# fluter.

Frühjahr 2022 / Nr. 82

# Soziale Medien

Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung

## Eine Podcastreihe über die Macht der **DESINFORMATION**

Greift der russische **GEHEIMDIENST** die privaten E-Mail-Adressen von Bundestagsabgeordneten an, um Propaganda zu verbreiten? (EPISODE 1) Das Märchen von der gestohlenen **BRIEFWAHL** in den USA. (EPISODE 2) Wie alte KGB-Methoden heute in der Ukraine zu **FAKE NEWS** führen. (EPISODE 3) Was zu dem Angriff auf das **KAPITOL** am 6. Januar 2021 führte. (EPISODE 4) Welche Rolle Facebook, YouTube und Amazon bei der Verbreitung von **DESINFORMATION** spielen. (EPISODE 5) Warum Social Media den **FRIEDEN** in Indien bedroht. (EPISODE 6) Können wir von **TAIWAN** im Kampf gegen Desinformation lernen? (EPISODE 7) So findet der Krieg in der **UKRAINE** im Netz statt. (EPISODE 8)

PRODUCED by bpb in Zusammenarbeit mit EXPERTINNEN und EXPERTEN.
Jetzt hören auf: **BPB.DE/NETZAUSLUEGEN**

bpb: Bundeszentrale für politische Bildung

# Editorial

Über die Hälfte der Menschen nutzen Soziale Medien. Im Januar waren es weltweit 4,62 Milliarden. Am meisten Zeit verbringen die Menschen in Nigeria mit Social Media: 247 Minuten pro Tag. Deutschland belegt mit 89 Minuten den 45. Platz. Am wenigsten Zeit verbringt man in Japan damit: 51 Minuten täglich

Wie sozial sind Soziale Medien? Sie sind jedenfalls überall und aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Milliarden Menschen aller Generationen und sozialer Schichten nutzen sie. Offenbar treffen sie einen Nerv. Sie bieten einfache und auch völlig neue Möglichkeiten, miteinander zu diskutieren, sich in Echtzeit auszudrücken, zu organisieren, zu informieren und zu unterhalten. Gerade in Krisen und in Zeiten des Kriegs, wie jetzt in der Ukraine, erfüllen sie wichtige Dienste.

Bei näherer Betrachtung und angesichts der nun seit Jahren damit gemachten Erfahrungen bleibt der Befund aber widersprüchlich. Es gibt mindestens zwei asoziale Dimensionen im jetzigen Regime der Sozialen Medien: Sie sind sozial vor allem für die Betreiber und ihre Eigentümer. Der in Deutschland geltende Verfassungsgrundsatz der „informationellen Selbstbestimmung“ wird für Nutzer und Nutzerinnen de facto außer Kraft gesetzt: In den Vereinbarungen, die wir „freiwillig“ mit den Plattformen durch ein paar lästige Klicks schließen, verzichten wir meist, ohne näher hinzusehen, auf vieles, was uns an Rechten zustünde. Wir machen uns zu Produkten, überlassen Daten als Waren für die weitere Verwertung. Es findet dabei letztlich eine massenhafte Enteignung, Überwachung und Entrechtung statt. Auch nur zu erfahren, was mit unseren Daten geschieht, welche Rechte wir daran haben, bleibt schwierig und den allermeisten verborgen. Wir sind als User dieser monopolartigen Dienste fest in eine Kapitallogik eingebunden – getan wird dort, was den Betreibern Gewinn bringt. Und die Entscheidungen über diese weltweiten Infrastrukturen liegen letztlich in der Hand einiger weniger Eigentümer und ihrer Vertreter.

Dazu kommt: Unsere vielfältigen sozialen Beziehungen werden durch die vorherrschenden Sozialen Medien verzerrt abgebildet. Was wird hier eigentlich durch die Algorithmen als sozial definiert und bevorzugt? Weil es Aufmerksamkeit bindet und so das Geschäftsmodell stützt, werden Starkult und überzogene Ideale der Selbstdarstellung mitsamt dem entwürdigenden und krank machenden Konkurrenzdruck befeuert, werden Aufregungen bis hin zu offenem Hass und organisierter Gewalt einfach gemacht und im Umlauf gehalten.

