



Brigitte Ernst, Benedikt Rüdiger, Ruben Held und Lena Winkler bilden zusammen Ernst & Ruediger, eine Gruppe, die sich gerne mit Daten befasst und in «sich und Anderen interessiert ist». Dies ist die Dokumentation ihres neuesten Projekts.

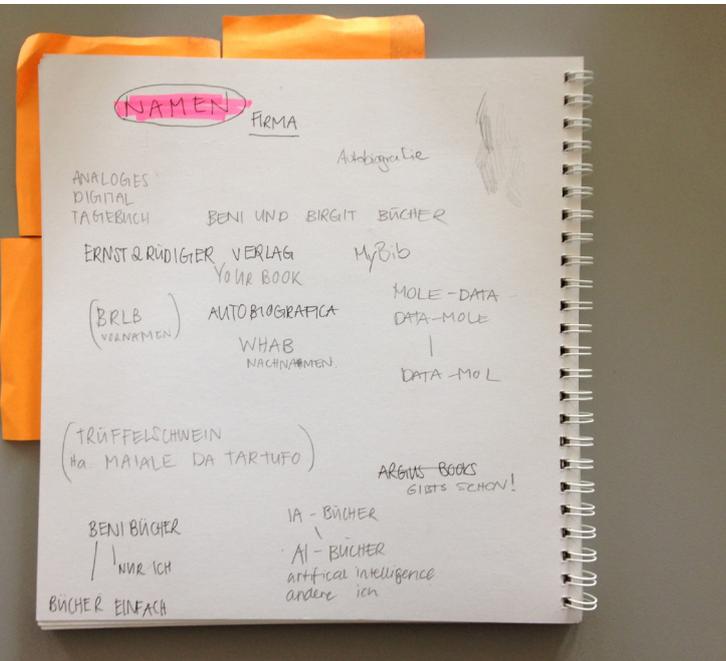
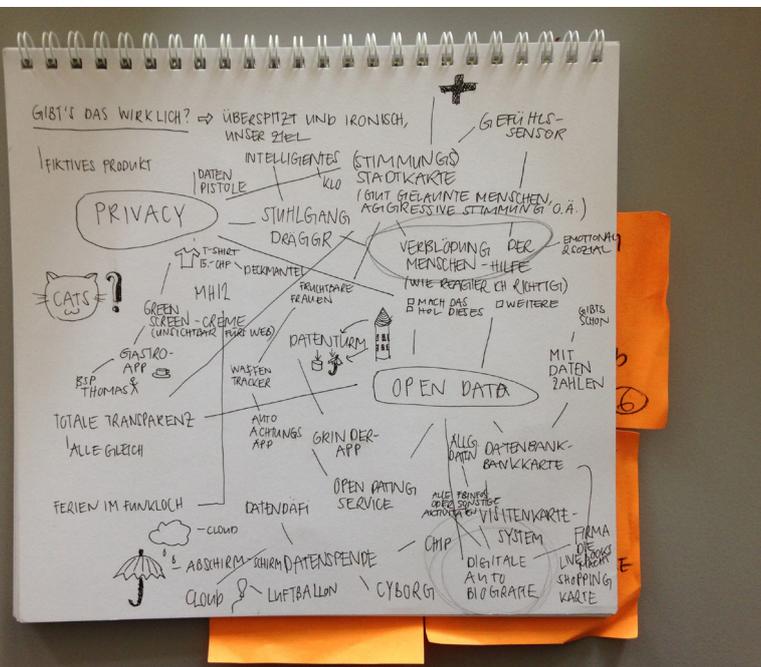
IDEE UND IDEENFINDUNG

Nach einigen Überlegungen zu Big Data stimmten wir darin überein, dass uns das Thema Privacy im Internet und den damit verbundenen, überall verstreuten Daten besonders interessiert. Zu diesem suchten wir zusammen verschiedene Projektideen.

Nach einigen Besprechungen und Diskussionen fanden wir zu vier Ideen. Schlussendlich entschieden wir uns dafür, ein Buch mit sämtlichen digitalen Daten einer Person anzufertigen.

