

Europas großes Magazin für Start-ups, Gründer und Entrepreneur

DE 5,80€ - AT 6,70€ - CH 8,90 SFr.



Startup

01/2019

WE THINK GLOBAL

The Founder Magazine

Valley



hajoona

FIVE YEARS OF PASSION

Kontrolle über persönliche Daten

Text: Volker Schreiber

Das Münchner Start-up it's my data gibt Menschen die Kontrolle über ihre persönlichen Daten zurück und ermöglicht jedem das Datengeschäft in die eigene Hand zu nehmen. Für professionelle Datensammler brechen harte Zeiten an.

Dank der neuen EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) kann jeder seine personenbezogenen Daten, die Unternehmen, Auskunftgebern und soziale Netzwerke gespeichert haben, anfordern. Das ist gut und ein wichtiger Schritt in Richtung digitale Selbstbestimmtheit. Trotzdem handeln weiterhin Datensammler wie Facebook, Google und Co. mit unseren Daten. Das weiß heute jeder und wird auch fast immer akzeptiert, denn die Internetgiganten bieten einen Service als Gegenleistung – und der ist kostenlos. Weitgehend unbekannt ist, dass sich seit vielen Jahren im Hintergrund Datenhändler formiert haben, die jeden einzelnen auf Schritt und Tritt verfolgen und Unmengen an Daten sammeln. Und dabei weit mehr über uns wissen als Name, Adresse, Alter und Beruf. Besonders brisant dabei: Die Datenhändler kooperieren mittlerweile miteinander und bringen digitale mit analoge Daten zusammen. Damit können Datensammler Menschen „vermessen“ und dreistellige Millionenbeträge verdienen. Deshalb sollte jeder sich um seine persönlichen Daten kümmern und selber erfahren, welchen Wert diese Daten haben und wie man daran partizipieren kann.

Die beiden Gründer Dr. Michael Giese und Alexander Sieverts sind überzeugt, dass die persönlichen Daten der Bürger künftig eine immer wichtigere wirtschaftliche Rolle spielen werden. Nur leider betrachten Unternehmen diese Daten sehr oft noch als ihr Eigentum. Nachdem jeder Bürger durch die neue DSGVO ein Recht auf seine persönlichen Daten hat, war beiden schnell klar, dass es dafür auch Instrumente braucht, sein Recht in die Tat umzusetzen und um Unternehmen auf Augenhöhe zu begegnen. So wurde it's my data im letzten Jahr gegründet und ist im August dieses Jahres live gegangen. Und wie man sieht, treffen sie damit voll den Zeitgeist.

Bundeskanzlerin Angela Merkel warnte unlängst vor einer Welt, in der Bürger kostenlos Daten liefern, mit denen andere Geld verdienen. Auch Ökonomen und der Sachverständigenrat für Verbraucherfragen fordern eine Plattform, auf der Nutzer ihre Daten zentralisieren und somit einen Mehrwert für sich erzielen können. it's my data kann hier eine Schlüsselposition übernehmen.

Die Gründer kommen von der Unternehmensseite, haben viele Jahre in führenden Positionen gearbeitet. Michael Giese zuletzt bei der Schufa und Alexander Sieverts als CEO beim Datenspezialisten Axon Insight. Sie haben sich schon sehr früh mit dem Thema Daten befasst – nicht nur was kann man mit Daten im CRM, im Marketing, in der Produktentwicklung und der Kundenakquise alles erreichen, sondern wem gehören die Daten, welchen Wert haben Sie. So war beiden schnell klar, dass das Geschäft mit personenbezogenen Daten in Zukunft nur gleichberechtigt stattfinden kann. Das war die Initialzündung für it's my data. Mit Ralph Suikat als privaten Investor kam die richtige Unterstützung zur richtigen Zeit. Ralph hatte seine Anteile an der von ihm mitgegründeten STP Informationstechnologie AG verkauft und investiert nun sein Vermögen als Impact Investor in Projekte für wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel. Seit seinem Engagement bei it's my data setzen sie sich gemeinsam für die persönliche Datensouveränität ein, weil es allen drei ein wichtiges Anliegen ist.