Was fehlt? Was würden wir anders erfahren wollen? Wie wäre es zum Beispiel damit: unbeobachtete Momente erleben können, in Ruhe miteinander schweigen, sich ungestört Trost spenden, gemeinsam Gelassenheit, Achtung und Selbstgewissheit finden. In Echtzeit wissen und selbst entscheiden, welche Daten wir an wen weitergeben und wofür.

Die vorherrschenden Ausblendungen und Widersprüche zeigen, dass da noch Entscheidendes fehlt. Unsere offenen Fragen geben Hinweise, wie es anders werden und weitergehen könnte. Diese Plattformen sind ja kein Schicksal, sie gehören zu Verhältnissen, die verändert werden können.

Das Geschäft mit unseren sozialen Beziehungen und Daten ist auch in Deutschland bisher wenig wirksam reguliert, angesichts ihrer weltweiten Macht steht die politische Einhegung der Konzerne noch am Anfang. Ohne öffentliche Debatten, organisierten Druck und unsere eigene massenhafte Beteiligung daran wird die Politik hier eher schwach bleiben.

Letztlich geht es dabei um die Frage, was wir unter gutem Leben verstehen wollen. Wie wollen wir es uns erkämpfen, und wie werden wir unser Miteinander digital neu gestalten? Wie sähen denn wirklich soziale Soziale Medien aus? Wem gehörten sie, welchen Werten wären sie verpflichtet?

*Thorsten Schilling*

# Inhalt

**Unser Insta-Account ist natürlich gratis, aber jetzt kommt's: das Abo auch! www.fluter.de/abo**


**6 Der Algorithmus, wo ich mitmuss?**
TikTok soll noch süchtiger machen als andere Netzwerke. Unser Autor stellt sich auf die Probe

**9 Make posts not war**
Widerstand und Propaganda: Der Krieg in der Ukraine findet auch in den Sozialen Medien statt

**10 Echt jetzt?**
Ist das eigentlich das wirkliche Leben, was wir da so posten? Und wenn nein: was dann? Ein Gespräch

**16 Was Besseres als dich**
Für manche geht die Gleichung beim Onlinedating auf, für andere nicht

**18 Ordentlich was los im Belohnungszentrum**
Können Insta und Co. psychisch krank machen?

**21 Zeige deine Wunden**
Manchen depressiven Menschen tut es gut, über ihr Leid zu posten

**22 You look so beautiful**
Erst machten die Filter schöner, nun öfter mal eine OP

**26 Das Social-Media-Universum**
Unser Schaubild zeigt, wer die Social-Media-Welt dominiert

**28 In die Falle gelockt**
So haben Menschenschmuggler die Plattformen für ihr Geschäft mit Flüchtenden genutzt

**31 Andere Nutzer haben auch diese Menschen vertrieben**
In Myanmar wurden viele Rohingya ermordet und vertrieben. Was hatte Facebook damit zu tun? Das klärt nun ein Gericht

**32 Der Kampf hat begonnnen**
Ein europäisches Netzwerk, das keine Daten verkauft: Wie realistisch ist das eigentlich?

**36 Follow the money**
Eine ehemalige Mitarbeiterin hat gezeigt, dass Facebook der Profit über alles geht

**37 Make Ghana great again**
In Ghana wird aus einem Hashtag eine Protestbewegung

**38 Welt, bitte mal herhören**
Wo und wann Soziale Medien zu wichtigen politischen Veränderungen beigetragen haben

**40 Ist doch nur Internet**
Unfassbar, was manche Menschen posten. Leider fällt es der Polizei nicht leicht, dagegen vorzugehen

