„Wir schlafwandeln in die digitale Zukunft“

Interview mit Ali Jelveh, Initiator der Non-Profit-Kampagne „Free Your Data“

Wer ist eigentlich Ali Jelveh? Gründer von Protonet, Visionär, Programmierer, Einwanderer zweiter Generation*)?

Ich bin als Kind zusammen mit meiner Mutter und meinem Bruder aus dem Iran nach Deutschland gekommen.

Also Einwanderer der ersten Generation. Bei all diesen Dingen, die du schon gemacht und erlebt hast, was bist du für ein Mensch, Ali?

Ein sehr optimistischer Mensch. Ich glaube an die Größe, an das Potenzial und an die Power des Menschen. Neben allen Unzulänglichkeiten und Schwierigkeiten, die man auch mit dem Menschsein mitnimmt, glaube ich, dass sehr viel Potenzial in jedem von uns steckt, und auch in dem, was wir in dieser Welt bewirken und bewegen können und wie wir diese Welt formen können – nach unseren Idealen. Das ist die Art Mensch, die ich bin.

„Power des Menschen“ ist eine schöne Zeile. Hast du den Kopf häufig in den Wolken, Ali?

Früher hatte ich den Kopf sehr lange und sehr intensiv in den Wolken. Wenn ich heute ein bisschen Guidance brauche, dann erdet mich meine Familie – meine Mutter und meine Frau. Für die bin ich nicht der große Online-Held, sondern einfach der Sohn und Ehemann. Dann habe ich noch meinen Mitgründer Christopher, der einen Gegenpol bietet und mich immer wieder zurückholt in das, was wirklich fassbar ist.

*) Interviewer und Interviewter kennen sich gut, daher wird im Interview das „du“ als Ansprache verwendet.

Kommen wir vom „Kopf in den Wolken“ zum Thema Cloud-Computing. Du bist Gründer von Protonet, von der orangen Box, die sich bewusst von der Cloud abgrenzt und es dem Nutzer erlaubt, wesentliche Aspekte von Internet-Kommunikation und -Kollaboration mit einem Computer zuhause durchzuführen. Warum eigentlich orange?

Erstens ist orange eine ganz klare Signalfarbe, ein Statement, das dieses Produkt in einer Welt aus grau, schwarz und weiß setzt. Das sticht sofort heraus. Auf der anderen Seite, wenn man in die Farbtheorie guckt, ist orange auch die Farbe der Kommunikation.

Protonet ist ja nun keine Cloud. Ihr verkauft ein Stück Hardware in einer Zeit, wo die Leute weg von der Hardware gehen.

Ja, aber ich möchte noch ein bisschen auf diesen Gedanken von „Cloud versus Hardware“ eingehen. Was steht denn in den Rechenzentren, die diese Clouds anbieten? Ich glaube nicht, dass da etwas anderes als Hardware drin steht.

Vielleicht. Und vielleicht erleben wir in unserer Gesellschaft eine Art Trennung von Hardware immer mehr hin zum Virtuellen.

Genau. Komfort kommt heute ein bisschen aus diesem Magischen. Wenn wir in Cloud-Sprachen sprechen, kann ich mir meine zehn Instanzen hochfahren und diese sind wie magisch da. Und sie laufen tatsächlich in einer Welt, von der man nicht weiß, wie sie funktioniert. Indem wir diese Services annehmen, handeln wir nach dem Motto: „Don't look at the man behind the curtain“. Mit Protonet brechen wir das auf, machen es kleiner und fassbarer. Wir bringen den Computer aus diesem magischen Bereich wieder in den persönlichen Bereich – so wie früher. Für mich funktioniert Technologie immer in Zyklen, die zwischen Zentralität und Dezentralität wechseln.

