Dirk Walbrühl / / Kommentar

Darum verlasse ich Facebook

5. April 2018

Der Datenskandal muss Anlass sein, dass sich jeder Nutzer jetzt die Frage stellt: Überwiegen für mich die Vor- oder Nachteile von Facebook?

Er ist also doch ins Wanken geraten: Facebook, der Titan sozialer Medien. Seit 3 Wochen betreibt der Konzern halbgares Krisenmanagement in einem der größten Datenskandale der Geschichte. Und die typischen Gegenstrategien wirken nicht mehr: Auf den Versuch, die Krise schweigend auszusitzen, folgt ein Aktieneinbruch um 20%. *1 Ein Milliardenschaden *2 bei Investoren, die deshalb sogar klagen wollen. #1

Auch Mark Zuckerbergs Eingeständnis (»Das war eine große Sicherheitslücke«) kommt zu spät, zu getrieben daher. Facebook schmollt in der Opferrolle #2 und hat damit nicht verstanden, wo das Problem liegt. Namhafte Werbekunden wie die Commerzbank und der Browseranbieter Firefox dagegen schon – sie kündigen aus Protest die Zusammenarbeit. #3 Die US-amerikanische Verbraucherschutzbehörde ermittelt, und der Facebook-Chef soll vor dem US-Kongress und in Brüssel zum »Missbrauch der Nutzerdaten« aussagen. #4

Facebooks verunsicherte Nutzer stehen nun vor der Frage, was sie tun sollen. Umfragen zeigen: Rund die Hälfte der US-Nutzer denkt zumindest darüber nach, Facebook weniger zu nutzen. #10 8% wollen dem Netzwerk

Dies ist die PDF-Version des Artikels **›Darum verlasse ich Facebook‹** von Perspective Daily.
Den vollständigen Artikel inklusive Bildern und multimedialer Elemente findest du hier online:
perspective-daily.de/article/499/8hOYss3a

ganz den Rücken kehren.

Ich bin einer von denen, die jetzt einen Schlussstrich ziehen. Das muss nicht jeder so machen – aber jeder sollte sich aktiv entscheiden, ob Facebook für ihn persönlich mehr Nutzen oder Schaden bringt.

Dabei weiß ich genau: Dass Facebook es mit dem Datenschutz nicht genau nimmt, ist so wenig neu wie »Wasser ist nass«. Auch werden die meisten Nutzer dem Netzwerk treu bleiben. Dafür verraucht Empörung im Internet viel zu schnell.

An meiner Entscheidung ändert das nichts. Nach diesem Text ziehe ich den Stecker. Und ich habe gute Gründe dafür.

Das werde ich an Facebook vermissen

Kein Unternehmen gelangt an die Weltspitze, wenn es nicht etwas grundlegend richtig macht. Auch Facebook ist keine Ausnahme, wie ich zähneknirschend zugeben muss. Es hat perfektioniert, was soziale Netzwerke so reizvoll macht – der perfekte Cocktail [#11] aus Neuigkeiten von Bekannten, Unterhaltung, Kommunikation und seichten Nachrichten.

Als Journalist habe ich es bisher genutzt, um über Trends [#12] und Subkulturen [#13] zu recherchieren und gelegentlich interessante Links zu teilen, aus denen nie ein ganzer Artikel werden würde.

Darüber hinaus hielt ich – wie wahrscheinlich jeder Nutzer – per Facebook auch Kontakt mit alten Schulfreunden, verfolgte im Newsfeed, wie sie Kinder kriegen, Jobs wechseln und ihr Essen fotografieren, und konnte dank der Benachrichtigungs-Funktion so tun, als hätte ich ihren Geburtstag nicht vergessen. Ein paarmal »Gefällt mir«, ein Smiley, weiterscrollen – ganz im Stil der oberflächlichen Kommunikation, die auf der Plattform vorherrscht.

Manche Kontakte hielt ich bisher tatsächlich nur in diesem sozialen Netzwerk: etwa mit ehemaligen Kollegen. Auf Facebook gehörten sie zu

einem diffusen »Bekanntenkreis«, um den ich mich nicht aktiv kümmern musste. Jeder von ihnen war nur eine Mitteilung weit entfernt, um den lauwarmen Kontakt wiederaufzunehmen – Menschen auf einem behaglichen »Kann man irgendwann noch mal brauchen«-Abstellgleis.

