Wir sind Zeitzeugen einer Bildung von sagenhaften Monopolen in nahezu allen softwarebasierten Zukunftstechnologien. Egal ob es um Computer- oder Smartphone-Betriebssysteme, Suchmaschinen, Soziale Netzwerke oder sogar ganz generell um Daten, den Zugriff auf Daten und die kommende Entwicklung künstlicher Intelligenz geht – sechs gigantische Konzerne haben die Welt von Big Data fein säuberlich untereinander aufgeteilt: Google, Amazon, Facebook, Microsoft, Apple und IBM. Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts, so will es eine Metapher. Der IT-Vordenker Evgeny Morozov vergleicht die heutige Situation bei Big Data mit fünf, sechs Banken, denen die gesamte Landmasse der Welt gehört und denen wir immer dann eine Gebühr bezahlen müssen, wenn unser Fuß die Erde berührt. Der politischen Linken empfiehlt Morozov daher einen „Datenpopulismus“ und liegt damit goldrichtig. Es ist ohnehin erstaunlich, dass dieses eminent wichtige Thema in der politischen Debatte derart stiefmütterlich behandelt wird. Von **Jens Berger**.

Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.

http://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/170103_Das_Daten_Kartell_NDS.mp3

Podcast: Play in new window | Download

Google – Datenkrake und angehender Werbemonopolist im Netz

Bei den Suchmaschinen hat Google weltweit einen Marktanteil von rund 92%. Und dies mit mal mehr mal weniger Abstrichen weltweit. Lediglich in China, Südkorea und Russland haben mit Baidu, Naver und Yandex lokale Rivalen die Nase vorn. In Deutschland und dem Rest der EU ist Google übrigens nahezu konkurrenzlos. 94% aller Deutschen suchen im Netz mit Google. Und das ist ein richtiges Problem. Was Google nicht oder schlecht listet, existiert im Netz streng genommen nicht. Google ist damit der uneingeschränkte Türsteher zum Internet. Wie der Algorithmus von Google genau funktioniert, ist einzig und allein Sache des Giganten aus Mountain View, Kalifornien, dessen Geschäfte in der Dachgesellschaft Alphabet Inc. gebündelt sind, die einen Börsenwert von 484 Milliarden US$ hat – rund fünfmal so viel wie der Chemieriese Bayer.

Um vor der Allmacht dieses Konzerns zu warnen, ist ein Blick auf die Suchmaschinenfunktion jedoch unter Umständen sogar eine unnötige Verharmlosung. Googles wichtige Aktiva sind nicht die Suchanfragen, sondern die Daten der Suchenden! Über Ihre Suchanfragen, Ihr Surfverhalten und vieles andere mehr – wie zum Beispiel Bild- und Gesichtserkennung über die gelisteten Fotos, Rohdaten aus Google Maps und Street

View, Bewegungsprofile, um nur ein paar Punkte zu nennen – sind Sie für Google ein gläserner Datensatz. Das momentane Geschäftsmodell von Google ist es, nicht nur personalisierte, sondern sogar interessenspezifische Werbung einzublenden. Wer sich im Netz beispielsweise häufig über Norwegen informiert, ist natürlich genau der richtige Werbekunde für Anzeigen für Direktflüge nach Oslo oder Ferienhäuser am Sognefjord. Wie gut diese interessenspezifische Werbung funktioniert, sieht man auf der Suchmaschine von Google, bei der bezahlte Anzeigen recht präzise zu den verwendeten Suchbegriffen eingeblendet werden.

Google ist jedoch viel mehr als eine Suchmaschine. Der Konzern ist auch der weltweit größte Anbieter von Werbeflächen, die auf herkömmlichen Internetseiten angezeigt werden. Rund 70 Milliarden US$ kassierte das Unternehmen im letzten Jahr für seine Werbeflächen und ist damit drauf und dran, auch abseits der reinen Suchmaschinenergebnisse in Richtung Monopol zu steuern.

