

Während wir an der Supermarktkasse unsere Treuepunkte sammeln, sammelt die Supermarktkette Informationen über unser Einkaufsverhalten; Autoversicherungen gehen dazu über, mit Chips im Auto das Fahrverhalten ihrer Kunden zu erforschen, Krankenkassen möchten unsere Fitnessdaten. Und wer fit ist und vernünftig Auto fährt, ist wahrscheinlich auch ein zuverlässiger Kreditnehmer. Wer aber seine Daten nicht herausrückt, zahlt mehr, und ihm droht – „der hat doch bestimmt was zu verbergen“ – die soziale Ächtung.

Die Datensammelei der großen Firmen (und des Staates) beginnt, die Gesellschaft zu verändern. Wissenschaftler beschäftigen sich mit diesen gesellschaftlichen Veränderungen, und die Autoren dieses Comics haben sie nicht nur interviewt, sondern ihre Erkenntnisse auch im Selbstversuch getestet ...



**BIG DATA** • DAS ENDE DER PRIVATHEIT?

MICHAEL KELLER • JOSH NEUFELD



MICHAEL KELLER  
JOSH NEUFELD

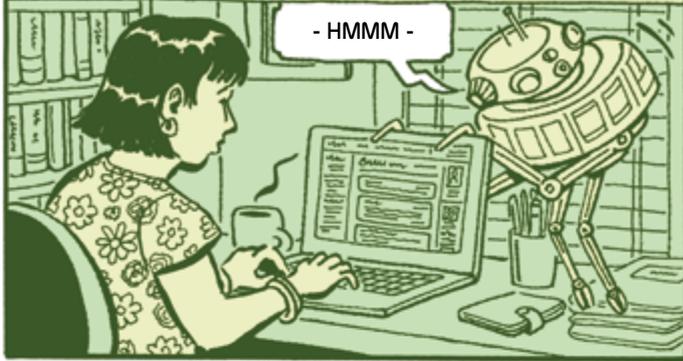
# BIG DATA

Das Ende  
der Privatheit?

Jacoby & Stuart



Zu diesem Zeitpunkt hätte der Gesetzgeber noch etwas daran ändern können, wie die Roboter arbeiten - und eine Version des Internet verhindern, in denen für die Werbung alles gelesen und nachverfolgt wird, was du machst.



Du meinst das Internet, wie es heute ist?



Heute verfolgen uns viel raffiniertere Roboter auf Schritt und Tritt.



Und es sieht so aus, als hätten die Leute keine andere Wahl als das zu akzeptieren.



Was Gmail angeboten hat - und zwar in riesigem Maßstab - war, dass die Leute für einen kleinen Vorteil ganz neuartige persönliche Informationen liefern sollten.

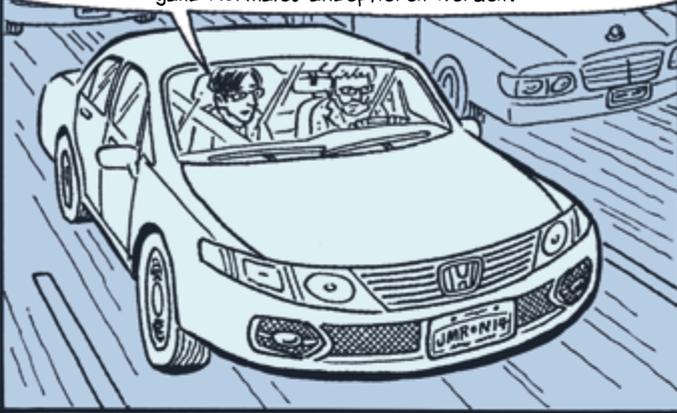


Es gibt ein paar Professoren in Colorado, die eine Menge über diese Dinge nachgedacht haben ...

Lass uns nach Boulder hinüberhüpfen, um mit ihnen zu reden. Im Auto auf dem Weg zum Flughafen kannst du mir mehr erklären.



