

HANSER



Leseprobe

David Kirkpatrick

Der Facebook-Effekt

Hinter den Kulissen des Internet-Giganten

Übersetzt aus dem Amerikanischen von Karsten Petersen

ISBN: 978-3-446-42522-4

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser.de/978-3-446-42522-4>

sowie im Buchhandel.

NACHWORT ZUR DEUTSCHEN AUSGABE

Die Anzahl der deutschen Facebook-Mitglieder hat rasant zugenommen, seit ich Anfang 2010 die Arbeit an diesem Buch beendet habe. Mittlerweile hat Facebook studiVZ hinter sich gelassen, das seit vielen Jahren mit mehreren ziemlich schamlos von Facebook abgekupferten Websites den Markt der sozialen Netzwerke in Deutschland dominierte. Anfang November 2010 hatte Facebook etwa 12,7 Millionen aktive User in Deutschland. Und inzwischen hat Facebook auch Tuenti überflügelt, eine ähnliche Kopie in Spanien.

Wie es von Anfang an üblich war, verändert und erweitert Facebook nach wie vor sein Angebot ständig. Die wichtigste kürzlich eingeführte Neuerung ist die Erweiterung von Facebooks Messaging-System in einen echten E-Mail-Dienst, die Anfang November 2010 angekündigt wurde. Mithilfe dieses neuen Features können die Anwender Facebook als Kommunikationszentrale nutzen, in der Sofortnachrichten, SMS-Botschaften und E-Mails zusammengeführt werden. Etliche Branchenkenner meinen, dass Facebook durch diesen E-Mail-Dienst die marktbeherrschende Stellung der momentan führenden E-Mail-Anbieter Microsoft, Yahoo und Google ernsthaft gefährden könnte.

Aber in dem Maße, wie Facebook in Europa und vor allem in Deutschland gewachsen ist, sind auch kritische Stimmen über den Umgang des Unternehmens mit den Daten seiner Nutzer immer lauter geworden. Vielfach wird darüber nachgedacht, welche Implikationen es hat, wenn ein einzelnes Unternehmen Personendaten über so viele Bürger Deutschlands und anderer Länder zusammenträgt. Gesetzgeber, Aufsichtsbehörden und Minister haben unterschiedliche Maßnahmen vorgeschlagen, um Facebook in seine Schranken zu weisen, die jedoch bislang kaum Wirkung auf das Unternehmen gezeigt haben. Nach einem von Innenminister Thomas de Maizière befürworteten Gesetzesentwurf soll es zum Beispiel Arbeitgebern verboten werden, Facebook-Daten in die Beurteilung von Stellenbewerbern einfließen zu lassen. Unabhängig davon hat Verbraucherschutzministerin Ilse Aigner Face-

book kritisiert und ihr eigenes Facebook-Profil aus dem Netz genommen, um gegen die Richtlinien des Unternehmens zu protestieren, die ihrer Meinung nach zu wenig Schutz für die Privatsphäre der Anwender bieten. Angelica Schwall-Düren, Ministerin für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen, hat vorgeschlagen, dass Schüler einen sogenannten »Medienführerschein« machen und dafür im Unterricht lernen sollten, wie sie ihre Privatsphäre im Internet – und vor allem auf Facebook – schützen können.

Immer häufiger sind in aller Welt Bedenken über Facebooks Umgang mit Nutzerdaten zu hören. Der Datenschutzbeauftragte der kanadischen Regierung hat immerhin ein ganzes Jahr lang mit Facebook über dessen Richtlinien zum Schutz der Privatsphäre von Anwendern verhandelt. Die Gespräche führten zu einer formalen schriftlichen Vereinbarung, mit der Facebook sich zu konkreten Datenschutzmaßnahmen verpflichtete. Als CEO Mark Zuckerberg etwas später einige weitere Änderungen umsetzte, war der Datenschutzbeauftragte erneut alarmiert.

Die übergeordneten Probleme in Bezug auf die Privatsphäre von Facebook-Nutzern werden gewiss auch weiterhin das Interesse der europäischen Aufsichtsbehörden auf sich lenken. Viviane Reding, als Mitglied der Europäischen Kommission zuständig für das Ressort Informationsgesellschaft und Datenschutz, hat sich mit Facebook und anderen Anbietern von sozialen Netzwerken beraten und sich mit ihnen auf »Safer Social Networking Principles for the EU« (»Grundsätze zur sichereren Nutzung sozialer Netzwerke in der EU«) geeinigt, die unter anderem bewirken sollen, dass die Profile von unter 18-jährigen Nutzern standardmäßig nicht öffentlich zugänglich sind. Etliche Mitglieder europäischer Parlamente haben gefordert, dass es für *alle* Facebook-Profile möglich sein müsse, sie für Außenstehende völlig unsichtbar zu machen, sodass ohne das Einverständnis eines Nutzers nicht einmal sein Name herausgefunden werden könne.

