



[Buch oder Hörbuch kaufen](#)

Inside Big Data

Unsere Daten zeigen, wer wir wirklich sind.

Christian Rudder • Hanser © 2016 • 304 Seiten

Technologie / Big Data
Gesellschaft

Take-aways

- Onlinedienste wie OkCupid liefern große Mengen von Nutzerdaten, anhand derer sich die teils unbewussten Vorlieben und Neigungen der Nutzer analysieren lassen.
- Die Analyse der Daten von OkCupid ergab: Frauen bevorzugen Männer ihres Alters, Männer jeden Alters fühlen sich zu 20- bis 23-Jährigen hingezogen.
- Das heißt: Frauen und Männer suchen zum großen Teil aneinander vorbei.
- Nutzer mit ungewöhnlichen Profilfotos erhalten mehr Anfragen als solche mit einfach nur hübschen Fotos, jedenfalls bei je gleicher Durchschnittsbewertung.
- Gleichlautende Kontaktforderungen an eine Vielzahl Wunschpartner sind ein überaus effizientes Mittel, viele Antworten zu erhalten.
- Die Attraktivität des Profilfotos ist online die Hauptsache – bei einem wirklichen Treffen sind andere Dinge wichtiger.
- Schwarze Frauen wirken auf Amerikaner aller Hautfarben eher unattraktiv.
- Big Data offenbart, dass Rassismus im Internet weit stärker verbreitet ist, als von der amerikanischen Öffentlichkeit angenommen.
- Algorithmen können anhand von Facebook-Likes Geschlecht, Alter, sexuelle Neigung, Drogenkonsum und politische Einstellungen zuverlässig berechnen.
- Die Daten, die wir im Netz hinterlassen, legen eine Spur aus Brotkrumen, die es Datensammlern ermöglichen, uns sehr genau zu beschreiben.

Rezension

Christian Rudders Buch ist die überarbeitete Form eines Blogs, das der Mitgründer und Datenanalyst der amerikanischen Onlinepartnersuche OKCupid seit 2011 führt. Der Untertitel des englischen Originals lässt sich etwa so übersetzen: „Wer wir sind, wenn keiner hinschaut“ – und das trifft den Inhalt tatsächlich besser als der deutsche Untertitel. Es geht Rudder nämlich vor allem darum, zu zeigen, welche Ansichten und Meinungen die Daten seiner Kunden offenbaren – Daten übrigens, die eher nebenbei anfallen. Das ist wirklich interessant, insbesondere wenn sie ein ganz anderes Bild offenbaren, als es viele offizielle Umfragen vermuten lassen. Die Lektüre macht Spaß und beschert so manches Aha-Erlebnis. Allerdings muss man sich darüber im Klaren sein, dass man hier in eine Blackbox schaut, denn über die genaue Herkunft der Daten und mögliche Verzerrungen schweigt sich Rudder größtenteils aus. Und: Auch wenn er Allgemeingültigkeit suggeriert, handelt es sich doch immer um Daten aus den USA, bezogen auf amerikanische Vorlieben und Probleme. Mit einiger Vorsicht genossen, liefert das Buch spannende Erkenntnisse über unsere geheimen Abneigungen, Einstellungen, Wünsche und Sehnsüchte. *getAbstract* empfiehlt es jedem, der einen Blick hinter die Kulissen offizieller Statistik werfen will.

