

likes follower debts comments locations
time account data health political opinions
sexual hobby orientation social media job
references origin misdemeanors genetics
address phone number id e-mail insurance
income job family religion ■

Y

C

r

#Inhalt

Inhalt

08	Design
24	Prototypische Umsetzung
32	Management
50	Literaturverzeichnis
52	Anhang

1 **Abstract: {**

2

3 Personal data, especially the data we carelessly share on social networks, is
4 sensitive data with a high potential for misuse. Combined, this data can provide a
5 very accurate profile of a person. The users are not aware of the mass of shared
6 data, who has access to it, and what it could be misused for.

7 The Ambient Intelligent Space You confronts the users of social networks with
8 their data and tries to shock and inspire them to think. The user lives through the
9 experience of a stalked person while You represents the stalker as social net-
10 works.

11

12 **}**

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

28

29

30

31

32

33

34

35

36

37

38 **Team: {**

39

40

41

42

43

44

45



46 Name: „Domenika Tomasovic“,
47 Alter: 23,
48 Wohnort: „Kimbach“,
49 Geschlecht: „Weiblich“,
50 Suchmaschine: „Google“,
51 Soziale Netzwerke: [„Instagram“,
52 „Facebook“],
53 Lieblingsapps: [„Instagram“,
54 „Spotify“, „WhatsApp“],
55 Paranoia vor Datenmissbrauch: 20%,

56

57

58

59

60

61

62

63

64



65 Name: „Jan Meininghaus“,
66 Alter: 23,
67 Wohnort: „Darmstadt“,
68 Geschlecht: „Männlich“,
69 Suchmaschine: „Google“,
70 Soziale Netzwerke: „Instagram“,
71 Lieblingsapps: [„Youtube“, „Spotify“,
72 „Reddit“, „WhatsApp“],
73 Paranoia vor Datenmissbrauch: 30%,

74



Name: „Elina Margheritta Faber“,
Alter: 23,
Wohnort: „Darmstadt“,
Geschlecht: „Weiblich“,
Suchmaschine: „Google“,
Soziale Netzwerke: [„Instagram“,
„Youtube“, „Twitter“],
Lieblingsapps: [„Instagram“,
„Youtube“, „Todoist“, „Spotify“],
Paranoia vor Datenmissbrauch: 15%,



Name: „Sarah Lerch“,
Alter: 26,
Wohnort: „Rödermark“,
Geschlecht: „Weiblich“,
Suchmaschine: „DuckDuckGo“,
Soziale Netzwerke: „Facebook“,
Lieblingsapps: [„Whatsapp“, „Spotify“,
„Pinterest“],
Paranoia vor Datenmissbrauch: 70%,

}

75 **Glossar: {**

76

77 **Buzzer:**

78 Ein Buzzer ist ein physischer Knopf, welcher sich nach unten drücken lässt und
79 dadurch einen Schalter betätigt.

80

81 **Chatbot:**

82 Ein Chatbot, oder auch kurz Bot genannt, ist ein Softwaresystem, das mit einem
83 menschlichen Nutzenden in natürlicher Sprache interagieren oder „chatten“
84 kann.

85

86 **MVP:**

87 Ein „Minimum Viable Product“ (MVP) definiert über das Produkt/den Service eine
88 Entwicklungsstufe. Auf dieser Entwicklungsstufe ist es zum ersten Mal mög-
89 lich, das Produkt/den Service unter realistischen Bedingungen beim Kunden zu
90 testen. Nur Funktionen, die zum eigentlichen Zweck unbedingt notwendig sind,
91 werden implementiert („Kennisgeving voor omleiding“, o.D.).

92

93 **Quick reply Buttons:**

94 Quick reply Buttons ermöglichen eine schnelle Antwort durch vorgegebene
95 Buttons mit Antwortmöglichkeiten. Sie werden oft für die Kommunikation mit
96 Chatbots genutzt, da die Nutzenden so auf einen Blick die Auswahlmöglichkeiten
97 sehen und schnell wählen können (Shawar, B. A., & Atwell, E., 2007).

98

99 **Spear Phishing:**

100 Bei Spear-Phishing handelt es sich um eine Betrugsmasche per elektronischer
101 Kommunikation, die auf bestimmte Personen, Organisationen oder Unterneh-
102 men abzielt („Was ist Spear-Phishing?“, o.D.).

103

104 **}**

105

106

107

108

109

110

111

Na du, wann geht es wieder in den Urlaub? Schön, dass du heute auch auf der if exhibition bist und nicht am Meer.

08:45

#Design

Design

- 10 Instagram Account
- 11 Wie You kommuniziert
- 14 Beispielhafter zeitlicher Ablauf
- 14 Standdesign
- 16 Der Buzzer
- 17 Interaktive Darstellung
- 22 Produktvideo

112 **Instagram Account: {**

113

114 You ist keine Person und soll daher auch nicht mit einem Bild oder einer Zeich-
115 nung als solche abgebildet werden. Da es die Intention ist, dass You die Position
116 einer stalkenden Person einnimmt, soll das fehlende Profilbild zeigen, dass You
117 unerkannt bleiben möchte. Dass keine Freunde und auch sonst keine Daten zur
118 Verfügung stehen, soll das Stalker Image noch weiter unterstützen. Zudem wäre
119 es unpassend, darauf aufmerksam machen zu wollen, auf die eigenen Daten zu
120 achten und dann das Profil von You mit Fake Daten zu füllen.

121

122 Sehr wichtig ist außerdem der Gedanke, dass Instagram nur eine Brücke zu den
123 Nutzenden ist. Das Erlebnis kann nur durch die Prozesse, die im Hintergrund
124 laufen, entstehen. Daher ist es nicht wichtig, das Profil zu gestalten oder auf-
125 fällig zu machen. Es würde Sinn und Zweck verfehlen sowie die Aufmerksamkeit
126 auf einen eher unwichtigen Teil legen, da prinzipiell auch Facebook oder andere
127 Dienste genutzt werden könnten, um die Personen anzuschreiben. Die Wahl
128 fiel auf Instagram, da sich die für den Prototyp gewollten Funktionen auf dieser
129 Plattform technisch einfacher umsetzen ließen. Je nach Zielgruppe des Kunden
130 kann man hier noch Anpassungen vornehmen und andere soziale Netzwerke
131 nutzen, um die Personen anzuschreiben.

132

133 **author: { dt }**

134 **}**

135

136

137

138

139

140

141

142

143

144

145

146



147 Abb.1: {You möchte dir eine Nachricht senden}

148

149

150 **Wie You kommuniziert {**

151

152 Im Chatverlauf zu sehen ist eine mögliche, beispielhafte Konversation zwischen
153 einem Opfer und You. Um die Aufmerksamkeit des Opfers zu erlangen, sind die
154 Nachrichten provokant formuliert und beziehen oft den Kontext mit ein, in dem
155 sich das Opfer gerade befindet womit das Gefühl gestalkt zu werden enorm
156 steigt.

157

158 Das Opfer muss dazu bewegt werden, die Nachrichten von You nicht zu ignorie-
159 ren oder blockieren. Die Nachricht soll ein Unbehagen auslösen und zum Nach-
160 denken anregen. Ob das Opfer You im Chat antwortet ist erstmal nicht besonders
161 relevant. Relevant ist nur, ob die Nachricht gelesen wurde und ob eine Reaktion
162 erfolgt. Das Team möchte sich, vor allem in der Anfangsphase, nicht auf eine Art
163 von Nachrichtentyp festlegen. Es sollen verschiedene Arten getestet werden, wie
164 man Menschen triggern kann.

