

Die große Big-Data-Illusion

Konzerne, die in großem Stil Daten erheben und mit ihnen handeln, behaupten, sie wüssten alles. Dabei verzerren sie das Bild vom Menschen und von der Welt. Ihr falsches Spiel muss ein Ende haben.

Von Sarah Spiekermann

Ich denke, dass wir uns – politisch, wirtschaftlich und persönlich – schnellstmöglich darüber Gedanken machen müssen, wie wir dafür Sorge tragen, dass Digitalisierung auch in Zukunft unserem menschlichen und unternehmerischen Wohlbefinden dient und nicht sehr bald ihre eigenen (Vorteils-)Kinder frisst.

Digitalisierung war einmal gut. In den achtziger und neunziger Jahren konnten ungeheure wirtschaftliche und private Vorteile durch sie geschaffen werden. Das Netz war ein gigantisches Friedensprojekt; ein ökonomisches Integrationsprojekt; ein Demokratieprojekt und ein Projekt, das uns Zugang zu Wissen gegeben hat. Aber seit digitale Geräte breitbandig vernetzt sind und angefangen haben, ein Eigenleben zu entwickeln, was uns abhängig macht und dauerhaft überwacht, geht es bergab. In meiner Forschung interessiere ich mich im Moment dafür, was diesen „Knackpunkt“ Richtung Abgrund ausmacht. Was dazu gehört, nenne ich die „Big-Data-Illusion“.

Wir sehen Filme und Serien wie „Ex Machina“, „Westworld“ oder „Humans“, die hochintelligente Humanoide (Roboter) vorstellen. Große Museen organisieren transhumanistische Ausstellungen zur dunklen Zukunft der Menschen als Cyborgs. In Saudi-Arabien erhielt eine Roboterfrau namens Sophia sogar die Staatsbürgerschaft und hielt eine völlig absurde Rede, der UN-Mitarbeiter zu huldigen hatten wie einem goldenen Kalb. Big Data, so wird uns erzählt, bringt auf magische Weise superintelligente Wesen in die Welt, die die Menschheit retten werden.

Aber, ganz ehrlich: Wie soll Big Data jemals auch nur ansatzweise intelligent im menschlichen Sinne sein? Ich will großen Datenmengen nicht absprechen, dass sie neben einer Menge Rauschen Muster erkennen, die uns als Menschen entgehen und die durchaus interessant, ja wichtig sein können. Die KI hat ihren eigenen Platz in der Intelligenzgeschichte. Aber das, was für uns Menschen und unser Leben von Bedeutung ist, im Privatleben, in der Firma, in der Politik, das können und werden sie niemals erfassen.

Sympathie, Schönheit, Zauber, Ehrfurcht, Frömmigkeit, Neugierde, Sorge. Es geht um Werte, die sich mit unseren Erinnerungen und externen Stimuli durchmischen, um das zu generieren, was für uns in der Gegenwart den Raum des Bewusstseins bildet; wobei dieser Raum gleichermaßen von Vergangenheit und Zukunft bestimmt ist wie von relevantem Entferntem und bedeutsamem Nahem. All das jedoch ist unsichtbar. Es ist nicht messbar, nicht beobachtbar, nicht fassbar, nicht extrapolierbar. Kein digitaler Sensor dieser Welt kann dieses Unsichtbare messen. Maschinen haben keinerlei Einblick in das, was für einen Menschen an Ort und Stelle von Bedeutung ist. Wenn dem aber so ist, wie sollen dann all diese Roboterfiktiven jemals wahr werden?

Worin Maschinen wirklich gut sind, ist, Secondhand-Daten zu erfassen. Facebook kann sofort auf Fotos erkennen, ob jemand lacht, und dann darauf schließen, dass derjenige wohl glücklich gewesen sein muss. Facebook weiß, ob die Paare auf den Fotos verheiratet sind, weil es vielleicht vom Meldeamt Informationen erworben hat oder weil die Paare das selbst auf der Plattform angegeben haben. Aufgrund des Geotagging könnte Facebook bei einem Foto vom Vatikan glauben, dass derjenige, der das Foto hochgeladen hat, tatsächlich dort war. Smartphone-Daten können diese Informationen noch viel genauer erfassen: Es kann genau nachvollzogen werden, an welchen Orten jemand nacheinander war, welcher Art diese Orte sind. Mobilfunkgeräte wissen, wie groß eine Menschenmenge ist und ob es dem Besitzer des Gerätes gesundheitlich gutgeht, denn die Bewegungssensoren bekommen mit, wie schnell oder langsam sich jemand im Vergleich zu anderen Tagen bewegt. Emotionale Worte und Emojis in Messages und Mails zeigen an, wie gut jemand gerade gelaunt ist. Aus solchen Daten können Maschinen eine Menge über unser Leben und unsere Persönlichkeiten schließen.

