



netidee

PROJEKTE

OwnYourData

Zwischenbericht | Call 12 | Projekt ID 2218

Inhalt

1	Einleitung.....	3
2	Status der Arbeitspakete.....	3
2.1	Arbeitspaket 1 - <i>Webseite</i>	3
2.2	Arbeitspaket 2 - <i>Entwicklung</i>	4
2.3	Arbeitspaket 3 – <i>Mobile Entwicklung</i>	5
2.4	Arbeitspaket 4 – <i>Marketing</i>	5
2.5	Arbeitspaket 5 – <i>Vertrieb</i>	6
3	Zusammenfassung Planaktualisierung.....	7
4	Öffentlichkeitsarbeit/ Vernetzung.....	7

1 Einleitung

Das Folgeprojekt OwnYourData 2.0 schreitet gut voran, hat die jeweils geplanten Meilensteine erreicht und steht nun bei ca. der Hälfte der Ausgaben. Die Softwareentwicklung war sogar schneller als ursprünglich geplant, dafür traten aber auch einige unerwartete zusätzliche Probleme auf, sodass nun der Umfang größer als ursprünglich angenommen ist. Eine weitere Herausforderung stellte eine Änderung der Google AdWords Nutzungsbedingungen dar und damit verbunden ist ein starker Rückgang der für unseren Verein tatsächlich möglichen Werbeschaltungen. Und schließlich erlebten wir aufgrund des Inkrafttretens der DSGVO sowohl zusätzlichen Aufwand auf Webseite und Webapplikation, sowie Einschränkungen bei möglichen Werbemaßnahmen.

Auf jeden Fall positiv zu beurteilen ist der steigende Bekanntheitsgrad von OwnYourData (mitverursacht durch die gleichnamige Kampagne der ehemaligen Cambridge Analytica Mitarbeiterin Brittany Kaiser), sodass wir nun immer wieder von Personen und Organisationen kontaktiert und zur Zusammenarbeit eingeladen werden. Details zu diesen Punkten finden sich in den folgenden Abschnitten.

2 Status der Arbeitspakete

2.1 Arbeitspaket 1 - Webseite

Haupttätigkeiten und erreichte Ergebnisse: die neue Webseite von OwnYourData (<https://www.ownyourdata.eu>) wurde in Betrieb genommen und die geplanten Funktionalitäten umgesetzt: Mehrsprachigkeit (Deutsch & Englisch), Benutzer können vorhandene und geplante Datenquellen und -auswertungen bewerten (Hilfestellung bei der Priorisierung der Weiterentwicklung!), Migration und Übersetzung der Inhalte auf die neue Webseite

Erkenntnisse: Konformität mit der DSGVO war mehr Arbeit als geplant und das explizite Opt-in für die Verwendung von Cookies (notwendig zum Zählen der Besucher) führte zu einem starken Einbruch der registrierten Benutzerzahlen; Daniel Eder als SEO-Experte im Team erwies sich dabei als Key-Ressource zur erfolgreichen Umsetzung

Erfolge/ Probleme: nach der Umstellung auf Cookie Opt-in verzeichnen wir nur mehr ca 120 Besucher pro Monat – lt. Aktuellen Erfahrungswerten in der Branche akzeptieren aktuell nur etwa 20% der Website Besucher die Verwendung von Cookies und wir sind damit also nur bei etwa 600 Besucher pro Monat auf der Webseite anstatt der geplanten 1.000 Besucher pro Monat – hier planen wir Maßnahmen in der 2. Hälfte des Projekts, um diese Zahl noch zu erreichen

Abweichungen: wir sind noch nicht im Plan mit den geplanten Benutzerzahlen (siehe oben); bei der Verteilung der Arbeiten hat Tim Hacker nur etwa 40h beim Website Redesign mitgearbeitet (AP1) und verwendet die restlichen 35h bei Vertriebsaktivitäten (AP5)

Arbeitspaket 1 ist in Bezug auf Tätigkeiten und Auszahlung der geplanten Mittel abgeschlossen. Wir versuchen in der 2. Halbzeit die Benutzerzahlen zu steigern.

