

## **Kleine Anfrage**

**der Abgeordneten Jan Korte, Ulla Jelpke, Jens Petermann, Frank Tempel, Halina Wawzyniak und der Fraktion DIE LINKE.**

### **Überwachungstechnologie in Schaufensterpuppen**

Bereits vor einiger Zeit wurde bekannt, dass einige Modeunternehmen Kleidungsstücke in den Filialen mit RFID-Chips (RFID = Radio-frequency identification) sichern. Unter anderem nutzt C&A die elektronischen Transponder, angeblich um Warenströme innerhalb der Filiale besser nachvollziehen zu können. Ebenso wie Kleidungsstücke in der Filiale lassen sich mit dem Chip aber auch die Bewegungen des Kunden, der sie kaufte und gegebenenfalls vergaß, die Sicherung abzutrennen, nachvollziehen. Denn die Chips können auch ohne direkten Kontakt zu einem speziellen Gerät und auf weite Entfernung ausgelesen werden.

Schon diese Tatsache lies Datenschützerinnen und Datenschützer auf die Barrikaden gehen – nun geht man aber noch einen Schritt weiter: Am 21. November 2012 meldeten die „Frankfurter Rundschau“ und „Bloomberg“, dass mehrere führende Modeketten ihre Kunden mit neuartiger Technik heimlich überwachen. Mindestens fünf Modeboutiquen sollen bereits Schaufensterpuppen der italienischen Firma Almax SpA einsetzen, um die Kunden zu beobachten und Informationen von ihnen zu erhalten (vgl. Telepolis vom 27. November 2012). Demnach verspricht der Schaufensterpuppenhersteller den Händlern eine absolute Neuheit in Sachen Verkaufsanpassung: Schaufensterpuppen, die mit ähnlicher Überwachungstechnologie ausgestattet sind, wie Ermittlungsbehörden. Auch wenn die Puppen rein äußerlich den gleichen Eindruck wie die Übrigen vermitteln, sind kaum erkennbare Videokameras in ihren Augen installiert. Die Kameras sollen mit einer Gesichtserkennungssoftware verbunden werden, so dass es ohne weiteres möglich ist, Alter, Geschlecht, Ethnie und sogar Gesichtsmarkmal des Gegenübers zu erkennen. Die Firma Almax SpA kündigte darüber hinaus an, die nächste Schaufensterpuppengeneration in Kürze auch noch mit Überwachungsmikrofonen auszustatten, damit sie eventuelle Gespräche der Kunden aufnehmen und auswerten können. Sinn dieser Spionage soll laut dem Geschäftsführer der Puppenherstellerfirma, Max Catanese, sein, die Auslagen in den Filialen besser an das Kundeninteresse anzupassen und somit die Verkäufe zu steigern.

Eine dieser Spezialpuppen kostet in etwa 4 000 Euro. Vor allem bei großen Modeketten sollen sie schon im Einsatz sein. Seit Dezember 2011 will das Unternehmen Almax SpA bereits mehrere Dutzend Puppen verkauft haben und die Nachfrage soll stetig steigen.

Peter Schaar, Bundesbeauftragter für den Datenschutz und die Informationsfreiheit, äußerte sich kritisch hinsichtlich der Technologie. Zusammen mit der Videoüberwachung in den Filialen, der Identifizierung durch das elektronische Bezahlen, dem aus Kundenkarten gewonnenen Einkaufsverhalten und den RFID-Etiketten ließen sich so detaillierte Kundenprofile anlegen und das sei datenschutzrecht-

lich unzulässig (Berliner Zeitung vom 21. November 2012 „Modketten spionieren Kunden aus“).

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Hat die Bundesregierung Kenntnis darüber, welche Modeunternehmen die mit Überwachungstechnologie ausgestatteten Schaufensterpuppen nutzen?

Wenn ja, um welche handelt es sich?

2. Ist der Bundesregierung bekannt, ob auch auf dem deutschen Markt agierende Modeunternehmen die mit Überwachungstechnologie ausgestatteten Schaufensterpuppen nutzen?

Wenn ja, welche sind dies?

3. Ist der Bundesregierung bekannt, welche auf dem deutschen Markt agierenden Modeunternehmen sich für die mit Überwachungstechnologie ausgestatteten Schaufensterpuppen interessieren?

Wenn ja, welche sind das?

4. Ist die Ausstattung und Nutzung solcher Art von Schaufensterpuppen rechtlich legitimiert?

Wenn ja, um welche gesetzlichen Grundlagen handelt es sich dabei, und gibt es für die Händler Möglichkeiten, diese zu umgehen?

5. Hat die Bundesregierung Kenntnis darüber, mit welcher Überwachungssoftware die Kameras der Schaufensterpuppen verbunden sind?

Wenn ja, um welche Software handelt es sich, und welche Daten können damit generiert werden?

6. Ist der Bundesregierung bekannt, wie mit den gewonnenen Daten umgegangen wird?

Wenn ja, werden die Daten gespeichert, weitergegeben oder Ähnliches?

7. Hat die Bundesregierung Kenntnis darüber, welche auf dem deutschen Markt agierenden Modeunternehmen RFID-Chips in ihre Kleidung einnähen lassen?

Wenn ja, welche sind dies, und auf welcher gesetzlichen Grundlage verwenden sie die Technologie?

8. Wird die Bundesregierung auf den Einsatz von Überwachungstechnologie in der Modebranche reagieren?

Wenn ja, wie?

Wenn nein, warum nicht?

Berlin, den 18. März 2013

**Dr. Gregor Gysi und Fraktion**