

# IT erzieht zum Jasagen

## Intensive IT-Nutzung könnte Verhalten verändern

Wer eine Internetseite aufruft, bekommt immer häufiger als erstes angezeigt, dass diese Seite „Cookies“ verwende und man deren Nutzung zustimmen müsse, wenn man die Seite benutzen wolle. Durch das weitere Verweilen auf der Seite, stimme man der Nutzung von Cookies zu. Das ist ungefähr so, als ob ein Ladenbesitzer sagen würde: „Wenn sie meinen Laden betreten, müssen Sie mir ein Pfand geben!“ Im Alltag würde man den Laden dann einfach nicht betreten, es sei denn er hätte etwas wirklich sehr Reizvolles im Schaufenster zu einem günstigen Preis.

Aber das Bild hinkt in doppelter Hinsicht:

1. Weiß man bei einer Internetseite, die man noch nicht besucht und daher auch noch nicht gesehen hat, gar nicht, ob sie etwas bietet, was einen dazu veranlassen könnte der Benutzung von Cookies zuzustimmen. Es wird einem die Abwägung gar nicht ermöglicht.
2. Weiß man bei einem Pfand, das man selbst auswählen könnte, was man riskiert, ob das nur ein Päckchen Papiertaschentücher wäre, oder etwas Wertvolleres. Die Entscheidung läge bei einem. Bei Cookies weiß man nicht vorher, was die tun werden. Dazu müsste man nämlich auf dieser Seite die Datenschutzangaben aufsuchen. Da das aber eine Nutzung der Seite wäre, hätte man dadurch unter Umständen schon der Nutzung von Cookies zugestimmt.

Cookies sind kleine Programme, die einen z.B. Bei der Lektüre einer längeren Seite wieder dorthin zurück bringen können, wo man die Seite verlassen hat, um etwas anderes zu tun, aber sie können eben auch Schadsoftware einschleusen, was der Laie nicht von vornherein ausschließen kann. Und nur der Profi, der das Cookie untersuchen kann, könnte sagen: „Das ist harmlos, das können sie ruhig zulassen“, oder: „Das ist gefährlich, sofort löschen und Finger weg von der Seite!“ Der Laie, der vermutlich nicht mal den Unterschied zwischen Session-Cookies (die nach dem Verlassen der Seite wieder gelöscht werden) und dauerhaften kennt, ist damit vor die Wahl gestellt:

Ist mir der Besuch der Seite so wichtig, dass ich das Risiko eingehe, oder lasse ich lieber die Finger davon.

Da große Anbieter, wie die Telekom, oder alle möglichen Läden zunehmend mit Cookies arbeiten, die auch der Verfolgung des Kunden durch das Internet dienen können, kann man im Internet immer weniger einkaufen, bestellen, buchen oder Verträge abschließen, wenn man es mit dem Schutz des eigenen Rechners und seiner Daten ernst nimmt.

Wobei Cookies nicht das einzige Problem sind. Auch in E-mails eingebettete Bilder, Werbung auf Webseiten, Links (Adressen von Webseiten), die man anklicken soll, oder im Hintergrund

laufende Datenweitergabe, auf vielen Seiten im Netz sind eine weitere Gefahr Daten zu verlieren, oder Schadsoftware auf den eigenen Rechner übermittelt zu bekommen.

Man kann durch entsprechende Einstellungen des Browser (mit dem man Internetseiten betrachtet), oder des Mailprogrammes das Risiko mindern, oder zusätzliche Programme verwenden, die Werbung blockieren (Addblocker) und verhindern dass fremde Seiten auf dem eigenen Rechner Software ablaufen lassen (NoScript). Man kann bei der E-mail Spam-Filter einsetzen und beim Öffnen und Anklicken vorsichtig sein, man sollte einen Virenschanner benutzen und trotzdem ist nie ganz auszuschließen, dass etwas schief geht und Daten gestohlen, blockiert, oder heimlich auf den Rechner übertragen werden.