Zusammenfassung

Eine Fundgrube für Big Data

Eine Partnersuchmaschine wie OkCupid ist eine wahre Fundgrube für Daten. Allein zwischen Mai 2013 und April 2014 sind hier rund 10 Millionen Nutzer auf Partnersuche gegangen. Was all diese Menschen implizit oder explizit, freiwillig oder unfreiwillig über sich preisgeben, offenbart viel über die Art und Weise, wie sie andere Menschen einschätzen, was sie verbindet oder trennt. Viele der Daten sind eher nebenbei angefallen, zum Beispiel indem die Nutzer auf OkCupid Profildaten anderer Nutzer in Bezug auf die Attraktivität bewertet haben. So ergibt sich ein großer Berg anonymisierter, aber nach bestimmten Kriterien filterbarer Daten, eben Big Data. Der durchschnittliche Nutzer beantwortet auf OkCupid etwa 300 Fragen. Die Antworten gewähren interessante und, aufgrund ihrer schieren Zahl, durchaus verallgemeinerbare Einsichten in menschliches Verhalten. Für die folgenden Ergebnisse kamen nicht nur die Daten der OkCupid-Nutzer, sondern auch andere bedeutende Onlinedatenquellen zum Einsatz, inklusive Google, Facebook und Twitter.

Eine Frage des Alters

Welches Alter bevorzugen Frauen bei Männern – abhängig davon, in welchem Alter sie selbst sind? Diese Frage lässt sich mithilfe von Big Data sehr präzise beantworten: Frauen finden eigentlich immer ungefähr gleichaltrige Männer attraktiv. Rund um den 30. Geburtstag ändert sich jedoch etwas: Vor diesem Datum bevorzugen Frauen Männer, die leicht älter sind, danach Männer, die leicht jünger sind. Ab 40 verschärft sich diese Tendenz noch einmal: Es scheint, als hätten Männer mit 40 Jahren den Zenit ihrer Attraktivität erreicht, wobei auch 50-jährige Frauen immerhin noch für 46-jährige Männer schwärmen. Völlig anders sieht es bei den Männern aus, wenn sie die Attraktivität von Frauen bewerten sollen: Ob 20 oder 50 – Männer jeden Alters, so suggerieren die Zahlen, finden Frauen zwischen 20 und 23 Jahren am attraktivsten. Obwohl also die Männer selbst immer älter werden, ändern sich ihre Vorlieben nicht.

„Ich nehme etwas Großes – eine ungeheure Datenmenge über Handlungen, Gedanken und Äußerungen von Menschen, viele Terabytes an Daten – und filtere viele kleine Fakten heraus.“

Die entsprechenden Daten wurden erhoben, indem Männern und Frauen Fotos vorgelegt wurden – die Ergebnisse entstammen also einer eher indirekten Befragung. Sie zeigen, was sich beide Gruppen unbewusst wünschen. Das unterscheidet sich jedoch stark von dem, was sie in Fragebögen zur Partnersuche tatsächlich angeben. Denn da suchen 44-jährige Männer keine 20-jährigen, sondern eher 30- bis 49-jährige Frauen. Tatsächlich nehmen sie aber vor allem Kontakt zu 35-Jährigen auf. Daraus entsteht ein Dilemma: Frauen wollen Männer, die mit ihnen zusammen alt werden, Männer suchen junge Frauen.

Der menschliche Makel

Bei OkCupid können sich Nutzer gegenseitig mit bis zu fünf Sternen bewerten. Interessant ist, dass viele Mitglieder mit wenigen Sternen für einige andere Mitglieder besonders attraktiv erscheinen, trotz oder gerade wegen eines oder mehrerer Makel. Einige fühlen sich durch die Makel abgeschreckt, andere fühlen sich aber besonders zu ihnen hingezogen. Es ist ein wenig wie bei Kinofilmen: Einige Filme sind kommerziell zwar nicht sehr erfolgreich, aber sie haben dafür umso mehr glühende Fans, die genau diese Nische toll finden. Wenn Frauen in der Datenbank einen Mittelwert von drei Sternen erreichen, dann kann dieser Wert sehr unterschiedlich zustande kommen: Entweder wurden sie von sehr vielen Männern mit genau drei Sternen bewertet, oder es können von 100 Bewertern die Hälfte aller Männer sie supersexy finden (fünf Sterne) und die anderen 50 vollkommen abgeschreckt sein (ein Stern). In beiden Fällen ist der Mittelwert genau gleich. Diese Streuung der Daten um den Mittelwert nennt man Varianz. Bei der Partnersuche hat sich herausgestellt, dass Frauen mit einer hohen Varianz deutlich mehr Anfragen bekommen als andere, die den gleichen Mittelwert mit einer geringeren Varianz erreichen. Das liegt vermutlich daran, dass die Zahl der 5-Sterne-Bewunderer deutlich höher ist – und hier einfach mehr Schmetterlinge im Bauch hervorgerufen werden als bei durchschnittlich bewerteten Frauen. Profildaten dürfen also polarisieren – mit einem lustigen Gesichtsausdruck, sichtbaren Piercings oder einem Toast in der Hand. Das kann sogar für den Erfolg der Kontaktanzeige entscheidend sein. Wer übrigens auf der Suche nach der großen Liebe ist, tut gut daran, nicht zu flunkern, weil er ansonsten die falschen Partner zugewiesen bekommt.

