

von Magdalena Petrovic

Als der ehemalige NSA-Mitarbeiter Edward Snowden im Jahr 2013 Insiderwissen über die Überwachung weltweiter Internetkommunikation durch Geheimdienste veröffentlichte, brachte er einen Skandal ans Licht. Seit dieser Enthüllung wird der Begriff Big Data sprich Massendaten als etwas Negatives wie den Verlust der Privatsphäre betrachtet. Misstrauen macht sich seitdem unter den Internetnutzern breit. Die rasant voranschreitende digitale Welt erkennt in ihrer Entwicklung immer weniger die Unterschiede zwischen Privatsphäre sprich Intimität und Öffentlichkeit. Immer mehr realisieren Menschen die Schattenseiten von Big Data. Trotzdem sind mit den Massendaten wirtschaftliche Fortschritte und enorme Chancen möglich, wie Informationswissenschaftler Wolfgang Semar von der HTW Chur in einem Interview mit der «Südostschweiz» meint.

Herr Semar, Big Data gilt als Wirtschaftsmotor der digitalen Zukunft.

WOLFGANG SEMAR: Heute geht es immer darum, Daten zu sammeln, diese effizient auszuwerten und daraus neue Geschäftsmodelle zu entwickeln. Man analysiert ständig, was die eigenen Kunden machen, man schaut, welche Produkte von ihnen bevorzugt werden – Unternehmen werten all diese Daten aus und nutzen sie für ihre Zwecke. Das Problem ist nun, dass es nicht nur darum geht, Produktdaten zu erfassen, sondern es werden darüber hinaus auch private Daten der Nutzer erfasst, gespeichert und ausgewertet oder sogar verkauft.

Haben Sie ein Beispiel?

Kürzlich war ich bei einem Küchengerätehersteller, der aktuell versucht, Webcams in den Backofen einzubauen.

Und was macht man damit?

Es macht Sinn, dass man zu der Webcam eine App entwickelt. So können Kunden, die beispielsweise einen Braten im Ofen haben, aber kurz einkaufen müssen, via Smartphone den Braten kontrollieren. Aber mit der Webcam und der App kann man weitere relevante Daten sammeln und analysieren.

«Heute geht es immer darum, Daten zu sammeln, diese effizient auszuwerten und daraus neue Geschäftsmodelle zu entwickeln.»

ren. Mit diesen Möglichkeiten kann der Konsument darauf aufmerksam gemacht werden, wenn er ein Gericht zu lange oder zu kurz im Backofen schmoren lässt. Aber man kann auch feststellen, was und wie der Konsument kocht: Dadurch können Statistiken erstellt werden, die zeigen, welche Kochgewohnheiten vorherrschend sind und man kann nach Bedarf neue Rezeptvorschläge anbieten, um eine ausgewogene Ernährung zu gewährleisten.

Es entstehen also ganz andere und neue Geschäftsbeziehungen?

Früher haben Unternehmen einfach nur Backöfen hergestellt. In diesem Fall muss man sich mit Ernährung, Nahrungsmitteln und dem Kochen auskennen. Unternehmen können nun mit verschiedenen Experten wie Spitzenköchen zusammenarbeiten, um Rezepte speziell für den Backofen zu entwickeln und Zubereitungsvorschläge

«Menschen werden immer gläserner»

Big Data erzeugt bei vielen Menschen gemischte Gefühle. Die wirtschaftlichen Chancen liegen aber auf der Hand. Informationswissenschaftler Wolfgang Semar erklärt im Interview, wie transparent wir Menschen überhaupt sind.



Zeigt klare Fakten auf: Informationswissenschaftler Wolfgang Semar ist überzeugt, dass Big Data Chancen und Risiken zugleich mit sich bringt.

Bild Olivia Item

zu erstellen. Man kann noch weiterdenken: Indem zukunftsorientierte Unternehmen alle Prozesse rund um das Kochen vernetzen und dadurch dem Kunden zusätzliche Funktionen und Dienste anbieten. So kommt man von einem physikalischen Produkt, dem Backofen, in etwas Virtuelles, sprich digitale Vernetzung, rein. Unternehmen müssten aber ihre Geschäftsmodelle und -möglichkeiten anpassen und erweitern. Das haben die meisten Unternehmen noch nicht verstanden, da dies ausserhalb ihres derzeitigen Tätigkeitsfeldes liegt.

Täglich nutzen Millionen Menschen ein Smartphone, um E-Mails zu verschicken, online etwas zu suchen, zu kommunizieren und um sich in den Sozialen Netzwerken zu

bewegen. Damit produziert jeder einzelne Daten-Kieselstein, die zusammen einen gewaltigen Datenberg ergeben. Was kommt in Zukunft auf uns zu?