Kurzum, wer Datenschutz betreibt, der betreibt einen gewissen Aufwand und wird von manchen Seiten ausgeschlossen, weil man z.B. Werbung blockiert, aber Medienhäuser das verhindern wollen, um über die Werbung mehr Einnahmen zu erzielen. Eine seltsame Logik: Der Anbieter zeigt dem Nutzer etwas, was der gar nicht sehen will und bekommt von Dritten dafür Geld! Der Nutzer wird belästigt und vertut Zeit und elektrischen Strom für etwas, was er oder sie gar nicht sucht und sehen will. Das ist ungefähr so, wie wenn ein Hausierer den Fuß in die Tür stellt, damit man die Tür nicht schließen und ihn so wegschicken kann. Nicht die feine englische Art!

Da auch schon die Werbung von renommierten Häusern Schadsoftware untergeschoben bekam, ist auch das Ansehen des Seitenbetreibers keine Garantie für einen sicheren Besuch. Allerdings haben große Anbieter eher die technischen und personellen Möglichkeiten Missbrauch zu entdecken und zu verhindern.

Der Benutzer von Informationstechnik wird immer häufiger vor die Wahl gestellt etwas zu riskieren, oder aber von der Nutzung ausgeschlossen zu werden. Bei Apple steht irgend wo im Kleingedruckten, dass man – wenn man dieses nicht akzeptiere – das Gerät samt allem drum und dran bei autorisierten Händlern gegen Erstattung des Kaufpreises zurück geben könne. Im Klartext: **Friss, oder stirb.**

Das ist ähnlich, wie bei den erwähnten Webseiten, entweder man fügt sich brav in das, was die Anbieter wollen, oder man wird ausgeschlossen. Damit erzieht die Informationstechnik aber ihre Benutzer zu Jasagern, die sich – mangels entsprechendem Schutz durch die Politik – immer öfter gedrängt fühlen Ja zu sagen. Beispiel Telekom: Um einen kostenlos im Vertrag mit eingeschlossenen Dienst zu aktivieren, muss man seine Mobilfunk-Nummer angeben. Obwohl diese Umstellung vermutlich automatisch durch die vom Kunden geänderte Einstellung erfolgt, wird die Forderung damit begründet, dass der Techniker sich sonst nicht mit dem Kunden abstimmen könne. Das ist in diesem Fall schlicht Unsinn. Bei einer Fähre dagegen, die unter Umständen ihre Abfahrt verschieben muss, kann die Angabe der Mobilfunk-Nummer durchaus sinnvoll sein, nur, was machen Menschen ohne Mobiltelefon, die dann die Überfahrt nicht online buchen können? Das konnten sich die Programmierer wohl nicht vorstellen. Aber solche Leute gibt es.

Dass man mit großen Unternehmen oft schlecht verhandeln kann, ist verständlich, aber ist es auch klug? Je mehr die Menschen in Schablonen gepresst werden, je weniger Wahlmöglichkeiten sie haben und je mehr man sie von technischen Geräten abhängig macht, desto unfreier fühlen sie sich und desto eher lassen sie ihre Wut an Menschen aus, die für das Elend oft gar nicht verantwortlich sind, Monteure, Schaffner, und andere, die die Arbeit mit den

Kunden leisten, ohne die auch große Unternehmen nun mal nicht existieren können. Dass die Leute in den verbliebenen Läden oder beim so genannten Kundendienst, erst recht bei den tiefgekühlten „Hotlines“ oft nicht alle Fragen beantworten können, macht die Sache nicht besser.