Es gibt nur einen Haken: Ich bin nicht auf Facebook und mein Mann auch nicht und keiner unserer engen Freunde. Fotos, auf denen nicht gelächelt wird, stellt ohnehin kaum jemand online. Ständig posten Leute Fotos von Plätzen, an denen sie nie waren, und entnehmen schönere Bilder aus Fotogalerien. Man überlegt sich zweimal, was man online sagt. Das Mobiltele-

fon könnte man durchaus zu Hause gelassen haben. Dann denken Betreiber, Hersteller und App-Provider, die auf die Smartphone-Daten in Echtzeit zugreifen, dass man vielleicht depressiv im Bett liegt und niemandem mehr schreibt, wo man in Wirklichkeit fröhlich woanders unterwegs war.

Was heißt das? Der Secondhand-Eindruck von uns, der heute mit dem Begriff Big Data beschrieben wird, ist zwar umfassend, aber er zeichnet ein Bild von uns, das nicht unbedingt mit unserer Realität übereinstimmt. Während uns die Schöne-neue-Welt-Spezialisten aus dem Silicon Valley glauben lassen wollen, sie würden virtuelle Spiegelwelten schaffen, lassen uns klügere Leute wie Jaron Lanier wissen, was sie davon halten: „Die tiefe Bedeutung des menschlichen Daseins wird reduziert auf eine Illusion von Bits.“

In der Tat wissen die Leute, die heute Big Data sammeln, verwalten und nutzen, nur zu gut um dieses Defizit. Deswegen kommen heute noch 95 Prozent der Werbetreibenden zum falschen Zeitpunkt. Jeder, der mit KI und Daten gearbeitet hat, weiß, dass die Daten nicht vollständig, dass sie oft falsch, dass sie selektiv sind und dass sie über Kontexte hinweg verbunden und verfremdet werden. Künstliche Intelligenzen machen die absurdesten Klassifikationsfehler. Wenn man mit diesen Fehlern weiterrechnet, entsteht noch mehr Unsinn. Dabei stehen die Datensammler unter Druck, denn ihre absurd hohen Börsennotierungen hängen davon ab, dass die ganze Welt an Big Data als „Öl“ der Digitalökonomie glaubt. So haben die Firmen mit der Jagd nach noch mehr Daten begonnen. Sie sind auf der Suche nach dem Unsichtbaren, dem nicht Messbaren, dem wahren Kern des menschlichen Bewusstseins.

Eine Strategie ist, uns mit noch mehr Technologie einzudecken; uns zu „envelopen“. Umfängen sollen wir sein in Smart Homes, von Smart Clothing, Smart Glasses, Smart Chips und vielleicht sogar bald Chips unter der Haut haben, die ein Cyborg-Dasein für uns einläuten. Doch während wir lustig ignorant mit diesem ganzen IT-Zeugs spielen, entstehen da draußen gigantische Datenbanken über uns voller Fehler und Einseitigkeiten.

Nehmen wir einmal eine Firma wie Axiom, die laut ihres Geschäftsberichts 2016 Daten über siebenhundert Millionen Personen hat und verspricht, zu den Menschen fünftausend Datenpunkte liefern zu können; inklusive Daten zu nahezu jedem deutschen Haushalt. Die Firma Oracle sagt im Januar 2017, sie könne über ihre Oracle-Bluekai-Datenplattform auf zwei Milliarden Konsumentenprofile weltweit zugreifen mit angeblich dreißigtausend Attributen pro Person, die sie von tausendfünfhundert Datenzulieferern bekommt.

Axiom und Oracle sind nur die größeren von mehr als tausend Firmen, die alle von dem Versprechen leben, dass unsere Daten ihnen Einsicht in das Unsichtbare geben: unsere Werte, unsere Bedürfnisse und unsere Wünsche. Diese Firmen können nicht nur vom Werbegesamt leben, wenn jeder Mensch heute 3000 Werbebotschaften am Tag sieht und sich die Leute aufgrund der Informationsflut heute an achtzig Prozent weniger Werbungen erinnern als noch vor ein paar Jahren.

