



**Dr. Andreas Weigend  
Hartwin Möhrle**

**\_Data for the People**  
Wie wir die Macht über unsere Daten  
zurückgewinnen!

# \_Data for the People

*Wie wir die Macht über unsere Daten zurückgewinnen!*



[www.liquid-frankfurt.de](http://www.liquid-frankfurt.de)

vnr: Hartwin Möhle, Dr. Andreas Weigend

## 162. MedienMittwoch 20. Juni 2018

Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt

Eine Zusammenfassung von  
Wolfgang Borgfeld

*\_Datenexperte und Vordenker **Dr. Andreas Weigend** sagt, die Idee des Privaten sei ein historisches Phänomen und werde romantisiert. "Wenn wir von sozialen Daten profitieren möchten, müssen wir Informationen über uns teilen. Punkt."*

*Also müsse es darum gehen, Regeln für die Realitäten der Gegenwart und die Möglichkeiten der Zukunft zu entwickeln.*

Dr. Andreas Weigend, ehemaliger Chefwissenschaftler von Amazon, hat in seinem Buch „Data for the People“ beschrieben, wie Daten die Qualität und den Zuschnitt individueller Dienstleistungen verbessern. Gleichzeitig wendet er sich gegen staatliche Kontrollen, wie sie jetzt die kommunistische Partei der Volksrepublik China durchsetzt. Weigend lebt und lehrt unter anderem in Shanghai und San Francisco. Er weiß, dass wir den Datengeist nicht mehr in die Flasche zurück bekommen werden. Aber können wir die Macht über unsere Daten zurückerobern, können wir Datenkontrolle erlangen und bewahren? Wie verträgt sich die individuelle Freiheit, keine Datenquelle zu sein, mit den ökonomischen und gesellschaftspolitischen Vorteilen, die die Verarbeitung von Big Data bringt? Muss es nicht auch in einer transparenten Wissensgesellschaft ein Grundrecht auf private Abschottung geben?

Über Fragen wie diese stritten am 20. Juni beim MedienMittwoch **Dr. Andreas Weigend** und der Kommunikationsexperte **Hartwin Möhrle**, Geschäftsführender Gesellschafter der A&B One Kommunikationsagentur GmbH.

**\_Dr. Andreas Weigend**

<http://weigend.com>

**\_Hartwin Möhrle**

<http://www.a-b-one.de>

# 162.

## MedienMittwoch

\_Die Veranstaltung wurde von studiumdigitale - Medienproduktion, Zentrale eLearning-Einrichtung der Goethe-Universität Frankfurt am Main, aufgezeichnet. Die Aufzeichnung kann über folgenden Link abgerufen werden:

<https://electure-ms.studiumdigitale.uni-frankfurt.de/vod/playlists/CSVKSBvJG4.html>

„Warum wird eigentlich eine Regierung nicht mittels der von Facebook und von Google erhobenen Daten gebildet? Diese Unternehmen wissen doch wesentlich besser als wir, was wir machen und vor allem – was wir mehrheitlich wollen! Die Stimmabgabe alle vier oder fünf Jahre ist demgegenüber eher zufällig: Ein komplexes Konvolut an Sachthemen, eine emotional begründete Entscheidung, ein Kreuz, und das soll jetzt meine Meinung sein? Das geht heute besser!

Dr. Andreas Weigend, ehemaliger Chefwissenschaftler von Amazon, stieß mit dieser provozierenden Aussage beim MedienMittwoch in Frankfurt am Main in den Kern der Diskussion um Datennutzung vor: Wir befinden uns mitten in einer sich rasend schnell vollziehenden epochalen Entwicklung, deren Perspektiven aber nur sehr langsam in das allgemeine Bewusstsein vordringen. Und auf deren Realitäten wir meist mit althergebrachten und damit inadäquaten Regeln reagieren.

So habe der Gesetzgeber zu Daten die gleiche Einstellung wie zu physikalischen Objekten. Das sei nicht angemessen, hier gebe es kein Eigentum im klassischen Sinne. Daten, die wir erzeugen, vor allem soziale Daten, seien in der Regel mit anderen verzahnt, sie können gar nicht unabhängig

voneinander existieren.

Im Gespräch mit Hartwin Möhrle, Geschäftsführender Gesellschafter der Kommunikationsagentur A&B One, unterstrich Weigends Aussage, dass in Bezug auf Daten neue Konzepte des Besitzes und Eigentums gefordert seien. Dazu müsste als erstes folgende Frage geklärt werden: **„Wie wollen wir, dass unsere Daten gesehen werden?“**

Diese Frage sei längst nicht beantwortet. Auch die Zielfunktion in der Regulierung der Datennutzung, also die Frage „Was wollen wir optimieren?“, bleibe regelmäßig offen. So sei oft nicht klar: „Kennen wir das Ziel und wissen nur den Weg dorthin nicht? Oder kennen wir noch nicht einmal das Ziel?“

Aktuell kreist die Diskussion regelmäßig um den Schutz des Privaten. Für Weigend ist das Konzept der Privatsphäre nicht mehr aktuell. Dies sei, so entgegnete Hartwin Möhrle, aber keine Folge gesellschaftlichen Wandels, sondern erfolge ohne Partizipation der Bürger: Diese seien in einer Pionierssituation gewissermaßen unter die Raubritter geraten, die ganz profane wirtschaftliche Interessen verfolgten.