Und da sind wir dann schnell bei Morozovs „Gebühr dafür, den Fuß auf die Erde setzen zu dürfen“. Es sind ja nicht die Anbieter, die die Werbekosten zahlen, sondern die Kunden der beworbenen Produkte. Bei fast jedem Einkauf zahlen wir daher schon heute unsere „Google-Abgabe“, also den Anteil des Preises, der über die Marketing- und Werbekosten an Google geflossen ist. Und dies ist erst der Anfang. Wer künftig online werben will, der wird dies nicht mehr ohne Googles Datenpool tun können. Wer will schon einem überzeugten Kroatien-Urlauber Werbung für Ferienhäuser am Nordkap zeigen? Der Geist ist aus der Flasche und auch interessenspezifische Werbung ist nur der Anfang.

Facebook – der Netzwerkmonopolist auf dem Weg zur dunklen Seite

Der zweite Gigant im Bunde ist Facebook, der Moloch unter den Sozialen Netzwerken, der durch den Zukauf von WhatsApp auch bei den Messenger-Diensten mit einem Marktanteil von über 80% ein De-Facto-Monopol hat. Auch Facebook verdient sein Geld (rund zwei Milliarden US$ Gewinn pro Jahr) momentan „noch“ mit personalisierter, interessenspezifischer Werbung. Auch bei Facebook sind die Daten jedoch der eigentliche Schatz – und zwar nicht nur ökonomisch, sondern auch politisch. Netzwerke wie Facebook haben zudem ein sehr großes Manipulationspotential. Auch wir von den NachDenkSeiten hatten und haben mit den Algorithmen von Facebook auch immer wieder unsere Probleme – auch wenn wir „noch“ davon ausgehen müssen, dass diese Probleme vor allem schlampig programmierten Algorithmen geschuldet sind, ist dies nur ein Vorgeschmack, was uns schon bald drohen könnte. Vor allem die deutsche Politik ist samt ihrer unsäglichen „Fake-News-Kampagne“ ganz angetan davon, die Sozialen Netzwerke dazu zu bringen, ihre Mitglieder noch stärker zu zensieren.

Schauen wir doch mal in die Kristallglaskugel: Wer entscheidet denn künftig, was echte und was falsche Nachrichten sind? Wer entscheidet, welche Meinungen von der Meinungsfreiheit gedeckt sind und was gegen die „Nutzungsbedingungen" verstößt? Wer löscht „Fake-News" und grenzwertige Meinungsäußerungen auf Facebook? Ein dem Innenministerium unterstelltes „Abwehrzentrum gegen Falschmeldungen" aka „Wahrheitsministerium"? Ich persönlich halte das für eher unwahrscheinlich, da dem Staat selbst hierbei über das Grundgesetz immer noch zu hohe Hürden gesetzt sind. Wahrscheinlicher ist da schon eine verstärkte Zensur durch die Community selbst. Und dass so was generell nicht funktioniert und sich in derlei Strukturen gerne Systeme herausbilden, die mit Meinungspluralität gar nichts zu tun haben, zeigt die Wikipedia mit ihrer „dunklen Seite" ja vortrefflich. Es ist schon erstaunlich. Da sollen juristisch ungeschulte „Moderatoren", egal ob es sich jetzt um die bereits vorhandene Truppe der Bertelsmann-Tochter Arvato oder um künftige „Lösungen" handelt, entscheiden, was unter die grundgesetzlich geschützte Meinungsfreiheit fällt? Ist dies denn nicht eine Aufgabe für Juristen? Warum macht man Facebook nicht die Auflage, ein Prüfungszentrum in Deutschland zu finanzieren, das vom Staat betrieben wird und in dem examinierte Juristen ihren Dienst tun und ihre Entscheidungen transparent den Nutzern offenlegen? Offenbar scheuen die Zensoren aber das Licht und wählen lieber das Dunkel.

