



FACTSHEET

Diese Hintergrundinformationen helfen der Spielleitung dabei, die Reflexion und Diskussion – und damit das ganze Spiel – an konkrete Bedingungen und Geschehnisse rückzubinden. Die Informationen wurden mit besten Wissen und Gewissen im Februar/März 2017 gesammelt und müssen angesichts der Schnellebigkeit der ‚datafizierten Gesellschaft‘ unter Vorbehalt betrachtet werden. Die Zuordnung der Symbole ist lediglich als eine Empfehlung zu betrachten und kann nach Belieben erweitert werden.

<i>Theoretische und technische Grundlagen</i>	2
Big Data Analytics	2
Daten als Ware	3
Filter Bubble und Personalisierte Angebote	4
Informationelle Selbstbestimmung und das Problem der ‚informierten Zustimmung‘	5
Predictive Policing	6
Self-Tracking und Selbstoptimierung	7
Staatliche Überwachung / Vorratsdatenspeicherung	8
<i>Auswirkungen in Lebensbereichen</i>	9
Krankenversicherungen	9
Personalisierte Preisgestaltung	9
Online-Shopping und Ratenzahlung	10
Bewerbung	10
Ein/reise/freiheit	11
<i>Weitere Hintergrundinformationen zu den Spielen</i>	12
Die Big 5 bzw. das OCEAN-Modell	12
Soziale Milieus	13

FACTSHEET

Theoretische und technische Grundlagen



Big Data Analytics



Mit sehr schnellen Computern, ‚selbstlernenden‘ Algorithmen und einer historisch neuen Quantität sehr unterschiedlicher digitaler Daten lassen sich, so die Grundannahme, Erkenntnisse über die Welt generieren, die eine neue Qualität erreichen. Mit genügend Daten können durch solche Analysen unerwartete Muster und Zusammenhänge (Korrelationen) errechnet und mit relativ hohen Wahrscheinlichkeiten Prognosen für die Zukunft erstellt werden. Das kann für medizinische oder ökologische Forschung genauso hilfreich sein, wie es für die Verwertung von Daten von Nutzer*innen oder die Überwachung von Bürger*innen gefährlich sein kann. Grundlegende und weiterführende Informationen zu Big Data (Analytics) hat die Bundeszentrale für politische Bildung in ihrem Dossier zu [„Big Data und politische Bildung“](#) gesammelt. Dort findet sich im [Interview mit Viktor Mayer-Schönberger](#), Jurist und Autor über Big Data, eine knappe Definition: „Big Data ist eine neue Perspektive auf die Wirklichkeit, die auf der Analyse einer großen Menge an Datenpunkten fußt.“

FACTSHEET



Daten als Ware

Digitale Daten sind nicht bloß eine Quelle für Informationen und Erkenntnis, ihnen wird auch Wert zugeschrieben. Wie genau das jeweils aufgefasst wird, unterscheidet sich durchaus. Mal werden [Daten als Währung](#) bezeichnet, mal als Rohstoff (der durch ‚mining‘ gewonnen wird bzw. in dem solches ‚mining‘ betrieben werden kann), mal als einfache Ware, die hergestellt und mit der gehandelt wird usw. Jedenfalls haben Daten einen Wert, der es attraktiv macht, sie zu sammeln und mit ihnen zu handeln. Wenn es in der Praxis einen Tauschwert der Daten ‚gibt‘, sie also in Geld getauscht werden können, muss es doch auch einen Gebrauchswert dieser Daten geben. Wofür können sie denn genutzt werden? Wenn wir uns auf legale Nutzungsweisen konzentrieren, gibt es vor allem eine dominante Antwort: personalisierte Werbung. Das Versprechen, das mit der Verwertung der Daten (im doppelten Sinne) einhergeht, lautet: Je mehr ich über Menschen weiß, desto zielgerichteter kann ich ihnen Produkte anbieten, die sie umso wahrscheinlicher kaufen werden. Die Werbewirtschaft spielt nicht nur für Google und Facebook eine große Rolle, die ihren Werbekund*innen verspricht, potenzielle Käufer*innen sehr zielsicher adressieren zu können, sondern auch für alle möglichen Werbetreibenden, die ihr Werbebudget effizienter einsetzen wollen, oder für Unternehmen, die ihre aktuellen und potenziellen Kund*innen genauer kennenlernen wollen, wie Versicherungen, Banken etc..

