



MY IDENTITY IS OPEN

open
fake
innovation
semantics
honesty
algorithm
knowledge
publicity
handheld

algorithm
knowledge
publicity
personality
privacy
curiosity
freedom
community
network
friends
focus
proximity
openness
truth
observation
crossmedia
documentation
cinema
data
data retention
seeding
smart phone
online release
new gadget
technology
high end
next generation
premium
face recognition
post privacy
open data
datalove
camera
software
high tech
self expression
communication
near field
facebook
rating
safety mode
alert mode
safety
real time
identity

miio

DAS PROJEKT

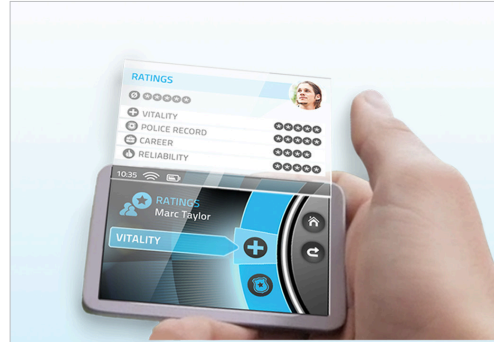
Das Projekt „MIIO - My Identity Is Open“ ist eine Sozialkampagne, die den Verlust von Privatsphäre in einer zunehmend technologisierten Welt thematisiert. Es antizipiert die Vorstellung einer Welt, wie sie sein könnte, wenn nahezu alle personenbezogenen Daten öffentlich zugänglich wären. Die MIIO-Kampagne setzt sich kritisch mit den neuen Medien und dem Verhalten der Gesellschaft in sozialen Netzwerken auseinander.

Die Verbreitung von MIIO erfolgte mittels einer groß angelegten Social Web Kampagne, in der alle erdenklichen Aufmerksamkeitsströme aktiviert wurden. Dadurch gelang es, die Kritik an der richtigen Stelle auf den Punkt zu bringen.

Die Kampagne findet ihren Höhepunkt mit der Ankündigung eines Spionage-Super-Phones namens miio, einem plakativer Fake-Device, das Menschen scannt und durch ein Social Scoring bewertet. Mit dem Klick auf Release 2011 offenbart sich die Auflösung der Kampagne durch einen kritischen Dokumentarfilm, der den ZuseherInnen durch einen Mix aus Realität und Fiktion abverlangt, sich intensiv mit den Themen Datenschutz, Postprivacy, Bekenntnikultur und Social Scoring auseinander zu setzen.



Auszug aus den Werbefilmen



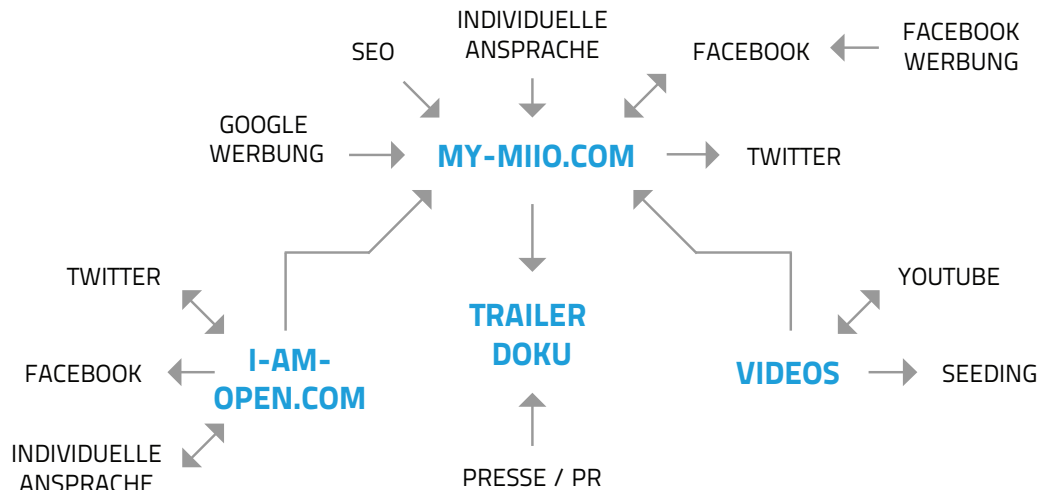
Das Produkt



Image Foto



Auszug aus den Werbefilmen



HERAUSFORDERUNG/IDEE

Das primäre Ziel dieser studentischen Arbeit war die größtmögliche Verbreitung einer Sozialkampagne zu den Themen Datenschutz, Post-privacy, Bekenntniskultur und Social Scoring. Die Idee des Werkes war eine Sensibilisierung für die vielen Prozesse, die die Gesellschaft seit dem Aufkommen neuer, zunehmend vernetzter und elaborierter Technologien und Systeme, durchdringen. Zielvorstellung war es aber nicht nur aufzurütteln, sondern auch zu informieren und sensibilisieren, um so ein größeres Bewusstsein für die Thematik zu schaffen.