Wenn nun aber „die Sozialen Medien", was ja de facto nur Facebook und der Kurznachrichtendienst Twitter sind, ihre Algorithmen nicht nur aus rein technischen und kommerziellen Erwägungen programmieren, sondern freiwillig oder auf Anweisung eines Staates inhaltlich filtern oder gar zensieren, ist dies eine sehr gefährliche Entwicklung. Schon heute informieren sich vor allem in den jüngeren Generationen mehr Menschen über die Sozialen Netzwerke als über das Fernsehen oder gedruckte Zeitungen und Zeitschriften. Alle – natürlich inhaltlich nach wie vor vollkommen richtigen – Beschwerden über die Einseitigkeit der klassischen Medien würden von einer schärferen Filterung oder Zensur der Sozialen Netzwerke mühelos in den Schatten gestellt. Und es reicht bereits, dass diese Gefahr sich in Form eines Unwetters bereits am Horizont abzeichnet. Noch ist es Fünf vor Zwölf, aber die Uhr tickt unerbittlich. Facebook verfügt an den Börsen übrigens über einen Wert von 330 Milliarden US$, rund 100 Milliarden US$ mehr als Nestlé, der mit Abstand größte Lebensmittelkonzern der Welt.

Microsoft, Apple und Google – wer das Betriebssystem stellt, bestimmt die Regeln

Daten sind etwas sehr Abstraktes. Greifbarer wird es für viele nicht so fürchterlich technikaffine Menschen dann, wenn es um die direkte Schnittstelle zu den Daten geht – dem Betriebssystem. Hier erreichen die Windows-Produkte aus dem Hause Microsoft einen Marktanteil von fast 90%. Den Rest teilen sich das ebenfalls nicht unproblematische MacOS

X und die diversen Linux-Distributionen. Anders sieht es in der Wachstumsbranche der Betriebssysteme für Smartphones und Tablets aus. Hier hat wiederum Google mit seinem Produkt „Android“ fast 90% Marktanteil, dahinter kommt Apple mit seinem iOS und dann kommt erst mal gar nichts mehr. Vor allem bei Mobilgeräten kassieren die Hersteller der Betriebssysteme an einer Stelle, die viele Nutzer so gar nicht erwarten. Bei jedem Software- und den meisten Medieneinkäufen kassieren Google und Apple mit. Wer seine Software über den Google-Store und seine Musik und Filme über iTunes kauft, bezahlt automatisch eine 30%-Vermittlerabgabe an Google und Apple. Google und Apple verhindern zudem, dass man Software über andere Vertriebswege einkaufen kann. Auch hier sind wir von Morozovs „Schrittgebühr“ nicht mehr weit entfernt, zumal Microsoft aus Googles und Apples Geschäftsgebaren offenbar lernt, die Verwaltung (inkl. Zwangsupdates) ebenfalls bereits zentralisiert hat und externe Software am liebsten auch nur noch über den eigenen Microsoft Store vertreiben würde. Apple ist an der Börse übrigens 590 Milliarden US$, Microsoft 482 Milliarden US$ wert. Als Vergleich – VW, immerhin zweitgrößter Automobilbauer der Welt bringt es auf 70 Milliarden Euro, die Deutsche Bank gerade eben noch auf 24,2 Milliarden Euro.

Amazon – weit mehr als ein „Buchhändler“

Was glauben Sie, mit was Amazon eigentlich sein Geld verdient? Mit Büchern? Ach was. Als Handelsplattform? Schon eher. Das meiste Geld verdient Amazon jedoch mit seinen „Web Services“, den Online-Diensten, die man wohl am besten mit „Cloud-Computing“ zusammenfassen könnte. Anfangs stellte man bei Amazon schlicht fest, dass man mehr Rechenpower und Speicherplatz vorrätig hat, als man selbst braucht. Heute ist die Vermietung und vor allem der Betrieb dieser neudeutsch als „Cloud“ bezeichneten externen Rechen- und Datenspeicher ein profitables Kerngeschäft von Amazon. Rund um den Globus verteilt arbeiten in hunderten Rechenzentren rund 1,4 Millionen Server (Stand 2014) für Amazon und generierten im letzten Quartal rund 2,4 Milliarden US$ Umsatz bei einem seit Jahren anhaltenden Umsatzwachstum von stabil über 50% pro Jahr. Neben Amazon sind vor allem Microsoft (Azure, Office 365), IBM und Google hier gut und profitabel im Rennen. Die drei Amazon-Konkurrenten können für Ihr „Cloud-Geschäft“ sogar jährliche Zuwachsraten von 93% vermelden. Warum so viele Privatpersonen und noch mehr Unternehmen der „Magie der Cloud“ verfallen, ist dabei nicht wirklich verständlich. Sicher – momentan gibt es die Dienstleistungen oft noch geschenkt und dort wo Geld verlangt wird, sind die Preise meist akzeptabel; vor allem dann, wenn man sie betriebswirtschaftlich mit eigenen Alternativen vergleicht. Doch auf diese Art und Weise werden die Kunden natürlich auch abhängig gemacht. Ist das gesamte Unternehmen erst mal „in die Cloud“ integriert, ist es nämlich sehr aufwändig und vor allem sehr teuer, die Wolke wieder zu verlassen oder zu