Wovon leben diese Firmen also? Sie leben von einer Unzahl von Anwendungsfeldern, in denen Secondhand-Daten heute als „gut genug“ akzeptiert werden und teilweise auch sind. Sie sind in jedem Fall gut genug, um unsere Freiheit und Demokratie zu untergraben, indem sie Facebook helfen, arabische Frühlinge zu organisieren, amerikanischen Präsidenten zur Wahl zu verhelfen und Europa durch den Brexit durcheinanderzubringen. Sie werden als gut genug angesehen, um unser Wohlbefinden zu untergraben, weil Banken unsere Kreditwürdigkeit darauf abstellen können, unsere Versicherungsraten anpassen und unsere Flugpreise erhöhen. Sie können herangezogen werden, um Bewerber zu prüfen und damit über die Zukunft von Menschen zu entscheiden.

Sie werden als gut genug angesehen, um Softwareassistenten wie Alexa zu trainieren, die dann unsere Kinder erziehen. Und immer mehr Länder ziehen sie heran, um Polizeieinsätze zu planen und für Bürger – wie in China – individuelle Vertrauenscores zu errechnen. Immer mehr Menschen, Politiker, Sicherheitsbehörden, Journalisten stützen heute ihre Entscheidungen auf ihre eigenen Filter Bubbles und Echo-Chambers, die auf den Secondhand-Daten aufgebaut sind und die ihnen aus der scheinbar „objektiven“ Datenwelt zugespült werden.

Das Resultat sind postfaktische Konflikte, in denen jeder nur noch seine eigene Wahrheit kennt und der öffentliche Raum als Grundlage jeder Demokratie zerstört ist. So untergräbt eine gigantische Big-Data-Illusion unsere Werte. Es wird Zeit, dass diese Blase endlich platzt, wir die Big-Data-Illusion und ihre Artefakte hinterfragen und endlich wieder Realismus einzug hält.

Sarah Spiekermann leitet das Institut für BWL und Wirtschaftsinformatik an der Wirtschaftsuniversität Wien. Von ihr erschien „Networks of Control“ und „Ethical IT Innovation – A Value-Based System Design Approach“. Sie ist Beirätin des Deutschen Internet-Instituts. Der Text basiert auf der Laudatio, die sie kürzlich bei der Verleihung des Big Brother Awards hielt.



Auf die richtige Pose kommt es an: Maddie (Inbar Lavi) beim Schauspielern

Foto Vox

Heiratsschwindel für Fortgeschrittene

In der Serie „Imposters“ macht eine Frau allen anderen was vor, nicht nur Männern

Für Ezra Bloom (Rob Heaps) ist Ava (Inbar Lavi) die Erfüllung aller seiner Träume. Ein Riesenunfall hat sie ganz romantisch zusammengeführt – er, Bücher lesend im französischen Restaurant, wo er einsam seiner Sehnsucht nach Paris nachhing; sie, seine Kellnerin mit dem weichen Akzent, der das Französische der Belgierinnen so sexy macht, etwas schüchtern, aber auf eine süße Art, um sein Wohl zu besorgen. Haare à la Parisienne, ein dunkler, geheimnisvoller Pony. Eine wunderbare Hochzeitfeier, Masel tov.

Auch nach dem Hochzeitstagsgeschenk Nummer 28 kann Ezra, der einem prosaischen Job als Personalmanager in der elterlichen Schuhfirma „Brooks Boots & Heels“ nachgeht, sein Glück kaum fassen. Ava ist bildschön, verführerisch, klug, sensibel, erotisch – und eines Tages verschwunden. Mit „achthundertfünfzigtausend Tacken“, einer neuen Hypothek auf das abbezahlte Haus, diversen Kleinbeträgen und „78 Dollar Bar-Mizwa-Anleihen“ für die jüngeren Familienmitglieder. Zum Hochzeitjubiläum sind Ezras Kreditkarten gesperrt, alle Konten leergeräumt. Nicht einmal den King-Charles-Spaniel, den er ihr zum Jubeltag aus dem Hundeshop mitbringen wollte, kann er auslösen. Ezra ist pleite, und zu allem Überfluss hat ihm Ava eine Videobotschaft mit deutlichen Enthüllungen und Warnungen hinterlassen. Ava – oder vielleicht Alice. Das behauptet jedenfalls Richard Evans (Parker Young), gesundheitsbessener Quar-

terback und das Model-Gesicht eines Autohauses, in dem er Alice, die so schön viele Fremdwörter wusste, kennengelernt hat, als sie unerwartet zum Probefahren vorbeikam. Auch Richard wurde abgezockt, will aber nicht sein Leben beenden wie Ezra, sondern lieber Ava-Alice suchen. Oder Cece, so hieß sie jedenfalls als Angetraute der Künstlerin Jules Langmore (Marianne Rendón).

