

„Warum habt Ihr damals eigentlich alle mitgemacht?“

Unsere digitale Zukunft: Zwei Rückblicke auf 2016 aus dem Jahr 2030

Diese Frage müssen wir uns vielleicht in 15 Jahren von unseren Kindern gefallen lassen – zumindest dann, wenn wir uns nicht jetzt für eine Zivilisierung einer entfesselten digitalen Welt engagieren. Das heißt, uns auf ethische Werte in der digitalen Welt verständigen. Die jetzige Datafizierung unseres Lebens wird von amerikanischen Internetgiganten wie Google, Apple, Amazon, Facebook und Microsoft vorangetrieben. Sie ist kein Vorzeigemodell, denn sie lässt befürchten, dass wir unsere auf europäischen Werten basierte *Kultur der Freiheit, Privatheit und Selbstbestimmtheit* einbüßen werden. Um die Chancen der Digitalisierung für ein gelingendes Leben zu nutzen, brauchen wir eine *europäische öffentlich-rechtliche Infrastruktur*, die Kommunikation, Konsum und Arbeit in einer digitalen Gesellschaft sicher und diskriminierungsfrei ermöglichen. Ein Alltagsszenario wie folgendes könnte sonst in einer nicht allzu fernen Zukunft Wirklichkeit werden:

Emilia hat heute endlich die Zusage für ihren ersten Job in einer Kommunikationsagentur erhalten. Sie hat sich sehr darüber gefreut, dass ihr Score so positiv ausgefallen ist. Im Gespräch mit dem Chef ist ihr dann allerdings doch etwas mulmig geworden. Denn er gab dann ohne Umschweife zu, wie ihr Rating zustande gekommen sei: Die auf Facebook geposteten Bilder und Kommentare ihrer Eltern seit ihrer Geburt, die Auswertung ihrer Kontakte als Teenager bei WhatsApp, ihre Google-Anfragen, ihre Lernerfolge beim E-Learning usw. habe der Algorithmus der beauftragten Assessment-Firma ausgewertet und sie als geeignete Kandidatin ausgewiesen. Wer keine oder wenige digitale Spuren hinterlassen habe, würde keine Chance haben. Denn eine solche Person, die gleichsam digital unsichtbar wäre, erlaube keine Prognosen über ihr zukünftiges Verhalten. Weil Emilia mit ihrem Job Glück gehabt hat, findet sie das letztlich auch okay. Bauchschmerzen macht ihr vielmehr, dass ihr letzter Fitness-Tracking-Score dazu geführt hat, dass ihre Krankenversicherung die Prämie wieder erhöht hat. Und sie weiß nicht, ob die nächste Diät ausreicht, um wieder genügend Boni zu erhalten. Aber sich selbst zu vermessen, war ja auch ihre Entscheidung, schließlich muss sie ja sparen, um den nächsten Urlaub finanzieren zu können. Über ihre vielen Bonuspunkte beim Einkaufen freut sie sich daher. Immerhin kann sie sich sicher sein, dass sie bei der Kfz-Versicherung bald besser abschneidet. Ihre Disco-Besuche hat sie deutlich reduziert, da Nachtfahrten ja negativ zu Buche schlagen. Da auch ihre Fahrweise absolut defensiv ist, dürfte die Prämie weiterhin relativ niedrig ausfallen. Dumm ist nur, dass sie seit einiger Zeit das Gefühl hat, ein enges Korsett zu tragen, also sich dauernd Gedanken machen zu müssen, wie ihr Verhalten beurteilt wird. Über das Risiko, dass die Berechnungen auf der Grundlage von falschen Daten erhoben werden könnten, möchte sie am liebsten gar nicht nachdenken. Da hilft dann immer am besten, sich

die Virtual-Reality-Brille aufzusetzen und einfach mal nur Blödsinn zu machen. Ihre Eltern muss sie aber dennoch einmal fragen, warum sie eigentlich damals, als das mit der Digitalisierung begann, einfach mitgemacht haben...

