

KI & DATENSCHUTZ

Gemeinsam in eine
neue Daten-Ökonomie

IT-SICHERHEIT IM HOME-OFFICE

Das BSI übernimmt
Verantwortung

DATENSCHUTZ IM
GLOBALEN SPANNUNGSFELD

Keine Lösung in Sicht?

HandelsblattJournal

Eine Sonderveröffentlichung von Euroforum Deutschland

DEZEMBER 2020 | WWW.HANDELSBLATT-JOURNAL.DE



CYBERSECURITY & DATENSCHUTZ

euroforum

Medienpartner

Handelsblatt
Substanz entscheidet.

Hochwertige KI braucht hochwertige Daten

Die DSGVO als Innovationstreiber in der europäischen Wirtschaft

von Dr. Michael Giese und Alexander Sieverts

Europäische und deutsche Unternehmen hinken bei der Künstlichen Intelligenz (KI) den USA und China hinterher und verpassen damit gerade in Corona-Zeiten wichtige Gelegenheiten. Klar ist: Der Erfolg eines Unternehmens ist bereits jetzt in vielen Branchen unmittelbar an die Nutzung von KI geknüpft. Entgegen der „Leichtigkeit“ anderer Modelle führt die DSGVO bzw. die europäische GDPR zu einem nachhaltigen Innovationsschub, da grundlegende Parameter neu gedacht werden können. So erhalten User die Kontrolle über ihre Daten und damit die Möglichkeit, diese einzusetzen und davon zu profitieren. Unternehmen erhalten im Gegenzug DSGVO-konform Daten für ihre KI-Modelle. Erst so entsteht ein nachhaltiger Datenkreislauf, der sowohl den Verbrauchern als auch Unternehmen zu Gute kommt.

Daten nutzbar machen

Seit den 1920ern bedienen sich Unternehmen zur Optimierung ihrer Kundenansprache oder der Produktentwicklung der Marktforschung, Auskunfteien und Adresshändlern - mit noch überschaubaren Datenmengen. Mit der Digitalisierung und dem Internet änderte sich das grundlegend. Aktuell wächst die Menge an Informationen, mit denen Unternehmen arbeiten könnten, jedes Jahr um 37 %. Dabei werden jedoch in Deutschland rund 70 % der zur Verfügung stehenden Daten noch nicht genutzt, wie eine gerade veröffentlichte Studie von Seagate und IDC zeigt. Hier wird ein riesiges Potenzial liegen gelassen.

Aber inzwischen rücken durch dieses Aufkommen von immer mehr und vielseitigeren Daten die Möglichkeiten der Künstlichen Intelligenz insbesondere des Maschinellen Lernens mittels neuronaler Netze in den Fokus der Unternehmen, da damit ihre Dienstleistungen und Produkte wesentlich effizienter und effektiver zum Kunden gebracht werden können. Eine zielgenaue und zeitlich gut passende persönliche - notabene automatisierte - Ansprache wird damit möglich. Genauso wie übrigens das Weglassen von lästigen unnötigen Marketingavancen. Und eben das Aufsetzen von relevanten Dienstleistungen, wie etwa Chatbots, Intelligent Routing oder ein vorausschauender Service, die als persönlicher Mehrwert wahrgenommen werden. Diese Mittel werden den Kampf um die modernen Märkte entscheiden.

Fotos: Adobe Stock (M); itsmydata GmbH





Dr. Michael Giese und Alexander Sieverts, Gründer und Geschäftsführer, itsmydata GmbH

Eine faire und attraktive Bepreisung der gehandelten Daten sowie gegenseitiger Respekt sind Voraussetzung für eine gemeinsame Daten-Ökonomie.



Hochwertig: Authentische und personengebundene Daten

Durch KI-Anwendungen kommt es zu erheblichen Skaleneffekten durch universellere Konzepte und zielsichere schlankere Abläufe in der Automatisierung von Dienstleistungen; was sich sehr günstig auf die Kostenstruktur und damit auf die Preisspielräume der Unternehmen auswirkt. Dreh- und Angelpunkt dafür sind die grundlegenden Daten, mit denen Maschinelles Lernen gespeist wird. Die Werkzeuge dahinter in Form von neuronalen Netzen gleichen sich weltweit. Entscheidend für einen gelungenen Einsatz: Sie müssen a) einen guten/passenden Anwendungsfall betreffen und b) mit den richtigen Daten gespeist werden. Die Qualität und Relevanz der Daten entscheidet, wie gut oder schlecht eine Mustererkennung oder der daraus abgeleitete Service ist. Erst durch vielfältige, aus persönlichen Umfeldern stammende Daten können die neuen Systeme Zusammenhänge aufdecken, die interessanter und produktiver sind als die mechanistischen Marketingantworten des letzten Jahrhunderts. Der Zugang zu authentischen personengebundenen Daten wird in der Digitalisierung damit zum entscheidenden Wettbewerbsfaktor.