165

166 **author: { ef }**

167 **}**

168

169 ← You You

170

171 Schön dich im Museum zu sehen. Ist
172 deine Bluse neu? 09:28

173

174 Wer bist du? 09:31

175 Es ist nicht wichtig wer ich bin ...
176 die Frage ist wer bist du? 09:31

177

178 Was soll das heißen?? 09:31

179

180 Wo bist du gerade? 09:31

181

181 Du brauchst mich nicht suchen. Ich
182 komme zu dir ... 09:31

182

183

184 Abb.2: {Beispielhafter Chat mit You}

185

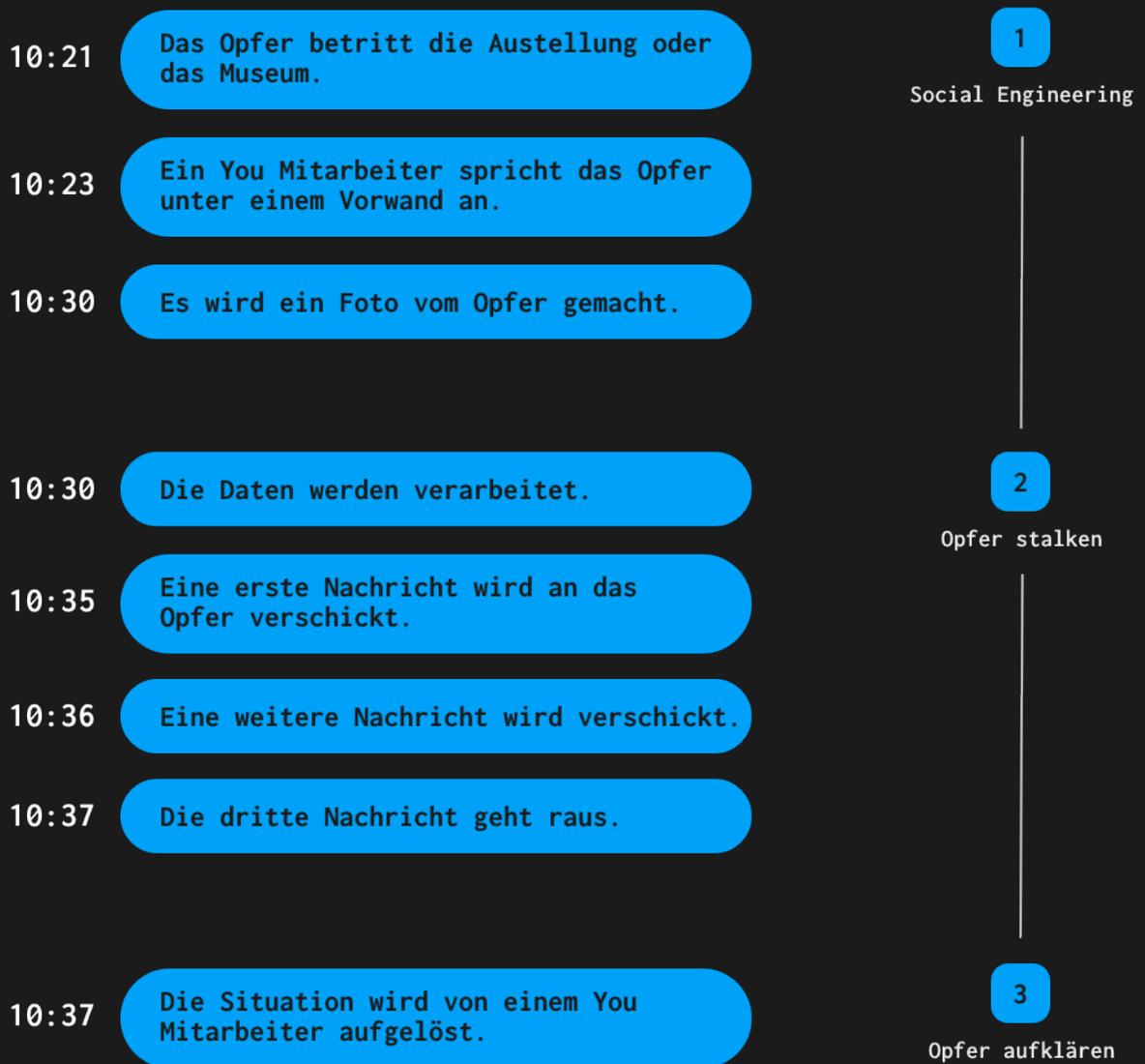


Abb.3: {Beispielhafter zeitlicher Ablauf}

186 **Beispielhafter zeitlicher Ablauf {**

187

188 In der Grafik wird eine beispielhafte zeitliche Abfolge des Erlebnisses dargestellt.
189 Allgemein soll die Installation von einem Nutzenden nicht viel länger als 15 Mi-
190 nuten genutzt werden. Die zeitliche Abfolge variiert jedoch je nach Kunde be-
191 ziehungsweise Museum oder Ausstellung und nach Opfer. Die Kunden haben oft
192 eine klare Vorstellung darüber, wie viel Zeit eine Installation für den Besuchen-
193 den in Anspruch nehmen darf. Am Ende ist jedoch entscheidend, wie intensiv
194 Social Engineering betrieben werden muss, wie das Opfer reagiert und wie lange
195 am Ende die Aufklärung dauert.

196

197 **author: { ef }**

198 **}**

199

200

201 **Standdesign**

202

203 Da es sich bei You um einen Ambient Intelligent Space handelt, möchte das Team
204 auch die Erklärung und Visualisierung, die Teile der Installation sind, nicht an
205 einen Ort binden und hat sich daher dazu entschieden, Tablets zu verwenden.
206 So können Personen, die aus dem Erlebnis geholt werden, direkt den Kontext
207 und die Thematik verstehen. Daraufhin geht das Team mit dem Opfer an einen
208 passenden und gemütlichen Ort, um in Ruhe alles zu erklären. Hier kann sich
209 nun die Person mit ihrem gesamten Datenprofil, welches von You erstellt wurde,
210 auseinandersetzen.

211

212 Zu einem späteren Zeitpunkt könnte die Installation auch über mehrere Tablets
213 verfügen, die dann der nutzenden Person zugeordnet sind und durch Gesichts-
214 erkennung selbst entsperrt werden und somit nach dem Erlebnis als eigenständ-
215 ige Aufklärung dienen. Vielleicht sogar ganz ohne Hilfe von außenstehenden
216 Personen.

217

218 Mit diesem Hintergedanken möchte das Team schon jetzt die Nutzenden nicht
219 an einen festen Ort oder Stand gewöhnen, sondern immer und überall eine
220 Aufklärung ermöglichen. Es ist außerdem von Vorteil, immer alle Infos dabei zu
221 haben, falls Personen genervt oder erschrocken reagieren. Sie dann dazu zu
222 bewegen, zu einem Stand, der vielleicht zu diesem Zeitpunkt etwas weiter weg

223 ist, zu folgen, ist schwerer, als ihnen direkt die eigenen Daten zu zeigen und die
224 Möglichkeit zu geben, sofort Fragen zu stellen.

225

226 **author: { dt }**

227 **}**

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242



243 Abb.3: {Alle Daten auf einen Blick}

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258



259 Abb.4: {Die betroffene Person wird aufgeklärt}

260 Der Buzzer {

261

262 Der Prozess, den eine Person mit You durchlebt, endet mit einem großen roten
263 Buzzer. Wird der Buzzer gedrückt, werden alle erhobenen Daten der betreffen-
264 den Person im lokalen Netzwerk gelöscht. Dies ist eine Möglichkeit, die im realen
265 Leben nicht gegeben ist. Nie wieder ist das Entfernen von Daten so leicht oder
266 überhaupt restlos möglich. Der Buzzer hat demnach einen symbolischen Charak-
267 ter. Es soll den Akt des Datenlöschens manifestieren und im Gedächtnis veran-
268 kern. Man betätigt jeden Tag eine Taste des Laptops, Tablets oder Handys. Das
269 Betätigen einen Buzzers ist eher selten.

270 Bevor der Gestaltke seine Daten lokal löscht, werden sie als kombiniertes Profil
271 angezeigt. Ebenfalls gibt es eine Visualisierung der Datenlöschung. Auf dem Bild-
272 schirm wird dargestellt, wie das Profil verschwindet. Ist dies passiert, endet das
273 Erlebnis mit You.

274

275 Technisch ist der Buzzer ein Schalter, welcher mit einem Arduino verbunden ist.
276 Wird der Buzzer gedrückt, übermittelt der Arduino ein Signal an den MQTT-Ser-
277 ver. Daraufhin wird das geöffnete Profil gelöscht und der Buzzer wieder freigege-
278 ben.

279

280 author: { s1 }

281 }

282

283

284

285

286

287

288

289

290

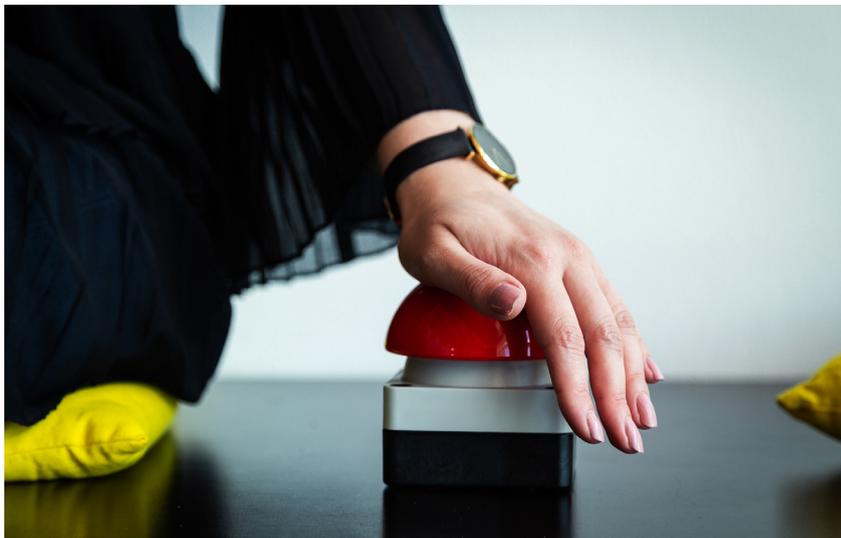
291

292

293

294

295



296

Abb.5: {Buzzer zum Löschen der lokalen Daten}

297 Interaktive Darstellung {

298

299

300

301

302

303

304

305

306

307

308

309

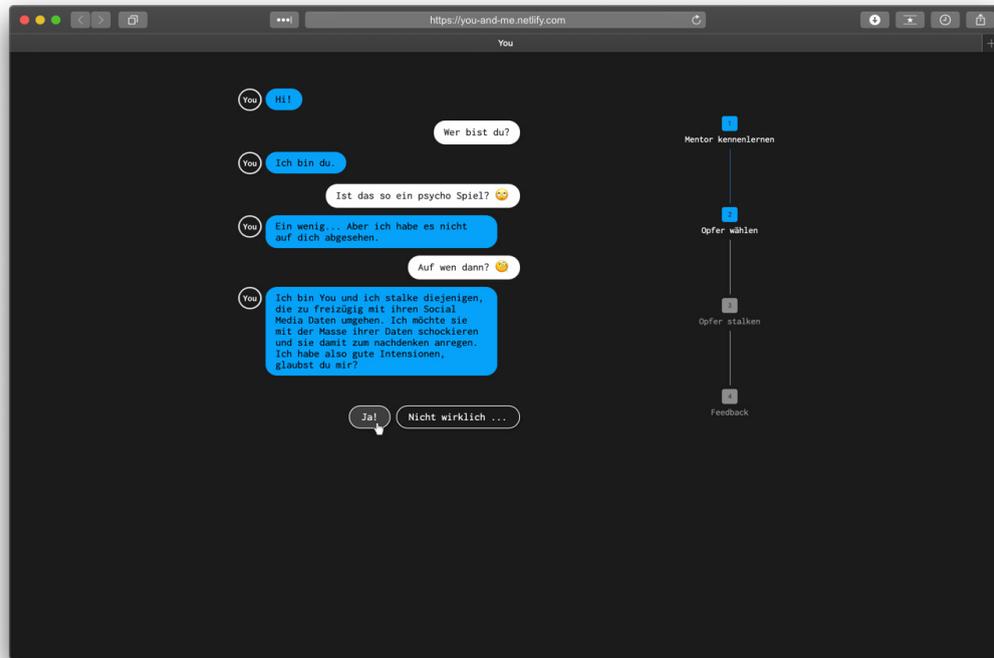
310

311

312

313

314



315

Abb.6: {Screenshot der interaktiven Darstellung}

316

317 Für die interaktive Darstellung der Installation You wurde aufgrund der abstrak-
318 ten Thematik eine besondere Visualisierungs- und Interaktionsform gewählt. Da
319 das Gefühl gestalkt zu werden, welches in der Installation hervorgerufen werden
320 soll, so in einer interaktiven Darstellung nicht reproduzierbar ist, werden die Nut-
321 zenden stattdessen von You an die Kunst des Stalkens herangeführt.

322 Dargestellt wird ein Chatbot, mit dem Nutzende durch vorgefertigte quick reply
323 Buttons ein Gespräch führen können. Durch die Auswahl mehrerer Antwortmög-
324 lichkeiten haben Nutzende die Möglichkeit das Gespräch in seinem Ausgang zu
325 beeinflussen (siehe Grafik Gesprächsbaum am Kapitelende).

