

Smarte Retter in der Not?

Big-Tech-Monopolisten und die Corona-Pandemie

Felix Maschewski (Berlin), Kultur- und Wirtschaftswissenschaftler, Anna-Verena Nosthoff (Berlin), Philosophin und Politische Theoretikerin

In der Corona-Krise erobern Digitalkonzerne neue Geschäftsfelder und drängen mit kalkulierter Vehemenz in den Gesundheitsmarkt. Dabei nutzen die Big-Tech-Monopolisten die Pandemie nicht nur für die Imagepflege, sie bauen auch ihre infrastrukturelle Macht aus.

Digitalkonzerne verstehen die Welt als auslesbare Karte. Wurden bereits jede Straße, jeder Hügel und jedes Haus erfasst, jedes Buch und Foto ins Digitale übersetzt, wird inzwischen auch unser Verhalten immer eindringlicher datifiziert und aggregiert, seine Muster analysiert: Man will nicht nur viel, man will alles kartieren. Dieser Ehrgeiz hat in der Corona-Krise eine neue Potenz erreicht. Denn der virologische Ausnahmezustand hat nicht nur gezeigt, wie allgegenwärtig wir auf Services von GAFÄ (Google, Apple, Facebook, Amazon) setzen und von ihnen abzuhängen scheinen. Er eröffnete für die IT-Giganten auch die Möglichkeit, sich als Wegbereiter eines neuen, digitaleren Gesundheitswesens zu positionieren – ein Markt, der bis 2025 weltweit ein Volumen von 979 Milliarden US-Dollar erreichen soll.

Einer der avanciertesten Player im Geschäft des Gesundheitsmappings ist Alphabet respektive Google. Der Konzern aus Mountain View forschte schon an smarten Kontaktlinsen und OP-Robotern, investiert sowohl in Start-ups als auch in etablierte Firmen und konzentrierte sich mit Unternehmen wie DeepMind, das auf Künstliche Intelligenz (KI) spezialisiert ist, zuletzt auf die Entwicklung von Algorithmen, mit denen Krankheitsverläufe von Patient*innen vorhergesagt, die Bettenbelegungen in Kliniken besser organisiert werden sollen. In solchen KI-Anwendungen wurden enorme Potenziale erkannt, die allerdings auf große Mengen von Patientendaten angewiesen sind. Um an diese zu gelangen, ging Google entweder Kooperationen mit externen Gesundheitsdienstleistern ein, über die – häufig ohne Wissen der Patient*innen – Millionen von Datensätzen über Krankheitsverläufe erworben wurden. Oder der Konzern sammelte die Daten gleich selbst.

Seit 2017 verfügt Alphabet mit dem Subunternehmen Verily, vormals Google Life Sciences, über einen Spezialisten für Großstudien. So arbeitet Verily im »Project Baseline« (zusammen mit Google) immer wieder an Studien, die mal Krankheiten wie Typ-2-Diabetes oder Depressionen erforschen, mal den Lebensstil ganzer Alterskohorten vermessen, um die Entwicklungen von Krankheiten zu untersuchen. Dafür statten die

Forscher*innen seit 2018 für die »Health Study« 10.000 Menschen über vier Jahre mit sogenannten Study Watches aus, um sämtliche (In-)Aktivitäten (von der Schrittzahl bis zur Schlafqualität) zu tracken. Zugleich sollen die Proband*innen kontinuierlich Fragebögen ausfüllen, Checkups in Kliniken und Tests – vom Seh- bis zum Gentest – absolvieren, die dem Konzern Einblick in alle Bereiche des Lebens (und Sterbens) eröffnen.

Das Know-how des Projekts wird seit Beginn der Pandemie noch breitflächiger eingesetzt. Google und Verily entwickelten bereits im März 2020 eine Webseite, die einzelnen Regionen und Bundesstaaten in den USA hilft, Tests effizienter zu koordinieren. In Zusammenarbeit mit lokalen Behörden eröffneten die Unternehmen kurzfristig Teststationen. Mit den Teilnehmenden der öffentlichen Corona-Screenings werden auch Immunreaktionen auf Covid-19 sowie Verbreitung von Antikörpern in der Bevölkerung erforscht.

Mussten die Unternehmen vor Jahren noch teure Kooperationen eingehen, um an kostbare Gesundheitsdaten zu gelangen, wird Alphabet mit Google und Verily immer mehr selbst zu einem Gesundheitsdienstleister. Dabei dienen die Infrastrukturen, Cloud-Anwendungen und neuen Datensätze nicht allein der Forschung, sondern auch der eigenen Geschäftsentwicklung. So startete Verily mit »Healthy at Work« auch ein Gesundheitsmanagement-Programm für Firmen und Institutionen. Mitarbeitende füllen dabei via App täglich einen Symptomfragebogen aus, sodass die Arbeitgeber den Gesundheitszustand (bis zum Impfstatus) überwachen können.