Was Emilia in diesem Zukunftsszenario widerfährt, widerspricht unserem demokratischen Wertesystem, in dem Selbstbestimmtheit, Souveränität über das eigene Leben und der Schutz der Privatsphäre selbstverständlich sind. Es muss das Bewusstsein verankert werden, dass es nicht „egal“ ist, ob die eigenen Daten – Profilinginformationen, Verhaltensspuren, Gesundheitsmerkmale usw. – weitreichend gespeichert und kontrolliert werden. Allen Internetnutzern muss klar sein, dass die eigenen Daten etwas wert sind, und das nicht nur im wirtschaftlichen Sinne.

Die Überwachung und prognostische Kontrolle, die hier skizziert wird, beruht ganz wesentlich auch auf einer sorglosen und gedankenverlorenen Preisgabe von persönlichen Informationen seitens vieler Internetnutzer. Eine bewusste Abkehr von dieser bequemen Fahrlässigkeit – all die lustigen Chats! all die Bonuspunkte! all die Dinge, an die man nicht mehr selbst denken muss! – würde uns die Augen öffnen, was wirklich zählt. Wir haben uns im Westen an Freiheit, Selbstbestimmung und Demokratie gewöhnt. Aber selbstverständlich sind diese Werte nicht. Menschen müssen lernen, sie wieder bewusst wahrzunehmen, sie wertzuschätzen. Auch wenn dies altmodisch und „romantisch“ klingen mag. Es ist deshalb notwendig, sich heute darüber intensiver Gedanken zu machen, wie wir die digitale Revolution so gestalten, dass wir eine zivilisierte Kultur der digitalen Welt, die unseren demokratischen Wertvorstellungen entspricht, erreichen können. Dies muss nicht notwendigerweise ein Weniger an Bequemlichkeit bedeuten. Was wäre hierzu nötig?

1. Eine Politik, die sich für unsere Werte in der digitalen Gesellschaft einsetzt

Wir brauchen eine digitale öffentlich-rechtliche Infrastruktur und eine neue europäische Verfassung, die systemrelevante digitale Infrastrukturen und Big Data grundrechtssicher machen. Derzeit implementieren wir mit den Produkten und Angeboten des Silicon Valley auch ein Werte- und Wirtschaftsverständnis, in dem das Überwachungsprinzip (surveillance by design) einprogrammiert ist. Das „Internet der Dinge“ setzt diese Entwicklung fort und verstärkt sie. Wichtig ist deshalb, eine eigene europäische Design- und Produktionskompetenz aufzubauen, die Vertrauen schafft und den Schutz der Privatsphäre schon bei der Gestaltung und in den Voreinstellungen der Angebote garantiert.

2. „Privacy made in Europe“ als Wettbewerbsvorteil für Unternehmen

Eine digitale soziale Marktwirtschaft, die sich dem Transparenzgrundsatz und dem Recht auf Privatsphäre verpflichtet, kann einen Wettbewerbsvorteil darstellen. Unternehmen, die ihre Dienste und Produkte mit einem Siegel wie „Privacy made in Europe“ oder „Privacy made in Germany“ auf dem Markt anbieten, können Vertrauen beim Konsumenten schaffen und ein Verkaufsargument sein. Die Kriterien für die Privacy-Siegel sind transparent und verständlich.

3. Ein öffentlich-rechtliches soziales Online-System

Meinungsbildung findet heute schon zu einem Großteil in sozialen Online-Netzwerken statt. Das bedeutet im Grunde, dass sich anstelle eines dualen sozialen Mediensystems, das die Grundversorgung garantiert, ein rein kommerzielles Mediensystem etabliert hat, für das wir mit unseren Daten zahlen. Dieses ist mittlerweile meinungsbildungsrelevant, aber bildet keine Meinungsvielfalt ab. Wir brauchen deshalb ein innovatives öffentlich-rechtliches „Facebook“ und „WhatsApp“, das aber Meinungsvielfalt garantiert und auf die Kapitalisierung unserer Daten verzichtet.