Aber jetzt wir sind ja tatsächlich im Zyklus der Virtualisierung, der Cloud. Und dann kommt ihr mit so einem Stück Hardware

[1]) Vgl. `https://www.youtube.com/watch?v=256eKjULdgQ`, Anmerkung der Redaktion.

an. Da bist du ja schon ein bisschen die „lone nut“[1]). Also der Typ, der alleine den Tanz anfängt. Entweder hast du Recht, dann kommst du ganz groß heraus, weil du wirklich der erste warst, oder du verpuffst in der Sonne.

Ja, genau.

Glaubst du an deine Idee?

Ich glaube aus drei Gründen daran: Erstens diese Art von schneller Kommunikation, von einfachem Sharing, von diesem Komfortgedanken – dass das im täglichen Leben immer prävalenter wird. Da wird es eine neue Art von Arbeit geben, die wird sehr datenbasiert und echtzeitbasiert sein. Das wird der Standard.
Wenn diese ganzen Datenströme tatsächlich auch fließen, gibt es zentrale Kontrollpunkte und dadurch zentrale Honigtöpfe mit Informationen, immer mehr Daten und damit immer mehr Sicherheitsverletzungen persönlicher Daten. Das wäre die zweite Kraft, diese Honigtöpfe.
Die dritte Kraft, die ich sehe, ist für Informatiker und Techniker eine sehr bekannte Kraft: Moores Law. Dieses Gesetz besagt, dass sich alle 18 Monate die Transistordichte beim gleichen Preis verdoppelt. Und was bedeutet das? Rechenkapazitäten, die einfach immens sind, auf Handflächengröße. Wenn man zum Beispiel unsere Produktivitätslösung Carla für kleine Unternehmen mit Servern aus dem Jahr 2000 vergleicht, dann bietet Carla etwa die tausendfache Leistung. Also einfach fast forward um circa zehn Jahre, dann schrumpfen Rechenzentren auf Handflächengröße. So entstehen automatisch neue Anwendungsbereiche, wie z. B. Personal Big Data.
All das zusammen spricht für mich dafür, dass wir einen dezentralen Trend und eine verteilte Infrastruktur in einer Form sehen werden, die wir uns heute noch nicht vorstellen können.

Nun sind zentrale Daten ein Wirtschaftsfaktor. Die Unternehmen, die auf zentralen Daten sitzen, können damit sehr viel Geld verdienen. In anderen Branchen, wo Dezentralität schon lange gepredigt wird, beispielsweise in der Energiewirtschaft, ist es sehr schwierig, von zentralen Systemen hin zu dezentralen Systemen zu kommen.

Ich finde diese Analogie zur Energiewirtschaft gut, weil so ein großer Markt von Oligopolen beherrscht wird. Und was macht die Technologie? Die hat jetzt dafür gesorgt, dass alternative Energieerzeugungskosten unter die von Kohle gefallen sind – und sie werden weiter runter gehen. Dann machen diese zentralen Energieversorgungssysteme, die wir gebaut haben, keinen Sinn mehr.
Dieser technologische Druck, der dahinter steht, wird letztendlich dafür sorgen, dass dezentrale Lösungen einfach entstehen werden. Nimm zum Beispiel diese neuen Batteriepacks von Elon Musk. Nicht, weil ich es besonders gut finde, nicht weil, es philosophisch oder ethisch besser wäre, einfach weil der Markt das pusht. Bei Cloud und Softwaretechnologien sind wir noch ganz am Anfang mit dem, was wir den Menschen wirklich in die Hand geben können.
Derzeit steht sehr viel Geld dahinter, Daten zentral zu halten. Das ist genau der Grund, warum wir politisch mit der Kampagne „Free your Data“ starteten. Unser Ziel dabei ist, die Schotten zu diesen Datenhaltungssystemen aufzubrechen, sodass diese Daten fließen und nicht nur einzelne Player am Markt Zugriff auf dieses „Öl“ haben. Ich mag dieses Bild, weiß aber auch, dass viele es sehr streitbar finden, Daten als das neue Öl zu bezeichnen. Wir wollen jeden Einzelnen von uns in der Gesellschaft zu einem Player in diesem Markt machen. Dann wird sich automatisch eine Umverteilung einstellen.