In der Folge hat sich eine [große ökonomische Sphäre gebildet, die Datenhandel betreibt](#), d.h. personenbezogene digitale Daten von verschiedenen Anbietern aufkauft, zusammenstellt, sortiert und, neu und zum ‚Verzehr‘ bereit verpackt, weiterverkauft. Da die Aussagekraft von Big Data (Analytics) vor allem in der Quantität der Daten liegt, ist es gerade in diesem Feld naheliegend, dass große Akteure auf dem Markt eine besonders gute Position einnehmen. Eines der ganz großen Unternehmen ist der Datenhändler Acxiom, der im [August 2016 laut NDR](#) Profile über mehr als 500 Millionen Nutzer*innen vorrätig hielt.

Dieser [Datenhandel wird unterschiedlich bewertet](#). Manche halten das für grundsätzlich problematisch, weil wir die Kontrolle über ‚unsere‘ Daten (oder wem gehören die dann eigentlich?) verlieren. Andere halten es nur für fair, wenn wir unsere Daten (und die Verwertungsrechte) gegen die scheinbar kostenlose Nutzung von Plattformen, Messenger-Apps, Suchmaschinen eintauschen.

FACTSHEET



Filter Bubble und Personalisierte Angebote

Der Ausdruck Filter Bubble wurde durch das gleichnamige Buch des Autors Eli Pariser im Jahr 2011 bekannt. Damit ist gemeint, dass das, was wir online, in sozialen Netzwerken und Suchmaschinen sehen, mehr und mehr einer Personalisierung unterworfen ist. Je nach unseren bereits analysierten Interessen und Vorlieben werden uns weitere Angebote (Musik, Infos, Waren, ...) angeboten. Sie verstärken die bereits vorhandenen Interessen. Problematisch sei das, weil sich die Weltsichten der Menschen eher von einander entfernen und dadurch so etwas wie ein idealer öffentlicher Diskurs zur politischen Meinungsbildung nicht mehr möglich sei (siehe auch den [Beitrag im ARD Mittagsmagazin](#) zum Thema). Dadurch würden die eigenen Ansichten eher nicht mehr irritiert und in Frage gestellt, sondern stets bestätigt und verfestigt – auch für Bildungsprozesse keine günstige Voraussetzung. In seinem [TED-Vortrag](#) fasst Eli Pariser die zentrale Argumentation zusammen (engl. mit dt. Untertiteln).

An dem Argument gibt es aber auch scharfe Kritik (z.B. von [Christoph Behren im November 2016 in der SZ](#)). Trifft die Diagnose tatsächlich zu? Das heißt, werden die Weltsichten bzw. die Informationen, mit denen Menschen in Kontakt kommen, wirklich immer einheitlicher? Es gibt Untersuchungen, die gegenteiliges nahelegen. Und war eine gewisse Polarisierung nicht schon immer inhärenter Bestandteil von ‚Öffentlichkeit‘, etwa indem ich mich dafür entscheide, die BILD-Zeitung statt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung oder der taz zu lesen? Ist hier also die Technik ein Problem? Und wäre die Lösung entsprechend, die Algorithmen anders zu programmieren, oder wird hier nicht vielmehr etwas problematisiert, dem auf gesamtgesellschaftlicher, politischer usw. Ebene begegnet werden müsste? Im zweiten Fall wäre eine technische ‚Lösung‘ keine Lösung des Problems.

Unabhängig davon, welche Position in der Diskussion eingenommen und vertreten wird, gibt es individuelle Handlungsmöglichkeiten die Informationen, die in Suchanfragen, Newsfeeds etc. angezeigt werden, zu ‚depersonalisieren‘, wie [ein Artikel des Technik-Magazins t3n](#) aufzeigt. Mit diesen Möglichkeiten könnten wir „Filter-Blasen“ aufstechen.