Es ist schwierig zu sagen, was uns in der Zukunft erwartet. Wenn ich das wüsste, würde ich bestimmt nicht hier sitzen (lacht). Eines ist aber klar: Wir Menschen werden immer gläserner und durchsichtiger. Wichtig ist, dass man die Nutzer dazu bewegt, künftig bewusster mit dem Thema Big Data umzugehen. Das heisst, dass man als Smartphone-Nutzer beispielsweise die Standortfunktion deaktiviert – es muss ja nicht sein, dass die aktuelle Position ständig irgendwo hingeschickt wird. Die Menschen sollen sich mehr mit den Apps beschäftigen, bevor sie diese installieren – einfach mal durchlesen,

welche Zugriffe der jeweilige App-Anbieter auf die Daten hat. Denn ständig werden unsere selbst geknipsten Bilder irgendwo hingeschickt, unsere E-Mails über uns unbekannte Server verschickt und unsere Adressen verteilt.

Und dem sind sich Nutzer heute nicht bewusst?

Nein! Ein Beispiel: Viele Millionen Menschen besitzen die Facebook-App auf ihrem Smartphone oder Tablet. Kaum jemand nutzt auf seinem Handy den Browser, um auf Facebook zuzugreifen, was um einiges sicherer wäre. Natürlich kann man das Ganze auch von der positiven Seite betrachten: Wenn ich in den Ferien bin, Bilder schiesse und diese über Picasa verschicke, dann muss ich nicht noch extra dazuschreiben, wo und wann der

«Der Trend, alles in der Cloud abzulegen, macht mir derzeit die grössten Sorgen.»

Schnappschuss gemacht wurde, sondern dies wird automatisch herausgefunden. Und wenn ich dann meine Fotoalben erstelle, dann kann ich diese mit wenigen Handgriffen sortieren. Es hat eben immer zwei Seiten.

Kann man die Einführung des Smartphones dafür verantwortlich machen?

Nein, nicht unbedingt. Es ist vielmehr die schnell voranschreitende Technologie: Alles wird immer kleiner und leistungsfähiger. Nehmen wir beispielsweise die Autoindustrie, die mittlerweile so weit ist, dass man permanenten Internetanschluss hat, der ununterbrochen Daten zum Autohersteller funkt. Das sind Daten über den Motor, die Fahrleistung, über den Standort. Das wertet der Hersteller selbstverständlich aus, um fortlaufend den Motor und die Leistung des Autos verbessern zu können. Das ist natürlich eine Chance. Auf der anderen Seite weiss der Autohersteller zu jedem Zeitpunkt, wo wir uns befinden und wie viele Personen mit uns im Auto sitzen. Auch bei diesem Beispiel muss sich jeder Einzelne fragen, ob er das überhaupt möchte. Natürlich hat diese Art von Datensammlung auch wieder etwas Positives: Ist man beispielsweise in einen Unfall verwickelt und kann sich nicht mehr bewegen, dann schicken die Sensoren im Sitz eine Warnung an den Hersteller, der dann eingreifen und den Notfalldienst anrufen kann.

Big Data verspricht «Big Business»?

Ja, das kann man schon so sagen. Wo bei man etwas nicht vergessen darf: Einerseits sind es die Unternehmen, die für ihre Produktion Daten analysieren und andererseits gibts uns, die Endkonsumenten. Wir produzieren unsere private Daten, die ohne unser Wissen an die Unternehmen gehen, damit diese ihren eigenen Profit erhöhen können. Es stellt sich nun die Frage, ob wir nicht das Recht haben müssten unsere Daten an die Unternehmen verkaufen zu können, um am Benefit beteiligt zu sein.

Betrachten wir das gesamthaft: Gibt es nun mehr Chancen oder Risiken?

Ich bin der Meinung, dass man immer nach vorne blicken muss. Heute sollte man vermehrt die Chancen sehen und die Risiken minimieren. Wenn man im Leben immer nur Gefahren sehen würde, dann würden wir heute wahrscheinlich noch in der Steinzeit leben (lacht). Wir müssen uns bewusst eine entscheidende Fragen stellen: Wie können wir das, was wir haben, sinnvoll nutzen? Die grösste Gefahr von Big Data ist, dass die Menschen nicht mehr Herr über ihre eigenen privaten Daten, Fotos, Mails und weitere Dokumente sind. Der Trend, alles in der Cloud abzulegen, macht mir derzeit die grössten Sorgen. Stellen Sie sich vor, Sie laden jetzt alles kostenlos in die Cloud und kommen irgendwann nur noch gegen Bezahlung an Ihre eigenen Daten?

Im Rahmen des «Wissenschaftscafés 2015» findet am Donnerstag, 5. November, um 18 Uhr im Café

«Merz» in Chur ein Diskussionsabend zum Thema «Der gläserne Mensch – Chancen und Risiken von Big Data» statt. Mit dabei sind Wolfgang Zimmermann (Cumulus Card), Migros-Genossenschafts-Bund, Thomas Casanova (Datenschutzbeauftragter Kanton Graubünden), ein Vertreter von Big-Data-Unternehmen und Wolfgang Semar (HTW Chur).