Bei der „Free-your-Data“-Initiative habt ihr geschickt mit einem Videozusammenschnitt verschiedener Key-Note-Ansprachen von Vorständen und CIOs der großen Internetunternehmen folgende Botschaft transportiert: Die großen Internetunternehmen wollen meine Daten.

Ja, das haben wir.

Ali Jelveh (35) ist Gründer und Geschäftsführer der Protonet GmbH. Im Jahr 1980 im Iran geboren, mit seiner Familie aus seiner Heimat geflohen, landete er 1987 in Hamburg. Diese Erfahrungen sind bis heute Antrieb seines Handelns und Denkens und motivierten ihn zur Gründung seines Unternehmens.
Ali studierte Physik und begann, um seinen Lebensunterhalt zu finanzieren, mit der Programmierung kleiner Rechnungssysteme. Die Aufgaben wuchsen und so wurden daraus größere und komplexere Software, wie Buchhaltungs-, Warenwirtschafts- und Ressourcenplanungssysteme für mittelständische Unternehmen und Webstores.
Mit dem Erwachsenwerden des Webs designte und entwickelte Ali JavaScript-Architekturen für NATE.COM, eines der ersten großen sozialen Netzwerke Asiens. 2007 fing er als Softwarearchitekt beim damals noch jungen Hamburger Startup XING an. In diesem Zeitraum lernte er Christopher Blum kennen und entwickelte die ersten Visionen von Protonet. Neben der Arbeit fingen die beiden zusammen an, ihre Vision eines dezentralisierten Netzes in die Realität umzusetzen.
2015 rief der Hamburger Lösungsanbieter Protonet mit seinem Geschäftsführer Jelveh die Non-Profit-Kampagne „Free Your Data“ ins Leben. Ziel ist es, den Bürgern die Hoheit über ihre persönlichen Daten zurückzugeben und für ein neues EU-weites Gesetz zu kämpfen.

Wie waren die Reaktionen darauf?

Die waren sehr gut. Wir haben zeitgleich eine Petition gestartet, die für jeden einzelnen Echtzeitzugriff auf seine Daten in den großen Datentöpfen fordert.
Wir haben in kürzester Zeit zehntausende Unterschriften in den ersten Tagen bekommen und sehr viel Presseresonanz. Wir haben für das Video auch Preise gewonnen. Es gibt DPA-Meldungen und Fernsehbeiträge dazu. Also ist das ein Thema, das die Leute interessiert. Inzwischen sind über 60.000 Unterschriften zusammengekommen und es gibt hunderttausende, die die Kampagne schon gesehen haben. Allerdings sind wir nicht zufrieden, weil die Bevölkerung das ganze Thema Daten noch gar nicht fassen kann. Aber es ist ein erster Schritt. Wir sind durch und durch eine politische Firma.

Es hätte ja auch sein können, dass ihr eine negative Reaktion auf diesen Film bekommt und dass die betroffenen Firmen rechtliche Schritte gegen die Kampagne einleiten.

Wir haben damit gerechnet und wir haben sichergestellt, dass wir die Kampagne fortführen können, selbst wenn das passiert.

Hat jemand gezuckt?

Ich sage es mal so: Wir haben die Kollegen von Google bei der re:publica getroffen und die Kollegin, die bei uns die Kampagnenleitung macht, kennt den PR-Chef von Google. Der wusste ganz genau, was alles bei uns in der Pipeline war, worüber wir sprechen und so weiter. Also haben die uns schon auf dem Radar..

Und die Botschaft, war ja: Die Googles, Facebooks, Twitters, Apples …, die diese ganze Convenience und tolle Produkte bringen, wollen nur eins – eure Daten.

