

DataPolitics – Rückblick auf den Medientag 2021 der Universität Innsbruck

Der sich rundende Medientag der Universität Innsbruck konnte knapp vor dem vierten Lockdown am 18.11.2021 als Präsenzveranstaltung in der Aula durchgeführt werden. Bei diesem zehnjährigen Jubiläum der Veranstaltungspartnerschaft mit der Moser Holding AG und der Austria Presse Agentur (APA) standen sowohl der Umgang mit Daten im digitalen Zeitalter und entsprechende Chancen, Risiken und Fragen der Regulierung im Vordergrund, als auch das Thema der digitalen Transformation und die damit einhergehenden Herausforderungen.

Jene Herausforderungen wurden gleich zu Beginn von Rektor Tilmann Märk thematisiert, welcher in seiner Eröffnungsrede besonders auf die sozialen, ethischen und rechtlichen Aspekte der digitalen Transformation verwies. Er begrüßte die Bearbeitung der Domäne an der Universität, welche nicht nur als Einrichtung der Forschung, sondern auch der Kultur ihrer Aufgabe der Bildung nachkommen müsse. Er appellierte an eine ganzheitliche Herangehensweise und bedankte sich bei den Vorreiter*innen des interfakultären Forums [Innsbruck Media Studies](#) für ihr Engagement.

Als Sprecher des Medienforums dankte Theo Hug allen Mitwirkenden und insbesondere den Veranstaltungspartner*innen für die langjährige Kooperation. Der Professor führte fort, dass die Tagungsthematik durch Ambivalenzen und Paradoxien geprägt sei, und regte zur Lektüre der Beiträge im Buch [DataPolitics: Zum Umgang mit Daten im digitalen Zeitalter](#) an. Er schloss seinen Beitrag mit Verweis auf die Regulierungsnotwendigkeit von Datenflüssen auf nationalen und internationalen Ebenen ab.

Als Vertreter der Tageszeitung und CEO der Moser Holding AG beschrieb Hermann Petz treffend, dass Daten „inzwischen untrennbar mit unserem Leben verbunden sind“. Dabei erinnerte er an die Gefahr der totalen Überwachungsmöglichkeit durch autokratische Systeme sowie an den möglichen und dokumentierten Datenmissbrauch. Zudem beschrieb er Daten jedoch als das „Gold des 21. Jahrhunderts“, wie auch Clemens Pig (CEO APA) Daten als das „neue Öl“ bezeichnete, welches wir zu unbedacht gebrauchen. Im Zuge dessen thematisierte Pig das prekäre neue Preismodell („Daten, Tracking, Targeting“) entlang der Bruchlinien von liberal-marktorientierten und totalitär-marktorientierten Gesellschaften. Abschließend verwies er auf die Möglichkeit eines Mittelwegs und appellierte an die Generierung von transparenten und „sauberen Daten“.

Im ersten Impulsvortrag *Public Area der Zukunft: neue Kommunikation für das digitale Zeitalter* veranschaulichte Stefan Wacker (Managing Director von Wack.IT) wie unbedacht, rückständig und dennoch notwendig die Rahmenbedingungen im Digitalen gedacht und praktiziert sind. Die Herausforderungen für Individuen in digitalen Räumen seien enorm. Darauf folge der Ausweg: „Man vertraut dem System“ wie Wacker erklärte, welches sich marktlogisch konstituiert. Die Politik, die es regulieren sollte, reagiere wie „Tanker“ auf einer „großen Party“, die „den digitalen Entwicklungen nur träge nachkommen“ würden. Das Verstehen müsse aber der Kritik vorausgehen, nur so könne Kampagnenfähigkeit hergestellt und auf die schnelle Entwicklung im Digitalen adäquat reagiert werden. Um dies zu schaffen, erarbeitete Wacker drei Arbeitssphären, die von allen, die im Digitalen arbeiten, berücksichtigt werden müssten: Erstens brauche man ein System für Werte und Ethik, zweitens müssten die Akteure in dem, was sie gebrauchen, geschult werden, mit dem Gedanken „verstehe ich, bin ich geschützt“, und drittens müssten klare Regeln und Gesetze geschaffen werden, damit wir nicht im bestehenden „wildem Westen“ versanden.

Darauffolgend referierte die Journalistin Ingrid Brodnig zum Thema *Wie mit Daten Politik gemacht wird ODER Über den Einfluss von Facebook und Google auf die politische Debatte*. Dabei belichtete sie, wie Interessent*innen des politischen Kampfs von Social Media Plattformen Gebrauch machen.