326 Jeder Entscheidung wird im Hintergrund eine Punktzahl zugeordnet. Diese wer-
327 den während des Spielverlaufs addiert und am Ende als eine Wertung der getrof-
328 fenen Entscheidungen dem Nutzenden präsentiert. Eine hohe Punktzahl steht für
329 gut bis sehr gut getroffene Entscheidungen des Nutzenden. 110 Punkte sind der
330 Maximalwert, der erreicht werden kann.

331 Insgesamt gibt es drei Level die der Nutzende beschreitet. Im ersten Level kann
332 durch gezielte Fragen You kennengelernt und der Kontext erfasst werden.

333 Im folgenden Level werden dem Nutzenden zwei mögliche Opfer zum Stalken

334 vorgestellt wobei er sich für eines von ihnen entscheiden muss. Das dritte Level
335 ist das Wichtigste. Hier geht es darum, das ausgewählte Opfer auf verschiedene
336 Arten zu stalken und zu provozieren.

337 Als Abschluss des Trainings bekommt der Nutzende von You Feedback zu seinen
338 getroffenen Entscheidungen. Ihm wird die gesammelte Punktezahl präsentiert
339 mit einer kleinen Erklärung, was diese Punktezahl bedeutet. Im Anschluss hat er
340 die Möglichkeit, das Spiel zu wiederholen.

341 Passend zu Yous extrovertierten, aktiven und geselligen Charakter ist die Tonalität
342 locker und umgangssprachlich. Auch Emojis werden genutzt, um dem Gespräch
343 mehr Emotionen zu verleihen und You als ein reales Gegenüber wahrzunehmen.
344

345

346 Die Microanimation beim Laden von Yous Nachrichten simuliert ein Tippen und
347 verdeutlicht damit das Gefühl, dass You in diesem Moment mit dem Nutzenden
348 interagiert. Folgt nach einer ersten Nachricht eine weitere, wird das simulierte
349 Schreiben der Nachricht erst im Anschluss an die Erste wiederholt. So wird ein
350 natürliches Chatten gemimt.

351

352 Damit der Nutzer im Gespräch nicht die Orientierung verliert und eine ungefähre
353 Einschätzung bekommt, in welchem Level er sich gerade befindet, wird neben
354 dem Chatfenster ein Wizard, eine Schritt-für-Schritt Visualisierung des Prozesses,
355 dargestellt. Hier sieht der Nutzende auf einen Blick, in welchem Level er sich
356 gerade befindet und welche noch folgen.

357 Der Wizard ist rechts neben dem Chatfenster mit einer geringeren Opazität positioniert,
358 da der Fokus auf den Chatbot gerichtet sein soll. Durch die europäische
359 Leserichtung von links nach rechts fällt so zuerst der Blick auf den Bot. Der Wizard
360 ist eine reine Visualisierung und bietet keine Interaktion. Zum einen soll kein
361 Level übersprungen werden können und zum anderen soll, wie bereits erwähnt,
362 der volle Fokus auf dem Gespräch liegen.

363

364 Optisch ist die interaktive Darstellung im Stil des Corporate Designs von You gehalten.
365 Als Schriftart wurde die Hausschrift „Inconsolata“ verwendet. Der Hintergrund
366 ist dunkelgrau, die Nachrichten von You im typischen Hellblau mit dunkelgrauer
367 Schrift. Durch die auffällige Farbe können die Nachrichten von You schnell
368 identifiziert werden. Als weitere Unterstützung ist links neben den Nachrichten
369 von You ein einem Profilbild ähnelnder Kreis mit dem Schriftzug „You“. Die Antworten
370 des Nutzenden sind weiß mit dunkelgrauer Schrift.

371 Das Interface ist sehr minimalistisch, damit der volle Fokus auf der Unterhaltung
372 liegen kann.

373

374 **author: { ef }**

375 **}**

376

377

378

379

380

381

382

383

384

385

386

387

388

389

390

391

392

393

394

395

396

397

398

399

400

401

402

403

404

405

406

407

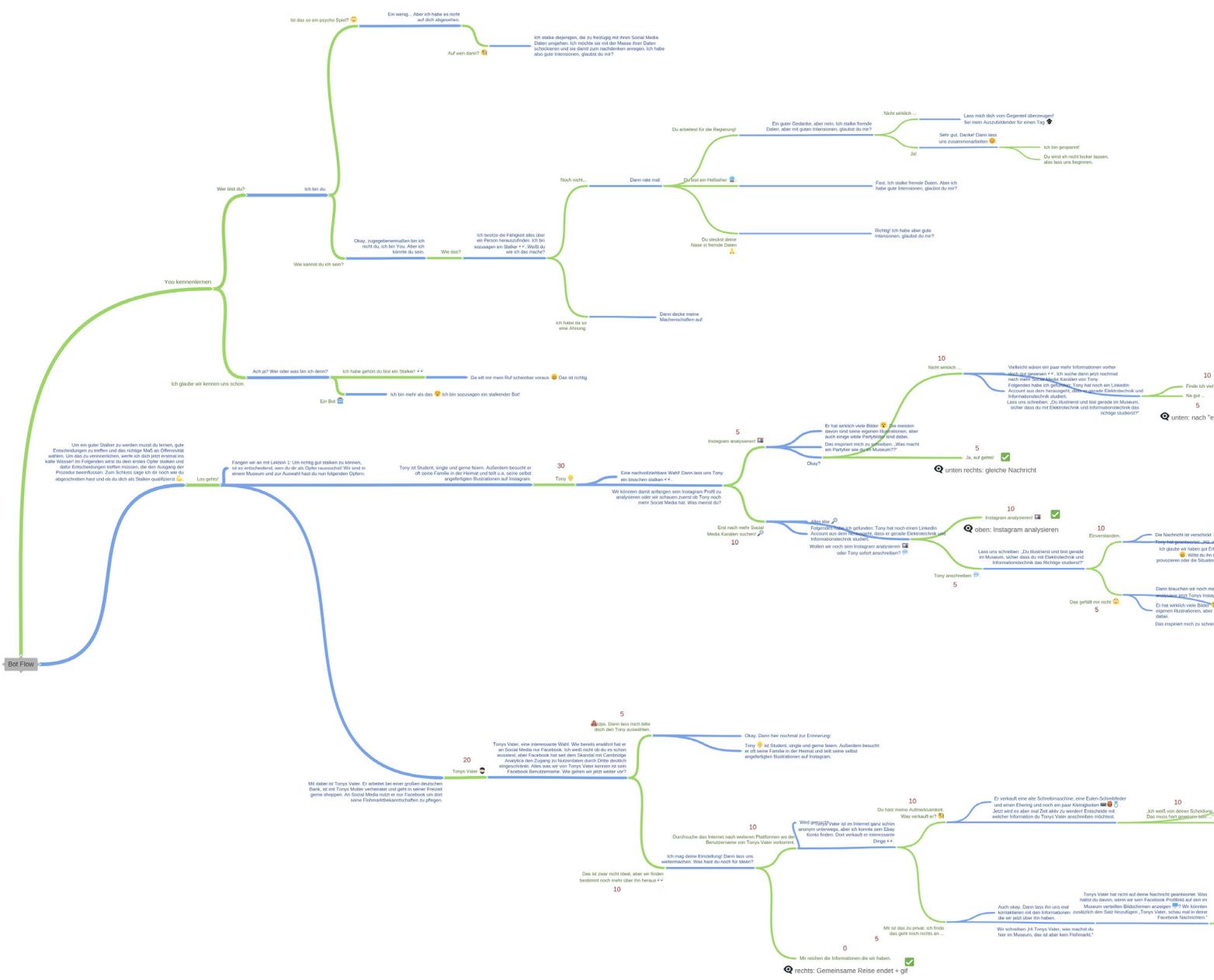
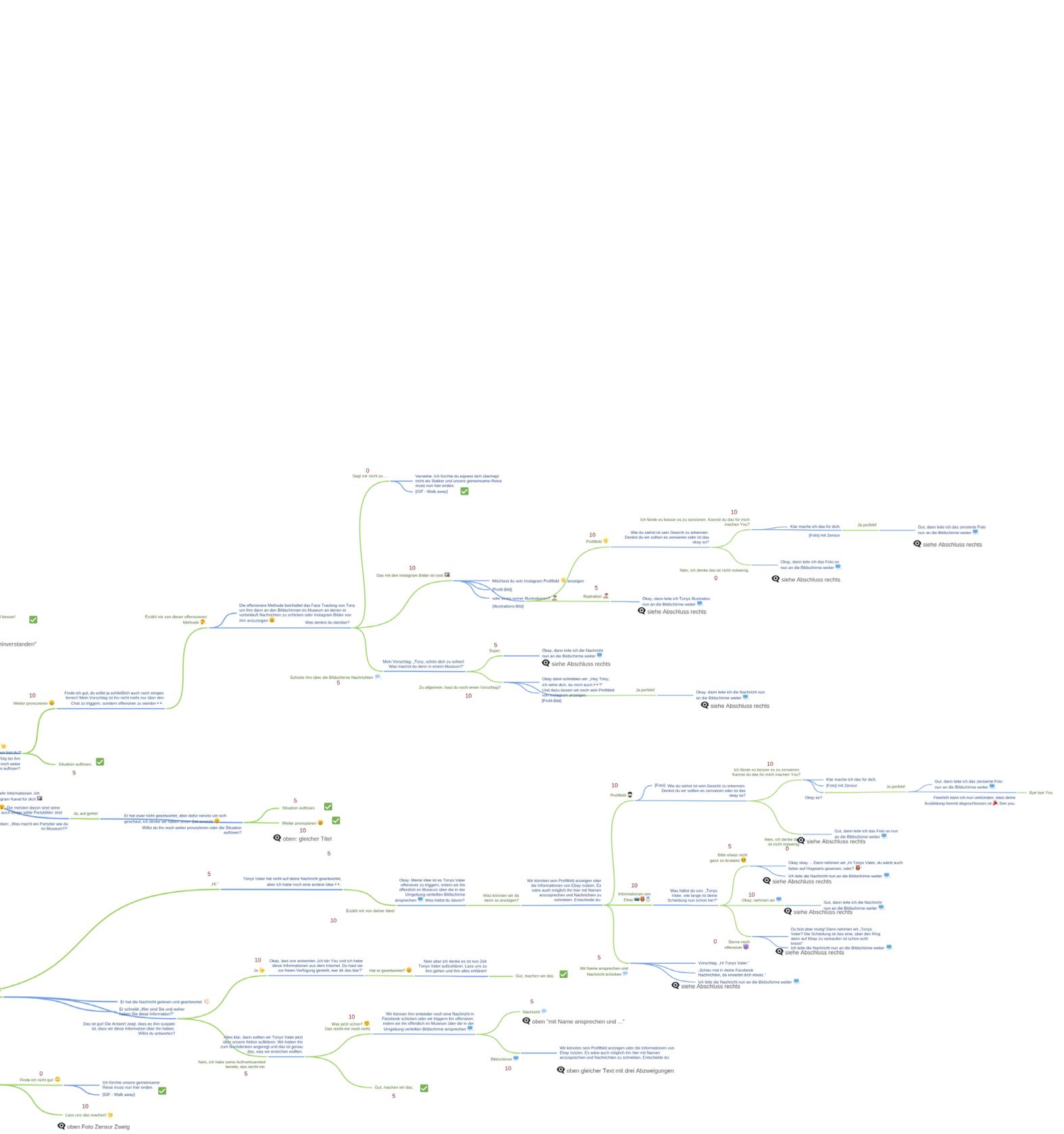