**„Die Privatheit ist uns längst genommen. Wir sind nicht mehr in der Situation, wählen zu können, ob wir darüber verfügen wollen, oder nicht.“**



Dr. Andreas Weigend

Weigend ist in Deutschland aufgewachsen, er lebt seit 32 Jahren in den USA, deren Kultur ihn geprägt hat: Er stellt eher die positiven Perspektiven einer Entwicklung in den Vordergrund. So verweist er auf die in seinem Buch „Data for the People“ definierten Grundrechte, die wir als Nutzer einfordern müssten, um die Macht über unsere Daten zurückerobern zu können: zwei Rechte, um die Transparenz der Unternehmen (als Datenveredler oder Raffinerien von Weigend beschrieben) zu erhöhen, vier Rechte, um unsere Handlungsfähigkeit bezüglich unserer Daten zu erhöhen.

Trotz der Marktmacht von Google, Apple, Facebook und Amazon ist Weigend optimistisch, dass die Durchsetzung dieser Grundrechte ökonomisch, sprich durch andere Marktteilnehmer erfolgen werde. Diese Entwicklung sollte abgewartet werden, bevor

regulatorische Eingriffe von staatlicher Seite gefordert werden. Ist das nicht eine sehr romantische Vorstellung, dass sich für das Individuum das Gute letztlich durchsetzen wird?

In China haben Staat und Unternehmen (u.a. mit dem mobilen Bezahlendienst Alipay) ein Punktesystem installiert, das soziales Verhalten belohnt und Regelverstöße sanktioniert. Der Besuch der Mutter bringt Punkte, das Überqueren der Straße bei rot Abzüge. Am Ende entscheidet der Punktestand auch über Fragen wie beispielsweise, welche Schulen Kinder besuchen können. Bei derartig weitreichenden Auswirkungen stellte sich auch Weigend die Frage, wer die Normen und die bei Einhaltung oder Verstoß berechneten Punkte definiert. Soziale Kontrolle spielt hier machtpolitischen staatlichen Interessen in die Hände.



vinr: Hartwin Möhrle, Dr. Andreas Weigend

Von diesem Ansatz zur Datennutzung von Facebook ist es nur ein kleiner Schritt. Dass der Social Media-Gigant mit seiner „Integrity Group“ Fake News herauszufiltern trachte und mit ihr nicht sicherzustellen versucht, das auch zu tun, was man sagt, habe ihn enttäuscht. Also sei es an uns, daran zu arbeiten und darauf hinzuwirken, dass die Zielfunktion von Unternehmen wie Amazon mit unserer kompatibel ist. Das ist aktuell nicht der Fall, wie Weigend am Beispiel von Facebook illustrierte: Dem Unternehmen fehle Integrität. Es sei ein Unternehmen, dem Menschen ihre Daten anvertrauten, das in Wahrheit aber nicht bereit sei, diese Daten verantwortungsvoll und im Sinne der Menschen zu nutzen: „Es verhökert meine Aufmerksamkeit!“

Hier müsse eine grundsätzliche Neuausrichtung erfolgen. Man spreche immer davon,

die Daten seien „the new oil“. **Es gelte daran zu arbeiten, dass Daten „the new soil“ werden, also ein Nährboden, auf dem sich neue, andere Produkte entwickeln lassen.**

Auf eines müssten wir dabei aber verzichten: den Glauben, die Prozesse wirklich verstehen zu können: „**Wir müssen uns davon verabschieden, dass wir alle Facetten der Datenproduktion und -nutzung rational verarbeiten können**“, brachte es Hartwin Möhrle auf den Punkt, ganz im Sinne von Andreas Weigend. Der rät in der Diskussion um die Nutzung von Big Data ganz nüchtern zu Pragmatismus: „Wer von Ihnen fährt ein Auto? Und wer von Ihnen kann wirklich erklären, wie es funktioniert?“\_

# \_Danke.

## **m<sup>2</sup> MedienMittwoch Stiftung**

c/o

Cassius 1 Verwaltungs- und  
Beteiligungs- GmbH  
Marktstraße 10  
60388 Frankfurt am Main

[info@medienmittwoch.de](mailto:info@medienmittwoch.de)

[www.medienmittwoch.de](http://www.medienmittwoch.de)

[\\_medienmittwoch.de](http://_medienmittwoch.de)

## **\_Unterstützer der Veranstaltung**

LPR Hessen

<http://lpr-hessen.de>

Big Data Lab, Goethe-Universität Frankfurt  
am Main

<http://www.bigdata.uni-frankfurt.de/>

studiumdigitale, Goethe-Universität  
Frankfurt am Main

<http://www.studiumdigitale.uni-frankfurt.de>

## **\_Fotos**

LIQUID Kommunikationsdesign

<https://liquid-frankfurt.de>

## **\_Das MedienMittwoch Kuratorium**

Kathrin Ahrens

Achim Apell

Wolfgang Borgfeld

Karl-Burkhard Haus

Christian Hoppenstedt

Tobias Kirchofer

Harald Metz

Matthias Müller

Manuela Schiffner