einem anderen Anbieter zu wechseln.

Dass die „großen Vier“ im Cloud-Computing rund 60% Marktanteil haben, ist ein Problem. Noch problematischer wird es jedoch, wenn man sich vor Augen hält, wer da unsere Daten speichert. Amazon ist selbst ein ausgewiesener Datenhändler. Microsoft ist Amazon in diesem Punkt dicht auf den Fersen und über Google muss an dieser Stelle wohl kein Wort mehr verloren werden. Das vermeintlich preiswerte Outsourcing in eine Cloud sorgt so indirekt auch dafür, dass die Daten-Mining-Giganten den eigentlichen Kern ihres Geschäftsmodells nicht nur frei Haus bekommen, sondern dafür auch noch ordentlich bezahlt werden. Von wem? Natürlich von uns, dem Endkunden, der letzten Endes die IT-Kosten der Cloud-Kunden über den Preis mitbezahlt. Wie war das noch mal mit Morozovs „Schrittgebühr“? IBM ist übrigens 158 Milliarden US$ wert, Amazon kommt auf 353 Milliarden US$.

Das Ende der Fahnenstange ist noch lange nicht erreicht

Und es wird in Zukunft noch dramatischer, da die Cloud-Giganten bereits an sehr ausgetüftelten Anwendungen zur Künstlichen Intelligenz (z.B. Gesichtserkennung, Mustererkennung) arbeiten und ihr größtes Plus die Datensätze sind, über die sie bereits verfügen. Wenn Künstliche Intelligenz personalisierbar ist und über Ihre Daten Rückschlüsse auf Ihr Verhalten, Ihre Gedanken und künftigen Entscheidungen und Taten möglich sind, erschließt sich für die Konzerne eine ganz neue, so noch nie dagewesene Goldgrube; für Sie selbst könnte dies jedoch die wahrgewordene Hölle sein. Aber auch gänzlich unpathetisch lässt sich feststellen, dass Sie für diese Dienstleistungen direkt oder indirekt zur Kasse gebeten werden.

Die sechs in diesem Artikel genannten Unternehmen kommen auf einen Gesamtwert von 2.400 Milliarden US$. Das ist mehr als doppelt so viel wie die Crème de la Crème der deutschen Wirtschaft, die 30 Dax-Unternehmen, zusammen wert sind. Aber selbst das ist schon fast eine Nebensächlichkeit, wenn man sich die unglaubliche Macht dieser Konzerne vor Augen hält. Jeder Einzelne ist entweder alleine auf seinem Gebiet (Google bei Suchmaschinen und Smartphone-OS, Facebook bei den Sozialen Netzen und den Messengers, Microsoft bei den Desktop-OS und Amazon im Cloud-Computing) oder in Kombination mit einigen wenigen Konkurrenten ein Monopolist. Zusammen bilden diese Konzerne ein Kartell. Ein Datenkartell, das die Macht hat, uns in der Zukunft nach seinem eigenen Geschmack auszuleuchten, auszuhorchen, auszunehmen und schlussendlich sogar unsere Meinung über Filter und Algorithmen zu beeinflussen.

Das Kartellproblem ist auch ein geopolitisches Problem

Hierbei geht es nicht um oberflächliche Kapitalismuskritik, sondern um den Kern unserer wirtschaftlichen Zukunft. Auch geopolitisch ist diese Frage nicht eben undelikat. Was denkt sich beispielsweise die EU dabei, die wichtigste Kerntechnologie und politisch ungemein relevante Algorithmen in die Hände von sechs Unternehmen zu geben, die allesamt ihren Sitz an der amerikanischen Westküste haben und bei denen kein einziger Europäer in die Entscheidungsprozesse eingebunden ist und kein Europäer Zugriff auf wichtige und strategische Informationen hat? Man muss sicher kein Antiamerikaner sein, um hier ein grundlegendes Problem zu sehen.

