

Die Akte Facebook

Der Crash am Montagabend hat es erneut gezeigt: Die Welt hängt ab von Facebooks Diensten. Das wäre vielleicht nicht weiter schlimm – wenn sich der Konzern auch nur annähernd verantwortungsvoll verhalten würde. Kann die Politik ihn noch bändigen?

VON ANDREAS NIESMANN

BERLIN. In Deutschland kam der Einschlag zur denkbar ungünstigsten Zeit. Ausgerechnet kurz nach 18 Uhr, als die einen das Handy zückten, um sich die Heimfahrt in der Pendelbahn zu verkürzen, und die anderen ihre losen Abendverabredungen konkretisieren wollten, standen sie an diesem Montag vor dem Nichts. Jedenfalls, wenn sie zu den weltweit 3,5 Milliarden Menschen gehören, die dafür die Social-Media-Plattformen und Apps von Facebook, Whatsapp oder Instagram nutzen.

Statt Nachrichten und Fotos von echten oder virtuellen Freunden nur weiße Kästen oder leere Rahmen, über denen sich ein kleines graues Speichenrad drehte: Bitte warten, heißt das sonst, hier wird noch geladen. An diesem Montag hieß es allerdings geschlagene sechs Stunden: Nichts geht mehr.

Erst nach und nach dämmerte den Hunderttausenden Nutzern, deren Daumen hektisch über die Touchscreens von einer App zur nächsten huschten, sie öffneten, aktualisierten, schlossen und wieder öffneten, dass es dieses Mal nicht an der eigenen Internetverbindung lag. Dass man seine Verabredungen an diesem Abend wohl ganz altmodisch per SMS oder gar fermündlich – per Anruf – treffen muss. Dass man keine Schnappschüsse oder Sprachnachrichten austauschen, auf Kinderfotos oder Flirtversuche nicht mit gelbgesichtigen Emoji-Ausbrüchen oder witzigen Wackelbildchen reagieren kann.

Bald verbreitete sich die Meldung, dass die drei Dienste, die allesamt zum Facebook-Konzern gehören und von denen je nach Altersgruppe mindestens einer eine zentrale Sozialfunktion im Alltag unzähliger Deutscher einnimmt, ein grundsätzliches Problem haben.

Bei der Konkurrenz von Twitter, dem größten verbliebenen Social Medium an diesem Abend, packten die Betreiber kurz vor halb acht ihre Häme in eine Kurznachricht, indem sie ihren Usern nicht nur



In der Kritik: Gründer Mark Zuckerberg wird vorgeworfen, den Konzern mit zu wenig Personal zu führen.

FOTO: IMAGO/RON SACHS

„Hallo an alle!“ zuriefen – sondern sie mit „hello literally everyone“ begrüßten: Hallo an buchstäblich alle.

Eine Ahnung davon, wie viele User um den Ausfall der Facebook-Dienste herumimprovisierten, vermittelten die Zahlenmeldungen der Telefondienstleister am Folgetag: Allein beim Anbieter Telefónica (O2) wuchs die Zahl der Telefongespräche um mehr als ein Drittel. Die Zahl der SMS-Nachrichten verdreifachte sich.

56 Prozent Umsatzplus

Gut sechs Stunden dauerte es, dann hatte Facebook die technischen Probleme im Griff. Am Ende half das, was auch vielen Menschen zu Hause oder im Büro hilft, wenn der Computer zickt: ein manueller Reset – aus- und wieder einschalten.

Man könnte über die Pannelachen und sich darüber lustig machen, dass die lädige Technik offenbar auch einen der führenden Digitalkonzerne überfordern kann – wenn es das erste Mal wäre, dass Facebook für Negativschlagzeilen sorgt. Und wenn die ganze Sache nicht ein Symptom für ein größeres Problem wäre. Ein sehr viel größeres.

„Der Facebook-Absturz hat gezeigt, wie groß die Abhängigkeit von weiten Teilen der Bevölkerung von einem Unternehmen ist. Millionen von Menschen haben hierzulande zeitweise die Basisinfrastruktur für ihre Kommunikation verloren“, sagte Markus Beckedahl von der Plattform Netzpolitik.org dem RedaktionsNetzwerk Deutschland (RND). Er betont: „Das macht die Be-

deutung des Unternehmens deutlich, das Märkte beherrscht und damit Wettbewerb und Innovation blockiert.“

Facebook gehört zu den wichtigsten Unternehmen der Welt. Schon ein Blick auf die nüchternen Zahlen macht das deutlich. Im zweiten Quartal konnte der Konzern den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 56 Prozent auf 29,1 Milliarden Dollar steigern. Dabei sprang ein operativer Gewinn von 12,4 Milliarden Dollar heraus – das entspricht einer Rendite von sagenhaften 43 Prozent. Das sind Kennziffern, die auch für die größten Industrieunternehmen utopisch sind.