Facebook wird auch weiterhin Datenschutzprobleme aufwerfen, da es durch die Art seines Angebots schwierig ist, den totalen Schutz zu gewährleisten, den eine Gesellschaft wie die deutsche, die großen Wert auf Datenschutz legt, sich wünschen mag. So wird es zum Beispiel praktisch unmöglich, Facebook zu nutzen, wenn man sämtliche Informationen über eine Person unsichtbar macht. Der Sinn der Website ist ja gerade, mit anderen in Kontakt zu kommen, und wenn ein User nicht gefunden werden kann, wird Facebook ihm keinen Nutzen bringen. Und darum muss sein Name sichtbar sein.

Facebook hat gewisse Eigenschaften, die Regierungen nicht gefallen, die aber – wie zum Beispiel die Notwendigkeit, den Namen eines Users

zu zeigen – schwierig durch Vorschriften aus der Welt zu schaffen sind. Die vorrangige Funktion der Website besteht darin, umfangreiche Profile mit den Personendaten einzelner Menschen zu erfassen und diese Profile mit denjenigen von anderen zu verknüpfen, mithilfe des sogenannten *Social Graph*, den Facebook unterhält – das Beziehungsgeflecht seiner User. Aber für die Registrierung von Personendaten waren traditionell Regierungen zuständig. Wenn Facebook immer weiter wächst und immer größere Teile der Bevölkerungen vieler verschiedener Länder dort Profile unterhalten, und wenn Facebooks Software zu einem Tool wird, mit dessen Hilfe man sowohl online als auch offline mit anderen interagieren kann, liegt der Gedanke nicht fern, dass Regierungen versuchen könnten, einzuschreiten und solcherlei Interaktionen zu regulieren.

Meiner Meinung nach wäre das ein Fehler, der Facebooks Fähigkeit beeinträchtigen würde, in der sich rasant verändernden Internetlandschaft zu operieren und sich fortzuentwickeln. Regierungen wird es nie gelingen, die Implikationen von Service-Angeboten im Internet schnell und gründlich genug zu verstehen, um sie wirkungsvoll regulieren zu können. Stattdessen werden sie lediglich das Innovationstempo hemmen; aber wahrscheinlich wird es trotzdem so kommen.

Von Anfang an hat Mark Zuckerberg Facebook immer wieder dazu gedrängt, Dinge zu tun, über die sich sowohl Datenschützer als auch Facebook-Mitglieder beklagten. Der erste solche Schritt war die Einführung des Newsfeed im Jahre 2006. Sie führte zu den massivsten Protesten, mit denen Facebook jemals konfrontiert war – zehn Prozent aller User schlossen sich Gruppen an, die aktiv gegen die Einführung des Newsfeed protestierten. Dennoch entwickelte sich der Newsfeed später zum beliebtesten Facebook-Feature. Die Erinnerung an diese Begebenheit lässt Zuckerberg auf neue Proteste wegen angeblich unzureichenden Datenschutzes skeptisch reagieren.

Manchmal muss er freilich solche Proteste ernst nehmen. So änderte Facebook zum Beispiel im Dezember 2009 seine Regeln darüber, welche Bestandteile eines Nutzerprofils auf »nicht öffentlich« gesetzt werden können. Viele Informationen wurden plötzlich öffentlich zugänglich, wenn man nicht aktiv die jeweiligen Einstellungen veränderte. Während man vorher zum Beispiel die Liste seiner Freunde für die Öffentlichkeit unsichtbar machen konnte, war das jetzt nicht mehr möglich. Zwar beklagten sich Datenschützer und einige Anwender, aber Facebook zog die Änderungen durch.

Aber im April 2010 machte Facebook eine große Ankündigung über die Wege, auf denen sich seine Anwendungsplattform immer weiter im

