

Digitale Assistenten

Apple hat mal wieder neue Smartphones vorgestellt – während ein Teil der Presse auf die neuen Geräte schaut, wird in Fachkreisen bereits das „Post-Smartphone-Zeitalter“ diskutiert. Nach



J. Hüneborn
Fachanwalt für IT-Recht

den Smartphones kommen ... die digitalen Assistenten.

Alexa, Google Home, Siri, Cortana, Bixby... die verschiedensten Marktteilnehmer

haben sich bereits in Stellung gebracht, um per WLAN und intelligentem Lautsprecher mit Sprachsteuerung das Wohnzimmer der Kunden zu erobern. Amazon und Google sind hier sehr erfolgreich, Apple holt gerade auf, aber Microsoft und Samsung haben vorläufig keine „Stand-Alone-Geräte“ zu bieten.

Das Kalkül bei der Sache: Je eher ein Kunde die vielen hilfreichen Zusatzfunktionen der digitalen Assistenten nutzt, um so eher wird er auch bereit sein, kostenpflichtige Inhalte darüber zu konsumieren oder – wie im Falle von Alexa – Einkäufe bei Amazon sprachgesteuert zu tätigen. Eine Untersuchung hat kürzlich allerdings ans Licht gebracht, daß gerade die Deutschen sich beim Einkaufen – der von Amazon angepeilten Hauptfunktion des intelligenten Lautsprechers – noch schwer tun: Gerade einmal ein einstelliger Prozentanteil von Nutzern shoppt gerne über Alexa – die übrigen lassen sich lieber das Wetter ansagen, Fahrempfehlungen



geben, Rezepte vorlesen, die Lieblingsmusik streamen und so weiter. Auch das spült allerdings Einnahmen in die Kassen der Konzerne: Im Zeitalter des Mitverdienens soll der Kunde möglichst seine Medien via Streaming konsumieren.

In rechtlicher Hinsicht bringen digitale Assistenten mehrere Problembereiche mit sich:

Datenschutzrechtlich stellt sich die Problematik der Profilbildung: Wer seinen digitalen Assistenten viel und umfangreich nutzt, der macht sein Leben gläsern: Wann bin ich zu Hause, was kaufe und verbrauche ich, welche Musik höre ich, wo mache ich Urlaub ... Interessant wird es dann, wenn diese Datentypen miteinander verknüpft werden: Kaufen Jazzmusikhörer,

die gern Urlaub an der Nordsee machen, teurere Smartphones als andere Kunden?

Solche Verknüpfungen lassen sich problemlos ziehen, sind aber nach der neuen Datenschutz-Grundverordnung nur in Ausnahmefällen zulässig.

Auch bei Kaufverträgen über die digitalen Helferlein gibt es manch rechtliches Problem: Beispielsweise muß der Kunde sein Widerrufsrecht ausüben können und über verschiedene Pflichtangaben belehrt werden, was derzeit in der Regel über die App des Assistenten passiert, bzw. über das online-Kundenkonto. Für Aufsehen sorgte der Fall einer Massenbestellung in den USA, als mehrere 10.000 Alexa-Haushalte plötzlich ein ganz bestimmtes Kinderspielzeug bei Amazon bestellten, weil in einem Fernsehbericht das Schlüsselwort für die Bestellung in Zusammenhang mit dem Artikel auftauchte. Bravführten tausende digitaler Assistenten die scheinbar gewünschte Bestellung aus. Auch ich habe schon des öfteren

festgestellt, daß mein Google Home all zu willig auf scheinbare Befehle aus dem Fernseher reagiert.

Für den Mittelständler bieten die digitalen Assistenten durchaus Chancen: Über Amazon Skills kann man Alexa z. B. neue Fähigkeiten beibringen. Ob Voice-Banking, Pizzabestellungen, Schnäppchenanzeiger ... vieles ist möglich.

Manche reden in diesem Zusammenhang bereits vom Post-Web-Zeitalter – der Nutzer hat direkten Zugriff auf die Dienstleistungen, ohne erst „ins Internet zu gehen“. Frühzeitige Tests lohnen sich für Händler – je früher sie die Möglichkeiten nutzen, desto eher können sie das nötige Know-how aufbauen.

Port7 Rechtsanwälte
J. Hüneborn

Am Mittelhafen 16

48155 Münster

Tel. 02 51 / 20 31 88-00