

RFID-Brief – Folge 1

Was ist dran am „Schnüffel-Chip“?

Von Marco Goebel, infolab GmbH

Erlangen, 27.06.2007 – Kaum ein Tag vergeht, an dem nicht vor den scheinbar großen datenschutzrechtlichen Risiken von RFID (Radio Frequency Identification) gewarnt wird. Die Furcht vor dem gläsernen Bürger spukt immer wieder durch Zeitschriften und Internetseiten. Neues oder technisch Fundiertes findet man in solchen Beiträgen selten. Allzu häufig wird mit Orwellschen Big-Brother-Phantasien ein Bild von RFID wiedergegeben, das wohl nur noch eine rudimentäre Schnittmenge mit der Realität hat.

Was ist jetzt wirklich dran am funkenden „Schnüffelchip“? Wie gut kann man damit überhaupt „schnüffeln“? Beginnen wir zunächst mit den technischen Möglichkeiten. RFID-Systeme findet man seit Jahren in Zugangskontroll- und Zeiterfassungssystemen. Hier treten sie meist in Karten- oder Münzform auf. Vielleicht haben Sie bei Ihrem letzten Thermen- oder Saunabesuch sogar so einen Chip am Handgelenk getragen; und haben damit eine Menge Vorteile genießen können: Sie konnten Ihren Umkleideschrank ohne Schlüssel oder Münzen auf- und zuschließen.

Nach Ihrem Saunagang wurden Sie vielleicht etwas hungrig und gingen in das nette kleine Bistro gleich neben den Kinderbecken. Bargeld? Das Sprichwort „Einem nackten Mann kann man nicht in die Taschen greifen“ kann hier wörtlich genommen werden. Aber keine Angst, Ihr RFID-Chip am Handgelenk ist Ihr persönliches bargeldloses Zahlungsmittel. Ohne RFID-System müßte Ihr Bargeld einsam und ungeschützt in Ihrer Tasche warten, während Sie gemütlich in der Sauna schwitzen. Die Gefahr, daß jemand „aus Versehen“ Ihre Tasche (und Ihr Bargeld) mit seinem eigenen verwechselt, ist gebannt.

Aber wo bleibt denn jetzt das Ausschnüffeln? Zählen wir doch einmal auf, welche Daten erfaßt werden: Art und Dauer der Buchung, Ankunftszeit, ggf. Essensverzehr, Zeitpunkt des Auscheckens. Mit der dahinterliegenden Datenbank könnte man – wenn man die Daten nicht ohnehin turnusmäßig wieder löscht – herausfinden, zu welchen Zeiten Sie in die Sauna gehen und was Sie dort verzehren. Sind wir mal ehrlich, dafür benötige ich keinen Schnüffelchip. Der Wirt Ihres Stammlokals könnte Ihnen wohl weit mehr über Sie und Ihre Gewohnheiten erzählen.

Und was könnte ich mit diesen Daten anfangen? Ich kann mir zum Beispiel auf Knopfdruck zeigen lassen, an welchen Tagen und Uhrzeiten die Auslastung am höchsten oder am niedrigsten ist und kann als Manager dann entsprechend darauf reagieren: Mehr oder weniger Personal, Nahrungsmittel und so weiter. Was bedeutet das für Sie? Besseren Service und günstigere Preise. Der geneigte Leser mag sich jetzt fragen, wo er denn da genau ausspioniert wird? Aber fragen Sie lieber die Leute, die RFID als nächste Stufe zum Überwachungsstaat hinstellen wollen. Sie werden es Ihnen auch nicht beantworten können.

Lassen Sie uns die wohl bekannteste Anwendung von RFID betrachten: „Der Supermarkt der Zukunft“ – die Metro Group hat ihrer Erfindung liebevoll den neumodischen Namen „Metro Future Store“ gegeben. Andere könnten ihn vielleicht den „Metro Schnüffel Store“ nennen. Aber was steckt denn dahinter? Welche neuen Möglichkeiten des „Schnüffeln“ bietet denn RFID? Die Antwort ist denkbar einfach: Nichts wirklich Neues.

Reisen wir einmal zehn Jahre in die Zukunft und stattdessen dem nächsten „Future Store“ einen Besuch ab. Nehmen wir an, es wäre kostentechnisch sogar möglich, wirklich jedes einzelne Produkt mit einem RFID-Chip zu versehen und nehmen wir auch an, daß all die Probleme, die heute bei der Pulkerfassung noch bittere Realität sind, gelöst worden wären – sozusagen das „perfekte“ RFID-System: Sie legen Ihre Waren in den Einkaufskorb, gehen nach ihrem Einkauf einfach durch ein Scannertor, und der gesamte Warenwert wird automatisch von Ihrem Konto abgebucht. Schauen wir doch jetzt, was man mit Hilfe der RFID-Chips alles so über Sie herausfinden kann. Man könnte ein Profil Ihrer Einkaufsgewohnheiten erstellen und Ihnen dann gezielt Werbung zukommen lassen. Aber das schaffen heute ja schon genug Unternehmen, ohne jemals RFID eingesetzt zu haben.

Lassen Sie uns den Spieß herumdrehen und aufzählen, was ich ohne RFID schon über einen Konsumenten erfahren kann. Fangen wir mit dem Mobiltelefon an. Damit sind Sie problemlos einer Funkzelle zuzuordnen, und mit ein bißchen Mehraufwand ist eine Lokalisierung auch bis auf wenige Meter möglich. Und im Supermarkt? Mit der Nummer auf Ihrem Einkaufswagen wird Ihre Warenauswahl gespeichert und ausgewertet. Mit Ihrer Kredit- oder EC-Karte kann ich diese Daten dann direkt mit der entsprechenden Person verknüpfen. Einfacher wird es noch, wenn der Konsument Besitzer einer Rabattkarte wie „Payback“ ist. Damit bekomme ich wohl das umfassendste Konsumprofil, das sich ein Marktforscher nur wünschen kann – und das auch noch freiwillig!

Sie sehen, „schnüffeln“ kann man mit den heutigen Mitteln schon mehr als genug, dafür ist RFID nicht nötig. Notwendig ist es aber in anderen Bereichen: bei der Reduzierung der Kosten in der Logistik, in der Lagerhaltung und in der Produktion; bei der Sicherung von Arbeitsplätzen, beim Schaffen eines neuen Wirtschaftszweigs.

Die Liste könnte hier noch lange weitergehen. Letztlich ist RFID aber eine Technologie, an der Deutschland wieder einmal maßgeblich beteiligt ist und die helfen kann, unseren Wirtschaftsstandort zu sichern. Das sollte man im Kopf haben, wenn wieder einmal jemand Orwellsche Überwachungsszenarien malt und RFID als den nächsten Schritt dorthin bezeichnet. Den „Schnüffel-Chip“ gibt es nicht, aber eine Schlüsseltechnik, eine Chance für die deutsche Wirtschaft.