FACTSHEET



Informationelle Selbstbestimmung und das Problem der ‚informierten Zustimmung‘

Das Thema klingt erstmal unfassbar langweilig: Datenschutzgesetzgebung. Direkt oder indirekt haben wir aber alle in unserer Internetnutzung regelmäßig damit zu tun. Mit jedem Mal, wenn wir [Allgemeinen Geschäftsbedingungen](#) (AGBs oder Terms of Service) zustimmen, unterzeichnen wir rechtlich gesehen einen Vertrag, der in den meisten Fällen an die geltenden nationalen und internationalen legalen Rahmenbedingungen angepasst ist. Diese AGBs ändern sich periodisch, wenn der Anbieter selbst Änderungen vornehmen möchte, oder eben, wenn sich die gesetzliche Grundlage für ihre Arbeit ändert. In dieser Form sind die Unternehmen rechtlich gesehen auf der sicheren Seite, wenn die Nutzer*innen zugestimmt haben und die Betreiber sich daran halten. Allerdings sind die AGBs, also die Verträge, auf deren Grundlage die ‚Zusammenarbeit‘ abläuft, oft sehr lang, nicht unmittelbar verständlich und werden ohnehin kaum gelesen.

Ein bekanntes Beispiel ist der Fall des Unternehmens [WhatsApp mit seinen AGBs](#), die natürlich [geändert](#) wurden, nachdem Facebook die Firma übernommen hatte. Verschiedene Änderungen wurden stark kritisiert, wie hier auf der Seite [mimikama](#). In bekannteren Fällen gibt es eher Expert*innen, die einen geschulten Blick haben und problematische Aspekte öffentlich benennen können. Aber können wir uns lückenlos auf so einen Mechanismus verlassen?

Gehen wir von der juristischen Idee der „[informationellen Selbstbestimmung](#)“ aus. Damit wird das Recht von Bürger*innen in Deutschland bezeichnet über die Nutzung ‚ihrer‘ persönlichen digitalen Daten zu befinden, ganz nach dem Motto: „Ich möchte selbst entscheiden können, wer meine Daten bekommt und was damit gemacht wird.“ Das ist ein wichtiges Recht im Hinblick auf Datenschutz und Privatsphäre, das 1983 durch den Bundesverfassungsgerichtshof verbrieft wurde (siehe *Staatliche Überwachung / Vorratsdatenspeicherung*). Allerdings wird es [durch neueste digitale Technologien ganz schön auf die Probe gestellt](#), denn es bedeutet eine ganze Menge Verantwortung und Arbeit. Die folgenden Fragen zeigen auf, wo aus Sicht der ‚Dateninhaber*innen‘ (aber auch für Unternehmen) mögliche Problemfelder liegen können:

Kann ich genau verstehen, was technisch mit meinen Daten passiert? Kann ich mögliche gewünschte oder unerwünschte Folgen angemessen einschätzen? Darf ich das als minderjährige Person selbst machen oder muss – rein rechtlich gesehen – jedes Mal eine erziehungsberechtigte Person für mich eine Einverständniserklärung abgeben? Muss ich bei jeder Übertragung meiner Daten erneut mein Einverständnis geben, einen Vertrag unterzeichnen usw.? Wann sind ‚meine Daten‘ eigentlich ‚meine‘ Daten, z.B. wenn diese digitalen Daten erst durch die Nutzung einer Plattform oder App, die nicht mir gehört, entstehen? Sind anonymisierte Daten dann völlig unproblematisch? Oder ist die nachhaltige [Anonymisierung von Daten gar nicht mehr so leicht vorzunehmen](#), weil es zu viele Datenpunkte gibt, die ‚meinen‘ Datensatz wiedererkennbar werden lassen?