2.2 Arbeitspaket 2 - *Entwicklung*

Haupttätigkeiten: der Datentresor – das Herzstück einer selbstbestimmten Datennutzung – wurde neu implementiert unter Berücksichtigung der Erkenntnisse aus dem 1. Förderprojekt: Mandantenfähigkeit, Ende-zu-Ende Verschlüsselung, Performanceverbesserungen; ebenfalls wurden Assistenten entwickelt, welche Daten automatisch aufbereiten und Ergebnisse in Form von PDF-Reports und einfachen Visualisierungen darstellen; Entwicklungsseitig war es notwendig ein Framework zu entwickeln, mit dem einfach auf den Datentresor zugegriffen werden kann: ursprünglich war geplant ein solches Framework nur für eine Programmiersprache zu entwickeln, inzwischen unterstützen wir aber bereits R und Ruby; durch die Unterstützung von Robert Miksch konnten wir ebenfalls das Thema Blockchain vollständig umsetzen: Hashwerte aller Datensätze im Datentresor werden täglich in der Ethereum Blockchain gespeichert und erlauben damit einen unabhängigen Nachweis der Unveränderbarkeit und des Zeitstempels

Erkenntnisse: gerade bei der Zusammenarbeit zwischen Programmerteams war eine gute Dokumentation und eine stabile API von zentraler Bedeutung; die größte Herausforderung ist aber immer noch Datenapplikationen für Benutzer verständlich zu präsentieren – hier war die wichtigste Erkenntnisse nicht komplizierte Dashboards zu entwickeln, sondern stattdessen konkrete Fragestellungen zu formulieren welche mit Daten beantwortet werden können (das spiegelt sich auch in der Webseite im Punkt „Daten & Antworten“ wieder); bei der Einbindung der Blockchain mussten wir feststellen, dass bei der großen Verfügbarkeit von Kryptowährungen nur eine sehr kleine Anzahl tatsächlich geeignet ist, Daten zu speichern: über 2 Monate verbrachten wir erfolglos mit der Integration von IOTA, um dann auf Ethereum umzusteigen

Ergebnisse: der Datentresor ist online verfügbar unter <https://data-vault.eu> (derzeit noch in einer geschlossenen Beta Testphase, falls sie es selbst ausprobieren möchten lautet der Zugangscode zum Anfordern eines Accounts: oyd); alle Entwicklungen stehen auf Github und Dockerhub zur Verfügung und eine ausführliche Entwicklerdokumentation wird gerade hier erstellt:

<https://www.ownyourdata.eu/de/entwickler>

Besondere Erfolge/ Probleme: als besondere Herausforderung hat sich die Implementierung der Ende-zu-Ende Verschlüsselung herausgestellt: durch 3 unterschiedliche Programmiersprachen (Ruby, R und JavaScript) ergaben sich zahlreiche Probleme und Abstimmungsaufwand zwischen den beteiligten Entwicklern – insgesamt hat es über 3 Monate gedauert, in jeder Umgebung korrekt verschlüsseln und entschlüsseln zu können; unabhängig von der technischen

Implementierung war die UX zum Umgang mit Schlüsseln und Login-Daten eine große Herausforderung

Abweichungen: das Arbeitspaket wurde um 2 Monate bis Ende August verlängert, um einzelne Funktionen fertigzustellen (zB Passwort zurücksetzen oder Auflistung verwendeter Datenquellen) und um die Entwicklerdokumentation zu vervollständigen; ebenfalls haben wir erst 10 Benutzer in der geschlossenen Testphase und alle Hände voll zu tun, um Bugreports und Verbesserungsvorschläge umzusetzen; unser Ziel ist es aber weiterhin in den nächsten Monaten einen offene Betatest zu starten und auf die ursprünglich geplanten 20 neuen Benutzer pro Monat zu kommen

2.3 Arbeitspaket 3 – Mobile Entwicklung

Haupttätigkeiten: Entwicklung einer Smartphone App für Android & iOS zum Sammeln von GPS Daten und Darstellung aller Datentresor-Erweiterungen; GPS Daten müssen bereits am Gerät verschlüsselt werden (für vollständige Ende-zu-Ende Verschlüsselung)