Möglich wurde der fast schon beängstigende Erfolg durch einen Mechanismus, der in der Internetökonomie immer wieder beschrieben wird: Wo schon viele Nutzer sind, kommen beinahe automatisch weitere hinzu. Weil dort die Wahrscheinlichkeit am größten ist, das zu finden, was man sucht.

Geht es um Kommunikation, ist dieses Verhalten besonders stark ausgeprägt. Bei Facebook kommt hinzu, dass zu dem Konzern nicht nur das namensgebende soziale Netzwerk gehört, sondern auch die Kurznachrichtenplattform Whatsapp und die Foto-App Instagram. Das sind die weltweit wichtigsten digitalen Kommunikationskanäle.

Facebook hat sich diese Position mit viel strategischem Geschick aufgebaut – unter besonderer Berücksichtigung der Daten. Die digitalisierten Informationen werden ständig mit zwei Zielrichtungen analysiert: Einerseits wird es damit möglich, Werbung sehr teuer zu verkaufen, weil Facebook zusichern kann, dass nur Leute, die eine Affinität zu einem Produkt haben, die Reklame dafür erhalten. Und andererseits geht es um die Verbesserung von Funktionsweisen, die berühmte User Experience.

Ziel aller Unterfangen: ewiges Wachstum. Also noch mehr Nutzer. Und mit jedem Einzelnen wächst die Macht. Schon heute beeinflusst Facebook das Leben von Milliarden Menschen. Die Hälfte der Weltbevölkerung ist angemel-

Facebook wurde gemacht, um eine soziale Mission zu erfüllen.

Mark Zuckerberg, Gründer von Facebook

Facebook stelle Profit über Ethik, kritisiert die Whistleblowerin Frances Haugen.

FOTO: DREW ANGERER/AP





RND-MONTAGE: VERONIKA SISOVA/ISTOCK

det, die Zahl der täglichen Nutzer liegt bei 2,76 Milliarden Menschen.

Mit dieser Reichweite geht auch eine riesige Verantwortung einher, zu der sich Facebook immer wieder bekannt hat – zumindest auf dem Papier. „Facebook wurde ursprünglich nicht als Unternehmen gegründet. Es wurde gemacht, um eine soziale Mission zu erfüllen – die Welt offener und verbundener zu machen“, hat Gründer Mark Zuckerberg einst zu Protokoll gegeben.

Inzwischen glauben selbst Wohlwollende nicht mehr daran, dass Facebook die Welt wirklich besser macht. Kaum jemand würde angesichts all der Skandale noch die Behauptung wagen, dass Facebook seiner Verantwortung gewachsen ist. Inzwischen lautet die Frage eher, ob das Unternehmen ihr überhaupt gewachsen sein will.

Für Entsetzten weit über die USA hinaus sorgten Veröffentlichungen der amerikanischen Whistleblowerin Frances Haugen. In der „New York Times“ und zahlreichen Interviews hat die frühere Facebook-Mitarbeiterin darauf aufmerksam gemacht, welche verheerenden Folgen die „Wachstum-jeden-Preis-Strategie hat“: Facebook stellt den wirtschaftlichen Erfolg über das gesellschaftliche Wohlergehen, lautet ihre Kritik. Am Dienstagabend hat sie sich in einer Anhörung vor dem US-Senat zu dem Thema geäußert. „Ich glaube, dass die Produkte von Facebook Kindern schaden, Spaltung anheizen und unsere Demokratie schwächen“, sagte sie dort.

Haugen hat firmeninterne Dokumente, Studien und Chats an US-Behörden sowie Medienhäuser weitergegeben, die diese Aussagen belegen sollen. Unter dem Schlagwort „Facebook Files“ berichtete etwa das „Wall Street Journal“, dass Facebook über die Aktivitäten mexikanischer Drogenkartelle auf der Plattform genauestens im Bilde sei, aber so gut wie nichts dagegen unternehme.