Copy and paste

Wer potenzielle Partner in der Datenbank gefunden hat, nimmt im Idealfall zu ihnen Kontakt auf. Wie das geschieht? Auch darüber geben die Datenbanken Auskunft. Es gibt viele Nutzer, die mehrere Seiten lange Kontaktanfragen losschicken, für die sie Stunden brauchen, andere sind kurz, knapp und spontan. Und dann gibt es noch die Copy-and-paste-Fraktion, die selbst erdachte oder abgekupferte Kontaktmails gleich an mehrere potenzielle Partner schickt. Sie sind nicht originell, sie bekommen auch rund 25 Prozent weniger Rückantworten, aber sie sind wahnsinnig effizient: Das Verhältnis von Aufwand und Zahl der Antworten ist trotz des einfalllosen Kopierens sehr gut.

Liebe ist blind

Ein widersprüchliches Verhalten zeigten die OkCupid-Nutzer, als die Betreiber der Plattform ein Experiment unternahmen und unter dem Motto „Liebe ist blind“ für die Dauer eines Tages sämtliche Profilbilder deaktivierten. Eine App generierte stattdessen Blind Dates. Die dabei zustande gekommenen Paare hatten kein Bild vom anderen, bis sie sich live im Café trafen. Die App erlaubte auch die Bewertung des Treffens. Dabei kam heraus, dass sowohl Frauen als auch Männer mit ihren Treffen sehr zufrieden waren, völlig unabhängig davon, ob die andere Person besonders attraktiv oder deutlich weniger attraktiv war.

„Die Menschheit besteht aus Stämmen innerhalb größerer Stämme.“

Analysiert man allerdings die Antworthäufigkeit der gleichen Personen, die mit eingeschalteten Profilbildern zustande kamen, ist die Reaktion der gleichen Personen vollkommen anders: Wenn der Mann weniger attraktiv ist als die Frau, beantwortet sie die Anfrage eher selten. Ist er attraktiver als sie, übertrifft ihre Antworthäufigkeit einen Normalwert um ein Vielfaches. Die Männer zeigten ähnliche Werte. Das Kriterium des Aussehens spielt im Internet also offenbar eine große Rolle bei der Selektion – beim Kennenlernen im echten Leben ist es aber gar nicht mehr so wichtig. Dinge wie Aussehen, eine bestimmte politische Ausrichtung oder Konfession sind für eine Beziehung oftmals bedeutungslos – trotzdem werden sie von den Nutzern eingefordert. Der „Liebe-ist-blind-Tag“ förderte zwar interessante Daten zutage, wurde aber nie wiederholt.