KONZEPT DES BUCHES

- Sämtliche digitale Daten einer Person sollen in ein Buch gefasst werden
- Das Buch soll eine Art Erinnerungsstück an das bisherige digitale Leben sein.
- Das Buch übersetzt die digitalen Daten in eine analoge Form
- Dadurch visualisiert es den Umfang und die Menge der vorhandenen digitalen Daten
- Es dokumentiert, wie und wann die Daten generiert wurden und werden und gibt der Person einen Überblick über ihr Verhalten im Netz
- Es gibt der Person das Gefühl, alle Daten in den eigenen Händen zu halten, ohne dass dies tatsächlich der Fall ist.
- Die Vervielfältigung des Buches ist, im Vergleich zu den Daten im Internet, überschaubar und bildet so einen Kontrast zu diesen. Sofern nicht anders gewünscht, ist es ein Unikat.
- Sollten die Daten im Internet irgendwann verloren gehen, sind sie dennoch im Buch gespeichert. Es ist gut vorstellbar, dass das Buch länger besteht als die Daten. Dadurch wirft es auch im Zusammenhang mit dem „Recht auf Vergessen“ Fragen auf. Anders als die Online-Daten kann es jedoch jederzeit vernichtet werden.
- Bezahlte die Person uns mit ihren Daten, gibt also die Rechte auf ihr Buch und dessen Inhalt an uns ab, stellen wir es in unserer Bibliothek, wodurch die bereits im Internet zugänglichen Daten symbolisch erneut öffentlich gemacht werden.



GESCHÄFTSMODELL

Unsere Zielgruppe sind in «sich und andere interessierte» Menschen, die einen Überblick darüber erhalten wollen, welche Daten im WWW über sie und von ihnen zu finden sind, und diese als Buch in einer schöneren Form erhalten wollen. Sie entstehen zwei grobe Zielgruppen. Zum einen solche, welche am nostalgischen, romantischen und philosophischen Wert des Buches interessiert sind. Wie zum Beispiel Personen, welche ihr digitales Tagebuch als Objekt weitergeben wollen, z.B. an Enkel/Kinder. Zum anderen Personen, welche kurz vor dem Berufseintritt einen Überblick über die Daten wollen, welche man von ihnen im Internet findet um so allfällige schlechte Artikel über sie loswerden könnte.

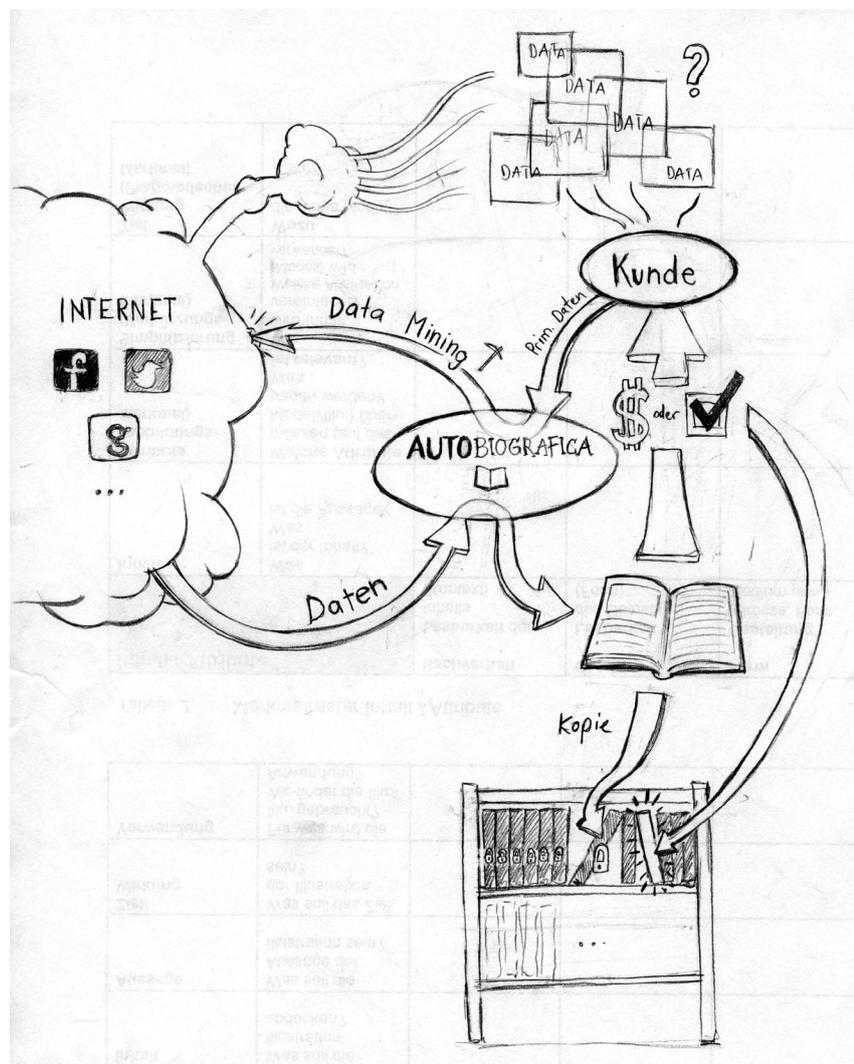
Die Daten werden via Data Mining im Internet zusammen mit dieser Person, zum Beispiel durch zur Verfügung stellen von Passwörtern, gesucht. Dabei ist gegenseitiges Vertrauen sehr wichtig. Darum ist uns die Nähe zum Kunden ein sehr grosse Anliegen. Damit dieses Vertrauen auch ein Fundament hat, arbeiten wir einen Vertrag aus, welcher uns die Rechte an den Daten entzieht nach Abschluss des Buches. Wir fassen die Daten in ein schön gestaltetes Buch zusammen. Damit wir hier keinen zu grossen Layoutaufwand haben, arbeiten wir mit Basil.JS (Ein Programm welches Processing und InDesign verbindet), was es uns erlaubt, nur einmal ein Layoutskript schreiben zu müssen. So generiert unser Skript das Layout.