Fairer und nachhaltiger Datenhandel

Der Kunde steht im Mittelpunkt. Deshalb benötigen die Maschinen personengebundene Daten, bestenfalls personalisiert aber auch anonymisiert. Eine riesige Quelle, von der heute Gebrauch gemacht wird, findet sich im Internet etwa in Social-Media-Anwendungen wie Facebook, Instagram oder LinkedIn oder in Suchmaschinen

wie Google oder Online Portalen wie Amazon oder Check24. Hinzukommen stark expandierende Datenmengen durch die Vernetzung aller Maschinen und Geräte im Internet der Dinge (IoT). Sensoren-Daten etwa aus dem Auto, die das persönliche Fahr- und Reiseverhalten wiedergeben. Nicht zu vergessen Offline-Daten aus Vertragsbeziehungen mit Versicherungen, Banken, Bahn und Co. Das sind alles sensible, personengebundene Daten, deren Handhabung weltweit unterschiedlich geregelt wird. In den USA können Kundendaten großzügiger gesammelt und ausgetauscht werden. Unternehmen können sich dort Daten problemlos organisieren und kaufen. In China bestimmt der Staat, was die Systeme und die damit betrauten Unternehmen sehen sollen. Nur in Europa ist das durch die DSGVO strenger geregelt. Hier hat das Individuum die meisten Rechte auf seine Daten. Das macht es zwar schwieriger für Unternehmen, an Daten zu kommen, betrachtet man die Zweckgebundenheit, das Minimaldatengebot oder das Recht auf Vergessen. Allerdings macht es den Datenkreislauf auch fairer und nachhaltiger, weil der Einzelne bei der Nutzung seiner Daten eine wesentliche Rolle spielen soll. Ausdrücklich manifestiert im Recht auf Datenübertragbarkeit (z.B. Artikel 20 der DSGVO).

Zeit für eine unabhängige, privatwirtschaftliche Instanz

Was die DSGVO rechtlich regelt, muss an anderer Stelle effektiv in eine wirtschaftliche Handlung übersetzt werden. Die Unternehmen haben per se kein gesteigertes Interesse daran, diese Rolle zu übernehmen; sie wollen

möglichst ihre Geschäftsposition ausfüllen. Daher sollte sich eine neue unabhängige, privatwirtschaftliche Instanz dieser Aufgabe annehmen: itsmydata ist ein solches dafür in 2017 neu gegründetes Unternehmen, das es dem Einzelnen ermöglicht, seine Rechte aus der DSGVO gegenüber Unternehmen wahrzunehmen.

Bei uns erhält jeder User ein eigenes Datenkonto, mit dem er Daten bei seinen verschiedenen Quellen (offline und online) einsehen und sammeln, im Kontext strukturieren und in der Gesamtheit analysieren kann. Wichtig dabei: Nur der User ist Eigentümer seiner Daten. Wir erfüllen die Wünsche der User. Darüber hinaus kann der User seine Daten bei Unternehmen löschen oder korrigieren. Er kann seine Daten auch für eigene Services einsetzen, wie für sein eigenes Bonitätszertifikat.

Und schließlich kann er seine Daten auch gegen Geld, günstigere Konditionen oder für höhere Ziele dezidiert an Unternehmen übertragen - anonymisiert oder persönlich, aus verschiedenen Themenkreisen und zu definierten Zwecken und Fristen. Ein entscheidender Vorteil: Daten, die der Einzelne durch strukturiertes Sammeln zur Verfügung hat, gehen weit über das hinaus, was bei Facebook, Google oder Amazon alleine vorhanden ist.

Gemeinsam in eine neue Daten-Ökonomie

Ziel kann nur sein, Verbraucher und Unternehmen zusammenzubringen. Durch die DSGVO und Portale wie itsmydata erhält der Bürger die Möglichkeit, an dem immer größer werdenden Datenmarkt steuernd und materiell zu partizipieren. Die Goldgräberstimmung geht jetzt erst los. Und zwar auf beiden Seiten. Jeder dritte Verbraucher in Deutschland ist jetzt schon zum Datenverkauf bereit. Fragen nach dem Umgang mit Daten und ihrem Wert rücken immer stärker in den öffentlichen Diskurs. Die Bereitschaft, persönliche Daten mit Unternehmen zu teilen, hängt vom Vertrauen in deren Umgang mit den Daten ab, vor allem von der Einhaltung gesetzlicher Richtlinien - das alles sind Ergebnisse einer repräsentativen Studie des Finanzdienstleisters EOS, die in 17 Ländern durchgeführt wurde. Aber auch auf der Unternehmensseite erwarten mehr als 90 Prozent der globalen CEOs laut der PwC Annual Global CEO Survey, dass Unternehmen in den kommenden Jahren Personen für die von ihnen erfassten persönlichen Daten finanziell entschädigen müssen. Und 51 Prozent glauben sogar, dass Regierungen dieses per Gesetz einfordern werden.

Die DSGVO – das Erfolgsmodell für alle

Bleibt die Frage: Welchen Wert haben Daten und wie soll der Verbraucher diese an Unternehmen verkaufen? Jedem einzelnen Unternehmen ein Angebot per E-Mail schicken? Das funktioniert sehr wahrscheinlich nicht. Dafür braucht es vielmehr eine unabhängige, privatwirtschaftliche Instanz. Eine Plattform, über die der Einzelne mit vielen Unternehmen kommunizieren kann - mit digitalem Background und mehr „Wumms“. Europäische Unternehmen können so vom Datenreichtum der Individuen profitieren.

Denn der Erfolg von Maschinellem Lernen steht und fällt mit der Quantität und der Qualität der einsetzbaren Daten. Deshalb sind eine faire und attraktive Bepreisung der gehandelten Daten sowie der gegenseitige Respekt Voraussetzung für eine gemeinsame Daten-Ökonomie. Mit der DSGVO wird vielleicht ein schwieriger, aber ein ausgewogener und fairer Weg für alle beschritten. Mit Sicherheit ein Erfolgsmodell für unsere digitale Zukunft. ■