UMSETZUNG

Zur Verbreitung des Projekts wurden alle erdenklichen Aufmerksamkeitsströme im Bereich des Social Web aktiviert. Als Zündstoff wurde ein separates Blog zum Thema Post Privacy eingerichtet (i-am-open.com), auf dem via Twitter eifrige Debatten mit Meinungsführern und Hochbloggern angeheizt wurden. Zusätzlich erfolgt die Bekanntmachung mittels sozialer Netzwerke, wie Youtube und Facebook, einer professionellen Suchmaschinenoptimierung, sowie einer Google Adwords Kampagne und zielgerichteten Werbeeinblendungen auf Facebook. Alle Aufmerksamkeitsströme waren darauf ausgerichtet implizit oder explizit auf eine plattformübergreifend programmierte Website zu verlinken, auf der ein neues Smartphone namens miio angekündigt wird. Dieses Superphone ist ausgestattet mit allerhand nützlichen Funktionen, z.B. Live Scan, Life Guard, Live Match und der Social Map. Das Prinzip des Geräts: Mittels Face-Recognition auf eine universelle Datenbank zuzugreifen und Menschen zu einfachen Daten-

sätzen zu reduzieren. Das Device, welches selbstverständlich nicht real existiert, wurde aufwändig mittels Computer Grafik erstellt.

Die Aufklärung: Alle Besucher, die weitere Information zum vermeintlichen „Release 2011“ anfordern, werden weitergeleitet zu einen 11-minütigen Aufklärungsvideo.

Dieses Video ist im Stil eines Dokumentarfilm gehalten und behandelt das Zukunfts-Szenario, in der Menschen zu Datensätzen reduziert werden und Privatsphäre nur noch ein Relikt längst vergangener Tage ist. Das Stilmittel der Macher: Eine hybride Erzählform, die dokumentarische und fiktionale Anteile mischt und so die ZuseherInnen vor ein Realitätsrätsel stellt. Zudem treten viele Experten auf, die mit ihren Aussagen die Handlung fundieren. Darunter: Constanze Kurz von Chaos Computer Club, der amtierende Europäische Datenschutzbeauftragte, Peter Johann Hustinx und Hans G. Zeger, ARGE Daten.

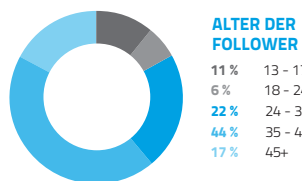
ERGEBNISSE (4 WOCHEN)

Der Aufbau der „I-am-open“ Community beanspruchte 4 Wochen. In diesem Zeitraum wurden über den Twitter Kanal mehr als 100 Nachrichten von i_am_open_com gepostet, die von mehr als 360 „Abonnenten“ gelesen wurden. Außerdem wurde i_am_open_com von anderen Nutzern über 300 Mal auf Twitter erwähnt.

Die Webseite www.my-miio.com konnte als Produktwebseite überzeugen. An Spitzentagen gab es bis zu 2800 Zugriffe auf die Seite. Innerhalb von zwei Wochen erfolgten, vorwiegend aus Deutschland und Österreich, 17000 Seitenzugriffe und 3500 Besuche. Auf Facebook konnten über 300 Fans und mehr als 1000 monatliche Nutzer gewonnen werden.