Internet verbreitete. Immer mehr Anwendungen konnten Facebooks Tools – die Profildaten und den *Social Graph* – nutzen, ohne tatsächlich innerhalb von Facebook zu operieren. Eines der neuen Features war die sogenannte »instant personalization« (»umgehende Personalisierung«). Das bedeutete, dass bestimmte Websites – zum Beispiel Yelp.com, ein Bewertungsservice für lokale Firmen, oder der Musik-Streamingdienst Pandora –, wenn ein Facebook-User erschien, ihm sofort eine Liste seiner Facebook-Freunde, die ebenfalls diese Website nutzten, anzeigen konnten. Durch dieses neue Feature entstand schließlich nach geraumer Zeit ein öffentliches Bewusstsein dafür, dass die im vorangegangenen Dezember durchgeführten Änderungen diverse Nutzerdaten exponiert hatten, und zwar in einer Art und Weise, die bei vielen Anwendern ein gewisses Unbehagen entstehen ließ. Viele von ihnen wollten auch weiterhin die Möglichkeit haben, die Liste ihrer Freunde als nicht öffentlich zu kennzeichnen. Sie wollten nicht, dass irgendeine andere Website in der Lage war, automatisch Zugang zu ihrer »Freundeslisten« zu erhalten. Es erhob sich lautstarker und anhaltender Protest, und etliche Verbraucherschutzorganisationen, zum Beispiel das US Electronic Privacy Information Center, verklagten Facebook und forderten, die Datenschutz-Einstelloptionen auf den vorigen Stand zurückzusetzen. Nach zwei Wochen kapitulierte Zuckerberg und kam dieser Forderung nach, indem er die Regeln wieder in Kraft setzte, die bis zum Dezember gegolten hatten. Heute sind die einzigen Informationen, die auf Facebook zwingend öffentlich sichtbar sein müssen, der Name, das Geschlecht und das Foto eines Users, falls eines vorhanden ist.

Zuckerberg wird wohl auch weiterhin die Grenzen dessen, was seine User als gerade noch akzeptable Bloßlegung ihrer Daten hinnehmen, immer weiter hinausschieben. Wie ich am Anfang dieses Buches und in Kapitel 10 erklärt habe, ist er davon überzeugt, dass die Welt dabei ist, sich so zu verändern, dass es dem Einzelnen immer weniger möglich sein wird, seine Daten zu schützen. Außerdem glaubt er, dass wir generell zu besseren, ehrlicheren und konsequenteren Menschen werden, wenn wir keine Aspekte unserer Persönlichkeit vor unseren Facebook-Freunden verbergen.

Aber im Hinblick auf einen wichtigen Aspekt scheint Zuckerberg heute – Ende 2010 – seine Haltung zur Privatsphäre auf Facebook zu verändern. Sein langfristiges Ziel war es immer, die Nutzung seiner Website zu steigern. Immer mehr Pageviews und immer mehr Beschäftigung der User mit Facebook waren ihm stets am wichtigsten. Generell war er bis jetzt davon überzeugt, dass ein Mitglied Facebook umso intensiver nutzen wird, je mehr Freunde es hat. Aber er hat auch ge-

glaubt, dass Facebook ein Ort ist, wo man Kontakt zu Menschen hält, die man bereits offline kennt, aus dem wirklichen Leben.

Aber der Großteil der User nutzt Facebook nicht genau so, wie es ursprünglich gedacht war, und daher begann Zuckerbergs Sicht der Dinge, sich weiterzuentwickeln. Die meisten Facebook-Mitglieder haben am Ende viele Facebook-Freunde, die sie im wirklichen Leben kaum kennen. Bei manchen von ihnen liegt das an dem Gefühl, mit anderen Anwendern um die größte Anzahl Freunde konkurrieren zu müssen, oder sie meinen, es sehe einfach besser aus, mehr Freunde zu haben. Bei anderen allerdings – vor allem älteren Mitgliedern – liegt es daran, dass sie es für unhöflich halten, eine Freundschaftsanfrage abzulehnen, auch wenn sie von einer Person kommt, die sie gar nicht kennen.

Aber je mehr Facebook-Freunde man hat, die man gar nicht kennt, desto schwieriger wird es, einen echten Nutzen aus dem Service zu ziehen. Typischerweise bekommt man es über kurz oder lang mit etwas zu tun, was ich als »Problem des kleinsten gemeinsamen Nenners« bezeichne. Wenn man viele »Freunde« auf Facebook hat, die man gar nicht richtig kennt, wird ein großer Teil dessen, was man äußert, an Fremde geschickt. Dadurch fällt es einem schwerer, die Dinge anzusprechen, die einem wirklich am Herzen liegen, oder sich ehrlich und unbefangen zu äußern. Stattdessen geht man dazu über, sich nur noch zu banalen und unstrittigen Themen zu äußern. Und als Empfänger der Informationen im eigenen Facebook-Newsfeed hat man ein damit zusammenhängendes Problem: Je mehr Freunde man sich zulegt, desto mehr Informationen fließen in den eigenen Newsfeed ein, die einen nicht interessieren. Und so kann eine wachsende Zahl von Freunden anstatt zu mehr Beschäftigung mit Facebook zu weniger führen. Häufig stellen Menschen mit zu vielen Freunden auf Facebook fest, dass sie die Website immer langweiliger finden.

