



Bild: fotolia_garrifrotto

Big Data und die Datenströme

„Wir versuchen unsere eigene Unzulänglichkeit oder Unwissenheit durch Technik zu kompensieren“

Die Welt der Digitalisierung, der Cloud-Lösungen und von Big Data verspricht viel und hält Unternehmen und Menschen permanent in Atem. Denn die Verlockungen der Digitalindustrie nach mehr Rationalisierung und Flexibilität, nach mehr Freiheit und Individualisierung sind groß. Andererseits wachsen die Risiken, dass Maschinen, Algorithmen und Geoinformationen unser Leben zunehmend durchdringen und bestimmen. gis.Business sprach mit Alexander Glöckner, Experte für Qualitäts- und Risikomanagement, über seine Einschätzungen des aktuellen und kommenden digitalen Weges.

Autor: Andreas Eicher

Der neue GNSS Handheld

Herr Glöckner, wann haben Sie zuletzt einen Cloud-Service genutzt?

Heute. Wir benutzen Cloud-Services. Wir nennen das ein digitales Office. Wir betreiben keine eigenen Server, sondern lassen unsere Server bei einem Provider in einem Hochsicherheitsrechenzentrum in Deutschland hosten. Diese sind nach ISO 27001 zertifiziert, fußen auf dem BSI-Grundschutz und wir haben einen Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung mit dem Provider. Über diesen betreiben wir auch eine eigene Firmenwolke, sprich Cloud.

Hatten Sie dabei ein gutes Gefühl, gerade vor dem Hintergrund verstärkter Hackerangriffe auf Cloud-Service-Dienste?

Ja, ich habe dabei ein gutes Gefühl. Wir haben die Cloud selbst eingerichtet. Dabei nutzen wir Produkte, die nicht zum Portfolio der „Big Player“ im Digitalisierungsumfeld gehören.

Hierbei schauen wir auch darauf, dass es uns gelingt, deutsche oder europäische Produkte zu nutzen. Das hat nichts mit Lokalpatriotismus zu tun, sondern vielmehr mit der deutschen Gerichtsbarkeit. Denn versuchen sie mal, eine Mängelrüge gegenüber einem US-amerikanischen Unternehmen durchzuziehen.

Bleiben wir noch einen Moment bei Cloud-Services. Ist es nicht erstaunlich, dass gerade im beruflichen Umfeld diese Dienste genutzt werden, obwohl die Gefahr des Datendiebstahls besteht?

Das empfinde ich überhaupt nicht erstaunlich. Bei vielen Unternehmen entscheiden die betriebswirtschaftlichen Kennzahlen. Da stehen Wachstum und Kostenreduktion beziehungsweise Kostenersparnis im Fokus. Auf gut Deutsch heißt das, immer mehr für immer weniger. Da trifft das bekannte Sprichwort „Geiz ist geil“ trefflich zu. Im Umkehrschluss heißt das auch, dass wir heute viele Produkte und Leistungen überhaupt nicht mehr wertschätzen können. Das ist bei IT-Services genauso. Im Übrigen tut Datendiebstahl doch nicht weh. Das heißt, wenn ein Mitarbeiter verunglückt, ist das Geschrei groß. Aber beim Thema Datenschutz und Datensicherheit ist

vieles doch vordergründig nicht so schlimm. Diese Einstellung wird sich erst ändern, wenn Datendiebstahl einmal richtig bestraft wird. Ich meine, wie in der Datenschutzgrundverordnung angesagt. Nämlich mit bis zu 20 Millionen Euro oder vier Prozent des globalen Jahresumsatzes und das noch öffentlich publiziert. Dann wird sich das öffentliche Interesse ändern. Doch bis das soweit ist, gilt Datendiebstahl nur als ein Kavaliersdelikt.

Welche Gefahren sehen in puncto personenbezogener Daten und des Datenschutzes, gerade mit Blick auf den Einsatz von Geodaten im Cloud-Umfeld?

Verhaltensprofile von Konsumenten sind für Großunternehmen, die immer mehr Wachstum haben wollen, sehr lukrativ. Ich behaupte: so lukrativ, dass dafür sogar Straftaten begangen werden.