Abb.7: {Konversationsbaum}



408 **Produktvideo {**

409

410 Das Produktvideo soll vor allem die Stimmung des You-Erlebnisses widerspie-
411 geln. Hierbei war es dem Team wichtig, dass aufgezeigt wird, in welchem Kon-
412 text sich die Installation befindet sowie die Gefühle der nutzenden Personen zu
413 verdeutlichen. Man erkennt ganz klar die Verwirrung sowie das fragende Gesicht
414 der Darstellerin.

415

416 Außerdem war es dem Team wichtig, dass man in der Endszene erkennt, dass es
417 sich um die Aufklärung handelt. Das Opfer wird angesprochen und danach ge-
418 fragt, ob ihr etwas Komisches aufgefallen ist. Gleichzeitig wird das Profil auf dem
419 Tablet gezeigt und die Person somit neugierig gemacht. An einem ruhigen Platz
420 wird die Person dann aufgeklärt. Das Produktvideo endet, genau wie das Erleb-
421 nis, mit dem Drücken des roten Buzzers.

422

423 **author: { dt }**

424 **}**

425

426

427

428

429

430

431

432

433

434

435

436

437

438

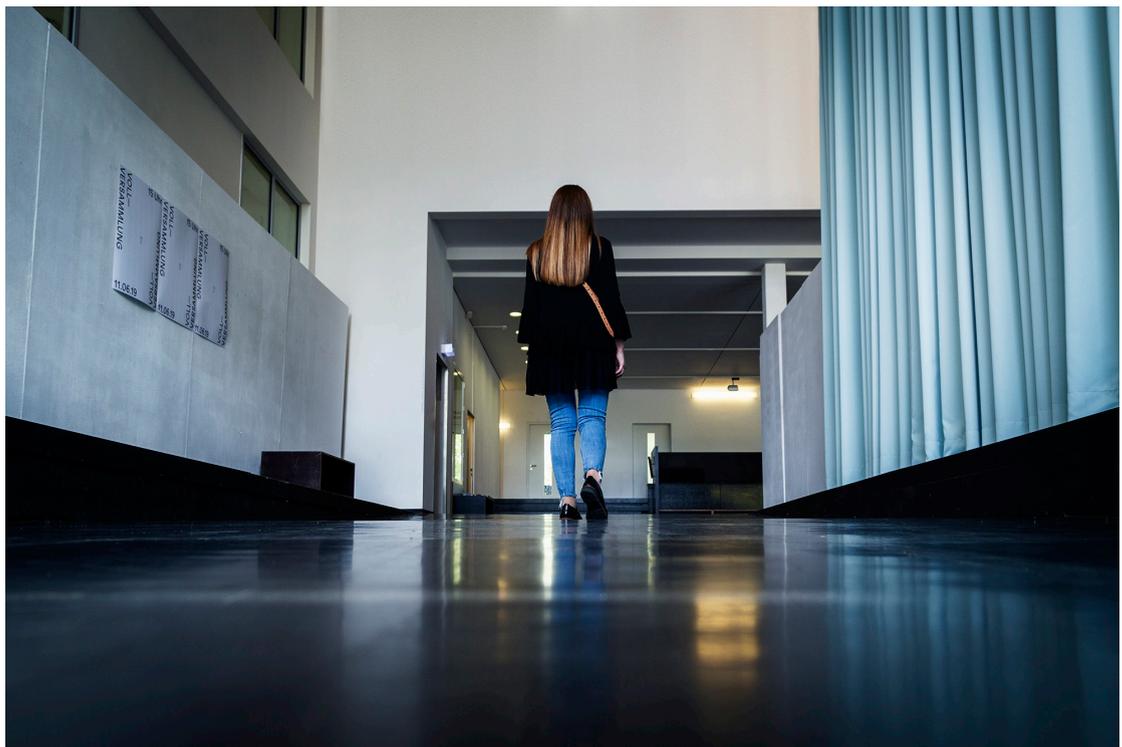
439

440

441

442

443



444 Abb.8: {Die Darstellerin auf dem Weg in die Ausstellung}



Abb.9: {Verwirrter Blick}

You weiß, was Sie tun!

Du bist jetzt schon so lange am Stand,
willst du dir nicht auch noch andere
Projekte anschauen? 🙄

17:09

#Design #Prototyp

Prototypische Umsetzung

- 26 Raspberries
- 27 Gesichtserkennung
- 30 Zusammenspiel der Komponenten
- 30 Mögliche Erweiterungen

445 **Prototypische Umsetzung {**

446

447 Das Projekt wurde hauptsächlich in Node.JS geschrieben, da das Team dort den
448 größten Kenntnisstand hat.

449 Für die Technik galt es ein System zu entwickeln, das viele einzelne Schnittstellen
450 anspricht und die Datenverarbeitung und Weitergabe händelt. Es war klar, dass
451 das Projekt ein Größeres sein und dementsprechend viele kleine Unterkompo-
452 nenten haben wird. Deshalb musste ein Routing aufgesetzt werden, das dafür
453 sorgt, dass die jeweiligen Unterkomponenten auf eigene lokale URL hören und
454 somit von dem Hauptskript über ein HTTP Request aufgerufen werden können,
455 um die gewünschten Daten zurückzubekommen.

456

457 Durch dieses System ist das Projekt erweiterbar. Weitere Services, die sich um
458 die Datenabfrage von APIs kümmern, können so einfach hinzugefügt werden
459 und hören auf eine eigene URL. Diese Erweiterbarkeit macht auch das Hinzufü-
460 gen von Python Skripten möglich. Social Mapper und ein Skript zur Abfrage von
461 LinkedIn Daten lassen sich sehr einfach aufrufen und liefern die gewünschten
462 Daten zurück. Dies soll bei zukünftigen Anfragen helfen, sich immer bestens auf
463 die Kundenwünsche anpassen zu können, ohne den Code komplett umstrukturi-
464 eren zu müssen.

465

466 Um die Daten zu speichern, wurde eine MongoDB Datenbank ausgewählt, die
467 über die benötigte Speichergeschwindigkeit verfügt. Außerdem wurde der Trei-
468 ber für die Datenbank (Mongoose) für Node.JS geschrieben und passt somit per-
469 fekt in die Systemarchitektur. Um die Datenbank zu füllen, mussten im Laufe der
470 Umsetzung mehrere Datenbankmodelle geschrieben werden, die eine Vorlage
471 für die Datenstruktur eines Nutzers widerspiegelt. Folgende Daten können das
472 Profil füllen: Bilddaten (URL, Ort, Aufnahmedatum, Anzahl der Likes und Kom-
473 mentare), Pinterest Boards (Name, Anzahl der Pins, Bilder, Datum), die Daten
474 der Stories die vom You Team gemacht werden und natürlich alle kumulierten
475 Nutzerdaten von den unterschiedlichen Social Media Kanälen, die von dem Pro-
476 gramm abgefragt werden.

477

478 Social Mapper ist ein wichtiger Bestandteil des Projekts, da es mittels Gesichts-
479 erkennung und dem mitgelieferten Namen nach den passenden Social Media
480 Profilen sucht und dem Programm die richtigen Daten zurück gibt. Wichtig ist
481 dabei zu beachten, dass ein solcher Test an die zwei bis drei Minutkann und dies

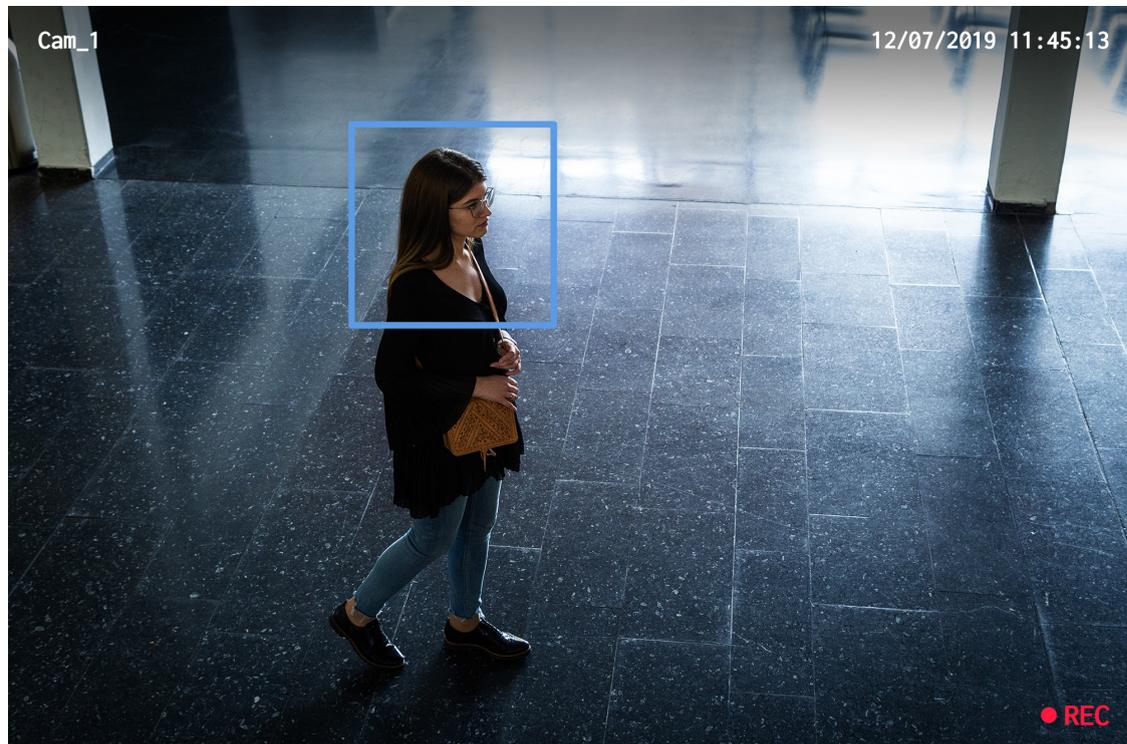
482 für die Programmierung zu beachten ist. Um neben den von Social Mapper an-
483 gebotenen Sozialen Netzwerken auch noch die in Deutschland beliebte Plattform
484 Pinterest abzudecken, wurde das Skript um die dortige Nutzerabfrage erfolgreich
485 erweitert.

