

Innovativt. På Nørrebrogade 34 kan man blive i tvivl om, hvor Københavns Kommune ender, og Google begynder. Kritikere frygter, at den samme følelse vil brede sig til resten af landet.

Googles gratis frokost

AF MARKUS BERNSEN

Ved første øjekast er det ikke helt til at sige, hvad der gemmer sig bag glasfacaden på Nørrebrogade 34. Lokalet er enkelt indrettet, med hvide vægge, lyst træ og små borde og stole, der bringer tankerne hen på en café. Men i den ene halvdel af rummet peger alle stolene i samme retning, og en kvinde med mikrofonsk står med ryggen til Nørrebrogade og gestikulerer ivrigt foran et lille publikum. Over facaden hænger Googles multifarvede logo og ordene 'Google Succes Online'. Går man ind ad døren, bliver man mødt af en kvinde med navneskilt, hvor der står 'Google Store Manager', altså Google-butiksbestyrer. Men kvinden, viser det sig, er ansat i Københavns Kommune, og sammen med seks-syv kolleger skiftes hun til at opholde sig i huset for at hjælpe ledige og ejere af små og mellemstore virksomheder med at få »digitale kompetencer«.

Det Digitale Læringshus, som stedet hedder, har haft åbent i tre måneder og er det hidtil mest håndfaste eksempel på et usædvanligt tæt samarbejde mellem danske kommuner og en af verdens mest værdifulde virksomheder. Google betaler for drift og husleje af lokalerne, og Københavns Kommune sørger for at sende en strøm af borgere derhen.

Huset er en del af programmet Google Succes Online, der har kørt i fem år herhjemme og findes i 92 kommuner. Ifølge Google har 33.000 danskere taget et kursus gennem programmet. Kurserne på Nørrebrogade bliver tilbudt af eksperter udefra, som ikke betales af Google, og rummer også undervisning i produkter fra Microsoft og Facebook, Googles konkurrenter. Men ser man på kataloget for de første tre måneder, finder man en overvægt af Googles værktøjer, som eksempelvis kan bruges til at sælge varer eller reklamere for virksomheder på internettet.

I de kommende måneder vil flere danske uddannelsesinstitutioner slutte sig til Google Succes Online, blandt andet Copenhagen Business School. Til den tid vil Googles sensorbiler også begynde at måle luftkvaliteten i København, ligesom virksomheden har tilbudt at forsyne hovedstaden med gratis trådløst internet.

Mere end halvdelen af alle offentlige danske hjemmesider menes at bruge Google Analytics, som samler oplysninger om trafik på hjemmesiderne. I flere år har eksperter advaret mod, at myndighederne risikerede at miste kontrol med borgernes data, men der findes stadig ingen regler for brug af den slags værktøjer. Da to kandidatstuderende i 2017 spurgte Datatilsynet og Erhvervsstyrelsen, hvem der havde ansvar for brug af dem, henviste myndighederne til hinanden.

Google kan altså efterhånden være svær at komme udenom, når man henvender sig til det offentlige, og måske er det hverken café eller kursusvirksomhed, der gemmer sig bag glasfacaden på Nørrebrogade 34, men en ny model for den offentlige sektor.

Danske myndigheder har en lang tradition for at samarbejde med private virksomheder, og især på det digitale område er der stor hjælp at hente og mange penge at spare. Både huset på Nørrebrogade og målingerne af luftkvalitet bliver af Københavns Kommune kategoriseret som »innovationssamarbejde«, og fordi kommunen ingenting betaler, har aftalerne ikke været i offentlig udbud, så konkurrenter kunne byde ind.

»Man bør altid være ekstra opmærksom, når noget er gratis«, siger Martin Brynkskov, der forsker i intelligente byer på Aarhus Universitet og er formand for det internationale bynetværk *Open and Agile Smart Cities*.