Die Frau, die in Wirklichkeit als Maddie Jonson im Flughafen schon Augen auf das nächste Opfer geworfen hat, ist ein Chameleon – für jeden und jede etwas anderes, Bezauberndes. Nicht wenige der Geschädigten würden immer noch alles für sie tun – wenn sie sie denn fänden.

„Imposters“, also „Betrüger“ in der Mehrzahl, heißt die Serie, die im Original seit 2017 beim amerikanischen Kabelsender Bravo läuft. Erdacht und geschrieben wurde sie von Adam Brooks („Bridget Jones – Am Rande des Wahnsinns“), der auch Regie führt, und von Paul Adelstein, der als Secret-Service-Agent Paul Kellerman in „Prison Break“ zu sehen ist. In einer beeindruckenden Nebenrolle spielt Uma Thurman die gefährliche Handlangerin des geheimnisvollen unbekanntem Strippenziehers „The Doctor“, der Maddie Jonson zusammen mit Sally (Katherine LaNasa) und Max (Brian Benben) im Team auf Heiratsschwindel-Missionen schickt. Sally und Max dienen der Abrundung von Maddies erfundenen Biographien. Mal sind sie familiärer Hinter-

grund, mal gute Freunde, mal Kollegen. Das funktioniert so lange, bis Maddie auf ihrer neuen Tour in Seattle den Freigeist Patrick (Stephen Bishop) kennenlernt. Gleich bei ihrer ersten Zufallsbegegnung im Café „Steam“ reden sie darüber, dass einen Rechtschaffenheit im Leben unmöglich weiterbringen kann.

Eine Lektion, die Ezra, Richard und Jules, die auf absurde Weise zusammenfinden, auch bald lernen. Um Ava-Alice-Cece auf die Spur zu kommen, recherchieren sie im Spion-Shop und bedienen sich mangels Barmittelausstattung dann selbst als Trickbetrüger verschiedener Identitäten. Je näher sie Maddie kommen, umso mehr Spaß macht ihnen selbst der Betrug. „Imposters“ zeigt, ohne den Boden der Doppelmoral allzu schmierseifen-schlüpfrig werden zu lassen, teils witzig, teils etwas tiefgründiger, mit spitzen Dialogen und vergnüglicher Lust am Spiel mit Schein und Sein nicht nur klassisches Heiratsschwindel-Theater. Wer durchweg nach Authentizität und Aufrichtigkeit strebt, verpasst das angenehme Gift der Lüge und das Abenteuer des Rollenwechsels. Eine düstere Seite hat das auch, echte moralische Fragwürdigkeit ist aber nicht die Sache der Serie, die Vox in Doppelpfögen zeigt. Wer ein aufregendes Leben sucht, muss mit Konsequenzen rechnen, begreift Ezra. Sonst bleibe er besser in Daddys Schuhunternehmen bis zum frühen Herzinfarkt. HEIKE HUPERTZ

Imposters beginnt heute um 20.15 Uhr bei Vox.

Das wird sein letzter Film

„Kodachrome“ erzählt von den Farben, die das digitale Zeitalter nicht mehr kennt

Es war im Jahr 2009, als Kodak verkündete, dass es nach mehr als siebzig Jahren den Diafilm Kodachrome nicht mehr produzieren würde. Die letzte Rolle, die in der Fabrik in Rochester vom Band lief, erhielt der berühmte Fotograf Steve McCurry, der vor allem für seine Aufnahmen für „National Geographic“ bekannt ist. Ein Jahr später wurde die letzte Rolle bei Dwayne's Photo in Kansas entwickelt. Es kam in den letzten Tagen zu ziemlichem Volksaufläufen vor diesem Laden.

