

Die Datenimker



Seit dem 4. Februar 2004 gibt es die Firma Facebook Inc. – Facebook wurde also dieser Tage 15 Jahre alt. Und das Unternehmen hat Probleme damit, erwachsen zu werden. Diese Woche hat es das deutsche Bundeskartellamt Facebook untersagt, Nutzerdaten aus verschiedenen Quellen zusammenzuführen. Überhaupt kommt das Geschäftsmodell des blauen Riesen langsam, aber sicher unter Druck. Immer mehr Menschen fragen sich: Wem gehören eigentlich meine Daten? Und was passiert damit? Facebook verhält sich wie ein Imker, der den Bienen keinen Honig übrig lässt. Es ist Zeit, dass sich die fleissigen Bienen wehren.

Angefangen hat alles mit einem Bewertungssystem für das Aussehen von Frauen: 2003 programmierte Mark Zuckerberg die Website «Facemash.com». Studenten konnten auf der Website Fotos ihrer Kommilitoninnen vergleichen und abstimmen, wer attraktiver ist. Zuckerberg studierte damals noch an der Harvard-University. Die Website war allerdings nicht lange online: Sie wurde rasch von der Universitätsleitung gesperrt, weil keine der abgebildeten Studentinnen die Einwilligung für das Veröffentlichung des Bildes gegeben hatte.¹

Zuckerberg liess jedoch nicht locker. Im Internet konnte man nach allem suchen: nach Büchern und Musik, nach Autos und Häusern – warum nicht auch nach Menschen? Also verliess er die Uni und gründete 2004 Facebook. Heute ist fast die Hälfte der Schweizer Bevölkerung auf dem Netzwerk aktiv: Laut der Facebook-Nutzerstudie von Bernetblog waren Ende 2018 rund 3,8 Millionen Schweizerinnen und Schweizer auf Facebook aktiv. Damit ist die Zahl der Nutzer im Jahresvergleich zwar um etwa 20'000 Personen zurückgegangen, aber es sind immer noch rund 45 % der Schweizer Bevölkerung.²

Jeder zweite Schweizer ist auf Facebook

Mark Zuckerberg hätte sich das 2004 wohl nicht träumen lassen, dass 15 Jahre später jede zweite Schweizerin, jeder zweite Schweizer sein famoses Netzwerk nutzen. Doch trotz (oder vielleicht auch wegen) des grossen Erfolgs kommt Facebook immer mehr unter Druck. Die Firma lebt von den Daten, welche die Anwenderinnen und Anwender generieren, indem sie die Plattform nutzen. Immer mehr Benutzer werden sich bewusst, dass Facebook in grossem Stil Daten erhebt. Und immer mehr Benutzer fragen sich: Was machen die eigentlich mit meinen Daten?

In erster Linie macht Facebook damit gigantische Gewinne. Im vierten Quartal 2018 hat Facebook bei einem Umsatz von 16,9 Milliarden Dollar einen Gewinn vor Steuern von 7,8 Milliarden Dollar geschrieben.³ Das entspricht einer Gewinnmarge von fast 50%! Sogar die sonst nüchterne NZZ spricht von *Traum-Gewinnmargen*.⁴ Facebook verdient mit Werbung Milliarden, gleichzeitig geht den Schweizer Medien der Schnauf aus. Wie ist das möglich?

Ein unendlich grosser Markt

Es ist, einfach gesagt, die Folge der Digitalisierung der Medien. Vor, sagen wir, 30 Jahren waren die regionalen Tageszeitungen die Könige im Werbemarkt. Sie waren das nicht, weil die Leitartikel ihrer Chefredaktoren so gut waren, sondern weil sie die Transportkönige waren: Wer einen Transportweg für Werbung suchte, kam nicht an der Tageszeitung vorbei. Dann kam das Internet und die Digitalisierung der Medien. Die Tageszeitung brach auseinander. Stellen, Autos und Immobilien wanderten auf Spezialplattformen, viele andere Dienstleistungen auch. Vor allem aber verloren die Tageszeitungen ihr Transportmonopol. Zunächst nicht an einen bestimmten Konkurrenten, sondern ganz generell ans Internet. Das digitale Netz sorgte dafür, dass sich der Medienmarkt rasch sehr stark veränderte: Während die Zahl der Nutzer in etwa gleich blieb, vervielfältigte sich das Medienangebot, bis es fast unendlich gross war.

