

Ist Facebook wirklich so böse?



Bild: KEYSTONE/DPA/Karl-Josef Hildenbrand

Nein, das war keine gute Woche für Facebook-Chef Mark Zuckerberg. Eine ehemalige Mitarbeiterin beschuldigte Facebook, gezielt Wut und Empörung zu schüren und bewusst Teenagern zu schaden. Und das nicht irgendwo, sondern im Rahmen eines Hearings vor dem US-Senat. Dann ging bei einem Computerupdate etwas schief und die Facebook-Angebote fielen sechs Stunden lang aus – die Welt erlebte live, wie wichtig die Angebote des Konzerns in vielen Bereichen sind. Politiker in den USA und in Europa fordern deshalb eine stärkere Regulierung oder sogar eine Aufspaltung des Facebook-Konzerns. Medien und Politik sind sich einig: Facebook ist, salopp gesagt, böse. Aber ist es wirklich so einfach?

Am Montagabend um sechs Uhr mitteleuropäische Zeit wurde es dunkel im Internet. Jedenfalls empfanden das wohl viele Menschen so: Facebook, Instagram und WhatsApp waren für rund sechs Stunden nicht mehr erreichbar. «Mega-Panne bei Facebook» titelte der «Blick» und schrieb etwas hämisch: «Millionen von Menschen hatten gestern Abend plötzlich keine Freundinnen und Freunde mehr». Etwas später wusste die Zeitung auch, was passiert war: «Ein Router brach Facebook das Rückgrat».

Tatsächlich waren alle Dienste des Unternehmens Facebook für sechs Stunden nicht erreichbar. Die Auswirkungen waren verheerend: Milliarden von Nutzern konnten sich nicht mehr per WhatsApp verständigen und sie konnten (was wohl weniger schlimm war) auf Facebook und Instagram keine Bilder und Nachrichten mehr veröffentlichen. Schlimmer war, dass sie sich über die Login-Dienste des Unternehmens nicht mehr auf Websites einloggen konnten, über einen Facebook-Link an der Yoga-Stunde teilnehmen oder schlicht ihr Geschäft bewerben konnten. Schuld am Totalausfall war offenbar ein Konfigurationsfehler in der Netz-

werk-Infrastruktur, der alle Facebook-Dienste unerreichbar machte: Die Domainnamen des Facebook-Konzerns wurden nicht mehr aufgelöst.

Der Ausfall der Angebote kam für Facebook zu einem denkbar schlechten Zeitpunkt: Der Konzern steht nämlich seit Montag unter ernsthaftem Beschuss. Dafür sorgt eine Whistleblowerin namens Frances Haugen. Die 37-jährige Frau hat zwei Jahre bei Facebook als Produktmanagerin zum Thema Falschinformationen gearbeitet und jetzt eine Reihe von internen Dokumenten veröffentlicht. Die Dokumente werden bereits als «Facebook Files» bezeichnet. Am Dienstag hat Frances Haugen über diese Facebook Files im Rahmen einer Befragung sogar vor dem amerikanischen Senat gesprochen. Die amerikanische Politik ist ja notorisch zerstritten. Es gibt kaum ein Thema, bei dem sich Republikaner und Demokraten einig sind. Die Facebook-Whistleblowerin war in diesem Kontext ein Geschenk des Himmels. Denn ein Vorwurf von Frances Haugen betrifft die Art und Weise, wie Facebook mit Kindern umgeht. Kaum ein anderes Thema ist besser geeignet, die Reihen in der amerikanischen Politik zu schliessen.

Die Vorwürfe

Konkret sagte die ehemalige Facebook-Mitarbeiterin vor dem Unterausschuss für Verbraucherschutz, Produktsicherheit und Datensicherheit aus. Sie erklärte: «Ich glaube, dass die Produkte von Facebook Kindern schaden, Spaltung anheizen und unsere Demokratie schwächen.» Frances Haugen wirft Facebook vor, bewusst Algorithmen einzusetzen, die spalterische und schädliche Inhalte fördern. Dabei sei dem Unternehmen der eigene Profit wichtiger als das Wohlbefinden seiner Nutzer. Betroffen davon seien vor allem Kinder und Jugendliche und Facebook sei das bewusst. Die Facebook-interne Forschung habe ergeben, dass vor allem Instagram der psychischen Gesundheit von Jugendlichen, insbesondere von Mädchen, schaden könne. Laut den Facebook-Files sagt die Firma selbst, dass ihre Angebote die Probleme mit dem eigenen Körperbild für eine von drei Teenagerinnen schlimmer machen.