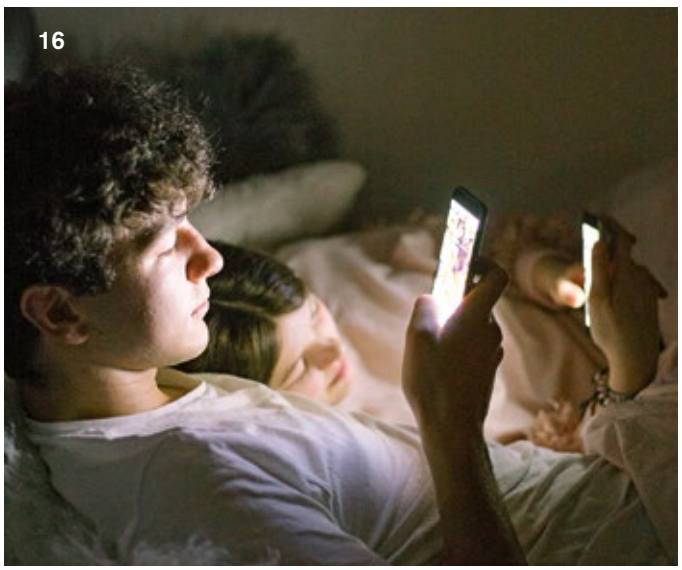
**43 Follower in Uniform**
Aus dem Ausland China kritisieren? Keine gute Idee

**44 Bitte mal aus der Rolle fallen**
Wie im Virtuellen die Gesellschaft verändert wird

**46 Der Letzte macht die Emojis aus**
Welchen Messenger kann man eigentlich guten Gewissens benutzen? Ein Überblick

**48 Kommt doch mal ein bisschen runter**
Ein paar Tipps, um seltener zum Smartphone zu greifen

**50 Impressum & Vorschau**

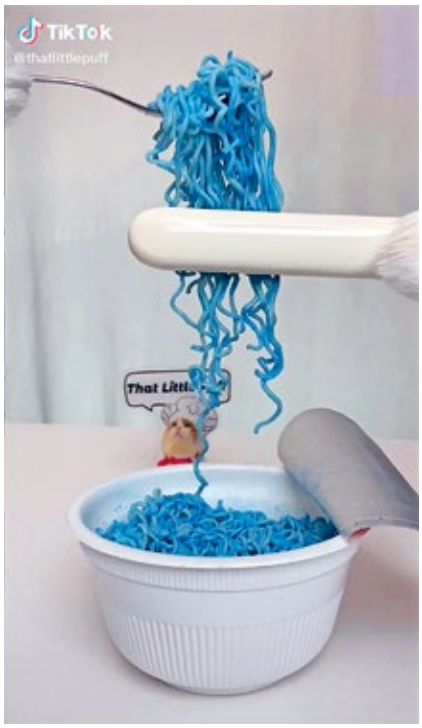



In Wahrheit sind Vögel Überwachungsdrohnen, die Menschen ausspionieren. Die echten Vögel wurden vor vielen Jahren vom amerikanischen Geheimdienst getötet und durch kleine Flugapparate ersetzt. Ach so: Vögel, die man auf Stromleitungen sitzen sieht, sind in Wahrheit Drohnen, die gerade aufgeladen werden. „Birds aren't real!" Seit fünf Jahren verbreitet Peter McIndoe (23) diese Verschwörungstheorie. Er hat sogar vor der Twitter-Zentrale demonstriert, weil das Unternehmen einen Vogel im Logo hat. Der Unterschied zu anderen Verschwörungstheoretikern: McIndoe und sein junges Team wissen sehr genau, welchen Unsinn sie da verbreiten. Aufgewachsen in den USA, wo ein beachtlicher Teil glaubt, dass sich demokratische Politiker und Politikerinnen mit dem Blut entführter Kinder verjüngen, haben sie nach einem Ventil für ihre Wut gesucht und es in der Satire gefunden. Man wolle „Wahnsinn mit Wahnsinn bekämpfen", so McIndoe. Oft mischen sich die „Birds aren't real"-Aktivisten unter Demos von Trump-Anhängern, um die Absurdität von deren Überzeugungen deutlich zu machen.