Zu guter Letzt gab mir Facebook das Gefühl, als würde ich etwas zum öffentlichen Leben beitragen – etwa wenn ich Fake News mit echten Fakten [#14] begegnete oder Hassrede mit Gegenrede entschärfte. [#15] Der Effekt hielt sich in Grenzen: Immer dieselben 5 Freunde klickten auf »Gefällt mir«, die Unbelehrbaren aber blieben unbelehrbar.

Für mich war Facebook wohl vor allem das Gesamtpaket an angenehmen, aber belanglosen Gewohnheiten und der Wunsch nach einer zentralen Anlaufstelle im Internet. [*5]

Dann kam der Datenskandal und machte die Risse in Facebooks Wohlfühl-Welt unübersehbar deutlich.

Meine 5 Gründe, Facebook zu verlassen

Eigentlich ist das schon klar, seit Facebook im Jahr 2012 bezahlte Werbeanzeigen in seinen Feed aufnahm: Facebook ist keine gemeinnützige Plattform für den Austausch mit Freunden, sondern ein eigennütziges Internetunternehmen, dem Wachstum und Profit wichtiger sind als der verantwortungsvolle Umgang mit seinen Nutzern.

Und der Datenskandal ist nur die Spitze des Eisbergs. Die folgenden 5 Probleme machen klar, welche Mängel alle Nutzer für die Vorteile in Kauf nehmen:

- **Mangelhafter Datenschutz:** Facebook hat zwar den Zugang abgeschaltet, über den Cambridge Analytica an die Datensätze von 50 Millionen Nutzern kam. Doch allein, dass es diese irrwitzige Möglichkeit, Nutzerdaten abzugreifen, überhaupt gab, Facebook die betroffenen Nutzer nicht informierte und auch nicht überprüfte, ob die geernteten Datensätze gelöscht wurden, sollte jedem klarmachen: Das Netzwerk ist entweder damit überfordert, die Daten seiner Nutzer zu schützen, oder hat schlicht kein Interesse daran – bis es durch öffentlichen Druck reagieren muss.

- **Dreistes Ausspionieren:** Auf Facebooks Möglichkeiten, an Informationen zu kommen, wären wohl sogar FBI-Ermittler neidisch. So hat die Website auf dem PC etwa Zugriff auf Kamera und Mikrofon *6 und wertet per Algorithmen alle Aktionen der Nutzer aus – jeden Like, jeden Post, jedes getextete Wort. *7 Darüber hinaus liest das Netzwerk *8 auch das Nutzerverhalten auf anderen Websites mit #16 – selbst dann, wenn man nicht bei Facebook eingeloggt ist. Mit dem Datenskandal kam heraus: Facebook sammelt über die eigene App sogar Protokolle von Telefonanrufen und SMS. #17

- **Datenkrake als Geschäftsmodell:** Dass Facebook all die Daten sammelt, um dem Nutzer zu dienen und etwa die »Personen, die du vielleicht kennst«-Spalte zu füllen, glaubt wohl niemand ernsthaft. Tatsache ist: Facebook sammelt Daten für Werbekunden. #18 Der Nutzer und seine Daten sind das Produkt, mit dem der Konzern sein Geld verdient. Deshalb kann Facebook auch gar kein Interesse daran haben, das System grundlegend zu ändern; Daten zu horten ist das Geschäftsmodell.

*»Alles, was uns dabei hilft, mehr Menschen noch häufiger zu verbinden, ist *de facto* gut.« – Interne Memo von Andrew Bosworth, Facebook-Vizepräsident* #19

- **Hass gehört zum System:** Dass Hassrede und Fake News auf Facebook wuchern, ist kein Zufall. Denn das Netzwerk will Emotionen bei seinen Nutzern auslösen. Das spült nicht nur den Post über das neugeborene Baby nach oben, sondern auch extreme Posts, die aufregen und wütende Reaktionen stimulieren. Sie werden durch den Algorithmus von Facebook häufiger angezeigt, Wut-Gruppen häufiger vorgeschlagen. *9 Mit dieser Mechanik gewichtet das Netzwerk extreme Meinungen stärker als gemäßigte – und löst negative Emotionen aus, die zusätzlich sozial ansteckend wirken können. #20

- **Facebook macht krank:** Was das soziale Netzwerk wirklich will, ist nicht schwer zu erraten – Nutzer sollen möglichst häufig Facebook nutzen und damit mehr Werbung angezeigt bekommen. Unangenehm dürften dem Netzwerk zahlreiche Studien sein, die vor Folgen für die Psyche warnen, von Abhängigkeit bis zu digitalem Burnout und Depression. Gestellte Urlaubsfotos und Heile-Welt-Bilder sind eben nicht nur schön, sondern sorgen auch für hohen Vergleichsdruck, Neid und Unzufriedenheit. #21