Virus-Tracking

Neben Verilys Gesundheitsmapping nutzt Alphabet auch herkömmliche Pfade der Kartierung, erstellt über Google Maps »Google Covid-19 Community Mobility Reports«, die alle paar Tage Aufschluss über Bewegungstrends der Bevölkerung geben. Dafür werden aggregierte und anonymisierte Standortdaten von Smartphone-Nutzer*innen verwendet. Derlei Daten sollen dazu dienen, mögliche Risikogebiete der Ansteckung zu lokalisieren und zu eruieren, inwiefern Maßnahmen zur Kontakteinschränkung greifen oder nicht. Aus dem komfortablen Service des Konzerns kann ein behördliches Tool werden.

Im Sommer 2020 wurden einige Studien entwickelt, die besonders auf die sensorische Fähigkeit von Fitnesstrackern und Smartwatches setzen. Neben Googles Fitbit nimmt vor allem die Apple Watch eine Schlüsselposition am Handgelenk ein, ermöglicht es Nutzer*innen, ▶

Mehr Lesestoff

Eine ausführlichere Version des nebenstehenden Artikels von Felix Maschewski und Anna-Verena Nosthoff erschien im April 2021 in der Zeitschrift *Luxemburg*, die vom Vorstand der Rosa-Luxemburg-Stiftung (RLS) herausgegeben wird. Der Artikel ist online abrufbar: <https://www.zeitschrift-luxemburg.de/big-tech-und-die-pandemie/>
In Kooperation mit dem Westfälisches-Dampfbuch-Verlag hat die RLS zudem im Mai 2021 das Buch *Plattformkapitalismus und die Krise der sozialen Reproduktion* publiziert. Auf 295 Seiten beleuchten zahlreiche Autor*innen kritisch, wie und in welchen Bereichen sich digitale Plattformunternehmen zu zentralen Infrastrukturen entwickelt haben, betroffen sind auch Pflege und Heimarbeit. Herausgeber*innen sind die Wissenschaftler*innen Moritz Altenried, Julia Dück und Mira Wallitz. Das gedruckte Buch kostet 30 Euro, die Online-Version ist gratis auf der Webseite der RLS lesbar: <https://www.rosalux.de/>

► zu »citizen scientists« zu werden und via App persönliche Daten – von der täglichen Aktivität bis zum Schlafrhythmus – zur Früherkennung von Covid-19 zu spenden. Forscher*innen vom Mount Sinai Health System, einem Verbund von acht New Yorker Krankenhäusern, haben etwa in der »Warrior Watch Study« herausgefunden, dass die Apple Watch kleinste Veränderungen in der Herzfrequenz – als mögliches Anzeichen einer Infektion – wahrnehmen kann und somit bereits bis zu sieben Tage, bevor Symptome spürbar werden, auf das Virus hinweisen könnte. Die medizinische Forschungseinrichtung Scripps Research, die Universität Stanford oder das Robert Koch-Institut (mit der Corona-Datenspende-App) haben ähnliche Studien entwickelt. Nutzer*innen der Apple Watch können ihre Daten seit 2019 über Apples Research-App für Universitäten, Krankenhäuser und die Weltgesundheitsorganisation (WHO) zur Verfügung stellen, um bei der Entwicklung wissenschaftlicher Erkenntnisse oder Produkte zu helfen.

Wer Apples und Googles Forschungen verfolgt hat, den überraschte deren Zusammenarbeit bei der Kontaktverfolgung im April 2020 wenig. So warteten die Tech-Monopolisten nicht, bis staatliche Akteure Corona-Warn-Apps entwickelten. Stattdessen präsentierten sie eine eigene »umfassende Lösung«: die notwendige, eigens entwickelte Schnittstelle, die dezentralen, anonymisierten Datenaustausch via Bluetooth möglich macht und den Standard für fast sämtliche nationale Tracing-Apps in Europa bildet.

Kalkulierte Fürsorge

Auch Facebook erkennt in der Notlage seine Mission. Für die Carnegie Mellon University und die University of Maryland sprach das Unternehmen gezielt User*innen an, um einen Fragebogen zu bewerben, der Forschenden half, wöchentlich »interaktive Karten selbst berichteter Symptome« zu erstellen – und so das Virus zu tracken. Jeden Tag beantworten mehr als 50.000 Menschen Fragen über Symptome wie Husten oder Fieber, Alter und Wohnort und zu Gefühlen der Angst und Depression. Facebook erhält diese Daten nicht, will aber als *die* neutrale Infrastruktur sozialen Austauschs gelten. Zugleich weitete die Plattform die hauseigenen Krankheitspräventions-Karten aus. Auch dieses Projekt soll »die Effizienz von Gesundheitskampagnen und die Reaktion auf Epidemien« steigern. Mit neu entwickelten Tools wie den Co-location Maps erfasst der Konzern nun, wie Bewegungsradius und soziale Kontakte zur Verbreitung des Corona-Virus beitragen, ob die Ausgangsbeschränkungen greifen oder neue Maßnahmen anempfahlen sind.