486

```
487 author: { jm }  
488 }
```

489

490



491

492

493

494

495

496

497

498

499

500

501

502

503

504

505

506

507

508 Abb.10: {Ausschnitt aus dem Trailer}

509

510

511

512

513

514

515

516

517

518

519 **Raspberries {**

520

521 Um gefundene Bilder auf den Bildschirmen anzuzeigen, werden Raspberries ein-
522 gesetzt, welche per MQTT mit dem Hauptserver kommunizieren und auf dessen
523 Anweisungen hören. Die Raspberries wurden so aufgesetzt, dass sie sich beim
524 Starten mit einem bekannten Netzwerk verbinden und automatisch das Skript
525 und den Browser mit der passenden Webseite aufrufen.

526 Die Raspberries suchen stetig nach den Beacons, die die Besucher mit sich tra-
527 gen. Wird ein gewisser Schwellenwert des RSSI-Wertes überschritten, werden
528 MQTT Nachrichten über einen Broker an das Hauptskript geschickt, welches
529 daraufhin Aktionen ausführt. Wie zum Beispiel das Senden von Nachrichten an
530 das Instagram Profil von Besuchern.

531 Um auch die MQTT Nachrichten nicht über das Internet zu übertragen, läuft auf
532 dem Hauptrechner auch ein MQTT Broker, der alle MQTT Nachrichten verteilt.

533

534 **author: { jm }**

535 **}**

536

537

538 **Gesichtserkennung {**

539

540 Wie bereits im Konzept beschrieben, wurde für die Erkennung von einem oder
541 mehreren Gesichtern in Bildern eine Machine Learning Library Namens face-api.
542 js eingesetzt. Die Library basiert auf tensorflow.js und wurde in Node.JS umge-
543 setzt.

544

545 Die Gesichtserkennung läuft lokal auf einem von dem Hauptserver getrennten
546 eigenen Server. Dazu wurde sich entschieden, um den Hauptserver zu entlasten
547 da die Library viele Ressourcen benötigt.

548

549 Der Ablauf ist wie folgend: Von dem Instagram Profil eines Opfers wird per Zu-
550 fall ein Bild extrahiert. Die face-api.js prüft daraufhin, ob sich in diesem Bild ein
551 oder mehrere Gesichter befinden. Wenn dies zutrifft, werden diese Gesichter mit
552 einem schwarzen Quadrat zensiert. Das zensierte Bild wird dann wiederum ab-
553 gespeichert, um daraufhin an die Bildschirme weitergeleitet werden zu können.

554

555

556 Für die Zensur mit einem schwarzen Quadrat wurde sich entschieden, da diese
557 Art der Zensur viel brutaler und dramatischer anmutet als zum Beispiel das Verpi-
558 xeln des Gesichtes.

559

560 author: { ef }

561 }

562

563

564

565

566

567

568

569

570

571

572

573

574

575

576

577

578



579 Abb.11: {Beispielhafte Zensur des Gesichts}

580

581

582

583

584

585

586

587

588

589

590

591

592

593 **Zusammenspiel der Komponenten {**

594

595 Die große Herausforderung war es, am Ende alle losen Enden zu verknüpfen und
596 ein Gesamtprojekt entstehen zu lassen. Da an dem Projekt viele Teile gleichzeitig
597 entstanden sind, war es wichtig, die untereinander vergebenen Aufgaben strikt
598 voneinander zu trennen, um keine Konflikte im Git zu bekommen. Die Bereiche
599 Hauptprogramm, Front-End zur Visualisierung der Daten, Raspberry Pi's und die
600 Visualisierung dort sowie die Face-Detection waren eine sinnvolle Strukturie-
601 rung, an der jederzeit gleichzeitig ohne technische Konflikte gearbeitet werden
602 konnte.

603 Gegen Ende der Umsetzung galt es all die Teilbereiche zusammenzubringen und
604 miteinander zu testen. Es konnten so noch Abstimmungen und Änderungen in
605 das System eingebaut werden, um einen flüssigen Ablauf zu garantieren.

606

607 **author: { jm }**

608 **}**

609

610

611

612 **Mögliche Erweiterungen {**

613

614 Um das System von You zu erweitern können Webcams installiert werden, über
615 welche man die Besuchenden mit Gesichtserkennung tracken kann. Somit ent-
616 fällt der Beacon, den Besuchende bei sich tragen.

617 Alternativ oder zusätzlich kann dies durch Wifi Sniffing unterstützt werden und
618 Personen werden über ihr Smartphone im WLAN lokalisiert.

619 Ein weiteres Element für You wäre das Nutzen der Google Custom Search Engine.

620 Hierbei können alle relevanten Informationen zu Besuchenden, die über Google
621 zur Verfügung stehen, in das bestehende Profil mit eingebunden werden.

622

623 **author: { s1 }**

624 **}**

625

626

627

628

629

630
631
632
633
634
635
636
637
638
639
640
641
642
643
644
645
646
647
648
649
650
651
652
653
654
655
656
657
658
659
660
661
662
663
664
665
666



Abb.12: {Stalker Mood}

#Design #Prototyp #Management

Management

- 34 Erste Kundengespräche
- 58 MVP
- 38 Maintenance
- 39 Ethik
- 40 Sicherheitsgedanke
- 41 Teamline
- 44 Sales Panel
- 47 Mögliche Einnahmequellen
- 48 Rechtliche Grundlagen
- 49 Next Steps

Hi, das Mädchen links neben dir hat dich gerade ganz interessiert angeschaut.

667 **Erste Kundengespräche {**

668

669 Nach vielen E-Mails, Telefonaten und persönlichen Gesprächen wurde klar, es
670 sind nicht nur Museen und Ausstellungen an You interessiert. Damit gibt es von
671 Anfang an einen breiteren Markt, den das Team nutzen möchte, um die Technik,
672 die Beratung und die Interaktion sowie das Erlebnis der Installation für verschie-
673 dene Kunden bestmöglich anzupassen.

674

675 Diese Kunden aus verschiedenen Branchen können helfen, Fallstudien zu er-
676 stellen oder vor Ort Feedback einzuholen. Außerdem können zufriedene erste
677 Kunden You in Gesprächen mit potenziellen neuen Kunden bewerben oder an-
678 derweitig starke Referenzen auf dem Markt bieten.

679

680 Auf den folgenden Seiten finden sie eine Zusammenfassung aller Kontakte, Ge-
681 spräche, Feedbacks und Anregungen, die das Team in den letzten Wochen sam-
682 meln konnte.

683

684 **IT-Seals {**

685

686 *Security Awareness? Phishing-Simulation und E-Learning vom Experten!*

687 („IT-Seal - Empowering Security Awareness“, o.D.)

688

689 Um sich nicht nur online mit dem Thema auseinanderzusetzen, hat das Team die
690 IT-Seals in Darmstadt besucht. Das Start-up beschäftigt sich vor allem mit Spear
691 Phishing-Simulationen im Full Service Bereich. Sie spielen die Bösen und versu-
692 chen Mitarbeiter zu testen. Unternehmen können so feststellen, wie ihre Mit-
693 arbeiter mit gefährlichen E-Mails umgehen und Maßnahmen dagegen ergreifen,
694 falls die Achtsamkeit in diesem Bereich gestärkt werden muss.

695 Bei den Gesprächen konnten viele Tipps und Tricks sowie ein erfreuliches Feed-
696 back eingeholt werden. Einer der drei Geschäftsführer findet die Intention, die
697 hinter You steht, sehr wichtig und war daher bereit, ein aufschlussreiches und
698 interessantes Gespräch mit dem Team zu führen. Hierbei ging es vor allem um
699 das Konzept im Allgemeinen und die Klärung von rechtlichen Fragen.

700

701 Tipps und Tricks, die das Team sich zu Herzen genommen hat, sind:

702

703

704 #Aufklärung

705 Die Idee, Personen nach dem Erlebnis persönlich aufzuklären, wurde von den
706 IT-Seals sehr bekräftigt. Außerdem fanden alle am roten Buzzer großen Gefallen.
707 Eine durch das Gespräch entstandene Idee ist, dem Nutzer, sobald er den Buzzer
708 drückt, im Chatverlauf mit You Links zum Beantragen und Löschen der eigenen
709 Daten zu schicken. So bleibt etwas als Erinnerung zurück und die Personen haben
710 erste Anlaufstellen, um sich weiterhin mit dem Thema zu beschäftigen.

711

712 #Reaktionen

713 Wenn es geschehen sollte, dass Menschen sauer sind und sich über You aufre-
714 gen, sollte man nicht versuchen mit rechtlichen Dingen zu punkten. Hört man auf
715 die IT-Seals, ist es in so einer Situation besser, die Person darin zu bestätigen und
716 zu bejahen, dass Stalking eine schlimme Sache ist und dass es unglaublich ge-
717 mein ist, so viel über eine Person heraus zu finden.

718 Ab dem Punkt wird die Person verstehen, dass das Team keine bösen Gedanken
719 hat und spätestens mit dem roten Buzzer sollte klar zu verstehen sein, dass die
720 Daten der Person nicht aus eigennützigen Gründen gesammelt werden. Lässt
721 man dem Opfer ein wenig Zeit, wird es sich beruhigen, so einer der Geschäftsfüh-
722 rer. Versucht man, von Anfang an dagegen zu halten, werden die Personen nur
723 noch gereizter und könnten die Ausstellung daraufhin wirklich verärgert verlas-
724 sen.