»På kort sigt er det et godt argument, at fordi hele verden alligevel bruger Googles værktøjer, er der ingen grund til, at danske kommuner skal opfinde den dybe tallerken og lave en H.C. Andersen-version af dem. Det koster boksen at nå det niveau, Google er på. Men det er ikke helt enkelt at regne ud, hvad der på længere sigt er bedst for den danske økonomi og Danmarks befolkning. I sidste ende handler det om, hvor meget vi er interesserede i at beskytte vores infrastruktur og vores territorium – i at være herre i eget hus. For hvordan er vi det, hvis vi bliver så afhængige af de her monopoler, at vi ikke kan skifte dem ud? Hvis den offentlige forvaltning ender med at ligge i en sky, som er ejert af nogle virksomheder i Californien?»

Vindere og tabere

Googles hus på Nørrebrogade åbnede om morgenen den 18. maj, på 25-årsdagen for urolighederne på Nørrebro i 1993, i lokaler, der før husede en BR-legetøjbutik. Natten forinden var facaden blevet overmalet med graffiti, tilsyneladende af den anti-kapitalistiske slags, men håndværkere var hurtigt ude og nåede at få den vasket ren, før gæsterne begynde at ankomme.

En grøn løber af kunstsgræs førte dengang Weekendavisens udsendte ind til gården bag nr. 34, hvor der var stillet frugt og yoghurt frem, og en kaffevogn serverede cortado'er. Indenfor stod en kvindelig DJ med ring i næsen og høje hæle og vuggede ved sin mixerpult. Det meste



af forsamlingen var klædt i Google-uniformen bestående af T-shirts, hættetrøjer og dyre joggingssko. Malou Aamund, tidligere folketingsmedlem for Venstre og nu Googles landledende direktør for Danmark, gik på scenen i en løs jakke og hvide Stan Smith sneakers.

»Vi ved alle, at teknologi kommer til at ændre alt i samfundet for høj som lav«, sagde hun. »Der vil være vindere og tabere. Vi oplever en kløft mellem dem, som kan noget inden for det digitale, og dem, der bliver efterladt.«

»Hvordan er vi herrer i eget hus, hvis den offentlige forvaltning ender med at ligge i en sky, som er ejert af nogle virksomheder i Californien?»

Martin Brynkskov, forsker i intelligente byer, Aarhus Universitet.

Huset på Nørrebro blev dengang præsenteret som en slags højskole for digitalisering. Hvor borgerne kunne komme ind fra gaden og blive opgraderet digitalt til gavn for hele samfundet, og hvor Google bare tilbød en hjælpende hånd. »Det her er mere end bare et hus«, sagde beskæftigelses- og integrationsborgmester Cecilie Lonning-Skovgaard, da hun gik på scenen. »Det er et visionært digitalt rum, hvorfra vi skal vise, at Danmark er klar, og at København er klar. Klar til at arbejde målrettet på at styrke de digitale kompetencer hos københavnernes, hos virksomhedsejerne, hos iværksætterne. Klar til sammen med regeringen at gå forrest i den digitale kamp.«

Erhvervsminister Brian Mikkelsen, der har ført an i regeringens »digitale kamp«, stod efter åbningen på fortovet foran huset og betragtede facaden. I Mikkelsens tid som minister har regeringen lanceret en ambitiøs digital strategi,

som blandt andet har som mål, at »alle danskere skal have kompetencer til at begå sig i en digital fremtid«.

»Fædt sted«, sagde Mikkelsen, der siden forlod ministerposten for en stilling som administrerende direktør i Dansk Erhverv, en af partnerne i Det Digitale Læringshus. Så sprang han ind i sin ministerbil med ordene:

»Jeg skal snart have nogle aktier i Google! *Good luck* med det hele!«

En god sags tjeneste

FN kårede for nylig den offentlige sektor i Danmark som verdens mest digitaliserede, og de digitale ambitioner ses også i det stadig tættere forhold til de amerikanske tech-gigant. Tidligere i år udnævnte regeringen verdens første tech-ambassadør, som skal pleje forholdet til dem gennem en representation i Silicon Valley, og amerikanske tech-virksomheders investeringer i datacentre på dansk jord har i de seneste år været uden sidestykke i verden.

