

Post Privacy: DBT-Experten diskutieren über Datenschutz



© Horizont

Über die Auswirkungen moderner Technologien auf die Gesellschaft, sowie die Bedeutung von DSGVO und ePrivacy-Verordnung diskutieren Experten auf der Veranstaltungsreihe Digital Business Trends am 24. Mai im Haus der Musik.

Handyspiele werten unser Stresslevel aus, Kinder unterhalten sich mit Siri und Co., Gesichtserkennung sorgt für Personalisierung und immer öfter bekommen wir tatsächlich auf unsere Bedürfnisse abgestimmte Angebote, ohne erkennbaren Grund. In der westlichen Welt mit strengem Datenschutz kann das sehr praktisch sein, aber wie sieht es in anderen Ländern aus (z.B. in China)? Wird man sich der Entwicklung noch entziehen können oder überhaupt wollen? Worauf müssen Unternehmen achten? Wie stark wirkt sich die Datenschutz-Grundverordnung aus? Welche Änderungen stehen dem Marketing bevor – Stichwort E-Privacy?

Nach einer Keynote von Sarah Spiekermann (WU Wien) diskutierten mit der Expertin am 24. Mai im Haus der Musik in Wien Marlene Auer (Manstein), Peter Gönitzer (Wien Energie), Sascha Jung (Jank Weiler Operenyi Rechtsanwälte | Deloitte Österreich), Peter Purgathofer (TU Wien) und Christoph Truppe (Mindshare Austria).

Zeit zum Umdenken?

Es ist ein Vorurteil in den modernen Eliten, dass neu immer gut ist, sagt Spiekermann in ihrem Vortrag: Irgendwann ist aber die Grenze überschritten, und es wird zu viel. Big Data heißt, dass Second Hand Daten von den Maschinen ausgewertet werden - diese sind teilweise falsch, selektiv und nicht vollständig.

Daher versuchen IT-Konzerne, uns mit mehr Tech einzudecken, führt die Expertin aus: Während wir mit den Gadgets spielen, entstehen draußen Datensammlungen von Unternehmen wie Acxiom und Oracle über uns. Viele Unternehmen versprechen sich etwas davon, es wird mehr in Werbung investiert – aber 95 Prozent der Werbung kommt zum falschen Zeitpunkt an. Trotzdem werden mit solchen Daten Bonitäts-Scores berechnet und Polizeieinsätze geplant. "Es wird Zeit, dass diese Blase endlich platzt und wir zurück kommen zu einem neuen Realismus", sagt Spiekermann.

Saubere Daten

In der anschließenden Diskussion verwies Gönitzer darauf, dass die Energiewende ohne den Einsatz von Daten nicht zu bewerkstelligen sei - Stichwort: Smart Meter. Auch bei Wien Energie habe die DSGVO die Awareness für das Thema Datenschutz gesteigert, betont er. Ähnlich sieht das Truppe: "Durch die DSGVO steigt die Datenqualität auf Consent-Basis", sagt der Mindshare-Experte.

Bezüglich der Kritik an Tracking und personalisierter Werbung betont Auer, dass Inhaltsangebote im Internet eine Finanzierung brauchen. "In den letzten Jahren ist eine Gratskultur gewachsen, aber journalistische Arbeit muss bezahlt werden", sagt sie: Datenschutz müsse ernst genommen werden - zugleich sei aber auch das Verständnis der Endkonsumenten für personalisierte Werbung nötig.

Jung wiederum betont, dass mit dem 25.5. das Thema Datenschutz längst nicht abgeschlossen ist. "Weitere Verordnungen sind in der Pipeline," sagt er, zum Beispiel „Free Flow of Data“, mit dem – nicht personenbezogene – Daten in der EU sich frei bewegen können: "Also quasi das Gegenstück zur DSGVO."

Positive Seiten des Tracking

Zudem kann Tracking für gute Zwecke verwendet werden, wie die Experten betonen: Spiekermann betont Möglichkeiten im Einsatz von E-Learning; Auer verweist darauf, dass das auf die Nutzerpräferenzen des Users abgestimmte Auspielen von Inhalten dem User auch Vorteile bringt. Dafür brauche es aber die Freiheit, Daten verwenden zu dürfen - was künftig durch die ePrivacy-Verordnung unterbunden werden könnte.