vertraulichkeit**

**Digitale Unterschriften**

**Integrität**

**Zertifikate**

**Authentizität**

# Zahlungsmittel



# Vertraulichkeit

## Bewegungen

Postkonto: 80-134636-6 CHF

Datum	Avisierungstext	Gutschrift	Lastschrift	Valuta	datum
10.03.2000	NUTZUNG PUBLIFON SCHWEIZ		12.90		10.03.2000
08.03.2000	GIRO	1107.85			08.03.2000
08.03.2000	KAUF/D	Bewegungsdetail			
	VOM 06				
07.03.2000	KAUF/D				
	VOM 05	Datum	07.03.2000		
03.03.2000	BARGEI	Avisierungstext	KAUF/DIENSTLEISTUNG VOM 05.03.2000		
	01.03.00		KARTE NR. 15836037 BILLET AUTOMAT		
03.03.2000	KAUF/D	SBB BADEN			
	VOM 01	Lastschrift	38.50 CHF		
		Gutschrift	-		
		Valutadatum	07.03.2000		

Zurück

# Integrität

## Inlandzahlung erfassen

Lastkonto 80-134636-6 CHF

Zahlungsart

Betrag

Konto Empfänger

**Weiter**

## Zahlungsschein

CHF

AG

HHANDLUNGEN

8036 ZUERICH

Betrag CHF

Fälligkeit

Referenznummer

Buchungstext

Ausführung  normal  prioritär

Zahlungsbestätigung  nein  ja

**Senden**

# Authentizität

Zurück Vorwärts Abbrechen Aktualisieren Startseite Suchen Favoriten Verlauf Channels Vollbild E-Mail

Datei Bearbeiten Ansicht Wechseln zu Favoriten ?

Adresse [https://www.yellownet.ch/neu/onl\\_kdl\\_sess\\_sess\\_exit?p\\_sess\\_id=237828610602022293773010](https://www.yellownet.ch/neu/onl_kdl_sess_sess_exit?p_sess_id=237828610602022293773010)

## Yellow Net

Wir danken für Ihr Interesse und freuen uns Sie bald wieder begrüßen zu dürfen!

Bitte leeren Sie vorsichtshalber den **Browser-Cache**.

**Yellow Net**

**DIE POST**

swiss online

the blue window<sup>®</sup>  
WHERE INTERNET PEOPLE MEET

Internetzone

# Sicherheitsrelevante Eigenschaften des Internets

- **Informationen sind nicht an einen physischen Träger gebunden.**
- **exponierte Situation**
- **Internet ist abhörbar**
- **grosser Personenkreis, grosse Distanzen  
=> Vertrauen?**
- **Automatisierbarkeit von Aktivitäten  
(z. B. Einbrüchen...)**
- **Sicherheitsaspekte bei der Entwicklung  
vernachlässigt**

# Codierte Daten anstelle von Klartext benützen

Klartext	<b>TRIFF</b>	<b>MICH</b>	<b>BEI</b>	<b>DER</b>	<b>ALTEN</b>	<b>KIRCHE</b>
Verschlüs- selung	<b>+++++</b> <b>33333</b>	<b>++++</b> <b>3333</b>	<b>+++</b> <b>333</b>	<b>+++</b> <b>333</b>	<b>+++++</b> <b>33333</b>	<b>+++++</b> <b>333333</b>
verschlüs- selter Text	<b>WULII</b>	<b>PLFK</b>	<b>EHL</b>	<b>GHU</b>	<b>DOWHQ</b>	<b>NLUFKH</b>
Entschlüs- selung	<b>-----</b> <b>33333</b>	<b>-----</b> <b>3333</b>	<b>---</b> <b>333</b>	<b>---</b> <b>333</b>	<b>-----</b> <b>33333</b>	<b>-----</b> <b>333333</b>
Klartext	<b>TRIFF</b>	<b>MICH</b>	<b>BEI</b>	<b>DER</b>	<b>ALTEN</b>	<b>KIRCHE</b>

# Entscheidend: Schlüssellänge

- Natürlich ist CAESAR allzu leicht zu erraten.
- Deshalb: längeren Schlüssel verwenden. Zum Beispiel: **32650**

TRIEF	MICH	BEI	DER	ALTEN	KIRCHE
+++++	++++	+++	+++	+++++	+++++
32650	3265	032	650	32650	326503
WTOKF	PKIM	BHK	JJR	DNZJN	NKXHHH

- oder einen hundertstelligen Schlüssel:  
**878162876163632.....17262919192912**

# Eigenschaften von Unterschriften

- **Unterschriften sind idealerweise eindeutig, überprüfbar und nicht fälschbar.**
- **Unter diesen Voraussetzungen identifizieren Unterschriften eine ganz bestimmte Person. (Mit Hilfe der Referenzunterschrift aus einem Pass oder ähnlichem)**
- **Unterschriften bekräftigen z. B. einen Text. Das Papier bindet die Unterschrift an den Text.**
- **Wie sieht eine digitale Unterschrift aus?**

# Digitale Unterschriften

- **Problem mit digitalen Dokumenten:  
Kein Papier, das Unterschrift an einen Text bindet. Unterschrift kann nicht einfach zum Dokument hinzugefügt werden.**
- **Vollständiger Text muss mit der Unterschrift vermengt werden.  
=> Verschlüsseln!**

# Die Frage ist doch...

- **Ist das wirklich die Internet-Seite, für die sie sich ausgibt?**

**Oder:**

- **Ist das wirklich Milchmann Brändle?**