Das führte dazu, dass der Wert der Transportleistung aller Medien zusammenbrach. Deshalb kann heute kaum ein Medienangebot mehr von der Werbung leben. Es sei denn, das Medium sei national oder global Marktführer. Deshalb geht es «20 Minuten» online gut. Als Medium zum globalen Marktführer zu werden, ist schwieriger, weil es kaum möglich ist, mit denselben Inhalten überall auf der Welt gut anzukommen. Man müsste als Medium eine Art Grundtechnik zur Verfügung stellen, die dann mit regionalen oder sogar individuellen Inhalten befüllt wird... Und genau so funktionieren Google und Facebook.

Datensammlerin Facebook

Beide Firmen verdienen ihr Geld mit Werbung. 16,6 Milliarden Dollar hat Facebook im vierten Quartal 2018 allein mit Werbung umgesetzt. Facebook macht in fünf Tagen so viel Umsatz wie Tamedia mit all ihren Produkten in einem ganzen Jahr.⁵ Möglich ist das, weil Facebook ganz genau weiss, welche Werbung das Netzwerk einem Benutzer zeigen muss, damit die Werbung gut ankommt. Dafür sammelt Facebook sehr viele Daten über seine Benutzer.

Da sind zum einen natürlich die Daten, welche die Benutzer auf Facebook selbst eingeben. Dazu gehören die persönlichen Angaben wie

Name, Alter, Beruf und Ausbildung, aber auch Kommentare, Likes, das Teilnehmen an Events und vor allem die Verknüpfungen mit Freunden und Gruppen. Facebook kann auch die Metadaten von Fotos auswerten, welche die Benutzer hochladen, und erfährt so, wo die Bilder entstanden sind und mit welchem Gerät der Benutzer die Bilder gemacht hat.

Versteckte Daten sind besonders wertvoll

Über diese offensichtlichen Daten hinaus sammelt Facebook aber viele weitere Daten. Im Zentrum steht dabei, dass Facebook den Benutzer im weitesten Sinn beobachtet und Daten über das Verhalten sammelt. So werden Bilder mit Hilfe von Bilderkennungsprogrammen «gelesen». Facebook weiss also, ob auf dem Bild ein lachender Mensch, die Aussicht aus dem Ferienhaus oder etwas zu Essen abgebildet ist. Dazu kommt, dass die Benutzer auch dann Daten an Facebook liefern, wenn sie nicht auf Facebook unterwegs sind. So ist die Facebook-App auf dem Handy in der Lage, den Benutzer zu tracken und Bewegungsprofile zu erstellen. Wenn eine Website den «gefällt-mir»-Button einsetzt, sammelt Facebook darüber Daten der Benutzer der Website ein.

Vor allem verknüpft Facebook im Hintergrund die Daten von Facebook mit den Angaben von WhatsApp und Instagram. WhatsApp ist ein Nachrichtendienst, der in der Schweiz rund 6,5 Millionen Benutzerinnen und Benutzer hat. Instagram ist ein soziales Bilder-Netzwerk, das vor allem jüngere Benutzer anspricht. In der Schweiz hat Instagram 2,5 Millionen Anwenderinnen und Anwender.⁶ Was viele Benutzer nicht wissen: Instagram gehört seit 2012 und WhatsApp seit 2014 Facebook. Anfang Februar hat Facebook Inc. bekannt gegeben, dass die technischen Plattformen der drei Dienste zusammengelegt werden sollen. Facebook will auf diese Weise an noch mehr Nutzerdaten herankommen.⁷

Bundeskartellamt schreitet ein

Genau dieses Zusammenführen von Nutzerdaten hat das deutsche Bundeskartellamt diese Woche Facebook untersagt: Es hat Facebook Inc. weitreichende Beschränkungen bei der Verarbeitung von Nutzerdaten auferlegt.⁸ Künftig dürfen WhatsApp und Instagram die Daten zwar weiterhin sammeln. Eine Zuordnung der Daten zum Nutzerkonto bei Facebook ist aber nur noch möglich, wenn der Nutzer freiwillig seine Einwilligung erklärt hat. Wenn die Einwilligung nicht erteilt wird, müssen die Daten bei den anderen Diensten verbleiben und dürfen nicht kombiniert mit den Facebook-Daten verarbeitet werden. Auch das Sammeln und Zuordnen von Daten von Drittwebseiten zum Facebook-Nutzerkonto ist künftig nur noch dann möglich, wenn der Nutzer freiwillig der Zuordnung zum Facebook-Konto zustimmt.