Digitale Selbstbestimmung

Wie heute Menschen digital beobachtet und abgespeichert werden, war vor wenigen Jahren kaum vorstellbar. Jede Suchanfrage im Internet wird erfasst. Datenhändler wissen fast alles über eine Person: Nationalität, Bonität, Krankheiten, Konsumverhalten, Religion, Beziehung, sexuelle Orientierung, politische Einstellung. Vermutlich auch den Puls oder Blutdruck, wenn die Person einen Fitness-Tracker trägt. Jeder Kunde oder Bürger ist damit fast vollständig transparent. Das sollte sich jeder bewusst machen und nicht sorglos hinnehmen.

Wie heute Menschen digital beobachtet und abgespeichert werden, war vor wenigen Jahren kaum vorstellbar.



Foto: © Achim Schmidt

Dr. Michael Giese und Alexander Sieverts sind überzeugt, dass die persönlichen Daten der Bürger künftig eine immer wichtigere wirtschaftliche Rolle spielen werden.

men. it's my data schafft ein Gegengewicht. Hier werden alle von Unternehmen angeforderten Daten aufbereitet und visualisiert. Damit hat jeder User sofort einen Überblick und kann zuerst einmal prüfen, welche Daten über ihn gespeichert sind und ob diese Daten richtig sind und bei Bedarf – sie mit it's my data korrigieren lassen. Wer verhindern will, dass mit seinen persönlichen Daten gehandelt wird, kann über it's my data die Löschung seiner Daten fordern oder vermarktet seine Daten einfach selbst.

Neue Ära der Datenselbstvermarktung

„Unternehmen werden beginnen, Menschen für den Zugang und die Nutzung ihrer Daten zu bezahlen“, ist eine der Vorhersagen der Non-Profit-Organisation CBN Foundation für die nächsten zehn Jahre. Grundvoraussetzung dafür ist, dass jeder Bürger die Kontrolle über seine Daten bekommt: Zuerst die Einsicht, aber auch das Recht auf Vergessen und Korrektur. Durch diese neue Machtposition oder auch Datenhoheit kann dann jeder Nutzer durch it's my data selbst entscheiden, was mit seinen Daten passiert. Er kann beispielsweise sämtliche über ihn gespeicherte Daten Unternehmen zur Verfügung stellen. Und im Gegenzug Dienstleistungen, Rabat-

te oder auch Geld erhalten. it's my data steht dabei unterstützend zur Seite. Auch die Übertragung der Daten von Unternehmen und die Einhaltung der Verträge wird von it's my data begleitet und kontrolliert. Das Schaltzentrum des Portals ist das persönliche Datenkonto. Hierüber lassen sich alle von Unternehmen angeforderten Daten organisieren. Dazu bietet it's my data ein Daten-Cockpit, in das Daten aus zwölf verschiedenen Lebensbereichen projiziert werden können. Die Anzahl der Unternehmen im Daten-Cockpit, von denen User Daten abrufen können, wächst kontinuierlich. Schon von über 70 Unternehmen lassen sich ganz einfach mit einem Klick die persönlichen Daten anfordern. User erhalten so schnell einen Mehrwert durch Erkenntnisgewinn, können aber eben auch Geld mit ihren Daten verdienen: „Auf Basis aktueller Schätzungen zur Wertentwicklung von Daten sind Erlöse von mehreren Hundert Euro pro Jahr, aber auch im vierstelligen Bereich denkbar“, sagt Alexander Sieverts. Das hänge eben davon ab, wie viele Daten der Kunde preisgebe.