# Der Algorithm wo ich mitmuss?

Von Michael Brake

Kein Soziales Netzwerk wächst so schnell wie TikTok. Was ist das Geheimnis der App, und macht sie wirklich süchtig? Unser Autor ist tief eingestiegen



# us,

Eine Frau im Bikini wälzt sich im Schnee und springt danach in einen Swimmingpool – „Ja, es war kalt 🥶“. Zwei jungen Männern mit Wasser im Mund wird ein Witz erzählt, bis einer losprustet – „Zu WILD 😂👌 HAHA“. Ein Typ namens @mr_socialmedia erklärt, wie man ein bewegtes Hintergrundbild fürs iPhone erzeugt. „Damit könnt ihr angeben! 😉📲“. Eine Frau stürzt dreimal an einen Herd, um Milch in letzter Sekunde vor dem Überkochen zu retten, sie imitiert dabei eine US-Amerikanerin, eine Französin und eine Polin. Zehn Teenager mit Mund-Nasen-Bedeckung posen vor der Kamera, im Hintergrund läuft „Ms. Jackson“ von OutKast – „zehn chayas suchen home help 😩😩“.

Das also ist meine erste Minute auf TikTok. Wenige Filmchen dauern länger als 15 Sekunden, und egal in welche Richtung ich wische, kommen mehr Videos, Videos, Videos. Ich bin erst mal überfordert.

Soziale Medien nutze ich, freundlich ausgedrückt, intensiv. Auf Facebook tausche ich mich mit dem älteren Teil meines Freundeskreises aus, auf Instagram mit dem jüngeren, auf Twitter mit fremden Menschen und Kollegen. Auf TikTok kenne ich quasi niemanden. Dabei hat die App im Herbst 2021 nach eigener Aussage die Marke von einer Milliarde monatlich aktiver Menschen geknackt. Was zwar immer noch weniger sind als bei Facebook, Instagram oder YouTube, aber: Keiner von denen hat das so schnell geschafft. Auch immer mehr Firmen und Medien glauben, auf TikTok präsent sein zu müssen.

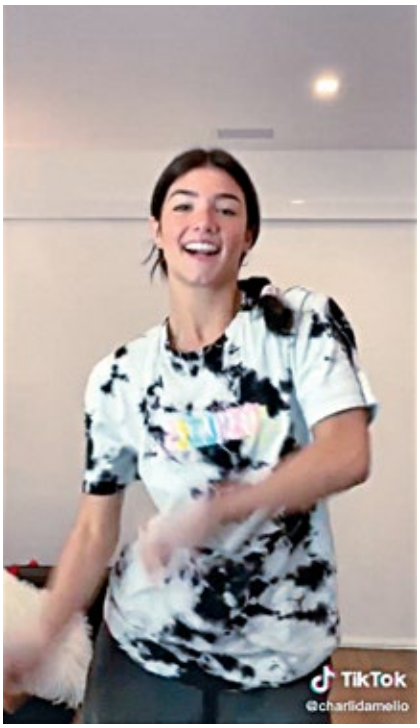
Ich will wissen, ob mich der Algorithmus von TikTok kriegt, also die Formel, die festlegt, welche Videos mir auf dem Startbildschirm angezeigt werden. Algorithmen sind so etwas wie das Coca-Cola-Rezept des Internets: Man kann sich zwar ungefähr vorstellen, wie sie aussehen, aber ihre ganz genaue Zusammensetzung bleibt das Geschäftsgeheimnis der Tech-Konzerne. Der Algorithmus von TikTok gilt dabei als besonders ausgefuchst, wobei das, was im Dezember 2021 durch ein Leak über ihn bekannt wurde, gar nicht so spektakulär erscheint. Sehr stark vereinfacht soll er so aussehen: Plike x Vlike + Pcomment x Vcomment + Eplaytime x Vplaytime + Pplay x Vplay.