Das Erkennen dieses Phänomens hat bei Zuckerberg wieder mehr Interesse daran geweckt, den Facebook-Usern Möglichkeiten anzubieten, ihre Informationen an bestimmte Gruppen von Leuten auszusenden – ungeachtet seiner Überzeugung, man habe »nur eine Identität« (siehe Kapitel 10). Diese neuen Möglichkeiten sind Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre. Jeder von uns hat verschiedene Gruppen in seinem Leben, denen er unterschiedliche Informationen zeigen möchte und von denen er selbst Unterschiedliches wissen möchte. Die eigene Familie ist eine solche Gruppe, der engste Freundeskreis eine weitere. Außerdem gibt es Arbeitskollegen, Freunde aus dem Sportverein – und schließlich die »Freunde«, die man nur auf Facebook als Freund akzeptiert hat, weil man nicht »Nein« sagen konnte.

In Zukunft wird es das größte technische Problem und die wichtigste Produktdesign-Herausforderung für Facebook sein, seinen Mitgliedern immer einfachere Möglichkeiten anzubieten, Informationen mit solchen Gruppen über geschützte Kanäle auszutauschen, ohne dass andere Facebook-Freunde sie zu sehen bekommen. Im Oktober 2010 führte Facebook das neue Feature »Gruppen« ein, durch das zum ersten Mal eine konsequente Trennung zwischen verschiedenen Gruppen von Facebook-Anwendern möglich wurde. Obwohl die neuen Gruppen eigentlich nur verklärte Chaträume sind, ist die Einführung dieses neuen Service eine fundamentale Veränderung im Vergleich zur früheren Haltung der Firma und zeigt, dass Facebook die Einstellungen zum Schutz der Privatsphäre in Zukunft wichtiger nehmen wird. Es ist nur ein kleiner Schritt, aber er geht in die richtige Richtung.

Indem solche Sorgen über Facebooks Umgang mit Nutzerdaten immer weiter um sich greifen, ist Zuckerberg aus noch einem weiteren Grunde gezwungen, das Problem ernster zu nehmen als bisher und den Usern mehr Kontrollmöglichkeiten zu bieten. Seine Konkurrenten – vor allem Google – konzentrieren sich auf dieses Problem. Es wird weithin erwartet, dass Google selbst bald eine Reihe von Services im Bereich soziale Netzwerke anbieten wird. In mehreren öffentlichen Statements haben Google-Manager gesagt, es werde eine ihrer wichtigsten Aufgaben sein, ihren Usern bessere Gruppeneinstellmöglichkeiten anzubieten, damit es nicht so leicht passieren kann, dass man versehentlich den falschen Leuten Informationen schickt, die für einen anderen Personenkreis bestimmt waren.

In Deutschland sind verständlicherweise viele Menschen besorgt darüber, was passieren könnte, wenn eine repressive Regierung Daten, die sie sich von einem Dienstleister wie Facebook beschafft hat, gegen die eigenen Bürger einsetzen würde. Wenn der Staat sehen kann, welche Freunde ein Mensch hat, kann er ihn womöglich als Dissidenten erkennen, wenn einer seiner Freunde ebenfalls einer ist. Das sind durchaus berechtigte Sorgen, was schon heute manche Menschen in repressiv regierten Ländern auf grausame Weise erleben müssen. So haben zum Beispiel in Ägypten viele Gegner des Präsidenten Mubarak begonnen, ihre Unzufriedenheit auf Facebook zu äußern. Zehntausende Ägypter haben sich den dortigen Anti-Mubarak-Gruppen angeschlossen. Und als ein Kritiker der ägyptischen Polizei von Mitgliedern ebendieser Polizeikräfte aus einem Café gezerrt, gefoltert und zu Tode geprügelt wurde, bekundeten ihm anschließend Tausende von Menschen ihre Sympathien und protestierten gegen das begangene Verbrechen, indem sie ein Foto des entstellten Gesichts des armen Mannes als ihr Facebook-

Profildfoto verwendeten. Diese Proteste führten darüber hinaus auch zu realen Protestkundgebungen. Kurz darauf richtete das ägyptische Innenministerium eine spezielle Abteilung mit 15 Vollzeitkräften ein, ausschließlich zu dem Zweck, die Aktivitäten auf Facebook zu überwachen. In vielen Ländern in aller Welt wird Facebook von Polizeikräften – sowohl geheimen als auch anderen Einheiten – sowohl für legitime Ermittlungen als auch zur Überwachung von Bürgern eingesetzt.

Es bleibt die Tatsache, dass jede Information, die man im Internet veröffentlicht, aus dem eigenen Kontrollbereich entweichen kann – ganz gleich, wie gut die Kontrollmöglichkeiten auch sein mögen, die Facebook oder Google oder eine Regierung dafür anzubieten versucht. Wenn es Informationen gibt, von denen man unter keinen Umständen will, dass sie jemand anders zu sehen bekommt als die Menschen, denen man rückhaltlos vertraut, sollte man sie nie auf Facebook stellen – oder überhaupt ins Internet.