Facebook-Chef Mark Zuckerberg spendete nicht nur 25 Millionen US-Dollar für den Forschungshub Covid-19 Therapeutics Accelerator,

die Plattform rief gar die globale Koalition Covid-19 Mobility Data Network ins Leben. Facebook kooperiert nun mit führenden US-Universitäten sowie der Bill & Melinda Gates Stiftung. Ziel sei es, mit den Echtzeiterkenntnissen von Facebook – Apps wie Facebook Messenger können etwa die jeweiligen Standortdaten erfasst werden – die Verbreitung des Virus präziser zu bestimmen, um so Modelle zu erstellen, die den Verlauf der Krise prognostizieren.

Auch Amazon, der »Allesverkäufer« aus Seattle, profiliert sich im Zeichen der Gesundheit. Bereits 2018 erwarb das Unternehmen mit Pillpack eine Online-Apotheke und verkündete im November 2020 seine Ambitionen, mit Amazon Pharmacy einen Service zu etablieren, der verschreibungspflichtige Medikamente im Sortiment hat. Das neue Geschäftsfeld – der Markt ist allein in den USA mehr als 900 Milliarden US-Dollar schwer – scheint Teil einer langfristigen Strategie. So erprobt Amazon die telemedizinische Plattform Amazon Care, die eine umfassende, kontaktlose Rundumversorgung ermöglichen soll – zunächst nur für die eigene Belegschaft im Großraum Seattle. Via Chat oder Videocall können sich die Mitarbeiter*innen jederzeit von Ärzt*innen diagnostischen Rat holen, Haustermine vereinbaren oder sich direkt beim (und in gewisser Weise vom) Arbeitgeber betreuen lassen.

Zudem hat das Unternehmen im Sommer 2020 mit Amazon Halo einen Fitnesstracker auf den Markt gebracht, der den Marktführern wie Apple Watch oder Googles Fitbit Konkurrenz machen soll. Auch dieses Device lässt sich zur Corona-Nachverfolgung einsetzen, doch zielt es entschieden auf postpandemische Märkte: Das Halo-Band kann nicht nur Schritte zählen, den Pulsschlag oder die Hauttemperatur messen, es ermöglicht auch eine Körperfettanalyse über eine Art 3-D-Scan. Nutzer*innen müssen sich halb nackt abfotografieren und die Fotos in die Amazon-Cloud hochladen. Anschließend wird eine Simulation des Körpers errechnet und, wie es heißt, ein »kompletteres Bild der eigenen Gesundheit« erstellt.

Google, Apple, Facebook und Amazon sind längst zu engmaschigen Infrastrukturen geworden, die nicht nur Daten über unser Onlineverhalten, unsere Vorlieben und Eigenschaften sammeln, sondern uns auch immer eindringlicher »umsorgen«. Die IT-Unternehmen können sich während der Corona-Krise als smarte Heilsbringer präsentieren. Dass sie dabei den Alltag, den individuellen wie den Gesellschaftskörper immer tiefer sondieren, liegt nicht nur in der Natur ihrer Devices. Es liegt auch an einer Zeit, in der sich die Menschen nach Gewissheit sehnen und jeden Tag neue Tabellen, Kurven und Werte, neue Daten verlangen; und an einer Politik, die Probleme – soziale oder gesundheitliche – vor allem technisch lösen will. 🌐

Lobby, Geld und Macht

Die Digitalbranche ist derjenige Industriebereich, der in der Europäischen Union am meisten Geld für Lobby-Aktivitäten ausgibt – mehr als 97 Millionen Euro pro Jahr. Big Tech übertreffe damit sogar die bekannt mächtigen Sektoren Auto, Pharma und Finanz. Das geht aus der Studie *Wie Google & Co die EU beeinflussen* hervor, im August gemeinsam vorgelegt von den Organisationen LobbyControl und Corporate Europe Observatory. »Die 10 Unternehmen mit den meisten Lobbyausgaben«, bilanziert LobbyControl, »machen dabei bereits ein Drittel der gesamten Lobbyausgaben der Digitalindustrie aus, darunter Google, Amazon, Facebook, Apple und Microsoft (GAFAM). Für sie allein arbeiten mehr als 140 Lobbyisten tagtäglich in Brüssel.« An der professionellen Kontaktpflege beteilige sich ein Netzwerk aus Verbänden, Lobbyagenturen, Denkfabriken und Anwaltskanzleien. Die 52-seitige Studie, online auf www.lobbycontrol.de, plädiert abschließend dafür, die Macht der Digitalunternehmen einzuschränken – und unterbreitet auch Vorschläge. Mehr Transparenz könne ein besser ausgestattetes EU-Lobbyregister schaffen, offenzulegen seien zudem Finanzierungsquellen von Denkfabriken und anderen Organisationen. Beratende Sachverständige sollten stets mögliche Interessenkonflikte angeben. Zudem sollten EU-Beamt*innen und Politiker*innen frühzeitig auch unabhängige Wissenschaftler*innen und zivilgesellschaftliche Gruppen einbeziehen. Unabhängige Fachleute und Verbände, die Verbindungen zu Big Tech pflegen, sollten laut Empfehlung der Studie stets »kritisch beurteilen, ob sie als »weiche Machtinstrumente« der Unternehmen agieren wollen, und gegebenenfalls in Betracht ziehen, solche Beziehungen zu beenden.«