Sicherheit

it's my data selbst hat keinen Zugriff auf die gespeicherten Daten – sie gehören ausschließlich dem User. it's my data kann nur im Rahmen seiner Angebotsfunktion und seiner Datenmanagementprozesse auf die Daten zugreifen. So werden einige definierte Daten zur Kontrolle, aber auch zum Peer-Vergleich anonymisiert gespeichert. Der Kunde ist Herr über seine Daten und nur er entscheidet, wohin die Daten fließen und wofür sie eingesetzt werden. Die Registrierung erfolgt im 2-Step-Verfahren. Im ersten Schritt werden zur Identifizierung die Eingabe von Name, Adresse und Geburtsdatum verlangt. Dadurch wird eine Double Opt-in-E-Mail ausgelöst, die bestätigt werden muss, damit die Identität der Person sicher ist. Im zweiten Schritt gibt der User einen PIN ein, den er als SMS auf sein Telefon erhalten hat. Damit ist jeder User auch über die Telefonnummer identifiziert. Danach kann das persönliche Datenkonto inklusive E-Mail-Konto zur Datenübertragung angelegt werden. Sämtliche Daten von it's my data werden in Deutschland bei der Telekom gehostet. Software von Google & Co. kommt nicht zum Einsatz. it's my data legt großen Wert auf seine Unabhängigkeit und ist nicht vergleichbar mit Datenplattformen wie Verimi oder NetID. Hinter diesen beiden Plattformen stecken Allianzen von deutschen Konzernen, die am milliardenschweren Datengeschäft mitverdienen wollen und quasi selber zur Datenkrake mutieren.

Bonitätsnachweis

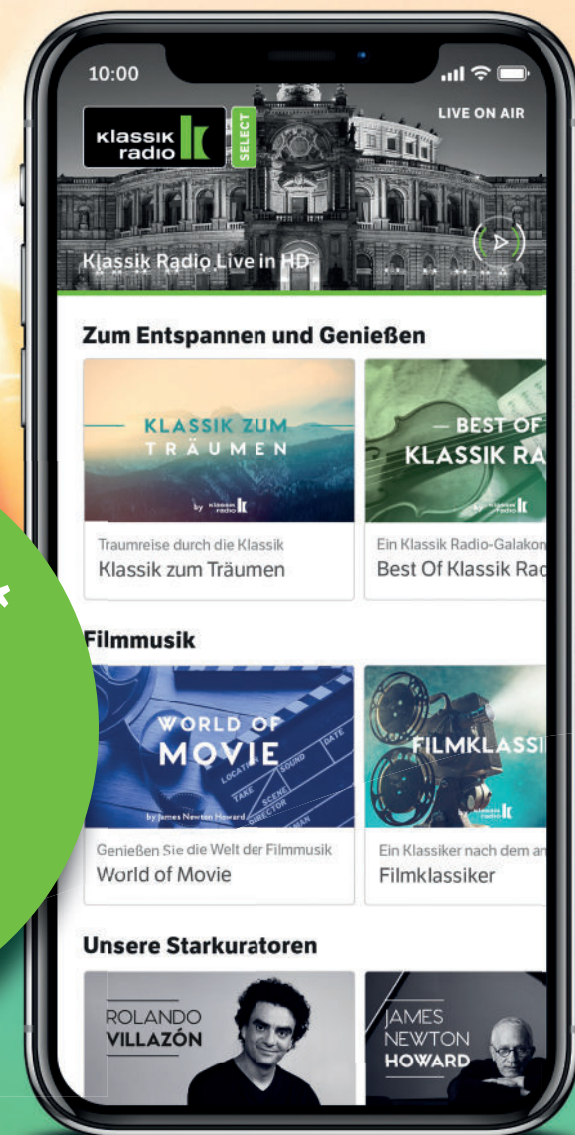
it's my data bietet im Rahmen seines Premiumpakets ein Bonitätszertifikat an. Dabei handelt es sich

Nur noch das Beste aus Klassik, Filmmusik, Jazz & Lounge genießen.