360

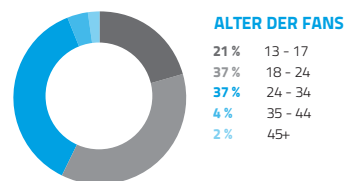
Follower



310 1000

Fans

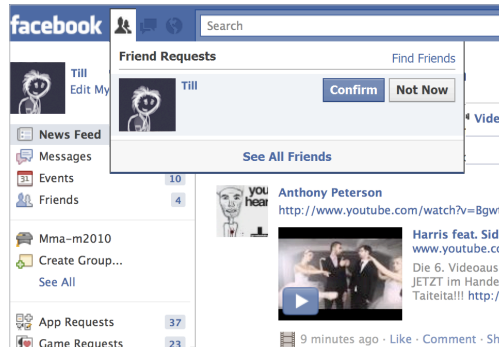
monatliche Nutzer



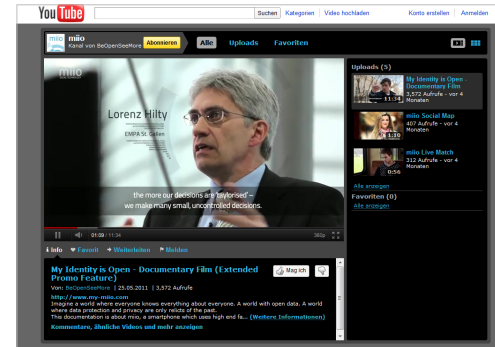
5 Wege zu mio



01 Die Facebook Fanpage



04 Spezielle Facebook Aktionen



05 Youtube Kanal



02 Der Blog: www.i-am-open.com



03 Thema auf der Typo Berlin 2011



www.my-mio.com

DIE KAMPAGNE

Egal ob über die Facebook und Twitter Kanäle, individuelle Facebook und Google Werbung, Aktionen auf Facebook, Youtube Werbespots, einen separaten Blog oder über die Erwähnung auf der Typo Berlin — mio war auf viele Wege erreichbar.

Die Kampagne rund um das Projekt „My Identity Is Open“ bestand aus drei Phasen der Aufmerksamkeitsgewinnung:

- **Phase 1:** Die Community „I-am-open“ Hauptkanäle waren der Blog und Twitter.
- **Phase 2:** Das Produkt mio Hauptkanäle waren die Produktwebseite, Facebook und Werbung.
- **Phase 3:** Das Projekt „My Identity Is Open“

Der Zeitplan sah einen mehrwöchigen Aufbau der „I-am-open“ Community vor. Anschließend wurde eine Woche lang auf das Produkt mio aufmerksam gemacht und in dieser Zeit erfolgten viele Maßnahmen gleichzeitig. Nach dieser Phase startete der Abschnitt, wo auf das Projekt an sich aufmerksam gemacht wurde.

Die Website zum Produkt ist plattform übergreifend konzipiert, d.h. sie ist vollständig in HTML5 programmiert mit zusätzlichem mobile und tablet support und somit von jedem Device erreichbar.

VIDEOLINKS

01: Der extended Trailer für die Dokumentation „My Identity is Open“. Dieser Film löst die Kampagne letztendlich auf.

02: Erklärendes Video zur Kampagne Alle Elemente – von Twitter, über Facebook bis zur Typo Berlin 2011 – werden erklärt. Auch die Funktionalität der Webseite wird gezeigt.

03-06: Die Werbespots für das Produkt miiio Diese vier Videos zeigen die Vorzüge von miiio und sollen die Leute auf die Webseite locken.



01 Extended Trailer Doku



02 Die Kampagne rund um das Projekt



03 Spot: miiio Social Map



04 Spot: miiio Live Guard



05 Spot: miiio Live Scan



06 Spot: miiio Live Match



01 www.my-miio.com



02 Die Facebook Fanpage



03 Der Blog: www.i-am-open.com



04 Futurezone Artikel

WEBSITES

01: Die Produktwebsite
Wer auf die Webseite www.my-miio.com gelangt, kann dort das Produkt mit all seinen Funktionen erkunden. Die Webseite stellt eine seriöse Produktwebseite in englischer Sprache dar und wurde auch für den mobilen Gebrauch optimiert. Man kann sich zum Beispiel über die technischen Details des Produkts informieren, aktuellste News lesen und sich die verschiedenen Funktionsweisen in Videoform erkunden.

02: Facebook Fanpage
Die Facebook Fanpage von miiio war sehr wichtig und wurde regelmäßig gepflegt. Es wurde auch eine kleine Aufmerksamkeitskampagne in Facebook durchgeführt und eine Woche lang Facebook Werbung geschaltet.

03: Der Blog
Der Blog steht für die absolute Offenlegung der Daten im Netz und es sollte über neue Technologien und Auflösung von Datenschutz und Privatsphäre diskutiert werden. Auf i-am-open.com und den dazugehörigen Twitter und Facebook Konten veröffentlichte das Team provokante Thesen und Forderungen zum Thema Offenheit.

04: Über das Projekt wurde viel berichtet. Hier ein Link zum Artikel auf futurezone.at

miio



DAS PRODUKT MIIO

Das Produkt MIIO ist ein Prototyp eines High-End-Mobiltelefons und als Sinnbild einer semantischen Personen-Suchmaschine zu -verstehen. Über die Funktionsweisen von Gesichtserkennungs-Software und Ortsbestimmung (GPS / Wi-Fi Technologie) können Personen gescannt und identifiziert werden. Doch das ist nicht genug:

MIIO greift auf persönliche Daten zu, -aggregiert diese Daten, speichert sie im MIIO Netz ab, um sie anschließend einer Auswahl und Bewertung zu unterziehen.