Google-huset på Nørrebrogade er da også det første af sin art uden for USA. Det samme gælder målingen af Københavns luft, hvor alle hovedstadens gader fra september skal køres igennem tyve gange af Googles biler.

Det har ikke været muligt at få en kommentar om samarbejdet med Google fra hverken erhvervs- og beskæftigelsesborgmester Cecilie Lonning-Skovgaard eller erhvervschef i Københavns Kommune, Janus Krarup. Ifølge Københavns Kommune og Google Danmark kommer kommunen til at eje alle data fra målinger af luftkvaliteten. Google afviser også, at data fra brug af Google Analytics på offentlige hjemmesider bruges til at målrette annoncer til borgerne. Det er imod Googles retningslinjer og heller ikke praktisk muligt, lyder det fra Google, fordi data indsamlet med Analytics er ejert af hjemmesidens ejer.

Alligevel frygter kritikere, at de offentlige myndigheder ikke kan gennemføre de langsigtede konsekvenser af at samarbejde med virksomheden.

»Google tjener stort set alle sine penge på

reklamer«, siger Martin Brynkskov fra Aarhus Universitet. »Så det kritiske spørgsmål er, om det er en god idé, at en offentlig myndighed laver en digital infrastruktur, der er bundet op på, at data skal skabe reklameindtægter. Medlemmernes og udbudsjurister i kommunerne tager ikke stilling til den slags, medmindre politikerne giver dem besked om det. De vil bare have tingene til at virke med mindst mulig risiko på kort sigt, og det betyder, at en hel masse data, som bliver skabt i det offentlige, ender på private hænder.«

Det er en udvikling, som har været undervejs længe, forklarer Helle Zinner Henriksen, der forsker i offentlig digitalisering på CBS.

»Store teknologivirksomheder sidder allerede på en stor del af den offentlige sektor«, siger hun. »På det digitale område kan det være svært at gennemskue, hvad der er offentligt, og hvad der er privat. For eksempel vil de fleste borgere sikkert tro, at NemID er en del af den offentlige infrastruktur, men faktisk er det privatejede NETS, der er motoren i det. I det fysiske rum er man ikke i tvivl om, hvorvidt man befinder sig i en bank eller på et kommunkontor, men i den digitale verden er grænsen svær at få øje på.«

På Nørrebrogade kan det være endnu mere kompliceret. Københavns Kommune betaler ikke for kurserne, men ved at sende borgere videre til Google, er de med til at gøre dem til kunder,

»Jeg skal snart have nogle aktier i Google! *Good luck* med det hele!«

Brian Mikkelsen, tidligere erhvervsminister

mener Pernille Tranberg, der rådgiver i dataetik.

»Det minder om det, der skete for nogle år siden, hvor danske erhvervsmyndigheder rejste landet rundt sammen med Google og promoverede deres 'gratis' værktøjer i form af Google Analytics«, siger hun. »Kommunen gør det jo i en god sags tjeneste, for Googles værktøjer er fantastiske, og det hele er jo gratis. Det er en

ny verden for de offentlige myndigheder, og mange af de store virksomheder er blevet meget dygtige til at formulere nogle visioner, der får dem til at lyde, som om de er idealistiske ngo'er, der kun er ude på at hjælpe samfundet. Der går nogle år, før man opdager, at når noget er gratis, så er man selv produktet. Og desværre er mange myndigheder villige til at betale med borgernes data for at noget skal være gratis. Men de gør borgerne en kæmpe bjørnetjeneste, fordi vi alle sammen ender med at betale med noget meget dyrebart, nemlig vores privatliv.«