»Ich fühle mich enorm schuldig. […] Diese kurzzeitigen, Dopamin-gesteuerten Feedbackschleifen, die wir geschaffen haben, zerstören, wie unsere Gesellschaft funktioniert.« – Chamath Palihapitiya, frühere Facebook-Führungskraft #22

Und ganz nebenbei ist die Facebook-App ein richtiger Stromfresser für das Smartphone. #23 Fast alles davon ist schon länger bekannt. Die Frage ist also nicht »Soll ich wegen des Datenskandals jetzt Facebook löschen?«. Der Datenskandal sollte vielmehr der Anlass sein, sich die eigentliche Frage zu stellen: »Sind es mir die Vorteile von Facebook wert, die Nachteile weiter zu ignorieren?«

Mir sind sie es nicht. Und trotzdem fiel mir die Entscheidung überraschend schwer. Denn als Nutzer, der sich für immer ausloggen will, traf ich auf Facebooks Geheimwaffe.

Facebooks Geheimwaffe, damit niemand das Netzwerk verlässt

Der wahre Grund, warum auch nach dem Datenskandal Facebook weiterhin das größte soziale Netzwerk bleiben wird, ist ein perfider psychologischer Effekt, dem auch ich bisher auf den Leim gegangen bin: FOMO *10 – oder die Angst, etwas zu verpassen.

Denn Facebook den Rücken zu kehren, bedeutet auch, ein paar Neuigkeiten später zu erhalten, #25 ein Update oder Babyfoto nicht zu sehen und bei manchen Gesprächen eben nicht mitreden zu können.

Das Netzwerk setzt damit gezielt auf eine Schwäche, #26 die tief in unserer menschlichen Psyche verankert ist: der verzweifelte Wunsch, mit anderen Menschen verbunden zu sein. #27

Aber ist diese digitale Verbundenheit wirklich echte Verbundenheit?

Für mich ist sie das nicht. Und immer mehr Studien #28 geben mir recht. Sie zeigen: Je mehr Zeit Nutzer auf Facebook verbringen, desto eher werden sie nur von anderen wertvollen Interaktionen abgelenkt #29 und fühlen sich weniger zufrieden und einsamer. #30

Wer Facebook hingegen verlässt, fühlt sich am Ende vielleicht ausgegrenzt, aber glücklicher. #31 Ich werde es ja sehen.

Ich sage auch nicht, dass jeder es mir gleichtun sollte. Aber der Datenskandal kann Anlass sein, die eigene Nutzung von Facebook kritisch zu hinterfragen. Und das würde mich nicht überraschen.

Zusätzliche Informationen

*1 Der heftige Einbruch der Aktie erfolgte kurz nach Bekanntwerden des Datenskandals. Mittlerweile befindet sie sich wieder im Aufwärtstrend und der gesamte Einbruch reduziert sich damit auf knapp 13%. Für eine der beliebtesten Aktien der letzten Jahre dennoch eine Börsen-Katastrophe.

*2 Nachdem der Datenskandal bekannt geworden war, schrumpfte der Börsenwert an nur einem Tag um 35 Milliarden Dollar. Facebook rutschte damit von Platz 5 auf Platz 6 der wertvollsten Wallstreet-Unternehmen (nach Apple, Amazon, der Google-Muttergesellschaft Alphabet, Microsoft und Warren Buffetts Holding Berkshire Hathaway).

*3 Cambridge Analytica ist ein 2013 gegründetes Tochterunternehmen des britischen Strategic Communications Laboratories von Alexander Nix. Sie wurde gegründet, um gezielt mit Dienstleistungen in die US-Innenpolitik einzusteigen. Finanziert wurde das Unternehmen unter anderem vom konservativen US-Milliardär Robert Mercer. Am Aufbau beteiligt war Trumps Chefstratege Steve Bannon, der später Vize-Präsident des Unternehmens wurde.

*4 Damit verletzte er wahrscheinlich die Plattform-Bestimmungen von Facebook zur Weitergabe von Daten an Dritte. Die Bezeichnung »Datenleck« in vielen Medien ist deshalb irreführend. Die Nutzer haben die Daten freiwillig hergegeben, und nur öffentliche Daten der Freunde wurden abgerufen.