Was uns trennt

Würde man den Algorithmus von OkCupid gewähren lassen und ihm nur die inneren Werte der Männer und Frauen anvertrauen, die einen Partner suchen, würde die Hautfarbe eine ebenso große Rolle spielen wie das Sternzeichen: gar keine. Alle würden ungefähr gleich gut miteinander auskommen. In den USA gibt es aber vier Gruppen von Hautfarben: Asiaten, Weiße, Schwarze und Latinos. Werden die jeweiligen Präferenzen für die unterschiedlichen Gruppen miteinbezogen, offenbaren sich große Unterschiede. Egal ob man die Daten von OkCupid oder anderen Datingplattformen nutzt: Immer werden schwarze Frauen von Männern anderer Hautfarben deutlich abgelehnt. Frauen zeigen eine hohe Akzeptanz für Männer ihrer eigenen Hautfarbe und wünschen sich als zweite Wahl am liebsten weiße Männer. Der Rassismus gegen Schwarze ist also – allen Lippenbekenntnissen und politischer Korrektheit zum Trotz – ein realer Faktor im Leben der Amerikaner, zumindest derjenigen, die einen Partner suchen.

„Die ganze Datenschutzdebatte könnte bald von der Realität überholt werden.“

Übrigens ist auch die Suchmaschine Google ein klarer Indikator für Vorurteile – und für alles andere, was die Menschen bewegt. Geben Sie einmal einen Halbsatz wie „Warum müssen Frauen/Männer ...“ in das Suchfeld ein. Die Automatisch-vervollständigen-Funktion fördert gleich die meistgestellten Fragen anderer Suchender zutage. Vieles davon ist nicht jugendfrei und auch die Political Correctness bleibt auf der Strecke, wenn Menschen sich Google anvertrauen und sich dabei unbeobachtet fühlen. Das verfeimte Wort „Nigger“ kommt in den amerikanischen Suchmaschinen häufiger vor als des Amerikaners liebster Kuchen, der Apple Pie. 2013 wurde „Nigger“ in 7 Millionen Suchanfragen verwendet.

Schönheit siegt

Eine weitere Linie trennt die Schönen vom ganzen Rest: Genauso wenig wie für seine Hautfarbe kann man etwas für sein Aussehen, bei der Bewertung spielt es aber eine große Rolle. Besonders für Frauen: Frauen auf den vorderen Plätzen der Attraktivitätsskala erhalten überproportional viele Angebote. Das zeigt sich übrigens auch im Berufsleben: Während bei Männern das Aussehen kaum Einfluss auf die Einstellungs-chancen hat, lässt der Faktor Attraktivität bei Frauen die Erfolgchancen exponentiell in die Höhe schießen –interessanterweise auch dann, wenn in der Personalabteilung eine Frau am Ruder ist. Wer schön ist, ist auch gut: Dieser Mythos scheint sich überall durchgesetzt zu haben, auch in Bereichen, in denen er oft vollkommen nutzlos ist, wie in der Arbeitswelt. Das Problem: Die Schönheitsideale – auch völlig abwegige, wie superdünn zu sein – grassieren in den sozialen Netzwerken und führen bei verunsicherten Mädchen zu psychischen oder sogar physischen Störungen.

Was uns ausmacht

Wie beschreiben sich die Nutzer von OkCupid selbst? Diese Frage lässt sich mit einer Analyse der Wort-häufigkeiten, getrennt nach ethnischer Herkunft beantworten. Da protzen die weißen Männer und auch Frauen mit ihren blauen Augen, den blonden – bei Frauen auch roten – Haaren und einer erstaunlichen Vorliebe für Outdoor-Aktivitäten und Lagerfeuer. Asiaten erwähnen am häufigsten, dass sie „für einen Asia-ten ziemlich groß“ seien, Latinos fallen durch ihre Erwähnung von lateinamerikanischen Musikstilen auf und Schwarze schreiben sehr häufig über schwarze Künstler wie Jill Scott, Jamie Foxx oder Luther Vandross.