Was auch immer genau E, V und P hier bedeuten mögen: Die Menge an Likes, Kommentaren und wie oft Videos angefangen und auch beendet wurden, spielt also eine Rolle – okay. Zusätzlich soll verhindert werden, dass ich zu viele ähnliche Videos nacheinander gezeigt bekomme – selbst wenn jedes einzelne perfekt für mich wäre –, damit sich kein Ermüdungseffekt einstellt. Außerdem sind die Hashtags, mit denen von mir gern gesehene Videos versehen sind, wichtig – das gute alte „Nutzer, die X kauften, kaufen auch Y“-Prinzip also. Wobei TikTok als kleine Starthilfe direkt bei der Anmeldung einige meiner Interessen abgefragt hat.

Die App verlangt auch sonst einiges von mir. Andere Netzwerke kann ich nebenbei durchscannen und -scrollen, TikTok will meine volle Aufmerksamkeit, und dabei soll ich möglichst auch noch den Ton anmachen. Häufig fehlt mir dafür die Geduld. Schrecklicher Verdacht: Könnte meine Aufmerksamkeitsspanne gar zu gering für TikTok sein? Aber nach und nach finde ich Dinge, die mir gefallen, dabei drücke ich eifrig den ❤️-Button und folge allen Kanälen, die mir halbwegs interessant erscheinen, um der Sache eine Richtung zu geben.

Nach einiger Zeit weiß der Algorithmus, dass mir folgende Dinge gefallen: 1. Die Zubereitung von Essen, die hier häufig in Dutzende extrem schnell und elegant geschnittene Einzelschritte zerlegt ist. 2. Gelungene Aktionen aus Fußballspielen oder -trainingseinheiten. 3. Kurze Parodieeinlagen oder auch Sketche, bei denen eine Person stets sämtliche Rollen übernimmt, ein sehr genuines TikTok-Humorformat.

Denn das ist überhaupt sehr auffällig hier. Egal ob getanzt, gekocht, geprankt, gezaubert, gezeichnet oder aufs Fußballtor geschossen wird – fast immer sind die Creators, wie sie im TikTok-Kosmos heißen, mit im Bild, ja: im Mittelpunkt. Das gab und gibt es natürlich auch bei YouTube und Instagram und hat das Berufsbild des Influencers ja erst hervorgebracht –




doch was dort ein Genre unter vielen ist, ist hier der Standard.

Welch bedeutende Rolle die Creators spielen, zeigt auch ein Blick in die Statistik. Die Listen der reichweitenstärksten Instagram- und Facebook-Kanäle bzw. -Seiten bestehen größtenteils aus Fußballern, Musikern, Marken und Models. Die meisten der großen TikToker hingegen sind durch die App und mit ihr groß geworden. Die aktuellen Top 3 sind: Charli D'Amelio, eine 17-Jährige aus Connecticut (mehr als 136 Millionen Abonnentinnen und Abonnenten), die vor allem durch ihre Dance-Skills berühmt wurde; Khaby Lame, ein in Italien lebender 22-jähriger Senegalese, der als Comedian die Nutzlosigkeit scheinbar sinnvoller Lifehacks parodiert – und die philippinisch-US-amerikanische Sängerin Bella Poarch, die mit 25 schon am oberen Ende der Creator-Altersspanne steht und vor dem Beginn ihrer TikTok-Karriere im Frühjahr 2020 mehrere Jahre bei der US Navy diente.