*5 Facebooks Interface unterstützt diese Idee eines zentralen Systems für vieles. Apps werden direkt in die Oberfläche integriert. Der Newsfeed zeigt alle wichtigen Infos aus Gruppen, von Websites und Freunden an. Die Kommunikation per Messenger funktioniert auch, ohne die Website zu verlassen. Das Ziel dahinter ist klar: möglichst das Facebook-Fenster nicht zu verlassen.

*6 Dies dient dazu, Videos aufzunehmen und zu verschicken. Facebook hat in der Vergangenheit **vehement bestritten,** diese Funktion zum Sammeln anderer Daten zu nutzen. **Technisch möglich wäre es aber**.

*7 Bei **Tests eines Journalisten von The Guardian im Jahr 2012** schaffte es das Netzwerk trotz marginaler öffentlicher Informationen eines Profils, Freunde und Kollegen treffsicher vorzuschlagen.

*8 Es nutzt dazu »Tracker« in Form von Cookies – kleinen Code-Bausteinen –, um mit anderen Websites zu kommunizieren – etwa damit diese die Identität über Facebook authentifizieren oder Likes vergeben dürfen. Auch über auf Websites eingebundene Facebook-Icons oder Funktionen erhält das Netzwerk Zugriff.

*9 Dies fiel mir bei Recherchen mit verdeckten Accounts im Netzwerk besonders auf. Vorgeschlagen wurden mir vor allem Aufreger-Gruppen und fragwürdige Lokalnachrichten-Sites, die gegen Geflüchtete wetterten.

*10 Die Angst, etwas zu verpassen (Fear of missing out, FOMO) wird gern die erste Social-Media-Krankheit genannt. Dabei ist diese Form der Angst keine anerkannte Diagnose. FOMO meint die Sorge, dass wir eventuell weniger bereichernde Erfahrungen machen als unsere Mitmenschen. »Betroffene« fühlen sich zum Beispiel unruhig, wenn sie nicht wissen, was ihre Freunde gerade tun, und sind traurig, wenn der Freundeskreis etwas ohne sie unternimmt.

Als soziales Wesen, das in Gruppen vernetzt ist, hatte der Mensch auch vor dem Internet ein tief sitzendes Bedürfnis, soziale Ereignisse nicht zu verpassen und so dazuzugehören. Das Internet verstärkt das Gefühl dadurch, dass wir mehr und vor allem zeitnahe Informationen über andere haben, und erleichtert damit den Vergleich. Gleichzeitig geben soziale Medien die Möglichkeit, einzelne Aspekte des Alltags besonders positiv darzustellen, was die Sorge bei anderen wiederum befeuern kann.

Quellen und weiterführende Links

#1 Das Handelsblatt über abspringende Investoren bei Facebook (2018)
http://www.handelsblatt.com/unternehmen/it-medien/datenskandal-investoren-verkaufen-die-aktie-und-ziehen-gegen-facebook-vor-gericht/21094626.html

#2 Paul Grewals offener Brief zeigt Facebooks Sicht der Dinge als Opfer von Lügen (englisch, 2018)
https://newsroom.fb.com/news/2018/03/suspending-cambridge-analytica/

#3 Facebooks wegbrechende Werbekunden als Nachricht bei Welt.de (2018)
https://www.welt.de/wirtschaft/article174857395/Facebook-Datenskandal-vertreibt-grosse-Werbekunden.html

#4 Die rechtlichen Konsequenzen bei Netzpolitik.org (2018)
https://netzpolitik.org/2018/datenskandal-politik-nimmt-facebook-in-die-pflicht/

#5 Whistleblower Christopher Wylies Informationen in The Guardian (englisch, 2018)
https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election

#6 Die Recherche der New York Times zum Datenskandal (englisch, 2018)
https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html

#7 Unser Gastautor Daniel-C. Schmidt war während der US-Wahl in den USA unterwegs und analysiert die Wut, die zum Ergebnis geführt hat
https://perspective-daily.de/article/123

#8 Die Nachricht zu den Zahlen über Deutsche ausspionierte Konten bei der Tagesschau.
http://www.tagesschau.de/wirtschaft/facebook-daten-cambridge-analytica-103.html

#9 Was Facebook wusste und eingesteht in der Nachricht bei CBSnews (englisch, 2018)
https://www.cbsnews.com/news/cambridge-analytica-facebook-knew-for-two-years-no-action-taken/