Der Preis des Buches hängt schlussendlich davon ab, wie viel Zeit mit der Recherche der Daten verbracht wurde. Dies wird vom Kunden entschieden.

Bezahlt wird entweder „normal“ mit Geld oder mit Daten. Bei Letzterem tritt der Kunde uns die Rechte an seinem Buch ab. Wir stellen es in unserer Bibliothek allen zur Verfügung, die es lesen möchten und in sich und Andere interessiert sind. Sie

wird das Buch symbolisch der Öffentlichkeit zurück gegeben. Hier soll der Gedanke gefördert werden, das man sich damit beschäftigt mit der Frage „Wohin gehen meine Daten? Wer sieht meine Daten“ etc.“

Wir sind nicht primär profitorientiert und das entstandene Produkt ist für uns daher eher ein Statement zum Thema Big Data als nur ein Kaufobjekt.



REALISIERUNG DES PROJEKTS

Ein wichtiger erster Teil unserer Arbeit ist die Recherche. Nachdem wir unser Konzept festgelegt hatten, trugen wir zusammen, aus welchen Quellen wir die Daten, die schlussendlich im Buch landen werden, beziehen.

Zu diesen zählen Folgende:

neue oder zusätzliche datenproduzierende Einheiten ergänzt werden.

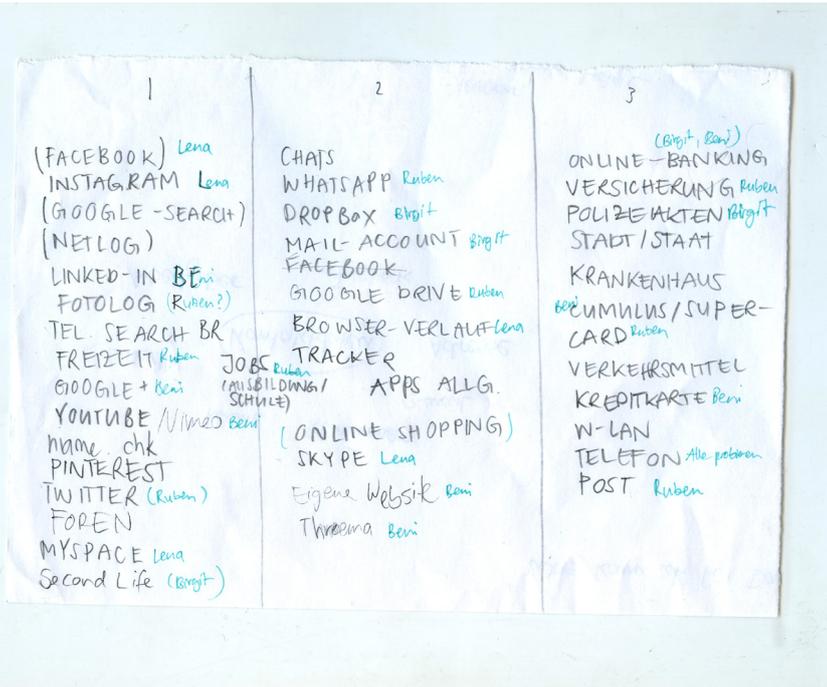
Eine Frage, die wir uns ebenfalls stellten, bezieht sich auf die Anordnung der Inhalte im Buch. So wird das Buch in Hauptkapitel unterteilt, welche sich einer realen Person annähern, in die Bereiche soziales Umfeld, Finanzielles, Arbeit, Freizeit und Öffentlichkeit. Diese Kapitel werden nochmals unterteilt in Pools (Herkunft der Daten) und deren Zugänglichkeit. Zum Beispiel «Facebook» wäre ein Pool, welcher verschiedene Zugänglichkeitsebenen besitzt. Titelbilder wären unter „öffentlich“, während Logindaten unter „schwer zugänglich“ gefunden werden können.

Wir entschlossen uns dazu, unsere eigenen Daten zu sammeln und je in ein Buch zu packen. Dabei entstand eine erstaunliche Menge an eigenen Daten, die uns nachhaltig beeindruckte. Schnell bemerkten wir, dass es sehr lange dauern würde, alle Informationen von allen vier Mitgliedern von Ernst&Ruediger zusammen zu stellen und entsprechend zu layouten, und uns dafür leider die Zeit fehlte.