Die Whistleblowerin warf Facebook vor, die Fakten bewusst zu vertuschen. Sie zog sogar Parallelen zur Zigarettenindustrie: Die Tabakindustrie habe auch jahrelang den Schaden verschleiert, den sie verursachte, wie bei der Tabakindustrie müsse die Regierung handeln. Sie warf Facebook also vor, die soziale Abhängigkeit der Nutzerinnen und Nutzer auszunutzen. Das Kernproblem sieht Frances Haugen beim Algorithmus von Facebook, also dem (geheimen) Programm, das die Inhalte auf der Timeline von Facebook anordnet. Der Algorithmus sei einseitig auf möglichst intensive und lang anhaltende Interaktion ausgerichtet – und das erreiche Facebook, indem Inhalte bevorzugt werden, die Wut und Empörung fördern. Im Kern wirft Haugen Facebook also vor, aus Gewinnsucht die Wut seiner Nutzer anzufachen.

Die Reaktion von Facebook

Facebook-Chef Mark Zuckerberg hat die Vorwürfe seiner ehemaligen Mitarbeiterin zurückgewiesen. «Das Argument, dass wir absichtlich Inhalte fördern, um Menschen für Geld wütend zu machen, ist zutiefst unlogisch», schrieb Zuckerberg am Dienstag – natürlich auf Facebook. «Wir verdienen Geld mit Anzeigen und die Werbekunden sagen uns immer wieder, dass sie ihre Anzeigen nicht neben schädlichen oder wuterregen-

den Inhalten sehen wollen.» Er kenne keinen Tech-Konzern, der Produkte herstelle, die Menschen wütend oder depressiv machten.

Auf viel Gehör stiess er mit seinen Ausführungen nicht. Politiker in den USA und in Europa fordern eine stärkere Regulierung von Facebook. Da und dort wird sogar die Zerschlagung des Konzerns gefordert. Auch in den Medien kommt Mark Zuckerberg nicht gut weg. «Die einzige Möglichkeit, Zuckerberg zum Wanken zu bringen, ist: Wir melden uns ab – von Facebook, Instagram und Whatsapp», kommentierte etwa die «Handelszeitung». Beobachter sind sich also einig: Der Facebook-Konzern im Allgemeinen und Mark Zuckerberg im Besonderen sind – nun ja: böse.

Ist es wirklich so einfach?

Aber ist es wirklich so einfach? Facebook und Zuckerberg sind ein perfektes Feindbild. Mark Zuckerberg ist nach wie vor ein Nerd mit seltsamer Frisur. Er ist (dank seiner Facebook-Aktien) einer der reichsten Menschen der Welt. Er hat schon mehrfach vor Ausschüssen ausgesagt und sich immer wieder herausgewunden. Sein Credo ist: Facebook vernetzt die Menschen auf der Welt und das ist gut. Was die Menschen mit dieser Vernetzung machen, das liege nicht in der Verantwortung von Facebook. Mit anderen Worten: Mark Zuckerberg drückt sich um die Verantwortung. Für viele Politiker und die meisten Medien ist der Fall deshalb klar: Facebook muss reguliert und vielleicht sogar zerschlagen werden.

Die Frage ist, was das bringen soll. Auch wenn Facebook, Instagram und WhatsApp wieder in einzelne Firmen aufgeteilt würden – an ihrer Funktionsweise ändert sich dabei ja nichts. Kern des Problems ist nicht die Tatsache, dass sie alle zu Facebook gehören, sondern die Art und Weise, wie die Angebote funktionieren. Eben: ihr Algorithmus, also das Programm, das die Inhalte auf Facebook sortiert. Denn die Benutzer sehen auf Facebook die Postings ihrer Freunde nicht einfach in chronologischer Reihenfolge. Facebook ordnet sie nach Relevanz, nach Reaktionen, nach Inhalt – und vor allem nach der Höhe der Wahrscheinlichkeit, mit der die Benutzer auf die Inhalte reagieren. Das Programm ist darauf ausgerichtet, dass die Benutzer:innen möglichst viel Zeit auf Facebook verbringen. Kern dieses Mechanismus ist nicht die Information, sondern die Emotion. Oder, wie die Whistleblowerin sagt, die Wut. Damit nutzt Facebook dieselben Mechanismen, wie sie auch die Medien anwenden. Das Grundprinzip jeder (Boulevard-) Zeitung ist die Trias von Personalisieren, Emotionalisieren, Sensationalisieren. Es sind die Mechanismen, mit deren Hilfe Medien seit gut hundert Jahren um die Aufmerksamkeit ihrer Leser kämpfen. Es ist deshalb zumindest scheinheilig, wenn genau diese Medien jetzt Facebook vorwerfen, dass der Konzern ein Rezept anwendet, das sie selbst seit Jahrzehnten befolgen.