Kodachrome verlangte, anders als andere Farbfilme, eine besondere Entwicklungsprozedur. Es war ja auch nicht irgendein Film, seine lebendigen Farben wurden sogar von Paul Simon besungen: „Kodachrome / They give us those nice bright colors / They give us the greens of summers“. Es ging also nicht nur um das Ende irgendeines Produkts, es ging um einen kulturhistorischen Einschnitt, über den weltweit berichtet wurde. Und diese Schlagzeile fiel den Produzenten Shawn Levy und Dan Levine in die Hände, die sie wiederum an den Drehbuchschreiber Jonathan Tropper weitergaben, ob ihm dazu etwas einfiele. Tropper brauchte zwei Tage.

Nach Kodachrome, dem Film, nun also „Kodachrome“ – der Film. Ed Harris spielt darin den Fotografen Benjamin Ryder, der grob an Steve McCurry angelehnt ist: Afrika, Afghanistan, überall war er schon, viele Kriege hat er begleitet. Er versucht nun seinen Sohn Matt (Jason Sudeikis), den Manager eines Plattenlabels, der seine erfolgreichsten Zeiten auch schon hinter sich hat, dazu zu

bringen, mit ihm und seiner Krankenpflegerin Zoe (Elizabeth Olsen) nach Kansas zu fahren. Er will dort vier lange liegengeliebene Rollen Kodachrome entwickeln lassen. Leider drängt die Zeit: Noch eine Woche, dann wird die Entwicklungsmaschine für immer angehalten. Benjamin Ryder ist zudem todkrank, was der Sache eine existentielle Dimension gibt.

Von hier aus entwickelt sich nun ein Road Movie der allerklassischsten Art. Vater und Sohn, beide ziemlich ekelhaft zueinander, müssen sich zusammenraufen. Pflegerin Zoe und Matt finden sich durchaus anziehend. Man fährt, man macht sich Vorwürfe, besucht Matts On-



Vater und Sohn begeben sich auf die Reise: Ed Harris und Jason Sudeikis spielen in „Kodachrome“ Szenen einer Wiederannäherung.

Foto Netflix

kel, bei dem er aufwuchs, als der Vater in aller Welt unterwegs und die Mutter gestorben war. Dinge werden ans Licht gerückt, lang Verschwiegene ausgesprochen. Und nebenbei bemüht sich Matt, seinen Job zu retten, indem er eine Band für sein Label zu gewinnen sucht. Das ist erst einmal eine fürchterlich konventionelle Schmonzette. Weshalb man „Kodachrome“ dennoch gerne anschaut, das liegt zum einen am ziemlich gut geschriebenen Drehbuch mit niemals ins peinliche abgleitenden Dialogen. Und zum anderen an den hervorragenden Schauspielern. Jason Sudeikis, bei „Saturday Night Live“ groß geworden und bisher eher im Komödienfach zu Hause, gibt ziemlich überzeugend den Mittvierziger, der bis dahin noch nicht allzu viel erreicht hat und eine Menge Groll mit sich herumträgt. Ed Harris spielt den Vater, der möglichst würdevoll noch ein paar letzte Dinge regeln will, bevor der Krebs ihn endgültig umhaut. Elizabeth Olsen steht zwischen beiden, hat für eine Pufferzone aber doch recht klare Ansichten.

Am Ende werden die vier Filmrollen entwickelt, Matt steckt die Dias in den runden Halter eines Kodak Carousel, noch so eine Legende der Technikgeschichte, und lässt sie durchlaufen. Da ist es wieder, das echte Analoggefühl, das etwas anderes ist als der Elektrostaub, der „electronic dust“, mit dem Vater Benjamin sich nie anfreunden konnte. Umso ironischer ist die Volte, dass dieser Film eben nicht auf der großen Kinoleinwand läuft, sondern an den Streaminganbieter Netflix verkauft wurde, wo er momentan zu sehen ist. ANDREA DIENER

Kodachrome ist bei Netflix verfügbar.

Auferstehung in Mainz

ZDF-Satire darf Osterhasen ans Kreuz nageln

Über das Niveau öffentlich-rechtlicher Unterhaltung lässt sich trefflich streiten – aber nicht immer vor Gericht. Über die Nummer mit dem Osterhasen zum Beispiel, welche die von Oliver Welke geleitete „heute show“ des ZDF sich am 6. April leistete, um die Frage zu beleuchten, ob besagter Osterhase etwas mit dem christlichen Glauben zu tun habe beziehungsweise ob die Aufregung um den Begriff „Traditions-hase“ gerechtfertigt sei. Um selbiges zu bebildern beziehungsweise um diejenigen durch den Kakao zu ziehen, die den Hasen mit dem Christentum, Ostern und der Auferstehung Christi in Verbindung bringen, setzte die „heute show“ einen großen Plüschhasen ins letzte Abendmahl und hängte ihn ans Kreuz.