Ja. Google und Facebook und Co. haben ja schon Sachen erschaffen, die uns im täglichen Leben weiterbringen. Jetzt ist die Frage, wem die Daten dahinter gehören oder wer Zugriff auf diese Daten haben sollte? Wir sagen mit der Kampagne: Das können sie auch weiter machen, das einzige, was sie schaffen müssen, ist eine Transparenz, und zwar eine, die der Technologie in unserer Dekade einfach würdig ist, nämlich Echtzeit. Das schafft ein Bewusstsein dafür, was mein digitaler Fußabdruck ist. Erst dann kann ich anfangen, wirklich auch bewusst über folgende Fragen nachzudenken: Was möchte ich und wie soll das funktionieren? Bin ich bereit, diese Deals einzugehen, und was kann ich eigentlich noch mit meinen Daten anstellen? „Wenn Daten das neue Öl sind, warum sind wir dann nicht alle Ölscheichs?“ Das ist in sehr cooles Zitat von Hannes Grassegger. Das Buch dazu, „Das Kapital bin ich“, kann ich jedem empfehlen.

Was ist momentan der Wert einer digitalen Identität?

Schwer zu beurteilen. Ein Beispiel kenne ich allerdings zufällig, weil ich die Zahl für einen unserer Webseiten-Inhalte für die „Free your Data“-Initiative recherchiert habe: das Unternehmen Sitcar. Dabei geht es um Pkw-Sharing, das Unternehmen wurde für 800 Millionen Dollar verkauft. Pro User ergibt das über 600 Dollar für einen Datensatz.

Als wir beide vor ein paar Jahren bei XING gearbeitet haben, waren das noch 200 Dollar, jetzt sind es 600.

Und es wird immer mehr, weil die Frage aufkommt: Was hat – in einer digitalen Zukunft, in einem digitalen Zeitalter – mehr Power und mehr Wert? Das, was ich jetzt physikalisch bin, oder meine digitale Identität? Hier kann ich noch mal Grassegger zitieren, der sagt: „People are just data in disguise“, also „Menschen sind verkleidete Daten“. Jetzt ist die Frage, wer diese Zukunft gestaltet. Mit Protonet bieten wir eine Alternative.

Wenn eine digitale Identität für einen Business-Case wie Car Sharing einen Wert von 600 Dollar hat, dann ist das doch so, als ob die Geldgeber folgende Wette eingehen: Wenn ich diese Identitäten kontrolliere, könnte ich einen Einfluss derart ausüben, dass in der durchschnittlichen Lifetime mit dieser Person ein EBIT von 600 Dollar erwirtschaftet wird.

Das ist eine Wette auf die Kontrolle, die du über solch eine ID hast. Die Person ist dabei nicht wirklich interessant.

In der „Free your Data“-Kampagne fordert ihr, dass alle Unternehmen, die personenbezogene Daten haben, diese für die betroffenen Personen in Form einer API zur Verfügung stellen sollen, sodass ich als Person herausfinden kann, was das jeweilige Unternehmen über mich weiß. Warum sollte ein Unternehmen darauf eingehen?

Ja, hier kommt der Punkt: Wer hat das Gestaltungsrecht dieser digitalen Zukunft? Hat es das erfolgreiche Unternehmen, hat es der Bürger oder hat es beispielsweise ein Komitee. Wir müssen uns damit auseinandersetzen, weil die digitale Zukunft jetzt entsteht. Was wir tun, ist, uns treiben lassen und schlafwandeln in dieser neuen digitalen Welt. Wenn wir eines Tages aufwachen, werden die Regeln desjenigen gelten, der sie gemacht hat.

Was du beschreibst, ist, dass wir unbewusst in dieser digitalen Welt unterwegs sind, praktisch im Traum. Ist das ein bisschen wie im Film „Matrix“?

