

ANLEITUNG

Der Einfluss von Algorithmen und Daten (auf Entscheidungen)

Häufig ist uns gar nicht bewusst, wie häufig Technologien der Künstlichen Intelligenz (KI) und die mit ihr verbundenen Algorithmen bereits in unserem Leben zum Einsatz kommen. Doch Algorithmen brauchen Daten und diese bekommen sie von uns. Dadurch dass sie von uns lernen, sind sie auch dazu in der Lage, uns bei unseren Entscheidungen zu beeinflussen. So wird KI zum Beispiel beim **Online-Shopping** genutzt, um Kund*innen personalisierte Empfehlungen zu geben, die sich beispielsweise auf frühere Produktsuchen und Käufe oder auf ihr sonstiges Online-Verhalten stützen. KI ist für den Handel von großer Bedeutung, vor allem bei der Optimierung von Produkten, der Planung von Beständen und in der Logistik. Aber auch unsere Daten aus den **Suchmaschinen** können verwendet werden. So können Suchmaschinen aus umfangreichen Daten, die von Nutzer*innen eingegeben werden, lernen, um relevante Suchergebnisse zu liefern.

Aber noch interessanter ist das Thema **Targeting**. Denn jede*r Handy-Nutzer*in erhält eine Werbe-ID, unter der Daten gesammelt werden. Zu diesen Daten zählen unter anderem: genutzte Apps und Webseiten, Standorte, gelikte Fotos oder Suchanfragen, aber sogar auch Trackingdaten – also wann wir uns wo befinden. Daraus können Algorithmen dann ein **Verhaltensprofil** des Menschen errechnen und erstellen. Aus diesen Daten kann **personalisierte Werbung** erschlossen und angezeigt werden. Aus dem Targeting ist inzwischen sogar eine eigene Industrie entstanden, die von großen Unternehmen wie Facebook aber auch Amazon, Apple und Microsoft aktiv genutzt wird. Eine Flut von Zustimmung-Fenstern mit endlosen Rechtstexten führt dazu, dass viele Nutzer*innen schnell »Verstanden«, »Akzeptieren« oder »Ich stimme zu« klicken, was bedeutet, dass wir unsere Daten frei zur Verfügung stellen.

Deshalb ist es wichtig zu verstehen, wie Algorithmen funktionieren und wie unsere Daten verarbeitet werden, um uns über unser Verhalten im Internet bewusst zu sein!

Viele werden es kennen: Wir schauen ein Video auf einer Videoplattform an und plötzlich werden uns weitere Videos zu demselben Thema vorgeschlagen. Auch dafür ist ein Algorithmus verantwortlich, der unsere Daten genau dafür benutzt. Ende 2016 wurde unter anderem der YouTube-Algorithmus angepasst und um Elemente des Maschinellen Lernens erweitert. Ab dem Zeitpunkt ist also auch dort von einer Künstlichen Intelligenz zu sprechen, die für die Vorschläge zumindest mitverantwortlich ist.

Dieser Algorithmus dient primär dazu, dass Nutzer*innen möglichst einfach die Inhalte finden, die sie sehen wollen. Dazu werden Metadaten der Nutzer*innen abgeglichen, also inwieweit die Daten der Videos zu ihrer Suchanfrage passen. Dieses System ist von der Logik ähnlich wie das der Google-Suche aufgebaut und stützt sich auf Daten wie Videobeschreibung, Hashtags und Verlinkungen.



Vielen Dank!
Wir freuen uns
über Euer Feedback.