Zum Beispiel spiele die Rangordnung der Beiträge im News-Feed eine nicht unbedeutende Rolle, wie potenzielle Wähler*innen geleitet werden. Doch sei auch die Suche auf Google nicht unpolitisch, da durch Systemstrategien auch unprofessionelle Seiten, z.B. durch das Verlinken, sich wichtig machen können. Brodnig stellte u.a. die Frage, „welche Rolle [...] Google im Wahlkampf [hat und] wie Parteien soziale Kanäle [nützen können]?“ Die Journalistin konnte aufweisen und kritisiert dabei scharf, dass emotionale sowie populistische Beiträge von Algorithmen befördert würden. Auch Parteien hätten das Nutzungspotential von Daten erkannt und beteiligen sich aktiv im Ringen um Präsenz im Digitalen, wie auch im Generieren eigener Daten und deren Verwertung z.B. in Form von Targetting. Sie erkennt dies als Missbrauchspotential und nennt aktuelle Beispiele von Wahlmanipulationsmöglichkeiten. Anschließend erinnert sie daran, dass Fehler im Austausch und Gebrauch von Daten zu immer gravierenderen Gefahren werden. Sie verweist auf die Beispiele verloren gegangener Daten oder rassistischer Algorithmen, welche durch die Plattform-Betreiber*innen nicht gewollt sind, als Folgefehler jedoch immer wieder „passieren“. Dabei ergänzt die Referentin, dass eine darauffolgende Entschuldigung von Seiten des Fehlermachers, eine zu glimpfliche Reaktion sei. Es bräuhete Sanktionierungsmöglichkeiten, um Anreize zu schaffen, solche Fehler im Vorhinein zu unterbinden. Dürfen sie passieren, werden sie passieren.

Passend zu den ersten Beiträgen folgt ein weiterer zur *Demokratisierung der digitalen Kontrolle: Warum die Politik es allein nicht schaffen wird* vom Medienwissenschaftler Oliver Leistert. Nachdem er kurz auf die Geschichte des Internets und den rasanten Nutzer*innenanstieg von 1,6 Mil. im Jahr 2005 zu 53 Mil. im Jahr 2019 beschrieb, verdeutlichte er hintergründige Geschehnisse der Tech-Giganten. Dabei nahm er sowohl auf Facebook als auch auf Google Bezug, welche beide durch die Entwicklung des mobilen Internets und des Smartphones profitierten. In Kombination sei der allgegenwärtige Medienträger der moderne Katalysator der Datenextraktion. Leistert beschreibt mit „Datenextraktivismus“ eine Form der Ausbeutung von Rohstoffen als Daten. Er erinnert daran, dass auch Daten materiell sind, sie gespeichert werden, also einen Träger haben und darauffolgend durch die Besitzer*innen wie Google oder Facebook verwertet werden. Der/die Konsument*in bzw. der/die Produzent*in der Daten werden in die Fragestellung bzw. im Tauschgeschäft, das man, um am alltäglichen Leben teilnehmen zu können, eingehen muss, nur pro forma im Akzeptieren der Nutzungsbedingungen miteinbezogen. Im Bewusstsein darüber, dass diese erstens für Individuen undurchdringbar sind und zweitens, sie dermaßen oft aktualisiert werden, dass man ihnen gegenüber nie up to date sein könnte. Die Generierung von Verhaltensinformationen von Datenextraktion hin zu Nutzer*innen-Wissen, welches über uns erzeugt und z.B. durch benutzerdefinierte Werbeanzeigen verwertet werden, sind ein Teil des Preises, den wir für die „umsonst Apps“ bezahlen. Der Medienwissenschaftler fasste zusammen: „Ist man auf Facebook, ist man wie ein offenes Buch“. Doch sei dies nur der Gipfel des Eisbergs. Viele Player des Datenhandelns sind omnipräsent im Kampf um Anteile von Macht und Einfluss auf dem Markt. Big Player wie Experian, Equifax, TransUnion oder Acxiom verorten sich im Finanz- und Kreditbereich und haben sich, wie so viele, auf das Sammeln von Daten und deren Kategorisierung und Verwertung spezialisiert. Wir, als die Produzent*innen der Daten, sind demzufolge in einem zyklischen Prozess von Produktion und Konsumation von dem, was auf uns persönlich zugeschnitten wird. Doch mündet dies nicht nur in unterschiedlichen Suchergebnissen, es werden auch gezielt Ängste, Wünsche und Bedürfnisse erschaffen. Demnach erzeugt der Datenhandel nicht nur Geld, sondern verschafft sich Macht über Subjekte und Kollektive. Leistert schlussfolgert – wie Brodnig und Wacker –, dass das politische Reagieren mehr rechtliche Regulierungen schaffen müsse. Doch wie es der Experte treffend beschrieb, „wo kein Kläger, da kein Richter“, ergo bedürfe es noch mehr politischen Druck durch das Bürgertum und folglich muss mehr Awareness generiert werden. Es muss wieder im Interesse des Staates sein, seine Bürger*innen zu schützen und nicht unethischen Gebrauch von