Wenn ich eine Geschichte habe, die mich als Hauptprotagonisten in meinem eigenen Leben sieht, dann agiere ich anders. Das ist derselbe Mensch. Wichtig ist, wie ich die Welt sehe – als etwas, von dem ich ein aktiver Teil bin, oder als etwas, was passiert, bei dem ich gerade zuschaue.

Du forderst damit Menschen auf, bewusst zu entscheiden. Aber wollen wir wirklich bewusst sein?

Ich glaube, dass der Mensch fundamental selbst bestimmen möchte. Er möchte bestimmen, was mit seinem Leben passiert. Er möchte sagen: „Hier geht es lang, Das gefällt mir. Das gefällt mir nicht. Lass uns darüber sprechen. Wir müssen das anders machen.“

Was ist Protonet?

Die von der Hamburger Firma Protonet angebotene Lösung firmiert unter dem Überbegriff „NEXT GROUPWARE“ und ist eine Mischung aus Soft- und Hardware. Das Kernprodukt „Protonet SOUL“ ist eine browserbasierte Groupware zur Kollaboration mit Live-Chat, Notizen, Team-Kalender, Aufgabenliste und hierarchischer Organisation in Gruppen/Themen inklusive Datenablage (Storage) und rollenbasierter Benutzerverwaltung.

Ihr seid Experten da drin, Dinge in Bewegung zu setzen. So habt ihr eine Zeitlang den Weltrekord im Crowd-Funding gehalten.

Ja, tatsächlich und nur mit einer deutschen Crowd. Eine Millionen Dollar kamen in knapp über einer Stunde für unser Unternehmen Protonet und das Produkt Maya, den kleinsten unserer Server, zusammen

Das ist nun ein gutes Jahr her. Heute führt ihr, dein Kompagnon Christopher Blum und du, ein Unternehmen mit 40 Mitarbeitern.

Durch viele schwierige Phasen, durch viele Umbrüche und auch durch immer wieder Neuerfindungen. Als Company haben wir ein ganz starkes „Warum". Warum tun wir das? Das hat viel mit Unabhängigkeit und Einfachheit zu tun. Ich bringe viel von der Unabhängigkeit ein und Christopher viel von der Einfachheit. Das ist der unerschütterliche Kern von allem, was wir machen.

Unabhängigkeit und Einfachheit. Du kannst dich wahrscheinlich jetzt nicht mehr hinsetzen und sagen, ich programmiere das jetzt mal eben so, oder?

Ich war irgendwann am Scheideweg, was ich bin, Geschäftsführung oder Softwarearchitekt? Ich habe mich für die Geschäftsführung entschieden.

Also trauerst du nicht der Technologie hinterher, der Zeit, als alles einfach und deterministisch war.

Das waren noch Zeiten, als wir für Dinge einen Test geschrieben haben.

Was bringt die Zukunft? Wann glaubst du, werden deine Gegner im Kampf um persönliche Informationen nicht mehr Menschen sein, sondern Maschinen?

Ich habe lange über diese Themen nachgedacht und bin zu dem Ergebnis gekommen, dass wir als Menschheit letztendlich unseren Ersatz erschaffen werden. Also ich glaube, wir werden in der nächsten Entwicklungsstufe ein bisschen Gott spielen und das erschaffen, was einfach besser ist als das, was wir heute sind. Vielleicht werden wir einen Weg finden, wie wir unser Bewusstsein in neue Hüllen übertragen können, sodass wir für das, was wir heute als Mensch kennen, eine neue Version erfinden. Auch da wäre Dezentralität wieder der Schlüssel zu unserem Überleben.

Ali, vielen Dank für das Gespräch! ||

Das Interview führte ...

|| ... Dr. Johannes Mainusch (johannes.mainusch@gmail.com), CTO der Epost-Development GmbH und seit 2012 Mitglied der OBJEKTspektrum-Redaktion. Johannes Mainusch und Ali Jelveh kennen sich seit ihrer gemeinsamen Zeit als Mitarbeiter von XING.