Daher entschieden wir uns dafür, dass jeder von uns einen Teil seiner Daten sammeln sollte, so dass möglichst alle oben genannten Datenquellen abgedeckt wären. Diese würden wir dann zusammen in einem Buch veröffentlichen. Zum jetzigen Zeitpunkt ist es eher unwahrscheinlich, dass es rechtzeitig fertiggestellt wird.

Es ist eine unserer Hauptprioritäten, das Layouten und die Recherche schneller und effizienter zu machen. Dadurch wird es möglich sein, unseren Kunden gute Konditionen zu bieten und unsere Bibliothek zu füllen.

Parallel zu den Arbeiten am Produkt entstand ein einminütiger Film, der dieses fantastische Projekt von Ernst & Ruediger eindrücklich dokumentiert und erklärt. Wir hoffen, dass viele „in sich und Andere interessierte“ Menschen unsere Idee und unsere Prototypen an der Design Fair bewundern können.



Die Liste kann beliebig ergänzt werden. Einige Daten können über geschickte Eingaben bei Suchmaschinen sehr schnell gefunden werden, für andere werden Passwörter benötigt, die wir wie bereits genannt, von unseren Kunden erhalten. Wieder andere Daten sind noch schwerer zugänglich. Sie sind zwar digital gespeichert, um sie zu erhalten, benötigt man jedoch das Einverständnis bestimmter Institutionen. So kann man nach einem Anruf über eine Rabattkarte einer Supermarktkette viel über sein bisheriges Kaufverhalten herausfinden, dessen man sich in dieser Weise vielleicht gar nicht bewusst ist- ein Indiz dafür, das man eindeutig in sich und Andere interessiert ist. Wir haben die verschiedenen Datenquellen daher in drei Schwierigkeitsgrade unterteilt, je nach dem, wie aufwändig es ist, an die Daten zu kommen. Selbstverständlich kann die Liste durch

AUFGABENVERTEILUNG INNERHALB DES PROJEKTS

Viele der Aufgaben, die während dieses Projekts zu bewältigen waren, wurden von allen Gruppenmitgliedern ausgeführt. Vor allem konzeptionelle Fragen wurden stets demokratisch diskutiert und die Meinungen und Ideen aller miteinbezogen. Dennoch hat Jede und Jeder bei Ernst & Rüdiger seinen Teilbereich und seine Expertise.

Brigitte Ernst:

Organisation des Projekts, Texte

Benedikt Rüdiger:

Layout und Visual Design, Creative Director

Ruben Held:

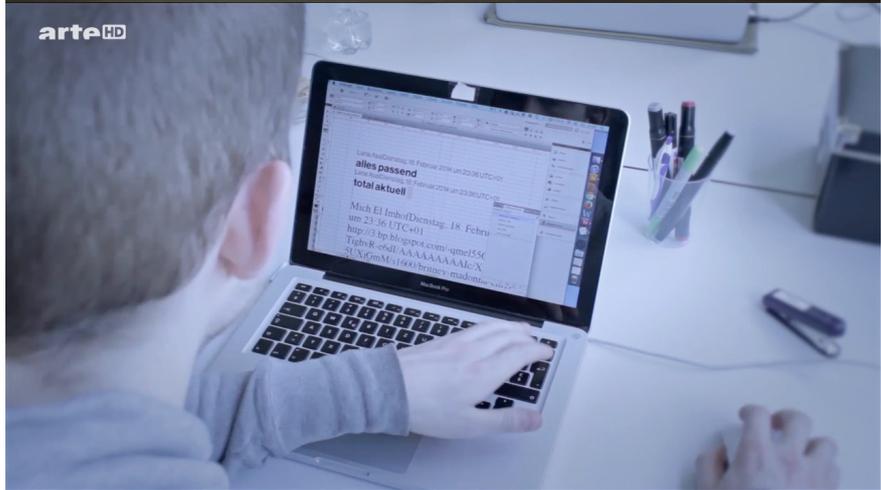
Produktion des Films, musikalische Untermalung

Lena Winkler:

Dokumentation, Artwork, Catering, Branding



FILMSTILLS



google login standorte

52.512
13.376

47.448
6.64

47.268
8.536

google login standorte

47.408
7.544

46.912
7.464

47.472
8.216

whatsapp verlauf fotos

whatsapp verlauf fotos

GRUPPENMITGLIEDER

Lena Asal	Style & Design
Ruben Brändli	Visuelle Kommunikation
Benjamin Held	Cast/ Audiovisuelle Medien
Birgit Winkler	Scientific Visualization

DOZENTEN

Nico Lypitkas	Cast/ Audiovisuelle Medien
Karin Seiler	Scientific Visualization
Domagoj Smoljo	Mediengruppe Bitnik
Carmen Weisskopf	Mediengruppe Bitnik