Dass es hier so viele Unbekannte schaffen, soll auch wieder am Algorithmus liegen, der nach Angaben von TikTok keinen Wert auf die Followerzahl eines Creators legt. Nichtsdestotrotz: Fast alle Videos, die mir zufällig gezeigt werden, haben schon Zigtausende bis Millionen Abrufe und Likes. Selber einen Überraschungshit zu landen erscheint mir im Umkehrschluss ziemlich schwer. Und überhaupt ist guten Content zu produzieren deutlich komplexer als etwa auf Twitter oder Instagram, wo ein paar geniale Momente ausreichen können. Ein mittelkomplexes TikTok-Video zu schneiden erfordert solides Handwerk und kostet einiges an Zeit. Für TikTok-Stars kann das schnell zum Vollzeitjob werden, den sie sich unter anderem mit Product-Placement und Werbepartnerschaften oder aber durch direkte Spenden ihrer Fans in Form einer In-App-Währung finanzieren.

Noch etwas ist an TikTok besonders: Es ist das erste global bedeutende Soziale Netzwerk, das nicht in den Vereinigten Staaten erfunden wurde – sondern in China. 2016 veröffentlichte das Pekinger Unternehmen ByteDance die App Douyin, deren Klon für den internationalen Markt seit 2017 TikTok ist. Seit dem letzten Jahr redet die chinesische Regierung bei TikTok mit und sorgte wohl dafür, dass ein Video einer Nutzerin, die sich kritisch gegenüber dem chinesischen Staat äußerte, gesperrt wurde.

2018 integrierte ByteDance kurzerhand die rund 200 Millionen Nutzerinnen und Nutzer von Musical.ly in TikTok – einer App, die darauf basierte, dass Popsongs lippensynchron nachgesungen und nachgetanzt werden. Der Ursprung findet sich bis heute in der DNA von TikTok. Bei jedem Video wird angezeigt, was gerade auf der Tonspur los ist, und man kann mit dem Sound sofort einen eigenen Clip erstellen. So fördert TikTok ganz bewusst das, was das Wesen von Social-Media-Kultur ausmacht: digitale Massenaktionen, das gemeinsame Erschaffen, Abwandeln und Verfeinern von Memes, von kurzzeitig aufbrandenden Trends und Hashtags.

Dazu gehört bei TikTok auch eine Zitat- und Duettfunktion, die zwei Creators miteinander verbindet. TikTok wimmelt nur so von Filmchen, bei denen alle den gleichen Tanzschritt, die gleiche Challenge oder die gleiche digital erzeugte Spielerei ausprobieren. Das schafft Verbindung, auch wenn die App auf den ersten Blick so aussehen mag, als wäre es ein großes narzisstisches Dancing on my own.

Seit meiner Anmeldung sind ein paar Wochen vergangen, und ich kann inzwischen herrlich Zeit auf TikTok verplempern, von einigen populären Soundschnipseln habe ich Ohrwürmer (hallo, „Monkeys spinning Monkeys"!). Die Videos entwickeln einen Sog, weil sie so kurz sind. Und weil man so schnell zum nächsten kommt. Das kann man doch noch eben schauen. Und dann noch eins. Und noch eins. Nur noch eins! Diesen Effekt kannte ich allerdings auch schon von den Endlos-Timelines auf Twitter und Instagram.

Bloß der Algorithmus überzeugt mich nicht so wirklich: Noch immer ist auf meiner Startseite extrem viel Trash dabei. Gefällt mir allerdings ein Video, dann schau ich gern mehr von seinem Creator oder auch einen Clip gleich in Dauerschleife. Und hin und wieder finde ich echte Perlen, wie etwa Savanah Moss, die verworrene, traumsequenzartige Minifilme dreht, die auch David Lynch gefallen würden. Oder das komplett talentfreie Berliner Zaubererduo Siegfried and Joy. Das alles rettet nicht die Welt, kann sie aber für 15 Sekunden ein wenig bunter machen. ↖

**5** Stunden und 27 Minuten täglich verbringen die Menschen in Deutschland im Durchschnitt im Internet.

**6** Stunden und 55 Minuten sind es im weltweiten Durchschnitt.

Von Anastasia Magazowa

# Make posts not war

Eine Ukrainerin auf der Flucht hört eine Rede des ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj

„Ich habe entschieden, tapfer zu sein. Den Krieg mit Würde zu ertragen. Es nicht mehr wichtig zu nehmen, wenn mir Dinge fehlen, an die ich gewöhnt war: guter Kaffee, Maniküre, neue Klamotten, Bücher, Morgenrituale, Samstagsspaziergänge. Wir werden gewinnen“, schreibt Yaroslava Antipina am 3. März, dem achten Tag des Krieges, auf Twitter. Die ukrainische IT-Managerin ist nur eine von Tausenden Stimmen, die sich seit Beginn der russischen Invasion in den Sozialen Medien erheben. Dort sprechen sich die Menschen Mut zu, sie posten Bilder von Zerstörungen und bitten die Welt um Hilfe. Auch der ukrainische Präsident Wolodymyr Selenskyj meldet sich täglich über seine Accounts zu Wort. Er filmt sich selbst auf der Straße vor seinem Amtssitz, auch als Zeichen des Widerstands. Auf TikTok appellierte er sogar an russische Influencer, ihre Bevölkerung umzustimmen und diesen Krieg zu beenden.

Auch die russische Regierung weiß die Sozialen Medien für ihre Zwecke zu nutzen. Schon seit Jahren verbreiten ihre Troll-Armeen Fake News in aller Welt, um Demokratien zu erschüttern. Damit die eigenen Bürger keine anderen Nachrichten als die Staatspropaganda erreichen, wurden Plattformen wie Twitter und Facebook in Russland blockiert. Gern nutzt Putins Regime Telegram, wo es keine Löschungen und Faktenchecks zu befürchten hat – während Facebook und Twitter alle Nachrichtenseiten markieren, die von Regierungen kontrolliert oder finanziert werden. Besonders verbreitet waren zu Beginn des Krieges russische Propagandavideos auf TikTok – mit emotionalen Szenen, die den Rückhalt in der Bevölkerung stärken sollen. Laut Untersuchungen des Institute for Strategic Dialogue wurde auf dem TikTok-Kanal der staatlichen russischen Informationsagentur in der Zeit zwischen dem 14. Januar und dem 28. Februar eine Playlist mit 83 Videos unter dem Titel „ukrainische Eskalation“ veröffentlicht, die rund 28,7 Millionen Mal angesehen wurden.

## Widerstand, Propaganda und Flucht: Im Krieg in der Ukraine spielen die Sozialen Medien eine große Rolle

Längst ist es auch ein Krieg der Bilder: Aufnahmen von Panzerkolonnen, von zerstörten Häusern oder verletzten Soldaten fluten das Internet. Aber was ist echt, was nur geschickte Montage? Mittlerweile wächst auch die Zahl der Faktenprüfer: „Open Source Intelligence“ (OSINT) nennt es sich, wenn die Posts im Internet mit Hilfe frei zugänglicher Daten geprüft werden, wie es zum Beispiel das internationale Kollektiv Bellingcat macht – das bereits nachwies, dass ein Passagierflugzeug von Malaysia Airlines mit 298 Menschen an Bord im Jahr 2014 von einem russischen Raketenwerfer über der Ukraine abgeschossen wurde. Als „Geheimdienst fürs Volk“ bezeichnet sich Bellingcat.

