

DER GLÄSERNE MENSCH

SPUREN IM NETZ HABEN FOLGEN

von Andreas Wisler

Informationen sind das Gold der heutigen Zeit. Mit Informationen lässt sich viel Geld verdienen. Alleine Facebook hat im ersten Quartal 2018 einen Umsatz von knapp zwölf Milliarden US-Dollar. Man muss aber nicht nach Kalifornien schauen. Auch in der Schweiz sind solche Entwicklungen zu beobachten. Die verschiedenen Anbieter unternehmen viel, um an unsere Informationen zu gelangen. Das ist nicht ungefährlich.



Den gläsernen Menschen gibt es nicht nur in der Theorie oder in China, sondern auch in der Schweiz.

Viele Menschen geben freiwillig und sehr offen ihre Daten an andere weiter. Diese Angaben werden von den zahlreichen Anbietern gespeichert und automatisch ausgewertet. Eine Logik versucht, diese vielen Daten in einen Zusammenhang zu bringen. Vielen sind sicherlich die Hinweise von Amazon bekannt: «Andere Personen interessierten sich auch für ...» Alleine durch diesen kleinen Hinweis konnte Amazon den Umsatz massiv erhöhen.

Viele Dienste sammeln aber auch Daten, wenn wir dies gar nicht mitbekommen. So öffnet ein Besuch von den vier Zeitungen 20 Minuten, Blick, NZZ und Tages-Anzeiger über 270 weitere Seiten im Hintergrund. Mit dem Browser-Plugin Lightbeam kann dies visuell dargestellt werden.

Somit wissen zum Beispiel Google und Facebook, dass wir nun auf diesen Seiten waren. Wenn wir nicht eingeloggt sind, nicht wir als identifizierte Person, aber dieses Gerät. Heute kann sogar gemessen werden, wie lange wir auf einer Seite verweilen. So kann festgestellt werden, ob uns ein Artikel gefällt oder wir nach wenigen Sekunden schon wieder auf «Zurück» klicken. Facebook hat zugegeben, sogar die Mausbewegungen auf der eigenen Webseite aufzuzeichnen. So kommen immer mehr Daten zusammen.

WAHLEN BEEINFLUSSEN

Facebook verdient an personalisierter Werbung Geld. Wenn ich Klettern als Hobby habe, bekomme ich passende Werbung. «O.k., was ist dann das Problem? Ist doch

gut, wenn ich passende Werbung bekomme», ist eine oft gehörte Aussage. Ja, das passt schon. Der Fall von Cambridge Analytica zeigt, was die Schattenseiten sind. Je nach politischer Ausrichtung wurden beim Wahlkampf von Donald Trump andere Inhalte angezeigt. Wählerinnen und Wähler der Republikaner wie auch der Demokraten bekamen für sie passende Anzeigen zu Gesicht. Und beide meinten, den idealen Kandidaten gefunden zu haben, und gaben ihre Stimme entsprechend ab.

Auch in der Schweiz kann die politische Meinungsbildung dadurch beeinflusst werden. Google merkt sich, welche Links angeklickt wurden und welche nicht. So kann ebenfalls ein Profil erstellt werden. Bei einer weiteren Abstimmung werden dann nur noch pas-

sende Informationen angezeigt. Und alle fühlen sich in ihrer Meinung bestätigt. «Das, was ich denke, denken auch alle anderen. Google hat es mir ja auch so angezeigt. Meine Meinung muss also die richtige sein.» Herzlich willkommen in der Meinungsblase.

DAS NETZ WEISS MEHR

In Amerika gab es einen Fall, da bekam eine junge Frau, die noch zu Hause bei ihren Eltern wohnte, ein Paket mit Produkten für Schwangere. Der Vater wollte wutentbrannt den Versender des Pakets ver-



klagen. Wie sich dann aber herausstellte, war die Tochter tatsächlich schwanger. Anhand des veränderten Kaufverhaltens stellte der Algorithmus fest, diese Person muss schwanger sein und hat den Versand des Pakets ausgelöst.