Das Problem ist die Nützlichkeit von Facebook

Wer Facebook mit der Tabakindustrie vergleicht, macht es sich viel zu einfach. Es gibt keine nützliche Zigarette: Jeder Zug schadet. Das lässt sich von Facebook nicht behaupten. Das hat gerade der Ausfall der Dienste Anfang Woche gezeigt. (Vielleicht war der Ausfall doch kein Zufall?) Viele Geschäfte rund um die Welt bauen auf WhatsApp oder auf das Facebook-Login. Die Werbung auf Facebook mag bei Nutzern und in den Medien im Verruf sein – für viele Anbieter ist es eine kostengünstige

Möglichkeit, extrem zielgenau mit möglichen Kund:innen in Kontakt zu treten. Gerade die grossen Medienkonzerne verschweigen das lieber: Schliesslich haben sie ihre Werbeumsätze an Facebook verloren. Sie neigen dazu, sich im Internet die Sicht der Anwender zu eigen zu machen und Werbung als überflüssige Plage zu bezeichnen. Aber kostengünstige und zielgerichtete Werbung ist etwa die beste Wirtschaftsförderung, die man sich vorstellen kann. Und gerade viele kleine Firmen und Selbstständige sind auf die Werbemöglichkeiten von Facebook und Instagram angewiesen. Ich rede da aus Erfahrung. Das Problem ist, mit anderen Worten, wie nützlich sich Facebook in der digitalen Welt macht.

Sicher: Politische Werbung und vor allem Fake News sind problematisch. Es wird deshalb immer wieder der Ruf nach Regulierung laut. Bloss: Welcher Massstab soll bei dieser Regulierung in einem weltweit aktiven Netzwerk angewendet werden? Schon unsere westliche Gesellschaft kann sich kaum darauf einigen, was Fake News sind – ganz zu schweigen von den Problemen, die sich in Ländern wie China, der Türkei oder Russland ergeben. Wer sich für eine starke Regulierung von Facebook ausspricht, spielt den Konzern in die Hände autokratischer Regime. Auch bei uns wäre es gefährlich, wenn Staat und Politik grösseren Einfluss auf Facebook nehmen könnten.

Bei den Nutzer:innen liegt die Lösung

Ich glaube deshalb, es wäre eine schlechte Idee, Facebook stärker zu regulieren oder gar aufzuspalten. Das heisst nicht, dass wir einfach die Hände in den Schooss legen sollen. Ich sehe drei Punkte, bei denen wir ansetzen können. Erstens brauchen wir nicht Regulierung, sondern Transparenz. Facebook sollte mehr und besser über den Algorithmus informieren und verpflichtet werden, Veränderungen am Algorithmus offenzulegen. Zweitens brauchen wir griffige Haftungsregeln für jene, die auf Facebook aktiv sind, und zwar auch im Kommentarbereich. Es muss jedermann klar sein, dass juristisch belangt werden kann, wer sich unflätig oder verleumderisch äussert. Grössere Transparenz und bessere Haftungsregeln wären wichtig. Sie schaffen aber die Probleme nicht aus der Welt. Zumal die Probleme, wie sie die Facebook-Whistleblowerin vor dem Senatskomitee geschildert hat, nicht auf Facebook beschränkt sind. Ich glaube deshalb, dass wir bei den Nutzerinnen und Nutzern ansetzen müssen. Das Stichwort lautet digitale Resilienz: Es gilt, langfristig die psychische Widerstandsfähigkeit gegenüber den schädlichen Seiten von Computer, Handy und Internet zu steigern.

Facebook lässt sich nicht mit einem Tabakkonzern vergleichen. Leider ist es viel komplizierter: Facebook, Twitter, YouTube und Instagram können schädlich werden. Im Kern sind sie aber vor allem sehr nützlich, auch und gerade weil sie so gross und so umfassend sind. Für uns Nutzer lässt sich Facebook deshalb nicht mit einer (immer) schädlichen Zigarette vergleichen, sondern eher mit einem Nahrungsmittel, etwa mit Gebäck. In Massen genossen ist Gebäck gesund, ja von zentraler Bedeutung für die Ernährung. Wer es mit dem Konsum von Gebackenem übertreibt, wird aber krank. Deshalb müssen wir aber nicht die Bäckereien regulieren, sondern die Konsumentinnen informieren.

