

30.09.12 | Soziale Netzwerke

Die digitale Entblößung ist ein lukrativer Markt

Ganz gleich, ob Herzrhythmus, Ernährung oder Sex: Die Anhänger der Quantified-Self-Bewegung sammeln persönliche Daten über sich selbst und veröffentlichen sie. Die Auswirkungen sind unberechenbar. *Von Julia*

Jaroschewski



Foto: picture alliance / JOKER

"Quantified Self" bedeutet, möglichst viele persönliche Daten über sich selbst zu sammeln, sie zu analysieren und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen

Lügen im Internet ist nicht mehr möglich. Das größte soziale Netzwerk hat einen Relaunch hinter sich – neue Features sind installiert, unwiderruflich ist alles öffentlich, was die Nutzer sagen und tun. Ein interner Zähler im Turnschuh ist mit dem Netzwerk verknüpft und schickt erst ab 15 Kilometer pro Woche ein Sportlichkeitszertifikat.

Kulturinteressierte müssen durch konsequenten Theater- und Literaturkonsum ihre Leidenschaft beweisen, und nur wer tatsächlich mit den Freunden chattet, Kommentare postet, Fotos tauscht und Events organisiert, steigt im sozialen Ranking auf.

So stellen sich Wissenschaftler der Universität der Künste das Netzwerk der Zukunft vor – und erforschen, wie digitale Transparenz die Gesellschaft verändert. "Was passiert, wenn alles, was wir tun, sofort öffentlich wird und sich in einem konstanten Feedback-Loop befindet?", fragt Daniela Kuka von der Arbeitsgruppe "Social Quantified Self" (Link: <http://social-qs.net/sqs/>) "

Ein Horrorszenario für manche Teilnehmer

In einem Workshop bei der Social Media Week vergangene Woche in Berlin simulierte Daniela Kuka mit den Teilnehmern bei einem Sozialexperiment, wie schnell Menschen sich in ihrem Handeln von Daten und der durch Netzwerke entstehenden sozialen Kontrolle leiten lassen. Ein Spiel sollte zeigen, wieviele persönliche Daten die Testpersonen öffentlich

zugänglich machen, um bestimmte Ziele zu erreichen, ihr Ansehen und das Prestige der Gruppe zu steigern.

An drei Tischen sitzen die Teilnehmer über bunten Karten, die Online-Profile darstellen sollen, sie posten Aktivitäten und Veranstaltungen, liken, sammeln Freunde – wie online, nur eben in Form eines Spielbretts mit Karten. Eine Studentin tauscht sogar ihre Freunde, um erfolgreicher zu sein.

"Das ist doch ein Horrorszenario", sagt eine andere Teilnehmerin, die von sich nichts preisgeben will, auch ihren Namen nicht. Sie geht, bevor das Spiel überhaupt richtig begonnen hat.

Effizienzsteigerung durch tägliche Messungen

Für Christian Kleineidam und Marcel Rütshlin ist die digitale Selbstüberwachung Alltag – sie sind Anhänger der "Quantified Self"-Bewegung, deren Fans ihr Ich in Zahlen fassen: "Quantified Self" bedeutet, möglichst viele persönliche Daten zu sammeln, sie zu analysieren und zu bewerten und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen.

Die Idee kommt aus den USA, wo die Gruppe der Selbstvermesser sehr viel größer ist als in Deutschland: Sie messen Herzfrequenzen und Stress, oder zählen, was sie essen, lesen oder wohin sie reisen.

Seit zwei Jahren greift der 26-jährige Kleineidam jeden Morgen nach dem Aufwachen zu seinem Smartphone und löst auf seiner selbstprogrammierten App Aufgaben, die seine kognitiven Fähigkeiten testen: Rechnen, Namen kategorisieren, räumliches Denken. Anschließend wiegt er sich, misst Taillenumfang und Lungenfunktion.

Seit zwei Monaten schätzt er auch sein Gewicht, bevor er sich auf die Waage stellt. Das klappt noch nicht so gut, um 300 Gramm hat er sich am Morgen vertan. Bis vor kurzem hat er auch noch die Feuchtigkeit in seinem Mundraum gemessen.

Christian Kleineidam zeigt auf einem ausgedruckten Chart, wann er so nervös war, dass die Lunge mehr Luft brauchte als normalerweise: das erste Interview mit einem Journalisten zählte dazu.