Wenn wir daran denken, dass wir als Endverbraucher immer mehr konsumieren sollen und immer öfter, dann werden unsere Bewegungsprofile und unser Konsumverhalten interessant. Das heißt, wann wir wo sind und was wir dort machen. Beispiel: Wir fahren jeden Morgen mit der Straßenbahn ins Büro und fahren an einem bekannten Möbelimperium vorbei und lesen dabei die Tageszeitung online. Dann werden wir zukünftig Möbelhaus-Werbung im Banner der Zeitung eingeblendet bekommen und zwar just dann, wenn wir am Möbelhaus vorbeikommen. Das ist jetzt aber per se noch nichts Besonderes. Jetzt kombinieren wir noch das Online-Shopping-Verhalten und das Verhalten bei politischen Wahlen mit dem beruflichen Werdegang und den beruflichen Aufstiegschancen. Dann ergeben sich plötzlich Chancen, Produkte und Leistungen an uns zu verkaufen, von denen wir glauben, dass wir sie bräuchten. Und das, weil wir in unserem Meinungsbild so beeinflusst wurden, dass wir sie unbedingt haben wollen, aber eigentlich überhaupt nicht brauchen. Oder warum kaufen wir uns durchschnittlich alle 18 bis 24 Monate ein



Die komplette Neuentwicklung von Leica Geosystems besticht durch innovative Technik und eignet sich für die GIS-Datenerfassung mit hohen Genauigkeitsanforderungen.

Ihre Vorteile:

- Einfache Bedienung (Android-Plattform)
- Großes und extrem robustes Display
- Auswahl an Multimedia-Anwendungen
- Professioneller Service + Support

Leica Geosystems GmbH Vertrieb
Tel. 0 89/14 98 10 0
LGS.Germany@leica-geosystems.com

Leica
Geosystems

Alexander Glöckner

befasst sich intensiv mit der Zusammenführung von Anforderungen aus der Software-Entwicklung, der IT-Sicherheit, der Funktionalen Sicherheit, dem Service Engineering sowie einem kundenorientierten Beziehungsmanagement in ein praktikables System zum Unternehmensmanagement. Mit seiner eigenen Firma „Glöckner & Schuhwerk“ arbeitet er als

Qualitäts- und Risikomanager und berät Unternehmen in der praxisnahen Anwendung risikobasierter und ganzheitlicher Qualitätsmanagement-Ansätze mit dem Ziel, die Produktkonformität (Product Compliance) zu steigern.

Weitere Informationen unter:
www.gloeckner-schuhwerk.de



Bild: Glöckner & Schuhwerk GmbH

Alexander Glöckner

neues Smartphone? Technologisch kann das Gerät viel länger genutzt werden. Hinzu kommt, dass die Cloud-Lösungen auch vom Supermarkt, dem Zahnarzt, der Bank sowie staatlichen Stellen genutzt werden. Das sind alles personenbezogene Daten, die mittels Algorithmen verknüpft und ausgewertet werden. Stellen Sie sich vor, diese Daten werden nicht mehr separat voneinander gehalten, sondern vom Cloud-Anbieter weiterverarbeitet, erlaubt oder illegal. Das bietet neue Absatz- und Umsatzchancen für alle Geschäftsmodelle. Das ist bereits Realität. Wir wollen es nur nicht wahrhaben.

Braucht es hier klare Regelungen in Organisationen und wenn ja, wie könnten diese aussehen?

Es braucht nicht nur klare Regelungen. Denn Regelungen gibt es bereits genug. Es braucht klare, konsequente Kontrollen, ob diese Regelungen eingehalten werden. Ich finde es immer wieder beschämend, wie sich Politiker dafür einsetzen, dass wir neue Gesetze brauchen, anstatt die Gesetze, die wir haben, konsequent anzuwenden.

Warum wurde die Einhaltung des Bundesdatenschutzgesetzes, kurz BDSG, in den letzten Jahrzehnten nicht in dem Maß überwacht und Fehlverhalten sanktioniert? Ich höre von Unternehmensvertretern, die sagen: „Ach komm schon – BDSG, das ist doch ein zahnloser Tiger.

