

Miriam Meckel

Die Medien-Apokalyptikerin

Befinden wir uns schon im Würgegriff von Algorithmen und Netzwerken? HSG-Professorin Miriam Meckel, 44, hat zu dem Thema ein hoch spannendes Buch geschrieben. Der Titel: «Next – Erinnerungen an eine Zukunft ohne uns» (Rowohlt).

Interview: **Adrian Schröder** Foto: **Keystone**

Frau Meckel, es gibt diese berühmte Szene aus dem Film «Matrix», in der dem Protagonisten Neo zwei verschiedenfarbige Pillen angeboten werden: die blaue, die ihn in seiner Illusion weiterleben lässt, oder die rote, die ihm die grausame Wirklichkeit vor Augen führt. Für welche würden Sie sich entscheiden?

Puh, eine schwierige Frage. Ich glaube, ich würde mich für die Erkennungsspielle entscheiden. Aber es ist hart zu wissen, dass es kein Zurück gibt.

Das heisst also, die Wissenschaftlerin in Ihnen setzt sich schlussendlich durch?

Ja, wahrscheinlich! Ich habe einen starken Forscherdrang in mir, und den könnte ich selbst in einer solchen Situation nicht abstellen, vermute ich.

In Ihrem Buch «Next – Erinnerungen an eine Zukunft ohne uns» beschreiben Sie eine Zukunft, in der die Algorithmen die Macht übernommen haben. Befinden wir uns tatsächlich schon in einer «Matrix»-Situation – sprich im Klammergriff der Algorithmen?

Nein, wir sind noch nicht in einer «Matrix»-Situation. Aber es sind durchaus einige Entwicklungen im Gange, die auf einen solchen Zustand hinauslaufen könnten – wenn man sie so konsequent zu Ende denkt, wie ich das in meinem Buch versucht habe. Das personalisierte Internet, die sogenannten «Echo-Kammern» oder «Filter-Bubbles», mit denen wir dadurch konfrontiert sind, sind dabei die eine Seite. Die andere ist die fortschreitende

Verschmelzung von menschlichem Körper und Technologie. In der neuesten Prognose von IBM, die Ende Dezember 2011 veröffentlicht wurde, lautet ein Trend für die nächsten fünf Jahre: «Mind reading is no longer science fiction.»

«Viele Menschen wissen nicht, was sich hinter der Suchfläche von Google oder Facebook verbirgt.»

Was bedeutet das?

Dass der Computer uns, durch Implantate und andere technologische Weiterentwicklungen, bald komplett lesen kann. Und das Beispiel, das IBM da anführt, ist zufälligerweise genau jenes, welches ich mir für mein Buch ausgedacht habe. Nämlich: Wenn Sie jemanden anrufen wollen, müssen Sie bald kein Gerät mehr bedienen oder irgendeine Taste drücken. Sie denken einfach nur daran, mit jemandem zu telefonieren, und schon geschieht es. Und das ist dann sozusagen die Verbindung von unsichtbarer Technologie und menschlichem Körper, die uns im Vergleich zu bisherigen medialen Entwicklungsstufen tatsächlich einen Unterschied präsentiert. Wir können nicht mehr beobachten, was passiert. Denn die Technik ist ja dann Teil von uns. Wir können dann gar nicht mehr sagen, das bin ich und das gehört nicht mehr zu mir.

Sie haben über das personalisierte Internet gesprochen – von dieser Entwicklung, immer mehr Informationen über einen User zu sammeln, um dann ganz gezielt Inhalte und Markenbotschaften auf ihn loslassen zu können. Ist Google der Feind?

Nein, das wäre zu einfach. Ich denke auch im normalen Leben nicht in Freundes- und Feindeskategorien, sondern in Perspektiven. Was Google macht – das Internet für die Suche zu öffnen und daraus auch mit weiteren Anwendungen ein Geschäft zu machen –, ist aus unternehmerischer Perspektive absolut konsequent. Es ist aber nicht die einzige Perspektive, die man darauf haben kann. Als Kommunikationswissenschaftlerin muss ich stets danach fragen, was die Menschen mit diesen Technologien machen und wie sie auf Menschen wirken. Und ich stelle eben fest, dass viele Menschen nicht wissen, was sich hinter der Suchoberfläche von Google oder der Timeline von Facebook verbirgt. Wir brauchen mehr Aufklärung im Umgang mit diesen Technologien.

Den meisten Menschen ist also nicht bewusst, dass Google kein gemeinnütziger Dienst im Stil von Wikipedia ist?