seinen Daten zuzulassen. Um dann auch wirkmächtig agieren zu können, müssten Verstöße oder prekäre Inhalte nicht nur aufgezeigt bzw. gelöscht, sondern auch verfolgt werden.

Abschließend leitete die Moderatorin Martina Bachor die Podiumsdiskussion mit der Frage ein, wie viel Freiheit bzw. Zwang das Internet von heute bedürfe. Unterschiedlich wurde Bezug auf das Spannungsfeld genommen: Wacker appellierte an die Bildung, es bedürfe mehr Knowhow und Kompetenzen, um das Digitale möglichst mündig zu gebrauchen. Brodnig verwies auf die Prüfverfahren und Prüfstellen bei Plattformen, welche entscheiden, ob Nutzer*innen oder Content gesperrt, gelöscht, oder eben zugelassen werden. Jene Instanzen gehörten nicht nur ausgebaut, sondern müssten einfacher erreichbar und transparenter sein. Mit Verweis auf den hohen Energieverbrauch von Datenerzeugung und -speicherung, schlägt Leistert Datensparsamkeit als Verhaltensmuster vor. Also einen Lifestyle, der möglichst wenig Daten über sich generieren lässt.

Auf die Frage, ob AGB's die nötigen Sicherheiten für Konsument*innen bei nicht nachvollziehbaren Algorithmen von Social Media Plattformen schaffen, antworteten die Vortragenden ebenfalls unterschiedlich: Wacker spricht sich nicht nur für die Transparenz der Algorithmen aus, sondern auch für Regeln von deren Programmierung. Mit „Algorithmen sind geistiges Eigentum“ kritisiert Leistert das Spannungsfeld der Transparenzmöglichkeit treffend. Brodnig ergänzt, dass Algorithmen Geschäftsgeheimnisse seien, die open-source Lösung eine „über-Transparentierung“ sei und es andere Möglichkeiten gäbe, Algorithmen zu durchleuchten. Sie nennt den Black-Box-Test als Lösung für beide Parteien, also das Testen eines Algorithmus durch Forscher*innen, welche das Outcome bewerten, nicht den Code als solchen.

Die Moderatorin hakt mit der Frage nach, ob Fehler in Algorithmen nicht konstitutiv seien, also mit der Frage, ob Fehler nicht dazu gehörten? Wacker beantwortet die Frage ausweichend damit, dass erst mal Werte geschaffen werden müssten, hätten wir diese, würden sie auf die Algorithmenprogrammierung wirken und diese anschließend testbarer und bewertbarer machen. Wacker holt hier die Medienhäuser mit in die Verantwortung, sie hätten die Aufgabe Werte zu schaffen und diese auch einzufordern.

Weiters wurde auch auf Positives im Digitalen Bezug genommen. So lobte Brodnig anständige Unternehmen und verwies auf die vom Smartphone geschaffenen Möglichkeiten, wie Verkehrsstau live beobachten zu können. Wacker wies auf soziale Bewegungen hin, die ohne Social Media Plattformen, nie so schnell so groß hätten werden können, wie es z.B. Fridays for Future gelang.

Abschließend wurde noch die Möglichkeit des Wandels vom vorherrschenden digitalen Kapitalismus, hin zu einem digitalen Humanismus angeschnitten. Um diesen zu ermöglichen, bräuchte es viele richtungsleitende Schritte, hin zu Regulation, Aufklärung und Bildung. Konkreten Konsens fand man darin, dass auf das Bewusstsein der Notwendigkeit einer sauberen Umwelt, nun auch das Bewusstsein für saubere Daten folgen und generiert werden muss.