Und wenn etwas droht, dann kostet uns das Ganze nur ein paar Euro Verwarnung.“ Im Grunde ist das ein gesellschaftliches Problem. Das heißt, aufgestellte Regeln müssen eingehalten und die Nichteinhaltung bestraft werden.

Nun ist es ein bestimmter Zeitgeist, Daten und Dienste immer und überall verfügbar zu haben. Das bringt den Anwendern auch Vorteile. Können Sie einige aus Ihrem Tätigkeitsumfeld benennen?

Ich weiß spontan nicht, welche Daten ich immer und sofort brauchen würde. Ich stelle eine Gegenfrage: Brauchen wir alles und immer sofort? Das ist die Frage die sich jeder selbst beantworten muss. Große Institutionen und Konzerne wollen uns einreden, dass wir das brauchen. Der Mensch braucht diese Informationen nicht immer sofort, auch nicht Geodaten. Es besteht aber ein großes Verkaufsinteresse, denn mit diesen Informationen und Daten lässt sich viel Geld verdienen. Mehr als mit Rohöl – und dafür zetteln wir Kriege an.

Die Einrichtung einer Firmenwolke hatte für uns einen wichtigen Aspekt. Nämlich, dass wir auf die Daten und Informationen, die wir in unserer Cloud halten, zugreifen können. Sei es von zu Hause, aus dem Büro oder beim Kunden vor Ort. So werden bei uns beispielsweise diverse Daten in der Cloud abgelegt, die zentral verwaltet werden und somit auf jedem

Firmenhandy nutzbar sind. Oder ein von überall aufrufbares, webbasiertes CRM-Tool, in dem ich kundenrelevante Informationen sofort aktualisieren oder eintragen kann. Schließlich eine zentrale Dateiablage, ähnlich wie Dropbox.

Im Kontext von Big Data wird jede Information gesammelt, gemessen und analysiert. Das heißt noch lange nicht, dass die Ergebnisse auch valide sind, wie beispielsweise der jüngste Fall von vorge-schalteten Propaganda-Videos vor Unternehmenswerbung in Youtube zeigt. Ist das aus Ihrer Sicht ein Einzelfall oder sind Algorithmen und deren automatisierte Interpretationen per se ein Schwachpunkt in diesem Geflecht?

Es sind nicht die Algorithmen. Noch sind es Menschen, also Software-Entwickler, Marketing und Sales Manager oder einfach nur Forscher und Techniker, die wissen wollen, ob es machbar ist, Algorithmen so einzusetzen, um die eigenen Ziele zu erreichen.

Das kritische Szenario, welches ich sehe, sind durch Algorithmen interpretierte Daten, die interpretiert werden, und diese Interpretation wird wiederum interpretiert. Und das ohne Validierung und Verifikation. Das kann zur Folge haben, dass wir ein Ergebnis erhalten, das nicht mehr der Realität entspricht. Wir wollen immer mehr den Maschinen und Algorithmen die Entscheidung über unser Tun und Handeln überlassen. Hier stelle ich die Frage: Für was – und was machen wir mit der zusätzlichen Freizeit? Grundsätzlich müssen wir Antworten auf die Frage finden, wie viel Technik der Mensch braucht.

Ohne Geoinformationen keine Lokalisation, keine Navigation oder Verortung. Entsteht dadurch nicht eine gewisse Abhängigkeit von Technologien? Damit meine ich, dass wir uns einerseits umfassend der Digitalisierung ausliefern und andererseits Soft Skills verlieren, wie beispielsweise Wege ohne digitale Hilfsmittel zu finden (Stichwort Navigation) oder unabhängig von gezielter Werbung vor Ort nach Babywindeln, Duschgels oder Wandregalen zu suchen (Stichwort Location Intelligence).