Genau. Google ist in vielen Augen sehr lange eine fast neutrale Institution gewesen, die einfach das Web durchsuchbar gemacht hat. Das hat sich inzwischen durchaus geändert. Mit der Debatte um die Auswertung von Daten als kommerziellem Gut oder neuer Währung gelangen viele zur Erkenntnis, dass sie eigentlich nicht allein die guten Bürger sind, die mit Informationen versorgt werden sollen, son-

dern dass sie im Web das Produkt sind, das zwischen Internetkonzernen wie Google, Amazon, Facebook usw. und anderen Teilhabern im Wirtschaftsprozess vermarkelt wird. Das ist ein Bewusstseinsprozess, der vor drei, vier Jahren überhaupt noch nicht da war.

Wollen Ihre Studenten heute – trotz der ungeheuren, etwas diffusen Macht – noch bei Google arbeiten?

Ich denke schon, dass es immer noch cool ist, dort zu arbeiten. Facebook war vielleicht zwischenzeitlich noch cooler. Aus meiner Sicht ist diese Attraktivität in letzter Zeit wieder ein bisschen zurückgegangen. Aber Google ist sicher für viele noch immer ein sehr attraktiver Arbeitgeber. Nur schon weil gewisse klassische, konservative Arbeitsum-

gebungen und -prozesse da durchbrochen werden. Ausserdem haben viele noch gar nicht mitbekommen, dass es seit 2009 so etwas wie das personalisierte Internet gibt.

«Aus meiner Sicht ist die Attraktivität von Facebook wieder ein bisschen zurückgegangen.»

Auch ich habe bis jetzt nur aus den Medien mitbekommen, dass Facebook die Timeline obligatorisch machen will – als User bin ich noch nicht darauf hingewiesen worden.

Ich auch nicht. Ich habe aber gelesen, dass sie jetzt sukzessive umstellen und man dann

eine Woche Zeit hat, die Daten rauszulöschen, von denen man nicht möchte, dass sie in der Timeline erscheinen. Auch da muss ich sagen: Die Timeline an sich ist gar kein Problem. Ich finde, dass jeder auch eine Verantwortung hat, selbst zu wissen, was er macht. Die philosophischen Aspekte erachte ich aber als schwierig. Wenn ich lese, dass Zuckerberg sagt: «You have one identity. Having more than one identity is a lack of integrity» – da muss ich schon sagen: Hallo?? Die Timeline bei Facebook als alleinige Wahrheit? Dieser «Philosophie» möchte ich mich nicht unterordnen.

Wie weit kann Facebook gehen, bis die Leute abspringen? Alternativen stehen mit Google+ ja schon bereit.



Eben nicht. Google+ wächst zwar, zeigt aber auch, wie schwierig es ist, die bei Facebook gut vernetzten Nutzer rüberzuholen und dort aktiv werden zu lassen. Dabei ist es sehr gut gemacht: Die Struktur mit den Circles, die Idee, verschiedene Kleinst-Communities in meiner gesamten Community von Bekannten und Freunden unterschiedlich managen und mit Informationen versorgen zu können, gefällt mir. Nur sind die «switching costs» eben unheimlich hoch. Das bedeutet, ich muss entweder alles auf beiden Netzwerken posten, oder ich muss alle meine Freunde zum Wechsel motivieren. Was allerdings offensichtlich bislang nicht sehr gut klappt.

Momentan sieht es also so aus, als ob Facebook seine Stellung noch weiter zementieren könnte.

Ja, so ist es. Und der Hype, der durch den Börsengang entstanden ist, verstärkt die ganze Geschichte natürlich nochmals.

Facebook hat mittlerweile quasi eine Monopolstellung ausgebildet. Die Plattform hat Konkurrenten wie StudiVZ und SchülerVZ nahezu verdrängt. Und mittlerweile bauen sogar offizielle Institutionen auf Facebook: In Amerika gibt es unterdessen eine Reihe von Universitäten, die ihren Studenten keine E-Mail-Adressen mehr zuteilen, weil sie sehen, dass sowieso alle über Facebook mailen und so auch Kosten gespart werden können. Wenn ich mir dann vorstelle, dass dieser Monopolisierungstrend nicht nur im Hinblick auf Social Networking eine Rolle spielt, sondern dass auch E-Mailing darin aufgeht und bestimmte Unterhaltungs-Apps – was für Musik höre ich, was für Bücher lese ich – jetzt automatisch integriert werden, dann habe ich irgendwann eine komplett monopolisierte Lebensplattform. Das schwebt Zuckerberg ja auch vor.

Mein Mitbewohner ist 24, professioneller Musiker, hat keine Zeitung abonniert, liest keine Bücher, greift nie direkt auf News-Websites zu. Sein Fenster zur digitalen Welt ist Facebook. Was verpasst er?