FACTSHEET



Predictive Policing

Mit Predictive Policing werden Maßnahmen bezeichnet, die den Anspruch erheben, aufgrund von aufwändigen Datenanalysen mit einer relativ hohen Wahrscheinlichkeit Vorhersagen über zukünftiges kriminelles Handeln machen zu können. Steven Spielbergs Film „[Minority Report](#)“ aus dem Jahr 2002 dient immer wieder als Illustration. Allerdings funktioniert die „Pre-Crime Einheit“ dort anders – und der Film dürfte Jugendlichen 2017 und später wohl überwiegend unbekannt sein. Oft geht es bei Predictive Policing darum, statistische Angaben aus Polizeistatistiken mit ihrer räumlichen Verortung zu koppeln, um so „Hot Spots“ der Kriminalität zu identifizieren. Das ist aber nur ein Beispiel. Es gibt zahlreiche andere Anwendungsszenarien und -modalitäten, wie [Matthias Monroy 2015 auf netzpolitik.org](#) schreibt. Der Artikel gibt einen guten Überblick zum Stand der Entwicklungen in Deutschland Anfang 2015. Er positioniert sich aber eher kritisch. Eine positive Einschätzung bietet [das Unternehmen zukunftsInstitut](#) und betont dabei solche Sicherheitstechnologien als hoch profitablen Wachstumsmarkt. Die Aussage, dass positive Effekte belegt seien, wird dabei durch keine der zitierten Studien gestützt. Andere Quellen sind bezüglich der Wirksamkeit deutlich vorsichtiger, wie etwa [Eva Wolfangels Beitrag in Spektrum](#) vom Juni 2016. Der [Artikel auf Wikipedia](#) sowie ein Beitrag des Bayerischen Rundfunks, [Einbrecher auf Diebestour: Mehr Sicherheit mit Precobs?](#) (5 Minuten), geben einen allgemeinen Einblick. [Precobs](#) ist ein Projekt eines deutschen Unternehmens im Auftrag des Landeskriminalamts Baden-Württemberg und wird auch in Bayern genutzt, wie eine [Reportage des Magazins Wired](#) darstellt. Als problematisch wird bei Predictive Policing vor allem angesehen, dass bestehende soziale Ungleichheiten verstärkt werden können. Das gilt zum Beispiel dann, wenn in Stadtteilen mit hoher migrantischer und/oder arbeitsloser Bevölkerung verstärkt Polizeikontrollen durchgeführt werden und in der Folge – natürlich – die Zahlen an registrierten Delikten ansteigt. Steigt die Zahl der Delikte, werden die Kontrollen weiterhin zunehmen, während kriminelles Handeln andernorts weniger sichtbar wird. Zudem werden vielfach Daten aus Polizeistatistiken eingesetzt, die auf den subjektiven Eindrücken von Beamtinnen und Beamten basieren, nicht aber von gerichtlichen Verurteilungen ausgehen. Jenseits der Form wie Daten gewonnen werden, um Wahrscheinlichkeiten für kriminelles Verhalten zu ermitteln, stellt sich die Frage, ob es grundsätzlich möglich sein sollte, Menschen zu verdächtigen, zu beobachten oder festzunehmen, bevor sie tatsächlich kriminell werden.

FACTSHEET



Self-Tracking und Selbstoptimierung

In den letzten Jahren stiegen die Nutzungszahlen von Self-Tracking-Geräten und -Anwendungen erheblich an. Mit Self-Tracking werden gemeinhin Praktiken bezeichnet, die mit digitalen Mitteln Daten über eigene Körperfunktionen sammeln und auswerten. Dafür können Smartphones, Wearables wie Smartwatches oder auch Fitnessarmbänder eingesetzt werden. Diese sind meist mit einem weiteren Gerät sowie mit Servern der Anbieter verbunden, auf welchen die Auswertung dargestellt und gespeichert wird. Die Motivation für Self-Tracking liegt meistens darin, mehr Erkenntnisse über sich selbst zu erlangen und das eigene Verhalten so zu ändern, dass man gesünder oder leistungsfähiger wird. In vielen Fällen (auch, weil das technisch einfach zu lösen ist) bezieht sich solches Tracking auf physische Daten wie Schritte, Puls, Schlafrhythmus usw., aber auch der Einsatz von Datenanalyse zur Vermessung von emotionalen und psychischen Zuständen (z.B. durch Auswertung von Schlafverhalten, Tippverhalten, Essverhalten und anderer Parameter) ist möglich.