Erkenntnisse: wie schon in AP2 beschrieben war eine stabile API Dokumentation besonders wichtig

Ergebnisse: App für Android ist bereits im Google Playstore verfügbar; die Einreichung für den Apple App Store läuft noch (beide Versionen sind aber vollständig implementiert und werden von mehreren Personen eingesetzt)

Besondere Erfolge/ Probleme: als besonderer Glücksfall erwies sich beim Netidee Workshop im November der Kontakt zu Matthias Esterl: der ursprünglich geplante Entwickler zur Umsetzung der Smartphone App hatte kurzfristig abgesagt und Matthias übernahm das Arbeitspaket; schwierig stellte sich die Implementierung der Ende-zu-Ende Verschlüsselung heraus und obwohl react-native als Entwicklungsframework gewählt wurde, welches sowohl Android als auch iOS unterstützt, zeigten sich zahlreiche Abweichungen in den beiden Betriebssystemen die spezifische Entwicklungen notwendig machten

Abweichungen: keine Abweichungen, Fertigstellung vermutlich vor 31. Oktober 2018

2.4 Arbeitspaket 4 – Marketing

Haupttätigkeiten und Ergebnisse: Keywordrecherche für einzelne Begriffe bereits durchgeführt und Adword Kampagnen angepasst; Adwords Kampagnen geändert auf Branding Kampagne (um CTR > 5% zu erreichen, CTR=Click-Trough-Rate); Landingpages für konkrete Userfragen erstellt (Daten & Antworten); Re-Marketing Kampagnen vorbereitet; DSGVO konformes Cookie Opt-in auf Webseite umgesetzt

Erkenntnisse: SEO ist ein weites Feld mit großem Potential und noch größerem Ressourcenbedarf; häufige Anpassungen basierend auf Suchtrends notwendig; eine CTR >5% mit hohen Besucherzahlen zu halten ist bisher nicht gelungen, und wir

konzentrieren uns daher auf stark eingegrenzte (und damit sehr kleine) Benutzergruppen die aber für OwnYourData ein großes Potential darstellen
Erfolge/ Probleme: das größte Problem war sicher die Änderung der Werbebedingungen von Google, sodass gemeinnützige Vereine nur mehr Werbungen schalten dürfen, wenn im 2-Monatsschnitt die CTR >5% liegt; der große Erfolg war dann, dass es möglich war mit einer Branding-Kampagne diesen Wert zu erreichen und über Monate zu halten

Abweichungen: wir sind derzeit weit entfernt Werbeausgaben in der Höhe von \$1.000/Monat zu erreichen, da aufgrund der geänderten Werbebedingungen das ursprünglich geplante Werbekonzept nicht mehr möglich ist; die Keyword-Recherche zeigt aber im österreichischen Markt einige Besonderheiten auf, welche wir mit spannende Experimente in den nächsten Monaten ausnutzen möchten (zB sehr hohe Nachfrage nach „Brutto/Netto Rechner“ bei CPC <\$2, was durch Finanzauswertungen in OwnYourData ausgenutzt werden soll)

2.5 Arbeitspaket 5 – Vertrieb

Haupttätigkeiten: Termine mit unterschiedlichen Firmen (Allianz, Asfinag, FragNebenan, Willhaben, ZAMG, OKFN) zur Vorstellung von OwnYourData und Vorschlag zur Zusammenarbeit; Shop auf Webseite eingerichtet

Erkenntnisse: große Sorgen der Firmen beim Thema personenbezogene Daten aufgrund offener Fragen bei DSGVO; Konzept von OwnYourData zu kompliziert für Firmen; keine Preisgabe von Firmeninterna mittels Container (insbesondere bei Allianz zur Berechnung von personalisierten Versicherungspolizen)