Er verpasst Zufallsbegegnungen, mit Informationen oder auch Menschen, die ebenfalls medial stattfinden und den eigenen Horizont erweitern können, die einen lernen lassen und einen Perspektivenwechsel ermöglichen. Denn was ich auf Facebook

bekomme, ist ja immer aus meinem historischen Verhalten und aus meiner Community herausgerechnet. Es passt also immer super zu mir und ist in vieler Hinsicht «convenient», wie wir so schön sagen – aber es ist nicht mehr durch Überraschungen und Zufall geprägt. Wer zum Beispiel noch eine Zeitung dazu liest und andere, eben auch nicht netzbasierte Medien nutzt oder einfach auch mal auf die Strasse geht und sich umschaute, der ergänzt seine Perspektive.

«Es gibt kein europäisches Unternehmen, das beim Internet eine bedeutende Rolle spielt.»

Einen Teil des Erfolgs dieser Plattform macht die Bequemlichkeit aus. Ein einziges Fenster zur digitalen Welt, in dem alle Bedürfnisse befriedigt werden können. Das ist wahrscheinlich auch der Grund, warum der Musikbranche mit dem Aufkommen der Streaming-Dienste jetzt nochmals eine Revolution bevorsteht. Womöglich wird Spotify in naher Zukunft ein Monopol aufbauen können.

Ja. Technik muss zugänglich, intuitiv und sexy sein, dann steht ihr der Weg ins menschliche Alltagsleben offen.

Und den Leuten ist es egal, dass die Musiker schlussendlich kaum etwas dabei verdienen.

Genau. Dabei ist das oft kein bewusster Prozess. Die meisten wollen den Musikern ja nicht konkret die Einnahmen verweigern. Wichtig ist für sie allein die Musik. Wo die herkommt, wie die da hinkommt, ist mehrheitlich egal: Je weniger ich mich darum kümmern muss, desto besser. Das hat Apple natürlich grossartig gemacht, mit diesem intuitiven Design der Interfaces. Apple hat es geschafft, das Internet mobil zu machen. Und zwar dadurch, dass das iPhone zwar eines der schlechtesten Telefone ist, aber grossartig, um Musik zu hören, im Internet zu surfen, Apps zu benutzen. Und das ist die entscheidende Frage: Wer schafft es, den Menschen an dem Punkt in der Entwicklung abzuholen, an dem er gerade ist, und nimmt ihn mit zur nächsten Stufe? Denn die meisten springen ja nicht einfach auf eine Entwicklung auf, sondern müssen abgeholt und

mitgenommen werden. Wenn eine Marke das schafft, dann hat sie gute Chancen, am Markt zu bestehen.

Hat der Konsument mittlerweile eine gewisse Skepsis gegenüber solchen Marken aufgebaut? Oder sagt er sich nach wie vor: «Apple, tolles Design, kauf ich» – egal, ob die Sachen vielleicht unter unmenschlichen Bedingungen hergestellt worden sind?

Ich habe gerade eine aktuelle Sonderausgabe vom Eurobarometer aus der zweiten Hälfte des Jahres 2011 gelesen und fand ziemlich interessant, dass 72 Prozent der repräsentativ Befragten gesagt haben, sie hätten das Gefühl, dass ihre Daten nicht geschützt seien. Es gibt also ein Bewusstsein für Probleme, aber keine Handlungsrelevanz, die daraus erfolgt. Und da sind wir bei der Gewohnheit und bei der Unwissenheit. Es ist dann irgendwie zu kompliziert, wie man im Google-Dashboard viele Einstellungen vornehmen soll, und die Privacy-Policy bei Facebook ist länger als die amerikanische Verfassung. Kein Mensch hat Lust, das zu lesen, und dann macht man eben einfach mal. Typisch menschliches Verhalten also. Und trotzdem ist manchmal ein Unwohlsein da, genährt aus der Frage: Was passiert eigentlich mit meinen Daten?

Das Internet wird immer mehr Teil unseres Lebens, es lernt immer mehr über uns, aber wir wissen kaum etwas darüber. Wir kennen nicht mal die Regeln.

Ja, das Internet wird immer mehr zu unserer Lebensinfrastruktur. Und diese gesamte Infrastruktur kommt aus den USA. Es gibt kein einziges europäisches Unternehmen, das da eine bedeutende Rolle spielt. Darüber müssten wir reden, finde ich. Denn das bedeutet, dass unsere Politiker in die USA reisen und mit leeren Händen zurückkommen, weil es die Unternehmen dort nicht sehr interessiert, was in der Schweiz oder in Deutschland über ihre Privacy-Policy gedacht wird. Oder denken Sie an die Frage, wo die ganzen Cloud-Daten denn eigentlich liegen? Wissen wir das? Haben wir Zugriff? Gibt es Absicherungen? Da muss nur mal irgendein Server abstürzen, und alles ist weg. Ein Albtraum! Wir sind inzwischen sehr abhängig von Netzwerken. □