Positive Stimmen heben vor allem die Faktoren Selbstbestimmung und Mündigkeit in der Nutzung der eigenen Daten hervor. Ein Beispiel dafür ist die [Unternehmerin Inga Bergen in einem Interview mit dem Stifterverband](#). Kritik wird an solchen Praktiken des Self-Tracking vor allem auf zwei Ebenen laut. Einmal geht es dabei um Datenschutz und Datensicherheit der Nutzer*innen gegenüber den (fast ausschließlich) kommerziellen Anbietern. Zum anderen wird die Tendenz der Selbstoptimierung problematisiert, wie etwa in einem ZDF-Beitrag mit dem Titel [„Schluss mit dem Optimierungswahn“](#) (3 Minuten). Außerdem können Self-Tracking-Geräte zu problematischen Nutzungsformen etwa durch Versicherungen führen, wie ein [kontrovers-Beitrag des Bayerischen Rundfunks](#) darstellt. Zu diesem Thema finden sich eher wenige neutrale und nüchterne Auseinandersetzungen.

Detailliertere (und relativ ausgewogene) Ausführungen zu Self-Tracking und zur medienpädagogischen Perspektive auf das Phänomen finden sich in einem Working Paper zu Algorithmen und Self-Tracking auf der Site des jfc Medienzentrum und der Themenseite der Bundeszentrale für politische Bildung.

FACTSHEET



Staatliche Überwachung / Vorratsdatenspeicherung

Im Hinblick auf digitale Überwachung pendelt die Diskussion stets zwischen Sicherheitsversprechen einerseits und Privatsphäre andererseits. Die Entwicklung in den Jahren seit 9/11 waren diesbezüglich rasant. Eines der großen politischen Themen war dabei die Vorratsdatenspeicherung, bei der Mobilfunk- und Internetbetreiberfirmen für einen bestimmten Zeitraum alle Verbindungsdaten ihrer Nutzer*innen speichern müssen. Das Thema ist rechtlich sehr umstritten. So hat der Europäische Gerichtshof 2016 das deutsche Gesetz zur Vorratsdatenspeicherung für europarechtswidrig erklärt. Der Bundesdeutsche Verfassungsgerichtshof wird sich in diesem Jahr allerdings nicht mit der Verfassungsbeschwerde gegen das Gesetz befassen, weshalb die Betreiber ab Juli 2017 vorerst mit der Speicherung beginnen müssen. Während der [Verein digitalcourage](#) sich dazu sehr kritisch positioniert, geht die geplante Regelung einem Vertreter der deutschen [Gewerkschaft der Polizei, Sascha Braun](#), nicht weit genug. Verschiedene Meinungen und Argumente zum Thema werden auf der Seite der [Bundeszentrale für politische Bildung](#) dokumentiert.

Die Vorratsdatenspeicherung ist nur ein prominentes Beispiel für digitale Überwachung. Damit ist in den meisten Fällen Überwachung durch staatliche Instanzen gemeint (Polizei und verschiedene Geheimdienste). Große Streitpunkte sind dabei die Aufhebung der Unschuldsvermutung, die Selbstzensur der Bürger*innen und daher die Beschneidung von Privatsphäre und Demokratie, die Frage nach der Notwendigkeit richterlicher Beschlüsse für die Einsicht in Daten, sowie die Aussagekraft von Metadaten (wer hat wann, wo, mit wem usw. telefoniert, gemailt etc.) im Gegensatz zu Inhaltsdaten (was wurde kommuniziert).