725

726 #SocialEngineering

727 Es gibt verschiedene Bereiche, in denen Menschen sich angesprochen fühlen
728 und dadurch zum leichten Ziel werden. Einige werden auch auf der Webseite der
729 IT-Seals dargestellt. Die einfachste Art jemandes Aufmerksamkeit zu erlangen sei
730 Flirten. Es trifft den Zeitgeist mit Tinder und anderen Datingapps und weckt, ganz
731 klar, sehr schnell das Interesse der anvisierten Person.

732

733 **Einer deiner Kollegen hat dich super gern! Schreib mir, wenn du wissen**
734 **willst wer.**

735

736 Außerdem soll der Ort mit einbezogen werden. So könnte man die Person darauf
737 ansprechen, dass sie auf der Interactive Future Exhibition sei und ob sie morgen
738 wieder komme.

739

740 }

741 **Veritas Management Group GmbH & Co. KG {**

742 Innovationen im Bereich der Informationstechnologien und Informationssicher-
743 heit stellen einen wesentlichen strategischen Schwerpunkt für Unternehmen in
744 allen Branchen dar. IT und Informationssicherheit sind der treibende Motor im
745 stetig wachsenden Umfeld der Kunden der Veritas Management Group.

746

747 Der Ansprechpartner des Teams ist Stefan Grossmann. Er ist begeistert von dem
748 Projekt You. Schon oft genug sei er als Sicherheitsbeauftragter nur belächelt wor-
749 den und er finde die Idee, Menschen wirklich zu schockieren, super und sinnvoll.

750

751 Aus den Gesprächen ging vor allem der Gedanke hervor, dass Menschen nicht
752 klar ist, was es bedeutet, wenn Daten nicht gesichert sind. Es am eigenen Leib
753 zu erfahren, ist immer noch mal etwas anderes, als wenn man es einfach nur
754 liest oder darauf aufmerksam gemacht wird. Was es wirklich bedeutet, gerade in
755 unserer virtuellen Welt, müsse erfahrbar gemacht werden.

756

757 Von diesem Kontakt verspricht sich das Team vor allem Hilfe bei Fragen zum
758 Thema Sicherheit, Technik und Datenschutz. Stefan Grossmann ist ein großer
759 Gewinn, da er bereit ist, bei der Optimierung des Konzepts mit Rat zur Seite zu
760 stehen. Außerdem könnte auch die Veritas Management Group ein Kunde bzw.
761 Partner von You werden.

762

763 }
764

765

766 **CySec Darmstadt {**

767 *„Im Profilbereich CYSEC arbeiten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler der TU*
768 *Darmstadt an zentralen Themen der Cybersicherheit und des Privatheitsschutzes.“*
769 *(Bruns, 2019)*

770

771 Das Team bekam nach einigen Telefonaten, in denen zunächst Fragen an CYSEC
772 gestellt wurden und das Projekt genauer erklärt wurde, zwei Anfragen.

773 Eine Idee You auszustellen ist, die Installation für eines der nächsten öffentlichen
774 Treffen in der Centralstation in Darmstadt aufzubauen und dort die Besucher
775 aufzuklären sowie anhand der eigenen Daten zu schockieren.

776 Die nächste Anfrage von CYSEC ist, You bei der Eröffnung im Eingangsbereich des
777 neuen Gebäudes des Profilbereiches an der TU-Darmstadt zu installieren.

778 Genaue Gespräche werden nach der Interaktive Future Exhibition geführt, da
779 zwei Mitarbeiter, mit denen das Team in Kontakt steht, die Ausstellung des Studi-
780 enganges besuchen und sie sich You in Aktion anschauen werden, um daraufhin
781 Einzelheiten zu klären und gemeinsam mit dem Team abzuwägen, ob das Projekt
782 in den von Ihnen gewünschten Rahmen passt.

783

784 CYSEC bietet dem Team nicht nur die Möglichkeit You auszustellen, sondern er-
785 öffnet gleichzeitig eine große Bandbreite an potenziellen neuen Interessenten.
786 Schon die Events, bei denen CYSEC Gastgeber oder Mitveranstalter ist, bieten eine
787 tolle Möglichkeit zu netzwerken und neue Kunden zu gewinnen.

788

789 }

790

791

792 **Das Deutsche Museum {**

793 *Das Museum will in fünf verschiedenen Themenfeldern – „Arbeit und Alltag“, „Körper*
794 *und Geist“, „Urbanes Leben“, „System Erde“ und „Raum und Zeit“ – erlebbar machen,*
795 *wie die Gesellschaft und Technik der Zukunft aussehen könnte. Dazu kommt ein Forum*
796 *für Diskussionen und Veranstaltungen, eine Bibliothek, ein Sonderausstellungsraum*
797 *und Mitmachlabore. „Wir wollen unsere Besucher mitnehmen auf eine Reise in mög-*
798 *liche Zukünfte. Und wir wollen die Technologien erlebbar machen, die diese Zukünfte*
799 *beeinflussen werden.“ („Deutsches Museum: Baustelle Nürnberg“, o.D.)*

800

801 Nach einem Telefonat mit der Kuratorin des Deutschen Museums München stand
802 fest, das Team könnte nach genaueren Gesprächen ein fester Bestandteil der
803 neuen Ausstellung des Deutschen Museum in Nürnberg werden. Die kuratorische
804 Leitung der Ausstellungen und Sammlungen des Deutschen Museums, genauer
805 der Zweigstelle Nürnberg, liegt bei Melanie Saverimuthu, Dipl. Soz.
806 Diese schafft es leider nicht zur Interactive Future Exhibition, da es rund um den
807 Neubau in Nürnberg zu viel zutun gibt.

808

809 *„Grundsätzlich wäre die neue Zweigstelle des Deutschen Museums, das Zukunfts-*
810 *museum, an der Umsetzung eines solchen Projektes interessiert, da es sich mit einem*
811 *der vielen Themen auseinandersetzt, die auch im Museum besprochen werden sollen.*
812 *Darüberhinaus bieten ein solche Projekt die Möglichkeit, den Besucher etwas in einem*
813 *geschützten Raum erleben zu lassen, dessen er in der Realität ausgesetzt ist und es*
814 *noch nicht einmal merkt. So können wir im Museum gemeinsam mit den Besuchern*

815 *über Lösungen im Umgang mit solchen rechtlichen Lücken sprechen und vielleicht*
816 *neue Wege des Umgangs vermitteln und gemeinsam entwickeln.“*

817 - Melanie Saverimuthu, Dipl. Soz.

818

819 }

820

821 **author: { dt }**

822 }

823

824

825 **MVBP {**

826

827 Um in die bald bevorstehende Phase der Kundenakquise zu kommen, ist es wich-
828 tig, dass der Prototyp nicht nur ein MVP des Produktes ist. Das Team hat daher
829 ein MVBP konzipiert, um das gesamte Erlebnis und die Möglichkeiten von You
830 aufzuzeigen und dem Kunden somit einen kompletten Einblick zu ermöglichen.
831 Das Besondere an einem MVBP ist, dass das Projekt so weit funktionieren sollte,
832 dass sich die Kunden vorstellen können, ob und wie sich das Projekt bei Ihnen
833 einsetzen lassen würde.

834

835 Nur technisch oder nur im Bereich Design zu zeigen, dass das Konzept umset-
836 zungsfähig ist, reicht nicht aus, um Kunden bei solch einem Thema zu überzeu-
837 gen. Es sollte das Gefühl, welches durch You geschaffen wird, und die Botschaft,
838 um die es dem Team sowie den Museen und Sicherheitsfirmen geht, widerspie-
839 geln. Ist das nicht der Fall, könnte es gut möglich sein, dass das Team ein tolles
840 Feedback bekommt, jedoch nie etwas bei dem jeweiligen Kunden umsetzen
841 darf, da sich dieser das Projekt einfach nicht vorstellen konnte.

842 Das Team hat deshalb versucht, alle bestehenden Bereiche, wie das Anschreiben,
843 die Screens, das Tracking und auch sonst alle Bereiche des Konzepts im Proto-
844 typen zu zeigen, um damit klar zu machen, welche Möglichkeiten es gibt und wie
845 viele Varianten somit entstehen, wenn es darum geht, das Projekt bei den Kun-
846 den umzusetzen.

847

848 **author: { dt }**

849 }

850

851

852 **Maintenance {**

853

854 Nachdem die Installation geplant, angepasst und aufgebaut wurde, kann You in
855 Betrieb genommen werden. Da es sich bei dieser Installation um einzelne Tei-
856 le wie Kameras, Screens, Beacons usw. handelt und diese Dinge kaputt gehen
857 können, ist es wichtig, hierfür ein Budget einzurechnen. Es soll eine Versicherung
858 geben, die dafür aufkommt, wenn Teile durch den Transport, Aufbau, Kunden
859 oder Mitarbeiter des Museums beschädigt werden. Außerdem kann es immer
860 vorkommen, dass es kleinere Probleme mit der Technik gibt. Daher wird es einen
861 technischen Beauftragten geben, der zu den Aufgaben, die alle studentischen
862 Aushilfen haben, ein besonderes Auge auf die Technik hat. Er oder sie studiert im
863 besten Fall in diesem Bereich, ist daher technisch versiert und hat bereits Erfah-
864 rungen mit Hardware.

865

866 **author: { dt }**

867 **}**

868

869

870 **Ethik {**

871 Alle von You gesammelten Daten werden nach der Aufklärung der Person unwi-
872 derrufflich gelöscht. Die Daten, die das Team über die Personen gesammelt hat,
873 wenn auch nur für einen kurzen Zeitraum, werden sehr vertraulich behandelt.
874 Deshalb müssen alle Mitarbeitenden eine Schweigepflichterklärung unterschrei-
875 ben und mit starken Konsequenzen rechnen, sollte es einen Vorfall in diesem
876 Bereich geben. Zudem werden die gesammelten Daten nicht an Firmen oder im
877 Allgemeinen an Dritte weitergegeben. Obwohl das Team den Open Source Ge-
878 danken unterstützt und bisher alle Projekte dieser Art öffentlich zugänglich ge-
879 macht wurden, soll der zu You gehörende Code nicht veröffentlicht werden. Denn
880 auch das Programm soll nicht in die falschen Hände gelangen.

881

882 Dem Team ist bewusst, dass es eine schmale Gratwanderung zwischen Daten-
883 sammlung und dem vor Augen führen der eigens öffentlich gestellten Daten ist.
884 Dennoch wird das Risiko bewusst eingegangen, da sich das Team so den größten
885 Effekt für die Nutzenden verspricht.