Tabak, Öl, Eisenbahn … vor allem die USA haben eine sehr lebhafte Geschichte, wenn es um die Zerschlagung von Kartellen geht. Beim Daten-Kartell ist dies jedoch nicht so einfach und auch nicht sinnvoll, da es hierbei im Kern ja nicht um den Wettbewerb oder um den Zugang zum Markt geht. Daten sind keine Schienen oder Pipelines, sie sind immateriell und flüchtig. Die Büchse der Pandora ist geöffnet und lässt sich ohne weiteres auch nicht mehr schließen. Auf nationaler Ebene ist da ohnehin nicht viel zu erreichen. Am beschriebenen geopolitischen Dilemma würde sich auch nichts ändern, wenn künftig anstatt sechs, sechzig Konzerne von der amerikanischen Westküste die Daten der gesamten Welt ausbeuten und sich diesen Dienst von der ganzen Welt fürstlich bezahlen lassen.

Wir bräuchten eine internationale Daten-Überwachungsagentur

Was wir bräuchten, wäre eine globale Vergesellschaftung dieser Zukunftstechnoligen. Eine Daten-UNO, wie es sie ja in der frühen Internetzeit in Form des ICANN sogar im Kern schon gab. Sicher, das mag sich nun ein wenig naiv, ja weltfremd anhören. Aber ist es das wirklich? Betroffen sind wir alle ohne Ausnahme. Der indische Stahlarbeiter wird genauso von Google vermessen, wie der deutsche Arzt oder der argentinische Bauunternehmer. Vor allem: Es sind unsere Daten, auch wenn wir ständig Nutzungsbedingungen wegklicken und das Kleingedruckte in Datenschutzerklärungen überlesen. Wir sind es auch, mit denen diese Geschäfte gemacht werden. Wir bezahlen direkt oder indirekt für die Werbung und Produkte, die auf Basis unserer Daten an Dritte verkauft werden.

Google und Co. müssten dafür noch nicht einmal zerschlagen werden. Was wir bräuchten, wäre eine internationale Daten-Überwachungsagentur, die Einblick in die Algorithmen bekommt und der – hier wird es besonders pikant – die Überschüsse aus dem Geschäft mit den Daten zustehen. Denn hier schließt sich der Kreis: Wenn eine „Schrittgebühr“ schon unabwendbar ist, dann sollte sie doch zumindest, wie jede andere Steuer auch, der Allgemeinheit zu Gute kommen. Dies ist auch deshalb notwendig, da die genannten Konzerne sich momentan ja durch zahlreiche Steuertricks nahezu komplett der Besteuerung entziehen.

Wenn die Allgemeinheit die Kontrolle über die Software mit all ihren düsteren Algorithmen und die finanziellen Einkünfte aus dieser Software hat, können wir optimistischer in die Datenzukunft blicken. Fest steht, dass so viel politische und so viel finanzielle Macht nicht in den Händen so weniger Großkonzerne verbleiben darf. Dass die USA an einer solchen Lösung kein Interesse haben können, liegt auf der Hand. Dies erklärt wohl die Passivität der europäischen Eliten in dieser Frage.

Und da sonst kaum wer – außer vielleicht die in Vergessenheit geratenen Piraten – derlei Themen auf der politischen Agenda hat, sollte sich die politische Linke diese Ziele auf ihre Fahnen schreiben. Es heißt ja immer wieder – natürlich zu Unrecht -, dass die Linke vor allem deshalb bei den jüngeren Generationen nicht mehr punkten kann, weil die politischen Themen der Linken einer teils entpolitisierten Jugend nicht mehr so einfach zu vermitteln sind. Das Thema „Datenpopulismus“ liegt jedoch auf der Straße. Die Linke muss sich nur bücken und das Thema aufnehmen. Auf geht´s, willkommen im neuen Jahr mit neuen Themen.