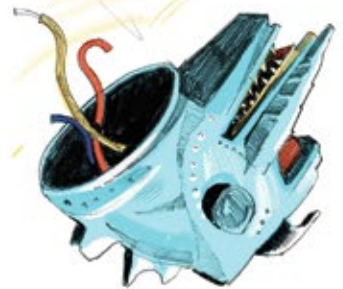


Der hat begonnen

Facebook einfach mal in Europa abschalten? Diese Frage wurde angesichts der Skandale um Datenleaks und die Gefährdung der Demokratie in jüngster Zeit öfter gestellt. Und dann? Über eine europäische Alternative



Mal angenommen, es gäbe in Europa ein soziales Netzwerk, das vor allem für die Nutzerinnen und Nutzer da wäre. Es würde persönliche Daten schützen, wäre dezentral organisiert mit offengelegten Algorithmen. Alle könnten nachvollziehen, wie es funktioniert. Ach ja: Auf der Plattform gäbe es keine Werbung, Nachrichten würden ohne Priorität, rein chronologisch präsentiert. Gewaltverherrlichende Posts und Videos würden schnellstens gelöscht, autoritäre Regime würden dort keine Propaganda machen. Nur ein Traum?

Zumindest einer, der derzeit politisch diskutiert wird. Schließlich hat Facebook, das weltweit 2,9 Milliarden Menschen monatlich aktiv nutzen (das sind knapp 60 Prozent aller Menschen, die im Internet sind), viel Vertrauen verspielt. Da gab es die aufgefliegenen Datenleaks, mit deren Hilfe wahrscheinlich die Präsidentschaftswahlen in den USA 2016 manipuliert wurden. Da gab es die Enthüllungen der ehemaligen Facebook-Mitarbeiterin Frances Haugen, die Meta (Facebook) als skrupelloses Unternehmen schilderte, dem der Profit vor der Gesundheit der Menschen geht (Seite 36).

Doch allen Skandalen zum Trotz bleibt Facebook in Deutschland bislang von Austrittswellen verschont. Allerdings ist es bei den Unter-30-Jährigen zuletzt immer unbeliebter geworden, während Nutzende bei den Über-30-Jährigen dazukommen. Dass es zu keiner Massenflucht kommt, ist auch mit dem sogenannten Netzwerkeffekt zu erklären: Je mehr Menschen eine Plattform nutzen, desto mehr Menschen zieht sie an. Und hat man erst mit all seinen Leuten auf Facebook oder WhatsApp Kontakt, ist es schwer, sich zu verabschieden. Man könnte plötzlich bei einem anderen Anbieter allein sein.

Schon deswegen müsste eine europäische Alternative, die nicht dem Gewinnstreben eines Konzerns dient und Wert auf Datenschutz legt, sehr schnell sehr groß werden. Und die Konkurrenz, die quasi ein Monopol besitzt, entsprechend kleiner und unattraktiver. Tatsächlich fordern immer mehr Politiker und Politikerinnen in den USA – aber auch in Europa –, den Konzern Meta aufzuteilen. Facebook, Instagram und WhatsApp sollen getrennt werden – so wie es ursprünglich war, bevor Facebook die Unternehmen aufkaufte.

Kampf



Um eine Facebook-Alternative aufzubauen, braucht es zunächst mal Geld. Eine Idee ist eine Art Gebührenfinanzierung wie bei ARD und ZDF. Jeder zahlt also monatlich einen gewissen Betrag für die Nutzung. Bereits vor drei Jahren hat der Politikberater Johannes Hillje ein Buch mit dem Titel „Plattform Europa“ veröffentlicht. Hillje glaubt an eine europäische Plattform, die den großen US-Konzernen einen öffentlichen und gemeinnützigen Kommunikationsraum entgegensetzt. Die Vision: ein Kanal mit Nachrichten, einer fürs Streamen von Serien, einer fürs Interagieren, Debattieren und Kennenlernen sowie einer, der praktische Apps für eine europaweite Jobsuche anbietet. Finanzieren könnte man dieses Euro-Facebook auch durch eine EU-Digitalsteuer.

Gebühren oder Steuer – bei beiden hätten staatliche Institutionen das Sagen. Dabei war das Internet mal als Raum gedacht, der weder von Regierungen noch von Konzernen dominiert wird. Deswegen würde Matthias Kettemann vom Leibniz-Institut für Medienforschung in Hamburg eine neue Plattform lieber ohne den Staat aufbauen, ähnlich wie Wikipedia. Das Onlinelexikon finanziert sich aus Spenden und lebt davon, dass Millionen Menschen kostenlos Inhalte liefern – einfach aus dem Glauben heraus, dass das Internet allen gehören sollte und nicht nur einer Handvoll Milliardäre aus dem Silicon Valley.