Zu den Quellen gehören eine breite Anzahl privater, behördlicher, kommerzieller und öffentlicher Datenbanken: Polizeiregister, Krankenakten, Bankdaten, private Emails und Telefonate, Einträge von Payback- und Kreditkarten, sowie sämtliche Daten, die im World Wide Web und in sozialen Netzwerken zu finden sind.

Kaum vorstellbar, meinen Sie? Unglaublich? Und wo bitte bleibt hier der Datenschutz? Einwände, die sicherlich Berechtigung finden, dennoch wage ich zu behaupten, dass Sie nur eine geringe Vorstellung davon haben, in welchen Datenbanken Ungeheuerliches über ihre Person vermerkt ist. Im Folgenden einige Auszüge aus unseren Recherchen:

Unmittelbar nach den Terroranschlägen vom 11. September 2001 startete in den USA ein gigantisches Projekt für totale Informationskenntnis. Zweck dieses Programms: Eine detaillierte elektronische Überwachung der gesamten Bevölkerung, um zu ermitteln, wie Individuen in

-bestimmte Muster passen. Dem TIA (Total Information Awareness) wurden zwar bereits Ende 2003 die Finanzierungsmittel von Seiten des US Kongresses wieder entzogen, jedoch gibt es zahlreiche amerikanische Presseberichte, die behaupten, dass es trotzdem und diesmal heimlich durchgeführt wird. Folgende Informationen sollen innerhalb dieses Systems gesammelt werden: Einkäufe und andere Kreditkartenbewegungen, Kontostände, Sender und Empfänger finanzieller Transaktionen, Bibliotheksausleihen, Arzneimittelrezepte, Telefon- und E-mailkontakte, besuchte Websites, Reisen und Gepäckstücke, Gebäude- und Grundbesitz, Umzugsprofile, Fahrzeugbesitz bzw. -miete, Ausbildung und Lehrgänge, Strafregister und Bußgeldbescheide, Familienverhältnisse, frühere Ehen und Scheidungen, Passieren von öffentlichen Überwachungskameras, wann und in welcher Begleitung.

Wie Pädophile an den Pranger gestellt werden und warum es dabei nicht bleiben wird. In der US-Politik reiht sich ein fragwürdiger Meilenstein an den anderen. Der 1994 verabschiedete Sexual Offenders Act (aka Megan's Law) fordert die Veröffentlichung von Listen mit Namen, Fotos und Adressen registrierter Sexualverbrecher, zum Wohl und Schutz besorgter Staatsbürger. Längst machen sich Online-Portale wie familywatchdog.com diese Informationen zu nutze, kombinieren sie mit dem Landkarten-Service Google-Maps und bieten so per Mausclick einen detaillierten Überblick über Identität und Wohnsitz der pädophilen Straftäter in der Umgebung. Zieht eine/r zufällig in meine Nachbarschaft, werde ich sogar via E-Mail gewarnt. Ob dies deren Reintegration fördert ist zweifelhaft.



miio

Ungeachtet aller Ressentiments und Gefahren, die durch derartiges Gebaren herbeigeführt werden, drängt sich die Frage auf: Warum soll es bei der Öffentlichmachung dieser Daten bleiben? Warum sollten nicht auch andere, ebenso sensible Informationen öffentlich zugänglich gemacht werden? Z.B. das komplette Strafregister? Man hat schließlich das Recht darauf zu erfahren, wer neben einem wohnt und ob er schon mal einen Schokoriegel im Discounter mitgehen hat lassen. Ein Vorwand wird sich unter dem Deckmantel einer ausufernden Sicherheitspolitik schon finden.

Um ein weiteres Beispiel zu nennen: Kennen Sie -Blippy? Blippy ist Neuling im Netz der Social Media Plattformen. Der Eintritt: Ihre Kreditkarten-Kennung und die Zugangsdaten von Amazon und iTunes. Wozu? – Um sich gegenseitig auszutauschen über Einkäufe und Ausgaben.

WHAT WILL BE NEXT?

Unsere Antwort auf die Frage lautet MIIO. MIIO protokolliert das Leben, 360° und auf 3 Dimensionen. Dies bedeutet, dass zu jedem Ereignis, zu jeder Handlung Ort und Zeit vermerkt werden, um somit ein Gesamtprofil über die jeweilige Person erstellen zu können. Die Überwachung ist komplett: Niemand kann sich mehr verstecken und jeder ist zu jeder Zeit erfass- und kontrollierbar.