Haugen war Teamleiterin bei Facebook, in der Abteilung für öffentliche Integrität. Sie weiß also, wovon sie spricht.

Die Firma befinde sich in einem ständigen Interessenskonflikt zwischen öffentlicher Sicherheit und eigenen Profiten, den sie regelmäßig zugunsten der eigenen Profite löse, sagt die Aussteigerin. Hate Speech, Verschwörungstheorien, verbreitet von hochaktiven Nutzern – das sind letztlich Inhalte, die Renditen steigen lassen.

Das vielleicht offensichtlichste Beispiel sind die Lügen, die Donald Trump auch über Facebook verbreitete. Erst als Trump abgewählt war und der politische Druck wuchs, wurde sein Zugang gesperrt.

Teil der kritischen Infrastruktur

„Facebook ist eine Gefahr für die Meinungsbildung und damit für die Demokratie, weil das Unternehmen sehr geizig ist, wenn es darum geht, Fake News und Desinformation auf seinen Plattformen zu unterbinden – allen gegenteiligen Bekundungen zum Trotz“, sagt Aktivist Beckedahl. Er fordert, die Marktmacht des Konzerns einzudämmen.

Auch in der Politik sehen das immer mehr Experten so. „Zur kritischen Infrastruktur gehören nicht nur Schienen, Straßen und Kabel, sondern auch die soziale Infrastruktur des Netzes“, sagt Anke Domscheit-Berg, netzpolitische Sprecherin der Fraktion Die Linke im Bundestag. Es zeige sich immer deutlicher, wie falsch es gewesen sei, auf ein Quasimonopol zu setzen. „Ich hoffe sehr, dass die US-Politik jetzt vorangeht und dieses Monopol zerschlägt – das Minimum wäre die Abspaltung von Whatsapp und Instagram.“

Netzaktivist Beckedahl sieht allerdings auch die Verbraucherinnen und Verbraucher in der Verantwortung. „Die Nutzer sollten den Systemausfall zum Anlass nehmen, um sich zu fragen, ob sie sich in ihrer digitalen Kommunikation wirklich von einem Unternehmen komplett abhängig machen wollen“, sagt er. „Von der Akzeptanz der Nutzer hängt letztlich ab, wie stark Facebook in Zukunft sein wird.“



5.7.6.10.2021

VON ALISHA MENDGEN

Die Gefällt-mir-Industrie

► Als Facebook, Whatsapp und Instagram am Montagabend plötzlich ausfielen, waren viele zu Scherzen aufgelegt. Auf Twitter freuten sich nicht wenige User über ein bisschen digitalen Detox – den sie nun auf einer anderen Onlineplattform verbrachten. Doch so lustig war das alles nicht. Mark Zuckerbergs Medienimperium legte die Kommunikationen von Millionen Menschen gleich für mehrere Stunden lahm – innerhalb von Sekunden. Die Panne ist nur ein Facebook-Skandal von vielen und offenbarte wieder einmal, wie abhängig die Gesellschaft von sozialen Medien ist – und wie viel Macht Unternehmen wie Facebook haben.

Mittlerweile läuft ein Großteil der Kommunikation über Whatsapp ab. Auch politische Gruppen kommunizieren über den Messengerdienst, und Influencerinnen verdienen über Instagram ihr Einkommen. Sogar Dating startet auf der Plattform. Das alles gehört zu einer modernen und digitalisierten Welt dazu, so weit, so gut. Dennoch sollte sich jeder bewusst machen, dass Facebook die Macht hat, all das von einem Tag auf den anderen ändern zu können. Am Montagabend reichte dafür eine fehlerhafte Konfiguration.

Daraus folgt: Facebook darf den Alltag der Nutzerinnen und Nutzer nicht bestimmen. Das Unternehmen verdient Geld mit Nutzerdaten, so sollte es auch wahrgenommen werden. Zudem sind persönliche Regeln im Umgang mit sozialen Medien wichtig und Back-up-Pläne für Unternehmen, wie sich Informationen auch ohne soziale Medien austauschen lassen. Ein weiterer Schritt könnte der Umzug auf sicherere sowie weniger gewinnorientierte Plattformen sein. Für Facebook steht Wirtschaftlichkeit im Zentrum. Mit der wichtigste Grund, sich von der Plattform nicht abhängig zu machen.