Bleibt die Frage: Wie gewinnt man viele Menschen für eine neue Plattform? „Ich stelle mir das schwierig vor, vor allem, wenn es nicht organisch gewachsen ist. Selbst Facebook hat Zeit gebraucht“, sagt Kettemann. Der SPD-Digitalexperte Jens Zimmermann fürchtet, dass zu wenige bereit wären, für das Angebot zu bezahlen. „Wenn es darum geht, 100 Euro einzuzahlen, heißt es: Ich warte erst mal, so schlecht ist Facebook ja auch nicht.“

Dass es Meta in Zukunft auch ohne Konkurrenz nicht mehr so leicht haben wird, könnte an zwei EU-Verordnungen liegen, die gerade auf den Weg gebracht wurden. Der „Digital Markets Act“ (DMA) soll Quasi-Monopolstellungen wie bei Meta, Google oder Amazon verhindern. Die marktbeherrschenden Konzerne dürfen künftig eigene Angebote nicht mehr gegenüber Konkurrenten begünstigen und müssen klar definierte Verbote und Verpflichtungen einhalten. In bestimmten Situationen müssen sie kleineren Unternehmen die Zusammenarbeit mit ihren eigenen Diensten erlauben und Schnittstellen zur Verfügung stellen. Start-ups sollen so leichter Marktzugang erhalten und vor Aufkäufen geschützt werden. Der „Digital Services Act“ (DSA) wiederum soll Verbraucherinnen und Verbraucher schützen – vor der Verletzung ihrer digitalen Rechte, aber auch vor dem sogenannten Targeting. So heißt gezielte Werbung, die einem aufgrund der Analyse persönlicher Posts und Angaben zur Person gezeigt wird.

Mit der Verordnung will die EU noch ein weiteres Problem angehen: Hetze und Populismus sollen eingedämmt werden. Dafür sollen die dominierenden Plattformen in regelmäßigen Abständen Risikobewertungen in eigener Sache abgeben – zum Beispiel zu Menschenwürde, Geschlechtergerechtigkeit und Jugendschutz. Schließlich sollen Forscher und Forscherinnen anonymisierte Nutzerdaten analysieren

können, um Desinformationen und Fake News zu unterbinden. Bei Verstößen sind empfindliche Bußgelder geplant. Der „Digital Markets Act“ sieht Geldstrafen von bis zu zehn Prozent des weltweiten Jahresumsatzes oder Zwangsgelder in Höhe von bis zu fünf Prozent des durchschnittlichen Tagesumsatzes vor, der „Digital Services Act“ Geldbußen von bis zu sechs Prozent des Jahresumsatzes.

Auf diese Gesetze, die frühestens 2023 in Kraft treten dürften, schaut man auch in den USA. Längst gilt Europa weltweit als Vorreiter in Sachen Daten- und Verbraucherschutz. Bereits das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz hat weltweit Aufsehen erregt, weil dadurch Plattformen für strafbare Inhalte zur Verantwortung gezogen werden.

Was Gesetze allerdings nicht können: die Angst lindern, dass man den Kontakt zu seinen Freunden und Freundinnen verliert, wenn man Facebook oder Insta kündigt. Eine Lösung

dafür könnte im sogenannten Fediverse liegen – so bezeichnet man ein Netz von verschiedenen Diensten, die über Schnittstellen miteinander verbunden sind und so deren User und Userinnen untereinander verbinden. Kurz gesagt: Viele kleine Soziale Medien könnten dann ein großes, aber dezentrales ergeben. Und kleine Alternativen zu den großen Plattformen gibt es schon etliche. Zum Beispiel Diaspora, ein Soziales Netzwerk

ohne Werbung, das über verschiedene Server (Pods) verteilt ist und nicht unter der Kontrolle eines Unternehmens steht. Oder die Twitter-Alternative Mastodon, deren Software für alle einsehbar ist und die mehr Wert auf einen vernünftigen Umgangston legt – und konstruktive Beiträge. Was angesichts der Daueraufregung auf den üblichen Kanälen fast schon nach einer Marktlücke klingt. ↩

Der „Digital Services Act“ soll den Konzernen zielgerichtete Werbung erschweren

251

Milliarden Dollar
büßte Facebook/Meta Anfang Februar
an einem einzigen Tag ein.
Das war mehr als ein Viertel des
gesamten Börsenwerts. Noch nie verlor
ein Unternehmen an der Börse
so viel Geld an einem Tag.
Das Privatvermögen von Mark Zuckerberg
schrumpfte um 31 Milliarden
US-Dollar.