

(Darmstädter Echo, 20.10.2014, Peter Hetzler)

Der digitale Schatten

Der Informatiker Markus Morgenroth kennt die Welt der Datensammler – und erzählt in seinem Buch, mit welchen Tricks der Mensch ausgespäht wird.

Ein Mann stürmt in die Filiale eines Kaufhauses und verlangt wütend, den Geschäftsführer zu sprechen: Was ihm denn einfiel, seiner sechzehnjährigen Tochter Werbung für Babykleidung zu schicken? Ob er wolle, dass seine Tochter, die noch zur Schule gehe, schwanger werde? Nun – die Tochter war schwanger. Der Vater wusste es nicht, das Kaufhaus schon. Warum?

Wir alle, schreibt Markus Morgenroth in seinem Buch „Sie kennen dich! Sie haben dich! Sie steuern dich!“ unterliegen längst einer globalen Rasterfahndung. Unsere im Netz und anderswo verstreuten Daten werden gesammelt, verkauft, miteinander verknüpft und ausgewertet. Wenn ein junges Mädchen regelmäßig online eine Bodylotion bestellt, von der bekannt ist, dass sie von Schwangeren bevorzugt wird, und ein, zwei andere stimmige Parameter dazukommen, ist der Rückschluss nicht schwer. Morgenroth weiß, wovon er spricht. Der Software-Ingenieur arbeitete in Silicon Valley lange im Bereich der verhaltensbasierten Datenanalyse.

Sie wundern sich, fragt Morgenroth, weshalb Sie es trotz glänzendem Lebenslauf und hochrangiger Empfehlung nicht mal bis zum Bewerbungsgespräch geschafft haben? Ihr Lebenslauf mag topp gewesen sein – der Personalchef liest lieber den anderen. Der nennt sich digitaler Schatten und ist in Großunternehmen längst Standard. Vielleicht haben Sie sich in einem Internetforum über Depressionen, Epilepsie oder Burn out informiert. Niemand stellt solche Menschen ein.

Und falls man wissen will, weshalb man für das Urlaubshotel zehn Euro pro Nacht mehr zahlt als der Bewohner des identischen Nebenzimmers, könnte es daran liegen, dass man es mit einem Apple-Computer gebucht hat. Apple-User gelten als Menschen, die für ein Produkt gerne mehr Geld ausgeben, auch wenn es qualitativ nicht besser als ein preiswerteres ist. Manche Urlaubsportale im Web orientieren sich daran.

Was wir mit Kredit- und Payback-Karten, mit Online-Buchungen und Facebook-Kommentaren an Daten hinterlassen, wird ergänzt durch Daten der Schaufensterpuppe, die genau registriert, was man wie lange ansieht, und die anhand der Mimik des Betrachters sogar erkennt, welche Laune er hat. Es wird ergänzt durch Daten der vielen praktischen Smartphone-Apps und vielleicht auch schon durch Daten, die die schicke neue Straßenlaterne an der Ecke liefert. Wenn man nur noch teure Tarife für die Lebens-, Auto- oder Krankenversicherung bekommt, könnte es daran liegen, dass man aufgrund dieses Datenscreenings als Risikokunde eingestuft wurde.

Was Morgenroth an Beispielen zusammenträgt, liest sich wie ein Horrorroman von Stephen King – ist aber Realität. Als Trost bleibt, dass viele Projekte noch in einer Erprobungsphase stecken, und die Kommunikationsmöglichkeiten der Datenströme untereinander sich bislang in Grenzen halten. In fünf bis zehn Jahren, soviel ist aber sicher, werden diese Techniken Standard sein.

Und noch eins ist sicher: Nach der Lektüre dieses Buches wird man seinen nagelneuen onlinefähigen TV-Apparat mit anderen Augen sehen, denn man weiß – er sieht einen auch. Nur: Wem die Augen am anderen Ende der Leitung gehören, das weiß man nicht.

Markus Morgenroth: „Sie kennen dich! Sie haben dich! Sie steuern dich! Die wahre Macht der Datensammler.“ Droemer-Verlag