Ob die Entscheidung des Bundeskartellamts rechtskräftig wird, ist noch nicht sicher. Facebook will die Entscheidung vor dem Oberlandesgericht Düsseldorf anfechten.⁹ Der Entscheid ist aber Ausdruck eines grösser werdenden Misstrauens. Die Krux dabei: Die Benutzer können nicht auf andere Netzwerke ausweichen. Andreas Mundt, der Präsident des Bundeskartellamtes, sagt es so: *Als marktbeherrschendes Unternehmen unterliegt Facebook besonderen kartellrechtlichen Pflichten und muss bei dem Betrieb seines Geschäftsmodells berücksichtigen, dass die Facebook-Nutzer praktisch nicht auf andere soziale Netzwerke ausweichen können.*

Die Bienen fordern ihre Rechte

Facebook also macht mit den Daten seiner Benutzer riesige Gewinne. Die Benutzer haben keine vernünftige Alternative zu Facebook, also haben sie das bisher mit sich gefallen lassen. Doch langsam dreht der Wind. Immer mehr Benutzer fühlen sich wie fleissige Bienen, die von ihrem Imker ausgenommen werden. Aber Imker überlassen ihren Bienen immer etwas von dem Honig. Facebook kennt da bisher keine Gnade. Genau das muss sich ändern. Facebook muss seine «Bienen» an ihrem «Honig» beteiligen. Der erste Schritt wäre eine Datentransparenz, die diesen Namen verdient. Der zweite Schritt ist es, Wahlmöglichkeiten zu geben, wie sie das Bundeskartellamt vorschreibt. Der dritte Schritt wäre es schliesslich, zu überlegen, wie Facebook seine Nutzer am Gewinn beteiligen kann. Es könnte sonst sein, dass wir Bienen Reissaus nehmen, auch wenn es zum blauen Imker derzeit keine Alternative gibt. Vor allem aber sollten wir dringend klären, wem unsere Daten wirklich gehören. Ich meine: Unsere Daten müssen uns gehören.

Basel, 8. Februar 2019, Matthias Zehnder mz@matthiaszehnder.ch

PS: Nicht vergessen – [Wochenkommentar abonnieren](#). Kostet nichts, bringt jede Woche ein Mail mit dem Hinweis auf den neuen Kommentar und einen Buchtipp. Einfach [hier klicken](#). Und wenn Sie den Wochenkommentar unterstützen möchten, finden Sie [hier](#) ein Formular, über das Sie spenden können.

Quellen

- 1 Vgl. «Focus», 19.11.2010: https://www.focus.de/panorama/vermischt-es/facemash-com-internetadresse-fuer-rund-30-000-dollar-versteigert_aid_573697.html
- 2 Quelle: Bernetblog, 3.1.2019, <https://bernet.ch/blog/2019/01/03/facebook-zahlen-schweiz-nutzerzahlen-bleiben-stabil/>
- 3 Die Quartalszahlen von Facebook finden Sie hier: <https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2019/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2018-Results/default.aspx>
- 4 Vgl. «NZZ» vom 7.2.2019, <https://www.nzz.ch/meinung/facebooks-marktstellung-ist-problematisch-aber-nicht-so-einfach-zu-aendern-ld.1458091>
- 5 Vgl. Geschäftsbericht Tamedia, https://issuu.com/tamedia/docs/20180301-2017-geschaeftsbericht_de_?e=8430947/59162574
- 6 Quelle: <https://alike.ch/soziale-netzwerke-in-der-schweiz-die-liste/>
- 7 Siehe https://www.deutschlandfunk.de/facebook-whatsapp-instagram-aus-drei-mach-eins.684.de.html?dram:article_id=439985
- 8 Siehe https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Meldung/DE/Pressemitteilungen/2019/07_02_2019_Facebook.html
- 9 Vgl. Spiegel, 7.2.2019, <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/bundeskartellamt-entscheidet-facebook-muss-daten-sammlung-aendern-a-1252007.html>