Gerne wird zum Kulturwandel der Privatsphäre der Wahrnehmungsunterschied zwischen [Stasi und NSA](#) oder BND herangezogen. Ein weiteres Beispiel sind die deutlich verschiedenen Reaktionen auf die Volkszählungsabsichten der Regierung 1983 und den NSA-Skandal 2013. Damals gab es erhebliche [Proteste](#) und ebenfalls Verfassungsrechtsbeschwerden, die zu einem [Urteil gegen die geplante Volkszählung](#) führten. Im Vergleich dazu nahmen sich die Widerstände in der Bevölkerung gegen die umfassende Überwachung, die durch die Veröffentlichungen Edward Snowdens 2013 bekannt wurden, eher gering aus. Eine Übersicht dazu bietet [Patrick Beuth in der Zeit](#). Einen ironischen Beitrag dazu liefert Alexander Lehmann mit seinem Video „[Wir lieben Überwachung!](#)“

FACTSHEET

Auswirkungen in Lebensbereichen

Diese Hintergrundinformationen helfen der Spielleitung dabei, die Reflexion und Diskussion – und damit das ganze Spiel – an konkrete Bedingungen und Geschehnisse rückzubinden. Die Informationen wurden mit besten Wissen und Gewissen im Februar/März 2017 gesammelt und müssen angesichts der Schnelllebigkeit der ‚datafizierten Gesellschaft‘ unter Vorbehalt betrachtet werden.



Krankenversicherungen

Krankenversicherungen arbeiten in vielen Ländern auf dem freien Markt und sind somit Wettbewerbslogiken unterworfen. Insofern Big Data Analysen zu Wettbewerbsvorteilen führen kann, sind diese für Krankenversicherungen interessant und werden bereits eingesetzt. Das zeigt eine Studie des Fraunhofer-Zentrum für Internationales Management und Wissensökonomie über [„Big Data im Krankenversicherungsmarkt“](#) vom Oktober 2016. Wearables und andere Self-Tracking-Devices sind dabei nur eine Möglichkeit Daten über die Versicherten zu generieren. Anreize dafür werden z.B. mit günstigeren Tarifen gesetzt. Als Vorreiterin in Deutschland gilt dabei die Generali Versicherung, aber auch gesetzliche Krankenkassen wie etwa die AOK Nordost versuchen sich in Tracking-Experimenten, wie [ein Artikel in der Huffington Post vom Mai 2016](#) berichtet. Ähnliche Vorgehensweisen – (Self-)Tracking im Tausch gegen geringere Beiträge – finden auch bei KFZ-Versicherungen Anwendung, wie etwa bei der Huk-Coburg (vgl. SZ, [„Der vermessene Mensch“](#), 20. Mai 2015).

Wir haben es bei dem Geschenk der Krankenkasse im Szenario also mit einer sehr ambivalenten Sache zu tun: Natürlich kann es als Vorteil gesehen werden, ein Gerät geschenkt zu bekommen. Andererseits werden damit potenziell eine ganze Reihe privater Daten preisgegeben.



Personalisierte Preisgestaltung

Personalisierte Preisgestaltung bei verschiedenen Anbietern ist auch kein neues Phänomen. Das gilt zwar auch für Online-Shopping (etwa bei Flugbuchungen), potenziell aber auch für [Supermärkte, Taxis und andere Verkaufsstellen](#) (vgl. taz, „Wenn der Preis persönlich wird“, 15. März 2015). Die Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) beschäftigt sich in einem [Diskussionspapier vom September 2016](#) mit dem Thema und problematisiert unter anderem pauschale Diskriminierung ganzer Bevölkerungsgruppen durch „Personalisierte Preise“ bzw. „Dynamic Pricing“. Für einzelne Kund*innen können personalisierte Preise durch Rabatte von Vorteil sein, insgesamt ist dieses Vorgehen für Unternehmen jedoch nur dann interessant, wenn es sich in Summe als profitabel erweist.