Ergebnisse: Shop auf Webseite verfügbar; Weiterentwicklung des Vertriebskonzepts von OwnYourData mit 2 Partnern: ZAMG und OKFN – ZAMG stellt OwnYourData einen Server zur Verfügung (bereits vorhanden auf vownyourdata.zamg.ac.at) bei dem die ZAMG für Benutzern von OwnYourData personalisierte Produkte bereitstellt; Umsetzung des Konzepts „Daten spenden“ gemeinsam mit OKFN

Erfolge/ Probleme: frustrierend waren zahlreiche Termine mit Firmen die das Konzept der persönlichen Datennutzung ablehnen bzw. als inkompatibel mit dem eigenen Geschäftsmodell ansehen; umso größer der Erfolg doch noch 2 Partner gefunden zu haben, mit denen konkrete Lösungen umgesetzt werden können

Abweichungen: der ursprüngliche Plan, kommerzielle Angebote von 2 Firmen in den periodischen Reports einzubinden hat sich als nicht durchführbar herausgestellt; stattdessen gibt es nun eine (möglicherweise kommerzielle) Datenquelle die mit ZAMG umgesetzt wird und – wenn auch nicht kommerziell – ist das Thema „Daten spenden“ ein höchst interessantes Konzept, welches die Weitergabe persönlicher Daten und Berücksichtigung der Privatsphäre ermöglicht (Arbeiten dazu sind aus unserer Sicht ein wichtiger vorbereitender Schritt für die kommerzielle Weitergabe personenbezogener Daten)

3 Zusammenfassung Planaktualisierung

Alle Anpassungen des Plan-Excels kurz zusammengefasst

- 35h von Tim Hacker wurden von AP1 auf AP5 verschoben
- Projektziel 1.000 Besucher/Monat ab Juni 2018 noch nicht erreicht
- AP2 wird von Ende Juni auf Ende August verlängert
- Projektziel von \$1.000/Monat wird aufgrund der Änderungen in den Geschäftsbedingungen von Google AdWords nur schwer zu erreichen sein
- Projektziel „2 Firmenkooperationen“ wird mit ZAMG und Open Knowledge Foundation Austria (OKFN) umgesetzt

4 Öffentlichkeitsarbeit/ Vernetzung

Beschreibung der bereits erfolgten Öffentlichkeitsarbeit oder Vernetzung, bzw. Beschreibung des Plans künftiger Aktivitäten

bereits erfolgte Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung:

- Workshop „Daten Spenden“ mit der OKFN Austria am 15. Februar durchgeführt <https://www.meetup.com/de-DE/Open-Knowledge-Oesterreich/events/246051130/>
- Förderprojekt „EXPEDITE“ mit WU-Wien & TU-Wien im März bei FFG eingereicht: EXPLoring opportunities and challenges for Emerging personal DaTa Ecosystems: Empowering humans in the age of the GDPR - A Roadmap for Austria Förderprojekt wurde positive beurteilt und startet im Sept 2018
- Kontakt zu Data Market Austria und Teilnahme an Veranstaltungen, Aufnahme in das Partnerprogramm: <https://datamarket.at/members/>
- Förderprojekt SEMCON mit TU-Wien im Juni bei FFG eingereicht: Semantic Containers for Data Mobility
- Mehrere Termine mit ZAMG zur Bereitstellung von Daten; Kontaktpersonen: Monika Bargmann und Andreas Krimbacher
- Regelmäßige Teilnahme an Open Data Meetups und Etablierung einer Zusammenarbeit zum „Spenden von Daten“
- Vortrag bei Linux Wochen 2018: <https://cfp.linuxwochen.at/de/LWW18/public/events/721>
- Vortrag (Keynote) bei Wissensmanagement Tagen Wien 2018: https://www.wima-wien.at/programm/referenten/christoph_fabianek.html
- Kontakt mit Netidee Stipendiatin Anna Mayer zum Thema Dateneigentum

geplant:

- Vortrag bei der MyData 2018 in Helsinki im August: <https://mydata2018.org/sessions/semantics-discussion-session/>
- Stand auf Ars Electronica gemeinsam mit Netidee geförderten Projekt Combinary
- Gründen eines MyData Hub Vienna