Gäbe es das Impressum nicht, gäbe es auf vielen Webseiten keine Möglichkeit mehr mit einem Menschen ins Gespräch zu kommen, oder ein Anliegen vorzubringen. Statt einer Telefonnummer und einer E-mail-Adresse bekommt man Seiten, auf denen man sein Anliegen einsortieren soll, um dann zu einer Seite weiter geleitet zu werden, auf der man es dann in ein Formular eingeben soll, was Zeit kostet und verärgert. Aber das Unternehmen hat Arbeitsplätze eingespart und damit Geld. Was sagt es über ein (Telekommunikations-)Unternehmen aus, wenn es den direkten Kontakt zum Kunden so schwer wie möglich macht? Sie haben das Wort „Kundendienst“ falsch verstanden und meinen, das bedeute, dass der Kunde zu dienen habe, nur weil die deutsche Sprache beide Bedeutungen zulässt.

Auch hier wieder: Der Kunde soll Ja sagen zu allem, was ihm vorgeschlagen wird, aber ja keine Fragen stellen, oder gar Auskünfte einfordern. Wer an den Kundendienst eine Mail schrieb, bekommt zwar oft kurz darauf eine automatische Antwort, dass man seine Mail empfangen habe und manchmal auch eine Vorgangsnummer unter der man nachfragen könne, aber eine Antwort bleibt in vielen Fällen aus. Vor allem, wenn der Fall das Unternehmen zu einem gewissen Aufwand, zu einer Recherche im Haus, oder zum Zusammentragen von Daten zwingen würde, oder man zugeben müsste einen Fehler gemacht zu haben.

Kurz bei den meisten Unternehmen wird erst einmal versucht den Kunden abzuwimmeln, oder die Arbeit gleich selbst machen zu lassen, wie etwa beim Router (Verbindung zum Internet über die Telefonleitung), den man gefällig selbst aufbauen und einstellen soll. Da hat man sich viele Monteure gespart, aber damit auch sehr viel Wissen über die Anschlüsse verloren, das die Monteure früher hatten.

Dass das Digitale in seiner einfachsten Form nur aus Nullen und Einsen besteht, heißt nicht, dass nicht auch alle Zwischentöne zwischen Weiß und Schwarz, zwischen Ja und Nein technisch möglich seien. Aber es fördert ein Denken in Gegensätzen (Strom fließt, oder Strom fließt nicht) und wird dementsprechend eingesetzt, um die Leute dahin zu drängen, wo man sie haben will, nämlich am Liebsten zur Kasse. Aber dort kauft der Laie in der Regel die Katze im Sack, denn Datenblätter oder auch nur anschauliche Beschreibungen darüber, was ein Gerät kann und wie man damit umgehen muss, das bekommt man vor dem Kauf kaum und weiß daher auch kaum worauf man achten sollte und welche Hinweise man eigentlich vor dem Kauf gelesen haben sollte, um zu wissen, ob man mit all den Bedingungen, die man allerdings erst nach dem Kauf erfährt, einverstanden ist. Apple zum Beispiel überträgt alles, was man der Sprechenden Assistentin sagt und was sie antwortet auf seine eigenen Rechner und wertet es aus. Es mag stimmen, dass das nur mit dem Ziel der technischen Verbesserung erfolgt. Aber bei Servern, die in den USA stehen gilt der deutsche Datenschutz nicht unbedingt. Natürlich kann man auf diese Dienste verzichten, aber man hat für sie ja auch Geld bezahlt, ohne vorher zu erfahren, dass die Stimme jede Menge Daten über das Netz jagt, von denen der Laie annehmen würde, dass sie das Haus nicht verlassen.

Wer häufig, und junge Leute tun das mehrere Stunden am Tag, mit derartiger Technik umgeht, der könnte seine Persönlichkeit schon in Richtung zum Jasager verändern, selbst, wenn er oder

sie das eigentlich gar nicht wollen, aber steter Tropfen höhlt den Stein und tägliche Konditionierung führt zum entsprechenden Verhalten. Doch für eine Demokratie sind Jasager gefährlich, weil sie selbst dann noch Ja sagen, wenn man die Demokratie abzuschaffen versucht.