Der neue Musik Streaming Dienst.

- Über 100 entspannte Musiksender
- Werbefrei und in HD Qualität
- Musik für jeden Ort, jeden Anlass und jedes Gefühl

60 TAGE*
KOSTENLOS HÖREN
GUTSCHEINCODE
SV-SELECT

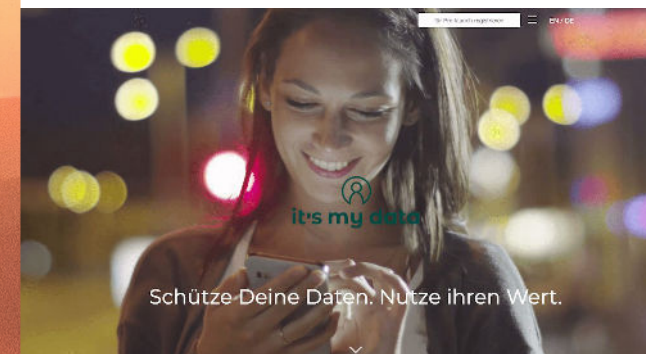


So lösen Sie den Gutschein ein:

1. Besuchen Sie music.klassikradio.de/signup
2. Registrieren, Monatsabo wählen & Code eingeben
3. Auf all Ihren Geräten genießen

*Für Neukunden: 30 Tage kostenloser Testzeitraum plus zusätzlich einmalig 30 Tage kostenlos. Für Bestandskunden: einmalig 30 Tage kostenlos. Gutschein ist bis zum 31.12.2018 einmalig pro Person online einlösbar für Klassik Radio Select Premium Monatsabonnement. Nach Ablauf des kostenlosen Zugangs, wird das Klassik Radio Select Premium Monatsabonnement kostenpflichtig (derzeit EUR 5,99 pro Monat inkl. USt.) fortgesetzt, sofern es nicht vorher gekündigt wird. Keine Barauszahlung oder nachträgliche Verrechnung. Nicht mit anderen Aktionen kombinierbar.

um eine Zusammenstellung der Daten von bis zu vier der führenden Auskunfteien in Deutschland. Diese Daten sind personenbezogen und gehören damit ausschließlich dem jeweiligen User. it's my data kombiniert diese Daten zu einem Bonitätszertifikat, gibt dabei die Bonitäts-Scores an und klärt zusätzlich, ob negative Daten über den User verfügbar sind. Das alles funktioniert nur durch interne Datenprozesse, die sicherstellen, dass die Datenkonten a) sicher sind und b) dass die Daten, die von unterschiedlichen Quellen geladen werden, nicht manipuliert werden können – auch nicht vom User. Der Premiumservice, der neben dem Bonitätszertifikat auch noch über eine Datentransparenz- und Vergleichsfunktion verfügt, kostet 1,-€ pro Monat, was im Vergleich zu den sonst üblichen 30,- € für das Bonitätszertifikat alleine, sehr günstig ist. Eine innere Sicherheit liefert die Konstruktion des it's my data-Zertifikats, weil es bis zu vier unabhängige Quellen nebeneinander aufnimmt und darstellt, was in dieser Form einzigartig ist.



Datenhandel

Internetgiganten wie Google, Facebook oder Datenhändler wie Acxiom, Schober, EOS und viele andere verdienen Milliarden mit persönlichen Daten von Verbrauchern. Angesichts der DSGVO und der geplanten E-Privacy-Verordnung können Datenhändler allerdings nicht mehr einfach so Informationen sammeln und verkaufen. Unternehmen und Werbetreibende brauchen deshalb neue Quellen. Das wird den Markt tiefgreifend verändern. Jeder User hat hier das Potential ein wichtiger Dienstleister im Datenmarkt zu werden. it's my data bietet ausgesuchten Partner-Unternehmen die direkte Kommunikation mit dem Nutzer, um Transparenz und Fairness zu zeigen. Im Mittelpunkt steht dabei der rechtskonforme Austausch von Daten, der die strengen Auflagen der DSGVO erfüllt. Einerseits können Unternehmen proaktiv ihre gespeicherten Daten dem Nutzer zur Verfügung zu stellen. Andererseits besteht die Möglichkeit direkt vom User die Einwilligung für die Nutzung ausgewählter Daten zu erhalten. Diese Daten sind attraktiv und haben eine hohe Qualität, nicht nur weil sie so nicht an-