#10 Eine US-Befragung zum Effekt des Datenskandals auf die Facebook-Nutzung (englisch, 2018)
https://www.mediapost.com/publications/article/316670/users-worry-about-facebook-data-plan-to-use-less.html

#11 Die Analyse von MySpace-CEO Mike Jones zu Facebooks Sieger-Strategien (englisch, 2015)
http://www.businessinsider.com/former-myspace-ceo-explains-why-facebook-was-able-to-dominate-social-media-despite-coming-second-2015-5?IR=T

#12 In diesem Text gehe ich dem Phänomen der Social Bots auf den Grund
https://perspective-daily.de/article/366

#13 In diesem Artikel erkläre ich nach einer Undercover-Recherche, wie es unter Reichsbürgern wirklich zugeht
https://perspective-daily.de/article/263

#14 Das musst du wissen, um Fake News zu verstehen
https://perspective-daily.de/article/213

#15 Ein Interview mit Hannes Ley vom Projekt Hashtag Ichbinhier, das gegen den Hass im Netz anschreibt
https://perspective-daily.de/article/220

#16 Die Analyse zu Facebooks Cookie-Informationen vom Business Insider (englisch, 2012)
http://www.businessinsider.com/this-is-how-facebook-is-tracking-your-internet-activity-2012-9?IR=T

#17 Bericht bei t3n, wie Facebook Telefondaten und SMS mitgelesen hat (2018)
https://t3n.de/news/daten-protokolliert-facebook-998868/

#18 »The Verge« erklärt, wie du sehen kannst, in welche Kategorien Facebook dich einsortiert (englisch, 2016)
https://www.theverge.com/circuitbreaker/2016/8/24/12621784/facebook-political-preferences-ads

#19 Facebooks »Wachstum um jeden Preis«-Mentalität in einer umstrittenen internen Mail bei Buzzfeed (englisch, 2018)
https://bzfd.it/2q1qPI3

#20 Diese Studie legt nahe, dass sich positive und negative Emotionen über soziale Medien verbreiten und »ansteckend« wirken (englisch, 2014)
http://www.pnas.org/content/111/24/8788.abstract

#21 Eine Studie zu Neid und Unzufriedenheit durch passive Facebook-Nutzung (englisch, 2013)
https://www.ara.cat/2013/01/28/855594433.pdf

#22 Die Rede von Chamath Palihapitiya vor der Stanford Graduate School of Business bei »The Verge« (englisch, 2017)
https://www.theverge.com/2017/12/11/16761016/former-facebook-exec-ripping-apart-society

#23 Wie stark sich die Facebook-App auf die Batterielebensdauer auswirkt, steht bei INC.com (englisch, 2017)
https://www.inc.com/john-koetsier/deleting-this-one-app-can-literally-double-your-phones-battery-life.html

#24 Chers Twitter-Post darüber, dass sie Facebook gelöscht hat (englisch, 2018)
https://twitter.com/cher/status/976280074583359489?

#25 Der Journalist Samuel Gibbs beschreibt, was er in 30 Tagen Facebook-Abstinenz verpasst hat (englisch, 2014)
https://www.theguardian.com/technology/2014/feb/01/why-ditching-facebook-feels-like-opting-out-of-modern-life

#26 Sean Parker, der ehemalige Facebook-Berater, über Facebooks Absichten bei engadget (englisch, 2017)
https://www.engadget.com/2017/11/09/sean-parker-facebook-exploits-human-psychology/

#27 Dieses Paper legt nahe, dass echte Beziehungen persönlichen Kontakt brauchen (englisch, 2016)
http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/3/1/150292

#28 Eine Harvard-Studie über den Zusammenhang zwischen Zufriedenheit und Facebook-Nutzung (englisch, 2017)
https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28093386

#29 Eine Studie zur Ablenkung durch soziale Medien und Lebenszufriedenheit (englisch, 2004)
http://www.com.cuhk.edu.hk/ccpos/b5/pdf/QoL10.pdf

#30 Eine Studie der University of Pittsburgh zu Einsamkeit bei jugendlichen Nutzern von sozialen Medien (englisch, 2017)
http://www.ajpmonline.org/article/S0749-3797(17)30016-8/fulltext

#31 Eine Studie aus Dänemark zur Glücklichkeit nach dem Facebook-Ende (englisch, 2016)
https://www.liebertpub.com/doi/abs/10.1089/cyber.2016.0259?journalCode=cyber