Natürlich ist es problematisch, dass sich die Nutzung von Instagram negativ auf das körperliche Selbstbild von Teenagerinnen auswirkt. Aber ist das wirklich das Problem von Instagram? Ist es nicht vielmehr das Prob-

lem einer Gesellschaft, die ein bestimmtes Körperbild, ja einen bestimmten Umgang mit dem Körper propagiert und die Kinder und Jugendlichen nicht zu Selbstachtung und Selbstannahme erzieht? Natürlich ist es problematisch, wenn politische Werbung und Fake News auf Facebook die Runde machen. Aber die Anfälligkeit vieler Menschen auf politische Falschbehauptungen wäre nicht aus der Welt, wenn Facebook reguliert oder gar eliminiert würde. Nicht das Netzwerk ist das Problem, sondern die Anfälligkeit der Menschen. Deshalb sollten wir da ansetzen und vor allem junge Menschen digital resilienter machen. Anders gesagt: Es ist zu einfach und es bringt zu wenig, sich politisch und medial auf Facebook einzuschiessen. Wir müssen uns alle selbst an der Nase nehmen – auch wenn das nicht ganz so einfach und bequem ist, wie mit den Fingern auf Mark Zuckerberg zu zeigen.

Basel, 8. Oktober 2021, 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.

PPS: Wenn Sie den Wochenkommentar nur hören möchten, gibt es jetzt eine Audioversion (noch im Experimentalstadium). Hier der Link auf die [Apple-Podcast Seite](#) oder direkt auf die Episode:



Spenden können Sie auch, indem Sie mit Ihrem Handy diesen QR-Code einlesen. Sie gelangen dann auf ein Onlineformular, mit dem Sie per Twint, Paypal und Kreditkarten spenden können.

Quellen

20 Minuten (2021): *Facebook-Panne: Telegram hat seit Montag 70 Millionen neue Nutzer*. In: 20 Minuten. [<https://www.20min.ch/story/telegram-hat-seit-montag-70-millionen-neue-nutzer-425386760703>; 8.10.2021].

Barrett, Brian (2021): *Why Facebook, Instagram, And WhatsApp All Went Down Today*. In: Wired. [<https://www.wired.com/story/why-facebook-instagram-whatsapp-went-down-outage/>; 6.10.2021].

Beuth, Patrick und Sandra, Sperber (2021): *Facebook unter Druck: Eine Whistleblowerin legt sich mit Mark Zuckerberg an*. In: Der Spiegel . Hamburg. [<https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/facebook-whistleblowerin-frances-haugen-ueber-die-dunkle-seite-des-konzerns-podcast-a-18790942-1bae-4d35-a17d-804e16e1a709>; 8.10.2021].

Blick (2021): *Mega-Panne bei Facebook*. In: «Blick», 5. 10. 2021. S. 1. [; 8.10.2021].

Euchner, Celina (2021): *Ein Router brach Facebook das Rückgrat*. In: «Blick», 6. 10. 2021. [; 8.10.2021].

Fellmann, Fabian (2021): *Whistleblowerin Bei Anhörung – Facebook Wird Angegriffen Wie Einst Die Tabakkonzerne*. In: Basler Zeitung. [<https://www.bazonline.ch/facebook-wird-angegriffen-wie-einst-die-tabakkonzerne-591003754627>; 8.10.2021].

Fulterer, Ruth (2021): *Wer ist die Whistleblowerin hinter den Facebook-Files?* In: «Neue Zürcher Zeitung», 6. 10. 2021. S. 22. [; 8.10.2021].

Havertz, Rieke (2021): *Facebook-Whistleblowerin: Das Geschäft mit der sozialen Abhängigkeit*. In: «Die Zeit». [<https://www.zeit.de/politik/ausland/2021-10/facebook-whistleblowerin-frances-haugen-us-kongress-regulierung-demokratie-gesellschaft>; 8.10.2021].

sda (2021): *Whistleblowerin vor Kongress: Facebook-Chef nennt Vorwürfe von Ex-Mitarbeiterin «unlogisch»*. In: Tages-Anzeiger. [<https://www.tagesanzeiger.ch/facebook-chef-nennt-vorwuerfe-von-ex-mitarbeiterin-unlogisch-250160763577>; 8.10.2021].

Torcasso, David (2021): *Wir sollten uns alle abmelden*. In: «Handelszeitung», 7. 10. 2021. S. 19. [; 8.10.2021].

Zeit online (2021): *Facebook: Mark Zuckerberg weist Vorwürfe von Whistleblowerin zurück*. In: «Die Zeit». [<https://www.zeit.de/digital/internet/2021-10/facebook-mark-zuckerberg-whistleblowerin-frances-haugen-us-senat>; 8.10.2021].

Zeit Online (2021): *Facebook: Politiker fordern nach Facebook-Enthüllungen stärkere Regulierung*. In: «Die Zeit». [<https://www.zeit.de/politik/ausland/2021-10/facebook-staerkere-regulierung-christine-lambrecht-soziale-netzwerke-whistleblowerin>; 8.10.2021].