MIIO – KUNSTPRODUKT ODER FAKE?

Genau genommen, MIIO ist beides. Im Rahmen unserer Kenntnisse, Rechte und Möglichkeiten ist es uns nach heutigem Stand (noch) nicht möglich das Gerät MIIO real zu entwickeln. Was bleibt ist die Konzeption und Darstellung mittels täuschend echter Computer Grafik. MIIO ist daher als ein virtuelles Kunstprodukt (Fake) zu verstehen. Es ist Mittel zum Zweck einer Aktion im Rahmen von Kommunikationsguerilla / Netzkunst, wie sie beispielsweise von der Gruppe The Yes Man praktiziert wird. Das Gerät selbst wurde also nur simuliert innerhalb einer 3D Anwendung. Ein realistischer Kontext rund um das Produkt MIIO wurde dennoch geschaffen. Schließlich sollte der Anschein, das Gerät befinde sich in der tatsächlichen Entwicklungsphase, absolut glaubhaft vermittelt werden.

HINTERGRUND UND ZIELE

« Wenn es etwas gibt, von dem du nicht willst, dass es irgendjemand weiß, solltest du es vielleicht gar nicht erst tun. » Eric Schmidt, CEO Google
Authentizität ist oberster Grundsatz in der Aufmerksamkeitsökonomie. Die neuen Technologien dienen dabei als Plattformen. Facebook etwa fordert von seinen Usern uneingeschränkte Offenheit um « funktionieren » zu können. Auch die Community fordert dies. Bekenntnisverweigerungen sind nicht gern gesehen. Kippt also das Bild des bösen Überwachungsstaates, wenn Menschen ihre Daten aus freien Stücken ins Netz stellen, nur um es der Community recht zu machen? « Das ist Stasi auf freiwilliger Basis » hat der österreichische Kabarettist



ZIELSETZUNG

Miio ist als kritischer Blick in die nahe Zukunft zu verstehen. Das Ziel des Werkes ist eine Sensibilisierung für die vielen z.T. -bedenklichen Prozesse, die unsere -Gesellschaft seit dem Aufkommen neuer, zunehmend vernetzter und elaborierter Technologien und Systeme, durchdringen.

FRAGEN:

Wie funktionieren die Dynamiken die uns zu einer gleichermaßen unentwegten und unhinterfragten Datenpreisgabe im Netz drängen? Schlagworte sind hier etwa Bekenntniskultur, Aufmerksamkeit-ökonomie, Selbstdarstellungswahn und Selbstoptimierung.

Wo driftet unsere Gesellschaft angesichts der geschilderten Entwicklungen in den kommenden Jahrzehnten hin? Müssen wir uns von der Vorstellung einer Welt, in der Datenschutz und Privatsphäre als schützenswerte Prämissen Hand in Hand gehen verabschieden? Wie wird sich in dieser neuen Umgebung unser Denken und unser Handeln verändern?

Welche Gefahren entstehen dadurch für den/die Einzelne/n sowie für die Gesellschaft? Verlust der Kontrolle über die eigenen Daten. Ohnmacht des Einzelnen und auch Ohnmacht der Kontrollinstanzen. Transparenz des Menschen vs. Intransparenz der Daten-aggregierenden Systeme: Auf der einen Seite werden Menschen zunehmend transparenter während die Automatismen und Technologien, die dies ermöglichen immer undurchschaubarer werden.

Berauben uns die neuen Technologien unseres Entscheidungs-, Einschätzungs-, Empathie- und Kritikvermögens? Welche kognitiven Veränderungen durchläuft der Mensch wenn er viele seiner Kompetenzen zunehmend auf technikgestützte Systeme auslagert bzw. auslagern muss? Kann er mit den vielen Optionen, die diese Informationsmedien bieten überhaupt umgehen?

Täglich werden Unmengen sensibler, personenbezogener Daten von Millionen von Menschen unhinterfragt in die Datenpools von Google, Facebook und Konsorten eingeschleust und entziehen sich somit jeglicher Kontrollgewalt von Seiten der User.

Es bleibt zu beachten, dieser gedankenlose Umgang mit den eigenen Daten kann zudem auch einer gefährlichen rechtlichen Entwicklung Vorschub leisten. Wenn ohnedies jeder seine Identität offen zur Schau stellt, persönliche und höchst sensible Daten freiwillig mit anderen teilt, warum dürfen sich diese Daten dann nicht auch staatliche Institutionen zu Nutze machen? Um beispielsweise der zivilen Sicherheit willen. Wir sehen hier eine erhebliche Gefährdung der freien Gesellschaft.