886

887 **author: { dt }**

888 **}**

889 **Sicherheitsgedanke {**

890

891 Die IT-Infrastruktur ist immer offen für Verbesserungen. Der derzeitige Stand der
892 Anwendung ist prototypisch und verlangt bei einer wirklichen Umsetzung eine
893 Überarbeitung. Dabei ist die Sicherheit der Daten besonders wichtig. Deshalb
894 müssen alle Services, die verwendet werden, lokal laufen. Falls es unabdingbar
895 ist, ein Service nicht lokal zu verwenden, muss eine verschlüsselte Verbindung
896 genutzt werden. Zudem müssen alle benutzten Komponenten mit einem starken
897 Passwort gesichert sein.

898

899 Bei einem offiziellen Auftrag werden Experten und Expertinnen hinzugezogen,
900 die sich mit Datensicherheit in lokalen Systemen auskennen. Hier stehen dem
901 Team, wie im Verlauf bereits erwähnt, die Firma IT-Seal aus Darmstadt und die
902 Veritas Management Group GmbH & Co. KG zur Seite. Beide sind außerdem der
903 Meinung, dass mit dem Prototypen weder Datenschutz noch Rechtliches außer
904 Acht gelassen wurde, da es sich um ein studentisches Projekt auf einer geschlos-
905 senen Veranstaltung der Hochschule handelt.

906

907 Wir können zum derzeitigen Standpunkt garantieren, dass die Daten, die verar-
908 beitet werden, am Ende des Erlebnisses vom Nutzer selbst aktiv gelöscht werden
909 können.

910 Dennoch könnte eine solche Installation für Unzufriedenheit bei den Besuchern
911 führen. Dies liegt vor allem daran, dass die Besucher sich bezüglich des Daten-
912 schutzes hinters Licht geführt fühlen könnten.

913

914 Zum einen bedeutet das für unsere Kunden, sich mit solch schwierigen Fällen
915 aktiv und bewusst auseinanderzusetzen und sich auf Gespräche einzulassen und
916 zum anderen bedarf es einen guten und sicheren Umgang mit den Daten. Es muss
917 offen kommuniziert und nachgewiesen werden können, dass die Daten sicher
918 sind und, wenn gewünscht, jederzeit gelöscht werden können. Dazu möchte
919 das Team weiter an einer guten IT-Infrastruktur, gutem Personal und am besten
920 einer einfachen, günstigen und sicheren Variante, wie es Datensicherheit garan-
921 tieren kann, arbeiten.

922

923 **author: { dt, jm }**

924 **}**

925

926 **Teamline {**

927

928 Vor allem die Gespräche mit dem Deutschen Museum, aber auch die Anfrage von
929 CySec, haben das Team dazu bewegt über ihren gemeinsamen Standpunkt zu
930 sprechen. Im Team wird dieser „bis dahin und nicht weiter“ genannt. Man widmet
931 einem Projekt ein ganzes Semester und steckt einiges an Arbeit, kreativer Energie
932 und Fleiß rein.

933 Dass es nun Menschen gibt, die davon überzeugt sind, dass You großes Potenzial
934 hat und deshalb ein Teil Ihrer Arbeit werden darf, ist eine Ehre. Trotzdem, oder
935 gerade deshalb, ist es wichtig, eine gemeinsame Meinung zu vertreten und sich
936 nicht von dieser abbringen zu lassen sowie als Team als eine Einheit zu agieren,
937 wenn es um Verträge und Angebote geht. Es ist von Bedeutung, schon im Vor-
938 aus alles in Betracht zu ziehen und sich zu überlegen, wie viel Geld nötig ist, um
939 gewisse Dinge zu erfüllen. Noch wichtiger ist es zu wissen, welche Forderungen,
940 Vorschläge oder Ideen für kein Geld der Welt umgesetzt werden würden. Es sollte
941 Regeln und Anhaltspunkte geben, die dem Team dabei helfen, schon vor Gesprä-
942 chen zu wissen, auf was sie sich gemeinsam geeinigt haben.

943

944 **author: { dt }**

945 **}**

946

947

948

949

950

951

952

953

954

955

956

957

958

959

960

961



962 Abb.13: {Teambild}

Damit Sie diese Regeln auch nachvollziehen können, hier die das Manifest des Teams:

#yourdataissafe wir werden keine Daten der Menschen, mit denen You in Berührung kommt, an Dritte weitergeben.

#wearetheboss egal wer You sponsort oder unterstützt, das Team bleibt der Boss und achtet darauf, dass You das eigentliche Ziel verfolgt und nicht vom Weg abkommt.

#werespectyou wir behandeln deine Daten mit Respekt und werden dich nicht bloßstellen. Wir kennen unsere Grenzen.

#youdoyou du bestimmst über deine Daten und wir werden dich nicht bevormunden oder belehren. Wir klären auf und den Rest übernimmst du.

963 Sales Panel {

964

965 **Identification:**

966 Frühe Kontaktaufnahmen dienen dem Team als Hilfe bei der Entscheidung, wer
967 für das Projekt Early Adopters sein könnte, wo die Anfangspositionierung im
968 Markt sein wird, aber auch welche anderen Kunden zu einem späteren Zeitpunkt
969 in Frage kommen. Da You vor allem im Anfangsstadium sehr anpassungsfähig
970 ist, wurde zu jeder Zeit der Faktor „Value für das Projekt“ bedacht. Ein schönes
971 Museum, das aber kein Know-how in dem gefragten Bereich hat, würde You am
972 Anfang keinen Mehrwert bieten. Deshalb wurden nur ausgewählte Firmen und
973 Orte angeschrieben.

974

975 # Gespräche mit CySec Darmstadt

976 # Feedback von It-Seals Darmstadt

977 # Veritas Management Group GmbH & Co. KG

978 # Deutsches Museum

979 # Museum für Kommunikation Frankfurt (Novak Tine)

980 # Deutsches Museum Digital

981 # Deutsches Spionagemuseum | German Spy Museum

982

983 **Consideration:**

984 Auf die nach E-Mails und Telefonaten für passend befundenen Museen zuzuge-
985 hen und offene Fragen zu klären half dem Team dabei festzustellen, wer von den
986 potenziellen Kunden wirklich in Frage kommt und dem Projekt einen Mehrwert
987 bietet.

988 Die geschaffene Bekanntheit unter Kurator/innen und/oder den Sicherheitsfir-
989 men erwies sich schon in der Anfangsphase als ein großes Plus, da vor allem die
990 Sicherheitsfirmen in einem regen Austausch untereinander stehen und das Team
991 durch gutes Feedback der einen Firma von einer weiteren angesprochen wurde.

992

993 Da You ein Projekt ist, dass die Nutzenden überraschen soll, kann jedoch nicht
994 auf Instagram oder anderen sozialen Netzwerken Werbung geschaltet werden.
995 Es soll daher geheime, nur für Kuratoren zugängliche Links geben, auf denen das
996 Projekt erklärt wird. Die Exklusivität soll Interesse und Neugier wecken.

997

998

999

1000 **Engagement:**

1001 Damit die Firmen nicht nur ungefähr wissen, um was es sich bei You handelt,
1002 möchte das Team die Möglichkeit der Ausstellung der Projekte im Rahmen der
1003 Interactive Future Exhibition nutzen. Dort sollen interessierte Kunden die Chance
1004 haben, sich You genau anzuschauen, das Konzept zu verstehen und alle offenen
1005 Fragen anhand des Prototypen erklärt zu bekommen.

1006 CySec, andere Sicherheitsfirmen, Kurator/innen und weitere Interessierte sind
1007 bereits zur Interactive Future Exhibition eingeladen. Das soll die Kunden an You
1008 binden und schon früh ein Gefühl dafür geben, ob sich eine Zusammenarbeit
1009 realisieren lässt.

1010

1011 Kuratoren, die es nicht schaffen die Interactive Future Exhibition zu besuchen,
1012 sollen durch die oben genannten Veranstaltungen von CySec in der Centralstation
1013 die gleiche Möglichkeit bekommen, sich über You aus nächster Nähe zu informie-
1014 ren.

1015

1016 Auf diesen Veranstaltungen kann dann der erste persönliche Kontakt zu poten-
1017 ziellen Kunden aufgebaut werden, der dann im nächsten Schritt genutzt wird.
1018 Daher kann hier ein Termin im eigenen Haus der Kuratoren oder anderen Inte-
1019 ressenten ausgemacht werden. Denn erst wenn es Kunden gibt, kann aus dem
1020 Prototyp ein Projekt werden, das in die Tat umgesetzt wird.

1021

1022 **Purchase:**

1023 Ein Termin vor Ort macht Verhandlungen und Gespräche zur Realisierung von
1024 You erst möglich, da man diese Dinge vor allem bei einem Themenschwerpunkt
1025 im Bereich Datenschutz nicht einfach zwischen Tür und Angel klären kann.

1026

1027 In einem passenden Rahmen und mit allen Zuständigen sowie dem gesamten
1028 Team sollen dann alle Einzelheiten geklärt werden. You soll für jeden Kunden
1029 bestmöglich angepasst werden, da es sich nicht um ein Massenprodukt handelt,
1030 sondern eine Aufgabe erfüllen soll und dies am besten möglich ist, wenn die ört-
1031 lichen Gegebenheiten optimal genutzt werden. Außerdem ist es in dieser Phase
1032 wichtig den Kunden genau zu erklären, was die Botschaft des Teams ist, falls dies
1033 noch nicht im Vorfeld geschehen ist. Stehen die Kunden nicht hinter den gleichen
1034 Zielen, soll You dort nicht als Installation ausgestellt werden.