Google kann heute besser als die Weltgesundheitsorganisation WHO nachverfolgen, wie sich eine Krankheit, beispielsweise die Grippe, rund um die Welt bewegt. Überall suchen die betroffenen Personen nach «tränenende Augen, tropfende Nase, leichtes Fieber...».

Da heute auf praktisch jeder Webseite zusätzlicher Inhalt hinzugefügt wird, zum Beispiel der Like- oder Share-Button von Facebook, kennt Facebook praktisch jede

Webseite, die wir aufrufen. Sind wir noch eingeloggt, kann das persönliche Profil ergänzt werden. Auch wenn wir nie etwas anklicken, liken oder teilen, Facebook (und andere Dienste) wissen, wo wir uns tagtäglich bewegen und was uns interessiert oder eben nicht. Manch schlauer Zeitgenosse denkt jetzt, «ich nutze gar keine solche Social Media Tools, von mir wissen sie ja nichts», wollen enttäuscht werden. Facebook kennt die Nicht-User besser, als ihnen lieb sein kann. Der Autor dieser Zeilen garantiert seinen Leserinnen und Lesern, wenn sie sich bei Facebook anmelden, dass sie dann eine Liste von Freundschaftsvorschlägen erhalten. Diese Kontakte stehen schon in einem Zusammenhang mit der Person. Auch die Vorlieben sind bereits vorhanden, halt bis jetzt ohne einen echten Menschen im Hintergrund verknüpft, sondern unbestimmt. Aber das kann sich schnell ändern.

FALSCHER AUSWEGE

Zwei weitere zu kritisierende Aussagen sind im Umlauf: «Ich nutze immer den Inkognito-Modus meines Browsers» und «ich lösche immer meine Cookies». Beide Aussagen fallen bei näherer Betrachtungsweise wie ein Kartenhaus in sich zusammen. Der Inkognito-Modus verhindert, dass lokal Spuren bleiben (besuchte Webseiten, temporär gespeicherte Webseiten und Bilder). Die im Lightbeam gezeigten Verbindungen sind trotzdem da. Mit dem Löschen der Cookies erschweren Sie tatsächlich die Arbeit der Datensammler, aber heute ist es möglich, auch ohne Cookies einen Benutzer wiederzuerkennen. Die Einstellungen des Browsers, die installierten Schriftarten und Plugins sind einfach doch nicht so unterschiedlich. Und diese Informationen können ausgelesen werden. Man kann selbst den praktischen Test unter <https://panopticklick.eff.org/> durchführen. Am Ende der Auswertung kann man auf «fingerprinting» klicken. Wie eindeutig stellt sich der Browser auf?

EINFACHE GEGENSTRATEGIEN

Was kann man als Laie nun dagegen unternehmen? Wer Skript-Blocker wie NoScript für Mozilla Firefox oder NotScript für Google Chrome nutzt, ist schon mehrere Schritte weiter. So kann man das Nachladen von Skripten und anderen Seiten unterbinden und

nur dann freigeben, wenn man dies möchte. Leider kann es sein, dass eine Seite nicht immer von Beginn weg korrekt angezeigt wird und zuerst einzelne Skripts aktiviert werden müssen. Dies ist aber nur selten der Fall und der Preis für die Anonymität im Internet.

Natürlich wird dies von den (kostenlosen) Seiten gar nicht gerne gesehen. So kann auch keine Werbung mehr angezeigt werden. Die Folge ist, dass einzelne Seiten gar nicht mehr angeschaut werden können oder ein Banner angezeigt wird: «Bitte schalten Sie Ihren Skript-Blocker für diese Webseite aus.»

Anonymität im Internet ist möglich, doch dies ist mit Aufwand und Kompromissen verbunden. So werden wir nicht selten vor die Wahl gestellt, was einem wichtiger ist: meine Anonymität oder der Besuch dieser Webseite mit allen Spuren, die ich bewusst und unbewusst hinterlasse. ■



ANDREAS WISLER

ist CSMO, Chairman of the Board der goSecurity GmbH.

www.gosecurity.ch