4. Bildungsoffensive

Was die digitale Revolution und Big Data bedeuten, ist vielen Nutzerinnen und Nutzer noch nicht klar – weder, was die Chancen, noch was die Risiken betrifft. Wir brauchen deshalb eine Bildungsoffensive, die sich nicht nur auf technische, sondern auch auf wertebezogene Kompetenzen konzentriert. Ein angemessener Umgang mit dem Internet und mit Privatheit ist erlernbar. Er gründet auf selbstbestimmte Menschen, die die Kompetenz besitzen, die Folgen ihres Handelns oder Unterlassens einschätzen zu können – und dies gerade auch in der digitalen Welt. Das „gute Leben“, das hieraus im bewussten Umgang mit digitalen Medien erwachsen kann, fördert den Einzelnen wie auch die Gesellschaft.

Es könnte dann auch alles anders werden. Die zu Beginn erzählte Geschichte aus einer nicht allzu fernen Zukunft würde 2030 vielleicht so klingen:

Emilia hat heute endlich die Zusage für ihren ersten Job in einer Kommunikationsagentur erhalten. Sie hat sich sehr darüber gefreut. Ihr zukünftiger Chef hat sie aufgrund ihrer qualifizierten Zeugnisse und belegten Kompetenzen eingestellt. Auch ihre abgerundete Persönlichkeit und ihre Kompetenz im Umgang mit Online-Angeboten waren sicher ein wesentlicher Grund, sich bei der Personalauswahl für Emilia zu entscheiden. Der Start ins Berufsleben wird für beide Seiten spannend. Vieles wird gelingen, bei anderen Aufgaben wird Emilia scheitern – und dazulernen. Man wird sehen. Sie ist noch jung. Emilia geht gerne abends mit Freunden aus. Oft gibt es etwas zu feiern und es wird spät. Das ist ihre Privatsache und geht weder ihren Chef noch irgendwen etwas an. Auch wenn sie mal woanders übernachtet. Das hängt Emilia selbst natürlich auch nicht an die große Glocke, schon gar nicht im Internet. Sie ist niemandem zu Rechenschaft verpflichtet, wo ihr Auto nachts parkt. Was ginge das auch ihre Kfz-Versicherung an? Mit ihren besten Freundinnen redet und chattet Emilia natürlich über ihre Dates – aber die jungen Frauen sind diskret. Zudem wertet niemand ihre Chatprotokolle aus. Die Internetfirmen folgen einem datenethischen Kodex, der ihr Wettbewerbsvorteil gegenüber außereuropäischen Konkurrenten ist. Manchmal isst Emilia auch Junk Food. So eine Portion Pommes mit Mayo tut ab und zu einfach mal gut. Sie muss sich aber keine Gedanken machen, was andere darüber denken. Schon gar nicht ihre Krankenversicherung. Als erwachsener Mensch merkt Emilia selbst, was ihr nicht gut tut, und verhält sich entsprechend. Dieser Vertrauensvorschuss gilt auch für ihre Mitmenschen. Sie müssen nicht ständig erinnert, ermahnt und kontrolliert werden. Nicht alles ist messbar oder prognostizierbar. Emilia macht daher auch mal Blödsinn – einfach nur so. Sie darf das. Auch im Internet. Nicht alles muss immer zielführend sein. Emilia lebt in einer freien westlichen Gesellschaft. Jeder darf dort

nach seiner Façon glücklich werden, solange er oder sie niemandem schadet. Eine schöne Vorstellung. Emilias Eltern kannten das noch.

Stuttgart, im März 2016

Verschriftlichung des DigitalNarrativs_1:

Institutsleitung: Prof. Dr. Petra Grimm, Prof. Dr. Tobias Keber, Prof. Dr. Oliver Zöllner (Hochschule der Medien Stuttgart)

In Zusammenarbeit mit dem Wissenschaftlichen Beirat: Prof. emer. Dr. Rafael Capurro (International Center for Information Ethics [ICIE]), Prof. Dr. Dieter Dörr (Johannes Gutenberg-Universität Mainz), Prof. Dr. Alexander Filipović (Hochschule für Philosophie München), Yvonne Hofstetter (Teramark Technologies GmbH), Birgit Kimmel (Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK) Rheinland-Pfalz), Prof. Dr. Hans Krahl (Universität Passau), Thomas Langheinrich (Präsident der Landesanstalt für Kommunikation (LFK) Baden-Württemberg), Dr. Michael Nagenborg (University of Twente), Prof. Dr. Christian Thies (Universität Passau)