Jesper Lund fra IT-Politisk Forening er enig: »De danskere, der bliver lokket ind til det her, vil lære, at de skal bruge Googles værktøjer fremover, og når de gør det, kan Google samle oplysninger om dem, som de bruger til at sælge annoncer. Det er dybt problematisk, at offentlige danske myndigheder er med til at cementere de her monopoler. I Europa-Kommissionen gør Margrethe Vestager i øjeblikket en stor indsats for at prøve at begrænse den monopolstatus, som Google har fået, men samtidig bruger Københavns Kommune skatteyderes penge på at udbygge Googles monopol yderligere. Kommunen aner ikke, hvilke data Google indsamler, så hvordan skulle de kunne overskue konsekvenserne? Regningen for det kender vi ikke. Men det kan meget vel vise sig at være den dyreste samarbejdsaftale, som aldrig er kommet i udbud.«

Svingdør mellem politik og tech

Partnerskaberne kommer ikke ud af det blå. I de seneste år er Google blevet en af de ivrigste lobbyister i EU og har ansat en lang række tidligere topembedsmænd fra europæiske lande.

Også herhjemme har en svingdør åbnet sig mellem embedsværket og amerikanske tech-virksomheder. Tidligere på året forlod Martin Ruby en stilling som særlig rådgiver for uddannelses- og forskningsminister Søren Pind for at blive cheflobbyist for Facebook i Benelux-landene og Norden. For ansættelsen hos Pind var Ruby lobbyist for Google i Danmark og Norge. Sidste år oprettede Erhvervsministeriet en såkaldt disruption-taskforce og hentede chefen i den kontroversielle taxa-virksomhed Uber.

»De gør borgerne en kæmpe bjørnetjeneste, fordi vi alle sammen ender med at betale med noget meget dyrebart, nemlig vores privatliv.«

Pernille Tranberg, rådgiver i dataetik

Samtidig har virksomheder som Google forgrebet sig og spiller en rolle i mange dele af samfundet. I USA bliver deres undervisningsværktøjer brugt af mere end halvdelen af landets skoleelever. I Toronto er Googles afdeling for smart cities, Sidewalk Labs, ved at indrette en hel bydel. Så allestednærværende er de, at man måske ikke kan fortenke danske kommuner i at ville invitere dem indenfor.

»På en måde er huset på Nørrebrogade bare det næste logiske skridt for digitaliseringen af den offentlige sektor«, siger Christopher Gad, lektor på IT Universitetet.

Det kommer af en forestilling om, at det er i Silicon Valley, det sker, og at de amerikanske teknologivirksomheder har noget, vi mangler i Danmark. Man forestiller sig, at Google ved, hvad arbejdsmarkedet har brug for – at det er dér, fremtiden bliver skabt. Når Google allerede er i gang med at digitalisere den offentlige forvaltning, er det også naturligt at få dem til at hjælpe med arbejdsmarkedet. Logikken er, at danskere, der ikke kan finde et arbejde, skal blive digitale – og hvem ved bedre, hvad det vil sige at være digital end Google?»

Hvis man samtidig ikke har ret mange ressourcer til at få folk i job, kan det sikkert også være svært at sige nej til Google. Det er ikke kun kommunens skyld, men handler også om den politik, der bliver ført på Christiansborg, som gør kommunerne afhængige af den slags partnerskaber, forklarer Christopher Gad.

»Måske kan de to parter også lære af hinandens brand. Så Københavns Kommune bliver lidt mere innovativ af at samarbejde med Google, mens Google bliver lidt mere grøn og demokratisk af at samarbejde med kommunen. Men risikoen er selvfølgelig, at man mister blikket for, hvor kommunen slutter, og Google begynder.«

Man skal også huske på, siger Christopher Gad, at Danmark er så lille en stat, at den umuligt kan gøre alting selv og er nødt til at lukke private virksomheder indenfor. I sidste ende mener han også, at Det Digitale Læringshus må bedømmes på, om det faktisk lykkes at få folk i arbejde, altså om det ender med at være til gavn for samfundet, eller om det mest fungerer som et udstillingsvindue for Googles produkter.

Københavns Kommune er ikke i tvivl: I huset er 300 ledige akademikere allerede blevet videreuddannet til »Digitale Koordinatorer«, og ifølge kommunen har 80 procent efterfølgende fået job.