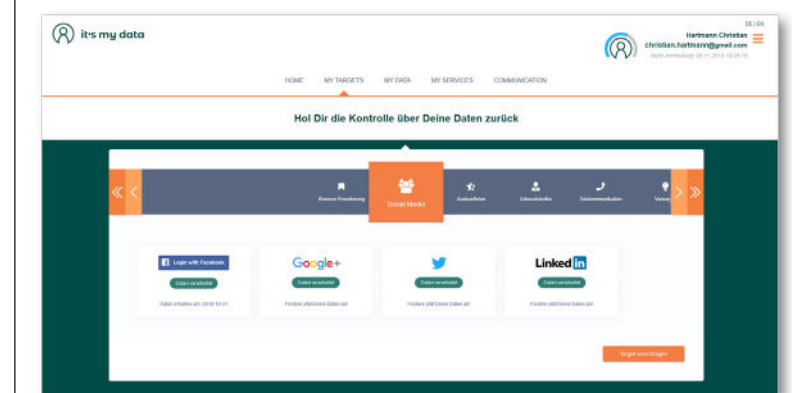
derweitig zu beziehen sind. Unternehmen können diese qualifizierten und individuell geteilten Daten nutzen, um neue Produkte, Dienstleistungen und Geschäftsmodelle zu entwickeln.

Zukunft

Das digitale Datengeschäft in seiner jetzigen Form widerspricht der Idee des freien Menschen. Hinter persönlichen Daten stecken immer Identitäten, die nicht wie frei verkäufliche Ware gehandelt werden dürfen. In Zukunft werden wir alle noch mehr Daten produzieren. Denken wir an KI, autonomes Fahren oder Spracherkennung – die jetzt schon fest in den Händen von Google und Amazon ist. Bislang profitieren von diesem Datengeschäft ausschließlich die großen Datensammler. Dabei zeigen die jüngsten Datenskandale, wohin diese Einseitigkeit führen kann. Deshalb braucht es auch einen Bewusstseinswandel im Umgang mit persönlichen Daten – besonders bei jüngeren Menschen. Mit it's my data beginnt eine neue Datenökonomie. „Unsere Vision ist eine digitale Welt in der jeder einzelne Mensch die Hoheit über seine Daten und deren Wertschöpfung hat“, betont it's my data-Gründer und CEO Dr. Michael Giese. Dabei geht es vielleicht auch noch gar nicht darum, Daten jetzt schon zu monetarisieren, sondern sich zu überlegen, was man mit seinen Daten bewirken kann – zum Beispiel im Verbund mit der Familie oder Freunden. Wir können dankbar sein, in einem freien Europa zu leben, das den Datenschutz des Einzelnen so hervorhebt. In den Ländern, wo dies nicht der Fall ist, wird man in Kürze sehen, zu welchen Einschnitten an Freiheit dies führen kann.

Das digitale Datengeschäft in seiner jetzigen Form widerspricht der Idee des freien Menschen.

Kontrolliere Deine Daten. Profitiere von ihrem Wert



Einfach und schnell: Mit einem Klick seine persönlichen Daten anfordern

"Unternehmen werden beginnen, Menschen für den Zugang und die Nutzung ihrer Daten zu bezahlen".
Vorhersage der Non-Profit-Organisation CBN Foundation für die nächsten zehn Jahre.