Wir versuchen unsere eigene Unzulänglichkeit oder Unwissenheit durch Technik zu kompensieren. Oder drastischer gesagt:

Wenn wir selbst nicht die Kompetenz haben, hat unser Smartphone diese. Oder warum finden wir das Navigationsgerät so toll? Straßenkarten lesen können die meisten Menschen heute nicht mehr und wollen es auch nicht mehr lernen. Persönliche Assistenten sagen uns ja, wo es langgeht. Sagt uns dieser Assistent zukünftig auch den richtigen Weg?

Im Grunde läuft die Masse der Menschen den technischen kleinen Helfern hinterher. Und mit Smart-Home-Lösungen wird das noch viel schlimmer. Oder wer versteht denn noch, was sein Handy da macht und wie? Die meisten Kinder und auch Erwachsenen verstehen es nicht mehr – Manipulation leichtgemacht.

Viele Unternehmen sehen die Entwicklung hin zu immer mehr digitaler Abhängigkeit meist gelassen, während nicht wenige Cyberexperten vor den Folgen warnen, unter anderem vor einem „9/11“ im digitalen Umfeld. Ist das ein denkbare Worst-Case-Szenario oder nur Hollywood-Fiktion?

Viele Unternehmer und Geschäftsführer haben derzeit wenig bis überhaupt keine Ahnung, was sie im Rahmen der Digitalisierung machen sollen und was da auf sie zukommt. Sie tun sich schwer damit, was sie mit den neuen Produkten und Leistungen machen könnten. Im Übrigen ist aus meiner Sicht Digitalisierung ein Synonym für Rationalisierung, Hackerangriffe und Sabotage im großen Stil sind durchaus denkbar, was einem „9/11“-Szenario doch recht nahe kommen könnte.

Wenn Sie einen Blick in die Zukunft wagen: Wo wird Ihrer Meinung nach die digitale und Geoinformations-gestützte Welt im Unternehmensumfeld, aber auch im privaten Bereich mittelfristig hinsteuern?

Der Mensch ist ein Herdentier. Er ist nicht für das Alleinsein geschaffen. Der Mensch braucht Kommunikation von Mensch zu Mensch. Oder warum boomen Plattformen zur Interaktion von Facebook über Xing bis zu Twitter und Parship? Wir werden die Zeit erleben, in der wir es genießen, mit Menschen zusammen zu sein, und dafür sogar viel Geld bezahlen.

Möglicherweise wird es nach Jahrzehnten der Abstinenz von Verkaufspersonal wieder ein Einkaufserlebnis geben, in dem

wir unmittelbaren Kontakt mit einem Menschen als Verkaufsberater haben. Aber jetzt gehen wir erst einmal den Weg, dass es im Supermarkt keinen Mitarbeiter mehr im Laden geben wird. Das machen dann Roboter: Die Regale werden durch einen selbstfahrenden Gabelstapler aufgefüllt und an der Kasse legen wir nichts mehr auf das Band. Wir fahren mit dem Wagen durch und es wird automatisch von unserem Bankkonto abgebucht. Geld soll ja abgeschafft werden und die Bankkarte macht schon berührungsloses Bezahlen möglich. In Australien, Korea oder Taiwan geht da schon viel mehr. Dort bezahlt heute schon ihr Einkaufswagen an der Kasse und ihr Smartphone sagt uns, was das Produkt im Regal kostet. Wir Deutschen sind da noch nicht ganz so weit.

Es wird eine Zweiklassengesellschaft geben, auch beim Konsumieren. Also diejenigen, die alles automatisch in den Kühlschrank geliefert bekommen, und die

anderen, die das Einkaufen und die Kaufgespräche mit Menschen zelebrieren.

Herr Glöckner, vielen Dank für das Gespräch!

.....
Das Interview führte Andreas Eicher

www.barthauer.de

BARTHAUER

Software für Infrastruktur-Management und Wasserwirtschaft

Infrastrukturmanagement-, Netzinformationssysteme und Individuallösungen – mit über 25 Jahren Erfahrung bieten wir systemübergreifende Flexibilität und Investitionssicherheit für Ingenieure, kommunale Betriebe, Zweckverbände, Stadtwerke, Industriebetriebe und Flughäfen.



Erfahren Sie mehr auf YouTube!

YouTube 

www.barthauer.de/youtube