FACTSHEET



Online-Shopping und Ratenzahlung

Für die Errechnung von Kreditwürdigkeit von Einzelpersonen werden zahlreiche Datenpunkte herangezogen. Der errechnete Score, der als Entscheidungsgrundlage herangezogen wird, basiert auf standardisierten Analysen, die individuelle Bedingungen vielfach nicht berücksichtigen. Somit kann ein Wohnort mit ‚schlechtem Ruf‘ automatisiert zu einem schlechten Score führen, wie das Fraunhofer-Institut für sichere Informationstechnologie [2015 in einem Dokument zu Big Data](#) festhält.

Die Firma Kreditech erstellt solche Scores über Mikro-Kredite, die sie verleiht und deren Rückzahlung sie mit weiteren Datenpunkten, etwa aus Sozialen Netzwerken, kombiniert. Dabei wurde ein Beispiel etwas bekannter: ein sicherer Hinweis auf die Nicht-Rückzahlung von Krediten, so ein [Artikel in der Welt vom 15. April 2015](#), in dem Kreditech mit der Schufa verglichen wird, sei eine Schriftart, die lediglich für bestimmte Casino-Programme im Internet benötigt wird. Es hat selbst für die Angestellten der Firma gedauert, bis sie den Zusammenhang begriffen.



Bewerbung

Bei unserer Übersetzung von Big Data Analysen in das Bewerbungs-Szenario sind wir noch eher konservativ vorgegangen, wie das [Interview mit einem Berater für Human Resources in der Zeit Online](#) zeigt. Der Fantasie sind scheinbar keine Grenzen gesetzt. Zugekaufte Datensätze oder Dienstleistungen von Unternehmen, die z.B. die Mimik von Bewerber*innen auswerten oder Bewerbungsverfahren, die online abgewickelt werden, eröffnen zusätzliche Möglichkeiten: Wie ist das Antwort-, das Klick- und Tippverhalten? All dies dient Unternehmen zur Berechnung der „Leistungsfähigkeit“ von Bewerber*innen, um möglichst nur „Top-Performer“ und „Influencer“ einzustellen.

FACTSHEET



Ein/reise/freiheit

Dass personenbezogene digitale Daten nicht nur für Profitzwecke, sondern auch in großem Stil für Maßnahmen im Namen der Sicherheit gesammelt und ausgewertet werden, ist keine Neuigkeit. Dass die Vereinigten Staaten von Amerika dabei eine Vorreiterrolle einnehmen ebenso wenig. Am Beispiel von Einreiseverboten wollen wir zeigen, welche Konsequenzen das im Einzelfall nach sich ziehen kann – gerade dann, wenn automatisierte Analysen die ‚Falschen‘ ins Visier bekommen. Zwei Beispiele sind unserem Szenario Pate gestanden. Einmal hatte ein junger Mann vor seiner USA-Reise auf Twitter geschrieben: „I go and destroy America“ – und meinte das im Sinne von „so richtig feiern“. Einreisen durfte er jedenfalls nicht, wie [ein Beitrag der WDR-Sendung Quarks&Co](#) berichtet. In einem zweiten Fall durfte eine junge Frau trotz Visum nicht einreisen, weil ihr Angebot an Verwandte, auf die Kinder aufzupassen, als illegale Au-Pair-Tätigkeit aufgefasst wurde. Zum Verhängnis wurde ihr, dass die Einreisebehörden vor Ort ihren Facebook-Chat nachgelesen hatten, in dem missverständliche Angaben standen. Details dazu lassen sich z.B. in einem [Artikel der Berliner Zeitung vom 3. August 2015](#) nachlesen.

Inzwischen haben sich die Bedingungen sogar verschärft. Ein [Bericht auf heise.de vom 13. März 2017](#) zeichnet die nächsten Schritte der US-Regierung und -Behörden nach und vor: Seit 2017 wird in den Einreiseformularen die freiwillige Angabe von Social Media Profilen verlangt. Solche Profile werden schon länger automatisiert ausgewertet – bislang mit mäßigem Erfolg. In Diskussion steht darüber hinaus, die Herausgabe sogar der Passwörter aller genutzten Profile verpflichtend zu machen.