1035

1036

1037 **Loyalty:**
1038 Wenn You in einigen Museen zu finden war und Menschen anfangen darüber zu
1039 sprechen, kann es sein, dass Menschen ins Museum, auf Ausstellungen oder zu
1040 Veranstaltungen kommen, weil You da ist.
1041
1042 Dennoch ist Loyalität in dem eigentlichen Sinne nicht unbedingt möglich, da es
1043 sich bei You nicht um ein Produkt handelt, sondern um eine Installation, die nach
1044 einigen Monaten weiterzieht. Glückliche Kunden bedeuten trotzdem weitere
1045 Kunden, daher sollen diese sich gut beraten fühlen und immer einen Ansprech-
1046 partner zur Seite stehen haben.
1047 Dass Menschen die You erleben, es bewerben ist unendlich wichtig, da das Team
1048 selbst keine Werbung schalten möchte, wie oben bereits erklärt. Um positives
1049 Kundenfeedback zu erreichen, sollen die Besuchende ein spannendes Erlebnis
1050 haben.
1051
1052 Deshalb wird guter Service, Aufklärung über die rechtliche Lage, Risikoerklärun-
1053 gen, Anpassungen an den Ort und den Kontext und schnelle Beantwortung aller
1054 Fragen groß geschrieben.
1055
1056 **Advocat:**
1057 In Darmstadt beispielsweise sind alle Vereine und Firmen im Bereich Cyber Se-
1058 curity in regem Kontakt und Austausch. Gefällt ihnen eine Installation oder ein
1059 Projekt, dann spricht sich so etwas sehr schnell rum. Ähnlich ist es bei Museen
1060 und ihren Kurator/innen. Dies wurde schon in der Anfangsphase festgestellt, in
1061 der sich Museen bei uns gemeldet haben, weil wir andere Museen angeschrieben
1062 haben.
1063
1064 **author: { dt }**
1065 **}**
1066
1067
1068
1069
1070
1071
1072
1073

1074

1075 **Mögliche Einnahmequellen {**

1076

1077 You ist kein Produkt. Zudem sind die Endnutzenden nicht die, an die das Team
1078 You verkauft. Die potenziellen Kunden beschränken sich zumindest in der An-
1079 fangsphase auf Kuratoren und Kuratorinnen sowie Vorsitzende und CIOs von
1080 Sicherheitsfirmen und/oder Cyber-Schutzverbänden und Unternehmern.

1081

1082 Eine Möglichkeit ist es, eine wiederkehrende Einnahmequelle zu erhalten. Dabei
1083 gibt es natürlich eine Reihe von Variationen, darunter fallen jährliche oder mehr-
1084 jährige Verpflichtungen, monatliche Verpflichtungen und viele mehr. Das kann bei
1085 einem Projekt wie You jedoch erst dann geklärt werden, wenn die Konditionen
1086 mit dem jeweiligen Kunden geklärt sind und die Dauer, die die Installation bei
1087 dem Kunden ausgestellt wird, besprochen wurde.

1088

1089 Je nach Verhandlung und Angebot kann es sich bei der Bezahlung daher um ein
1090 Abonnement oder Leasingvertrag handeln. Eine festgelegte Zahlung pro Monat
1091 oder eine andere vorbestimmte und vereinbarte Zeitspanne macht dann Sinn,
1092 wenn das Projekt für einen längeren Zeitraum ausgestellt wird. Dies soll in den
1093 meisten Fällen geschehen. Vor allem in der Anfangsphase möchte das Team die
1094 perfekte Dauer nicht festlegen, sondern durch Feedback und erste Ausstellungen
1095 herausfinden.

1096

1097 Handelt es sich zum Beispiel um eine einzelne Veranstaltung, sollte es einen ein-
1098 maligen, im besten Falle hohen Betrag geben, der die Aufbaukosten deckt und die
1099 Bekanntheit von You steigert.

1100 Vor allem am Anfang versteht das Team, dass es normal ist, dass verschiedene
1101 Arten von Kunden unterschiedliche Beträge zahlen. Es geht zunächst auch darum
1102 unter den Kunden bekannt zu werden. Wenn ein Kunde dem Projekt Know-how,
1103 ein großes Network oder sogar mehrere neue Kunden bietet, möchte das Team
1104 diese Chance nutzen und diesem Kunden ein gutes Angebot machen und somit
1105 die Zusammenarbeit bekräftigen.

1106

1107 Außerdem geht es den Gründern bei keinem Vertragsabschluss um einen großen
1108 Gewinn. Es sollen alle Kosten gedeckt werden können und im besten Fall Einnah-
1109 men entstehen, die You am Leben halten. Faire Verträge und eine gute Zusam-
1110 menarbeit bedeuten mehr Kunden und damit mehr Personen, die You erreichen

1111 kann. So kommt das Team seinem eigentlichen Ziel näher.
1112 Eine Lizenzierung der You-Idee an Kunden und der Erhalt einer Lizenzgebühr
1113 könnte zu einer sehr hohen Bruttomarge führen. Davon nimmt das Team jedoch
1114 großen Abstand. Hierzu ist das Team zu kritisch und verlangt damit ein zu großes
1115 Vertrauen, als dass es möglich wäre, die Software gegen Geld weiter zu geben.

1116

1117 **author: { dt }**

1118 **}**

1119

1120

1121 **Rechtliche Grundlagen {**

1122

1123 Die rechtlichen Grundlagen müssen bei You jeweils mit den einzelnen Kunden
1124 geklärt werden, da es, je nach Ort und betroffenen Personen, unterschiedliche
1125 Regeln gibt. Es wurde mit verschiedenen Experten geklärt, dass der Prototyp
1126 ohne weitere Probleme ausgestellt werden kann und auf der Ausstellung der
1127 Hochschule keine rechtlichen Probleme auftreten sollten.

1128

1129 Das Projekt ist abhängig von den Plattformen, auf denen die Nutzenden ihre
1130 Daten zur Verfügung stellen. Die Unternehmen können jederzeit ihre Schnittstel-
1131 len anpassen und das Projekt somit von den Daten ausschließen. Das wird wohl
1132 die größte aller Herausforderungen. Denn hier ist das Team machtlos, sollten
1133 sich die Umstände ändern.

1134

1135 **author: { dt }**

1136 **}**

1137

1138

1139

1140

1141

1142

1143

1144

1145

1146

1147

1148 **Next Steps {**

1149

1150 Nach der Interactive Future Exhibition werden die oben genannten Anfragen
1151 bearbeitet. Es wird einen gemeinsamen Trip nach München geben, bei dem das
1152 Team Einzelheiten und das weitere Vorgehen mit dem Deutschen Museum be-
1153 sprechen wird. Finden die zuständige Kuratorin und das Team eine Einigung,
1154 wären nächste Schritte, das Projekt erneut und mit dem gemeinsam erarbeiteten
1155 Konzept zu entwickeln, zu testen und im Museum auszustellen.

1156

1157 You nach dem Vorbild der prototypischen Umsetzung im Deutschen Museum zu
1158 installieren wird, realistisch gesehen, nicht möglich sein. Deshalb wurde zu jedem
1159 Zeitpunkt offen kommuniziert, dass es sich zunächst nur um ein Konzept handelt,
1160 welches gemeinsam liebend gerne auf das nächste Level gehoben werden kann.
1161 Zur Zeit gäbe es beispielsweise ein größeres, im vorherigen Text bereits ange-
1162 sprochenes Problem. Die sozialen Netzwerke könnten ihre Sicherheitsbestim-
1163 mungen bis zum Anfang der Eröffnung des neuen Museums, oder sogar mitten in
1164 der Ausstellungszeit, ändern. Außerdem könnten sie unsere Profile einfach sper-
1165 ren, weil sie dahinter kommen, was You tut.

1166

1167 Alles in allem möchte das Team im weiteren Vorgehen darauf achten flexibel zu
1168 bleiben, You anpassbar zu gestalten, aber dabei immer auf Sicherheit und Daten-
1169 schutz Rücksicht nehmen. Das Team kann sich gut vorstellen, durch You schon
1170 jetzt bei einigen Museen und Ausstellungen sowie Sicherheitsfirmen Aufmerk-
1171 samkeit für das Thema geschaffen zu haben. Mit den jeweiligen Kunden neue
1172 aber ähnliche, dennoch einfachere und risikolosere Projekte im gleichen Bereich
1173 umzusetzen, wäre eine tolle Chance, die Value der Idee auf verschiedene Arten in
1174 die Welt zu tragen.

1175

1176 **author: { dt }**

1177 **}**

1178

1179

1180

1181

1182

1183

1184

1185 **Literaturverzeichnis: {**

1186

1187 Bruns, T. (2019, 25. Juni). CYSEC, der Profilbereich Cybersicherheit der TU Darm-
1188 stadt. Abgerufen 30. Juni, 2019, von [https://www.cysec.tu-darmstadt.de/cysec/](https://www.cysec.tu-darmstadt.de/cysec/index.de.jsp)
1189 [index.de.jsp](https://www.cysec.tu-darmstadt.de/cysec/index.de.jsp)

1190

1191 Deutsches Museum: Baustelle Nürnberg. (o.D.). Abgerufen 30. Juni, 2019, von
1192 <https://www.deutsches-museum.de/presse/presse-2018/baustelle-nuernberg/>

1193

1194 IT-Seal - Empowering Security Awareness. (o.D.). Abgerufen 30. Juni, 2019, von
1195 <https://it-seal.de>

1196

1197 Shawar, B. A., & Atwell, E. (2007, April). Different measurements metrics to
1198 evaluate a chatbot system. In Proceedings of the workshop on bridging the gap:
1199 Academic and industrial research in dialog technologies (pp. 89-96). Association
1200 for Computational Linguistics.

1201 Was ist Spear-Phishing? (o.D.). Abgerufen 29. Juni, 2019, von [https://www.ka-](https://www.kaspersky.de/resource-center/definitions/spear-phishing)
1202 [persky.de/resource-center/definitions/spear-phishing](https://www.kaspersky.de/resource-center/definitions/spear-phishing)

1203

1204 Kuenen, K. Dr.. (2018, 17. Dezember). Definition: Minimum Viable Product
1205 (MVP). Abgerufen 29. Juni, 2019, von [https://wirtschaftslexikon.gabler.de/defini-](https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/minimum-viable-product-mvp-119157)
1206 [tion/minimum-viable-product-mvp-119157](https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/minimum-viable-product-mvp-119157)

1207

1208 **}**

1209

1210

1211

1212

1213

1214

1215

1216

1217

1218

1219

1220

1221

#Einführung #Design #Technik #Management #Anhang

Anhang

105 DOR

Delegation of Rights and Non Violation Statement

You is a project, developed in the framework of the study course Interactive Media Design of Hochschule Darmstadt - Faculty of Media, during the Summer Term 18/19.

It is a groupwork of: Elina Faber, Sarah Lerch, Jan Meininghaus and Domenika Tomasovic. It was mentored by: Prof. Claudius Coenen, Christoph Diederichs, Prof. Andrea Krajewski, Prof. Garrit Schaap, Andreas Schindler.

Herewith delegate the non exclusive and timewise non restricted rights to publish and present the results of the project **You** to the Professors of Hochschule Darmstadt and to the coaches directly connected to the academic supervision of this project, named above. In the same time the student project team declares that with the project no intellectual properties rights of third parties have been harmed.

Dieburg, 01.07.2019