Diese Gmail-Geschichte hat mich zum Nachdenken gebracht ... Was sind das für Technologien, die uns heute wegen unserer Privatsphäre beunruhigen, die wir aber in 10 Jahren als etwas ganz Normales akzeptieren werden?

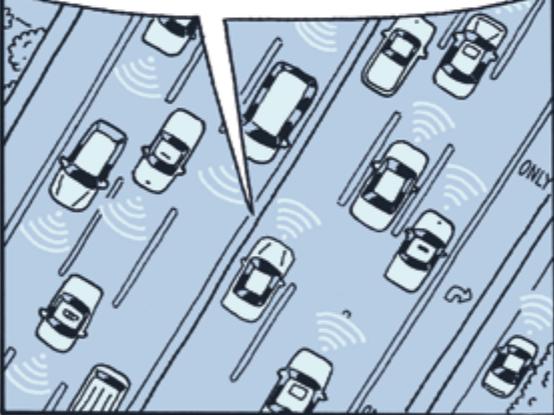


Es gibt da einen Cyber-Security-Forscher namens Dan Geer, der eine nützliche Methode hat, diese Fragen ...

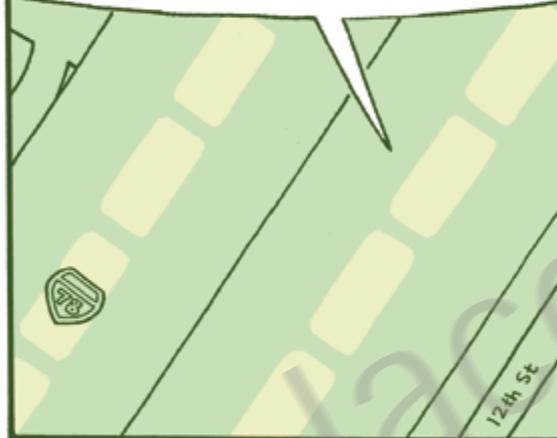


... zu unterteilen in Gestern-, Heute- und Morgen-Fragen.<sup>4</sup>

Eine Gestern-Frage etwa ist: „Was würde ich davon halten, wenn jemand meine Handydaten benutzt, um daraus Verkehrsberichte zu generieren?“



Das ist eine Gestern-Frage, weil Google Maps das schon längst macht!



Eine Heute-Frage wäre: „Was hältst du von einer Autoversicherung, deren Tarif sich nach den Daten auf der täglich ausgelesenen Blackbox in deinem Wagen richtet?“



Oh, genau das habe ich gemacht!

Was hast du?

Ja klar, ich habe ein Kind. Jeder Cent zählt da!



Ach ja? O.k., und was hältst du von dieser Morgen-Frage: In welchem Jahr wird die Haftpflicht teurer für Fahrer sein, die darauf bestehen, ihr Auto selbst zu fahren, statt das einem Roboter zu überlassen?



Was, echt? Meinst du, das kommt?



Hast du noch nichts von den selbstfahrenden Autos von Google gehört?<sup>5</sup>



Erinnerst du dich noch, wie Google auf den Markt kam? Damals war es revolutionär, weil es der erste Mail-Provider war, der alle Antworten hintereinander zu einer Mail-Kette gruppierte.



Außerdem bot Gmail ein bis dahin unerhörtes Speichervolumen von EINEM GIGABYTE an. Zuvor hatten etwa zwei mp3s praktisch deinen ganzen Speicher aufgeessen ...



Als ich jünger war, dachte ich, dass Technologie das Ding meiner Generation wäre. Unsere Aufgabe war es, die Welt zu ändern.



Heute frage ich mich, wo das enden wird. Als ich noch auf der High School war, ist mir nicht klar gewesen, wie etwas anscheinend so Unbedeutendes wie die Ideen hinter Keyword-Advertising<sup>6</sup> ...



... Einfluss nehmen könnte auf unsere Jobwahl, auf unsere Versicherungsprämie ...



... und sogar auf unsere bürgerliche Freiheit.