"Mir geht es vor allem um die Steigerung meiner Effizienz und Energie", sagt Christian Kleineidam. Der Student der Bioinformatik ist Mitbegründer des deutschen Quantified-Self-Meet-Ups, einer Bewegung, die mittlerweile 140 Teilnehmer in Berlin hat. Zu den Treffen kommen meist etwa 30 Personen, zu 80 Prozent Männer, erzählt Kleineidam. "Man muss diszipliniert sein", sagt der schwächliche Student.

Das Echo ist zwiespältig

Kleineidam hat die Berliner Quantified Self-Gruppe mit Marcel Rütshlin gegründet. Sie sind damit schon ein wenig bekannt geworden: Selbst ausländische Medien wie der Economist wollten wissen, wer freiwillig intime Details bekanntgibt. Von starker Kritik bis zum Lob – das Echo ist zwiespältig.

Marcel Rütshlin trinkt seinen Kaffee mit Butter: "Fat makes you smarter – klingt komisch, ist aber so", sagt er bei seinem Vortrag auf der Social Media Week in Berlin. Im Publikum Raunen und angewiderte Blicke.

Während Kleineidam ein schüchterner, introvertierter Mann ist, tritt Rütshlin wie ein Mitte-Hipster auf: Mütze über den blonden Haaren, durchtrainierter Körper, souveränes Auftreten.

Doch das war nicht immer so. Rütshlin hat mit der Selbstvermessung begonnen, nachdem er einen kleinen Burnout hatte, im letzten Jahr. Seitdem misst er seinen Herzrhythmus und checkt, wann sein Körper Stress signalisiert. Seitdem meditiert Rütshlin.

Viele hatten zuvor ein Problem

"Viele, die in der "Quantified Self"-Bewegung sind, haben mit dem Vermessen begonnen, weil sie irgendein Problem hatten", sagt Daniela Kuka. "Quantified Self" heißt sich kennenzulernen, meint Kleineidam. Auch er hatte mit gesundheitlichen Problemen zu kämpfen.

Selbstvermesser wollen ihr Leben effizienter gestalten, den Körper auf Höchstleistung bringen. Die Daten offenbaren, wann und wie das möglich ist. Disziplin und Experimentierfreudigkeit gehören dazu.

Und die Bewegung wächst: Immer mehr Foren und Apps ermöglichen den Austausch von Erfahrungen, Charts über eigene Laufleistungen, das eigene Essverhalten schafft Impulse für andere.

Google ruft mit "Quantified-Mind"-Experimenten dazu auf, den Einfluss von Frühstück, Sex, Kaffee, Fischöl oder Massagen auf die Leistungen zu messen. Asthmatiker dokumentieren mit "Asthmapolis", wo Asthma auftritt – und helfen durch Geotagging anderen, diese Orte zu vermeiden. Beim Sport trackt das mit Sensoren ausgestattete Sportarmband Nike Fuel Bewegungen – und veröffentlicht diese auf Facebook.

Selbstvermessung als lukrativer Markt

Dass die Daten, die die Selbstvermesser veröffentlichen, durch Dritte genutzt und verwertet werden könnten, steht bei den "Quantified Self"-Anhängern nicht an vorderster Stelle der Auseinandersetzung. Kleineidam glaubt: "In Deutschland brauchen wir uns keine Sorgen zu machen, dass Daten missbraucht werden."

Die bei der digitalen Selbstvermessung generierten Informationen sind für viele Unternehmen interessant – wie Konsumgüterfirmen, Sportartikelhersteller, Gesundheitsdienstleister, auch Krankenkassen.

Pharmaunternehmen haben bereits Interesse an den Projekten der Berliner "Quantified Self"-Gruppe gezeigt. Rütschlin sagt, dass durch Selbstvermessung erhobene Daten Krankenkassen und Ärzten helfen könnten, Gesundheitsprobleme effizienter anzugehen.

Die Auswirkungen sind unberechenbar

"Wir wissen, dass wir jetzt schon online getrackt werden, aber wir wissen nicht, welche Auswirkungen neue Features in sozialen Netzwerken haben werden", kritisiert dagegen Daniela Kuka von der Universität der Künste.

Daten, die online zur Verfügung gestellt werden, wirken sich aber schon jetzt auf das gesellschaftliche Ranking aus: Im Juni 2012 war etwa bekannt geworden, dass die Schufa, Deutschlands größte Auskunftei, geplant hatte, die Kreditwürdigkeit auch anhand von Facebook-Daten zu analysieren.