Gegen diese Witznummer reichten mehrere Zuschauer Strafanzeige gegen Oliver Welke bei der Staatsanwaltschaft Mainz ein. Diese teilte nun mit, dass sie kein Ermittlungsverfahren einleite. Der Straftatbestand der „Beschimpfung von Bekenntnissen, Religionsgesellschaften und Weltanschauungsvereinigungen“ nach Paragraph 166 Strafgesetzbuch sei nicht erfüllt. „Der Beitrag“, so die Leitende Oberstaatsanwältin Andrea Keller, verfolge „nicht die Absicht, die Inhalte eines religiösen Bekenntnisses zu beschimpfen oder verächtlich zu machen“. Es sollte vielmehr „bei Zugrundelegung des Kontextes – in gewiss pointierter und überspitzter Weise – verdeutlicht werden, dass die Kunstfigur des ‚Osterhasen‘ gerade nicht zu den Glaubensinhalten des Christentums gehören dürfte; hierdurch soll gleichzeitig die Einschätzung, mit der Bezeichnung als ‚Traditions-hase‘ sei eine ‚Unterwerfung unter die politische Korrektheit und den Islam‘ verbunden, ad absurdum geführt werden“. Es sei „nicht feststellbar, dass der in Rede stehende Beitrag – mag er auch manchen als geschmacklos erscheinen oder gläubige Christen empören – dergestalt beschimpfenden Charakter im strafrechtlichen Sinne hätte, dass er Glaubensinhalte verächtlich machen würde und deshalb geeignet wäre, den öffentlichen Frieden zu stören“. miha.

ANZEIGE

MORGEN IM REISEBLATT

Trüffel

Aus dem Boden auf den Tisch: Schlemmen in Navarra

Riesling

Weinprobe am Himmel: Ein Flug in der Polarix Class

Scholle

Zu Gast bei den Inuit: Begegnungen in Ostgrönland

Tomate

Über den Dächern von Paris: Gemüsegeräten in der Großstadt

Kostenloses Probeabo
0180 2 52 52* www.faz.net/probeabo
* 6 Cent pro Anruf aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunkhöchstpreis 42 Cent pro Minute.



Nur noch Aufklärung

Stiftung wehrt sich gegen Facebook

Am Dienstagmittag postete die Bundesregierung auf ihrer Facebook-Seite ein Share-Pic mit der Aufforderung, doch bitte an der Maserimpfung teilzunehmen. Das Bundeskriminalamt verbreitete am Montag eine Fahndungsmeldung über einen unter Mordverdacht stehenden Pfleger. Kaum ein Ministerium, kaum eine Regierungsorganisation haben sich vom Datenmissbrauchskandal des sozialen Netzwerks, der Weitergabe von Millionen Nutzerdaten an „Cambridge Analytica“, nachhaltig beeinflussen lassen. Alle sind überzeugt davon, dass sie ihre Botschaften ohne Facebook nicht verbreiten können. Anders ist das in Baden-Württemberg: Die gleichnamige Landesstiftung nahm den Skandal zum Anlass, ihre Facebook-Seite mit immerhin 5000 Abonnenten nur noch zur Aufklärung über Datenschutz, Datenmissbrauch und die Wahrung der Privatsphäre zu nutzen. Ihren Instagram-Account nutzt sie zurzeit gar nicht mehr. „Wir wollen damit zeigen, dass man etwas tun kann. Bis Facebook seinen Verpflichtungen zu Datensicherheit nachkommt und die neuen europäischen Datenschutz-Richtlinien umsetzt, werden wir auf unsere reguläre Kommunikation in Facebook verzichten“, sagt Stiftungschef Christoph Dahl. Die Stiftung hat einen Blogger, Fachjournalisten wie Ranga Yogeshwar oder den früheren Datenschutzbeauftragten Peter Schaar zu Wort kommen. Damit niemand sich nur auf Facebook informieren kann, gibt es zusätzlich die Internetseite „besserdatenschutz.net“. rso.