FACTSHEET

Weitere Hintergrundinformationen zu den Spielen



Die Big 5 bzw. das OCEAN-Modell

Auf allen Charakterkarten finden sich fünf Persönlichkeitsmerkmale. Diese entstammen in etwas abgeändert Form den sogenannten „Big 5“. Auch die Bezeichnung OCEAN-Modell ist gebräuchlich – die Abkürzung entstammt den fünf Anfangsbuchstaben der Merkmale im Englischen: Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, Neuroticism. (dt.= Offenheit, Pflichtbewusstsein, Extraversion, Kooperationsbereitschaft, Verletzlichkeit) werden fünf psychometrische Persönlichkeitsmerkmale bezeichnet, anhand derer Personen psychologisch sehr gut eingeschätzt werden können.

Der Psychologe Michal Kosinski hat dieses Modell gemeinsam mit anderen für Big Data Analysen erschlossen. So heißt es etwa in der Schweizer Zeitschrift „Das Magazin“, „dass man aus durchschnittlich 68 Facebook-Likes eines Users vorhersagen kann, welche Hautfarbe er hat (95-prozentige Treffsicherheit), ob er homosexuell ist (88-prozentige Wahrscheinlichkeit), ob Demokrat oder Republikaner (85 Prozent). Aber es geht noch weiter: Intelligenz, Religionszugehörigkeit, Alkohol-, Zigaretten- und Drogenkonsum lassen sich berechnen.“ Der Artikel [„Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt“](#) von Hannes Grassegger und Mikael Krogerus erschien am 3.12.2016 und handelt von der Bedeutung solcher Analysen für die US-Präsidentenwahl 2016. Der Artikel wurde viel rezipiert, blieb allerdings in der Tragweite seiner Aussagen nicht unwidersprochen. Ein Beispiel für Kritik daran ist der [Blog-Eintrag](#) von Dennis Horn auf dem WDR-Blog.

Wer eine solche Analyse selbst ausprobieren möchte, kann das natürlich auf vielen Seiten tun. Eine datenschutzrechtlich vielleicht nicht ganz unproblematische Variante findet sich z.B. auf der Seite [wirklichweiterkommen.de](#) für die Berufs- und Studienorientierung der Hochschulen in Sachsen-Anhalt unter dem Motto [„RE/FLECT“](#).

FACTSHEET



Soziale Milieus

Eine in der (deutschsprachigen) Soziologie verbreitete Beschreibung von Gesellschaft in verschiedenen Gruppenzugehörigkeiten, also in (sozialen) Milieus, ist die des SINUS-Instituts: Die Gruppen werden dafür in einer Grafik mit den zwei Achsen „Soziale Lage“ und „Grundorientierung“ verzeichnet. Daraus ergibt sich eine Karte mit Flächen, von denen jede für ein solches Milieu steht:

„Die Milieus lassen sich in eine Grafik mit den Achsen ‚Grundorientierung‘ und ‚Soziale Lage‘ einzeichnen. Eine bestimmte Kombination von beiden Merkmalen lässt sich dann einem – manchmal auch zwei – Milieus zuordnen. So erhält man am Ende eine Landkarte der großen gesellschaftlichen Gruppen. Die einzelnen Milieus sehen darin meist aus wie Kartoffeln unterschiedlicher Form und Größe.“

So beschreibt das Tilman Weigel in seinem Artikel [„Keiner will mehr Mitte sein“](#) 27.09.2010 in der Süddeutschen Zeitung. Der Begriff Sinus-Milieus ist eine geschützte Marke.

Vorläufer dazu lassen sich in den Arbeiten des französischen Soziologen Pierre Bourdieu finden (vgl. bspw. „Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft“; frz. Original von 1979). Er spricht unter anderem von „sozialen Klassen“, die sich entsprechend ihrer „Lebensstile“ im „Raum der sozialen Positionen“ wiederfinden. Die Unterscheidungen macht er dabei etwa am Verfügen über ökonomisches und kulturelles Kapital fest.