„Wir haben die Sintflut heraufbeschworen – wird sie uns ertränken oder mit sich emporheben?“

Hinsichtlich der sexuellen Orientierung bietet Big Data mehr Erkenntnisse als offizielle Anfragen. Fahndet man nach der Vorliebe für homosexuelle Pornografie, kommt dabei heraus, dass in jedem Bundesstaat der USA ungefähr 5 Prozent der Suchanfragen in diese Richtung gehen, also auf 20 heterosexuelle Männer ein Homosexueller kommt. Offiziell sind aber in Staaten wie North Dakota nur 1,7 Prozent der Männer schwul. Schlussfolgerung: Weitere 3,3 Prozent sind es ebenfalls, verheimlichen es aber. Die Frage, ob heterosexuelle Männer und Frauen schon jemals ein sexuelles Erlebnis mit einem gleichgeschlechtlichen Partner hatten, offenbart Folgendes: 33 Prozent der Frauen und nur 13 Prozent der Männer bejahen die Frage und 17 Prozent der Frauen sowie 5 Prozent der Männer würden es gern einmal ausprobieren. Diese Zahlen zeigen, dass gleichgeschlechtlicher Sex durchaus eine Option ist – auch für Menschen, die sich nicht eindeutig als homosexuell bezeichnen würden.

Sage mir, wo du wohnst, und ich sage dir, wer du bist

Entscheidet der Wohnort darüber, wie man sich fühlt und was man denkt? Big Data kann auch bei der Beantwortung dieser Frage helfen, denn die Daten können geografisch zugeordnet werden. Auf die Frage „Sollte es verboten werden, die amerikanische Flagge zu verbrennen?“ offenbart sich ein deutliches Stadt-Land-Gefälle: Den Städtern macht das nichts aus, in den ländlichen Gebieten sieht das ganz anders aus. Sogar die Häufigkeit der täglichen Körperpflege lässt sich erforschen. Überraschendes Ergebnis: Ungeachtet

des Klimas ist man in New Jersey offenbar pingeliger mit der Hygiene als in den umliegenden Staaten – und in Vermont ist es den Einwohnern ziemlich egal, ob sie müffeln oder nicht. Auf die Frage „Sex oder Liebe?“ gibt es eine überraschende Antwort: Im Norden des Mittleren Westens ist man offenbar besonders triebgesteuert. Das entspricht so gar nicht dem konservativen Klischee.

Die Brotkrumenspur

Die Daten, die wir im Netz hinterlassen, legen eine Spur aus Brotkrumen, die es den Datensammlern ermöglichen, uns sehr genau auf die Schliche zu kommen. Allein anhand der Likes, die Menschen auf Facebook vergeben, können Computer mit hoher Treffergenauigkeit herausbekommen, ob der jeweilige Nutzer homo- oder heterosexuell, ein Weißer oder Schwarzer, Mann oder Frau, Demokrat oder Republikaner, Drogenkonsument oder Scheidungskind ist. Facebook gibt es erst seit wenigen Jahren. Wie wird sich unsere Welt verändern, wenn eine Generation ganz mit dem Internet aufwächst und dann, zum Beispiel beim Eintritt in das Erwerbsleben, bereits vollkommen durchleuchtet werden kann? Und zwar ohne die Option, nicht mitzumachen, zum Beispiel beim Einstellungstest oder Assessment-Center. Zweifellos gehört dies zu den dunklen Seiten von Big Data.

Über den Autor

Der Mathematiker **Christian Rudder** mitgründete 2001 die Onlinedating-Website OkCupid. Er lebt in New York.



Hat Ihnen die Zusammenfassung gefallen?

[Buch oder Hörbuch kaufen](#)

<http://getab.li/26210>

Dieses Dokument ist für den persönlichen Gebrauch von Angehörigen von Tesco bestimmt.

getAbstract übernimmt die vollständige redaktionelle Verantwortung für alle Teile dieses Abstracts. getAbstract anerkennt die Copyrights von Autoren und Verlagen. Alle Rechte bleiben vorbehalten. Kein Teil dieses Abstracts darf wiedergegeben oder übermittelt werden, in welcher Form und auf welchem Weg auch immer – elektronisch, per Fotokopie oder andere –, ohne die vorherige schriftliche Zustimmung seitens der getAbstract AG (Schweiz).