

Gläsern, undurchschaubar

Social Media, Cookies, Smartphones mit Gesichtserkennung und Fingerabdruck-Sensor – da wird häufig die Klage laut, es gebe keine Privatsphäre mehr. In der Praxis haben diese digitalen Neuerungen allerdings auch positive Seiten: Cookies wurden ursprünglich erfunden, um die Internetnutzung zu vereinfachen, nicht um irgendjemandem nachzuschneüffeln. Die Handyentsperrung per Fingerabdruck ist, wenn wir ehrlich sind, ganz schön praktisch. Und über Social Media erfahren wir tatsächlich sehr viel über andere. Wenn wir noch ehrlicher sind: Das ist auch nur deshalb der Fall, weil wir gerne viel über uns erzählen.

So oder so – die Daten sind da. Unsere Gesellschaft muss entscheiden, welche Verwendungen wirklich nützlich sind, oder zumindest legitim, und welche unerwünscht sind. In der Versicherungsbranche beispielsweise gibt es Gedankenspiele, online generierte Daten zu nutzen, um Tarife zu entwerfen. Schließlich weiß Facebook so viel über seine Nutzer! Daraus müsste man doch ableiten können, wie hoch ein Krankheits- oder Berufsunfähigkeitsrisiko ist, oder?

Nein. So einfach ist es leider nicht.

Eines von mehreren fundamentalen Problemen dabei ist, dass Social Media eine Inszenierung ist. Wir zeigen der Welt jene Seite von uns, die sie sehen soll. Zwei Studierende, gleich alt, gleich fit, vergleichbarer Hintergrund, können morgens nach ihren Joggingrunden in derselben Jura-Vorlesung sitzen. Sie bestellen das gleiche Essen in der Mensa. Sie lernen nachmittags fleißig und feiern abends auf derselben Party. Beide trinken etwas zu viel. Der eine zeigt am nächsten Tag ein Schreibtischfoto mit seiner kiloschweren Gesetzestext-Loseblattsammlung. Der andere zeigt das verwackelte Bild aus dem Club nach dem siebten Bier.

Man kann darüber streiten, wie clever die beiden Studenten jeweils handeln. Aus Sicht eines Aktuars, der Tarife kalkuliert, ist es zunächst einmal eines: nämlich ziemlich egal. Ceteris paribus sind die Risiken für beide betrachteten Personen grundsätzlich identisch. Auf Grundlage solcher Selbstinszenierungen individuelle Risiken zu kalkulieren, ist nach heutigem Wissensstand kaum möglich – vom Betrugsrisiko durch eigens aufgehübschte Profile einmal ganz abgesehen. Meine These daher: Wenn wir irgendwann Risikoprofile auf Basis von Onlinedaten erstellen, werden Facebook und Co. nicht die Hauptrolle spielen.

Es gibt andere Datenquellen, die sehr viel aufschlussreicher sein könnten. Benutzen Sie beispielsweise eine Fitness-App, um Ihr sportliches Engagement zu tracken? Dann geben Sie Ihre Gesundheitsdaten detailreich und ziemlich ehrlich an. Möglicherweise ehrlicher als jemand, der die sperrigen und schwer verständlichen Gesundheitsfragen einer klassischen

Risikoprüfung beantwortet. Es ist durchaus vorstellbar, Tarife mit vereinfachter Gesundheitsprüfung zu kalkulieren, bei denen Daten aus Sportportalen einfließen.

Natürlich wirft eine solche Nutzung zahlreiche Fragen auf, allen voran die Themen Datenschutz und Kundenakzeptanz. Die Daten wurden nicht zum Zweck des Versicherungsvertriebs erhoben. Eine Zustimmung des Kunden ist also unbedingt notwendig. Und dann muss noch gewährleistet werden: die sichere Datenübermittlung, die ausschließliche Verwendung zur Tarifierung, die anschließende Löschung. Aber hier ließen sich wohl Lösungen finden. Wenn der Kunde seine Daten vorübergehend freigibt und zustimmt, auf dieser Basis ein individuelles Angebot kalkulieren zu lassen: warum denn nicht?

Auch hiervon sind wir noch weit entfernt. Aber es ist ein sehr viel realistischeres Szenario als die Auswertung von Social Media-Profilen. Und es könnte einen echten Mehrwert für den Kunden darstellen: Jeder Tarif, der mit weniger Gesundheitsfragen ein wettbewerbsfähiges Preis/Leistungsverhältnis ermöglicht, wäre ein Gewinn für beide Seiten.