Nicht unwichtig ist auch die Rolle, die Soziale Netzwerke bei der Organisation von humanitärer Hilfe und finanzieller Unterstützung spielen. Zudem ist Facebook für viele Ukrainer ein Mittel, um sich mit Angehörigen und Freunden in der ganzen Welt zu verbinden und sie an ihrem Schicksal teilhaben lassen. Auf Twitter trenden Hashtags wie *#StopPutinNOW*, *#StopRussia* oder *#StopWarInUkraine* – und es finden sich dort regelrechte Kriegstagebücher, in denen die Menschen oft stündlich davon berichten, was der Krieg für sie bedeutet. Wie das von Yaroslava Antipina. Sie ist mittlerweile aus Kiew geflohen und postet nun jeden Tag aus der Westukraine. ↖

Wenn wir ständig alles posten, was wir erleben:
Können wir uns dann noch selbst und die Welt richtig erkennen – und sie kritisch hinterfragen? Und wieso füttern wir mit unseren persönlichen Erlebnissen so bereitwillig die großen Datenkraken? Der Medienphilosoph *Roberto Simanowski** erklärt es

# Echt jetzt?

Interview: Oliver Geyer

*Soziale Medien machen mit unseren persönlichen Erlebnissen viel Geld und dienen unter anderem der Überwachung. Das alles weiß man. Warum machen wir trotzdem alle mit?*

Weil die Vorteile für uns so offensichtlich sind, während uns die Fantasie für die möglichen Nachteile fehlt. Wir erleben den auf uns abgestimmten Service und sehen auch, dass dafür unsere Daten erfasst werden. Aber diese Daten erscheinen uns banal. Doch mit den richtigen Algorithmen kommen die Anbieter dadurch zu Einsichten in Dinge, die wir eigentlich nicht preisgeben wollen – von religiösen Überzeugungen bis zu sexuellen Vorlieben.

*Nehmen wir also die Überwachung als Fürsorge wahr?*

Der Begriff „Überwachungskapitalismus" zielt darauf, dass Überwachung heute als Service daherkommt. Die Social-Media-Plattformen überwachen uns nicht, um uns zu disziplinieren, sondern um unsere Wünsche perfekt zu erfüllen. Während sich in Ländern wie China die Unterdrückung durch Daten schon abzeichnet, werden solche Warnungen bei uns nicht ernst genommen. Dabei könnte man auch unsere Daten gegen uns verwenden.

*Sensationsgier, Bequemlichkeit und Suche nach Selbstbestätigung – ist der Mensch womöglich selbst schuld?*

Das Internet ist unser Feind, weil es so sehr unser Freund ist. Es bedient, was wir wollen: viel Spektakel und die willkommene Bestätigung unserer Überzeugungen. Filterblasen, in denen wir uns gegen andere Standpunkte abschotteten, existierten früher auch schon. Wir haben uns die Zeitungen gekauft, die uns politisch näherlagen. Aber da gab es noch eine Redaktion, die dafür sorgte, dass es nicht zu einseitig wird. Die Algorithmen haben diese Sorge nicht mehr.

*Aber bedienen die Sozialen Medien nicht auch positive Bedürfnisse: Zugehörigkeit zu Gruppen und Austausch mit anderen?*

Das ist unbestreitbar. Doch inzwischen ist klar, dass fast alle Vorteile auch ihre Kehrseite haben. Für Minderheiten ist es leicht, im Netz ihre Community zu finden. In autoritären Regimen können sich die Menschen mittels der Sozialen Medien sehr wirkungsvoll gegen die staatliche Unterdrückung organisieren. Andererseits stehen diese Möglichkeiten eben auch Extremisten offen, die die Demokratie schwächen wollen. Positiv ist grundsätzlich auch, dass hier jeder frei seine Meinung äußern kann. Aber die fehlende Kontrolle öffnet natürlich auch die Tore für Fake News und Verschwörungsmythen.

*Warum stellen die Menschen ihr Leben in den Sozialen Medien so bereitwillig zur Schau?*

Es heißt oft, der Grund sei Selbstverliebtheit. Die Leute wollten zeigen, was sie für ein tolles Leben führen. Ich glaube, das stimmt nur zum Teil. Meines Erachtens zeugen die digitalen Selbstdarstellungen von einer Unfähigkeit, das Leben wirklich zu erleben. Gerade an Urlaubsorten sieht man oft, dass die Leute ihre Fotos noch vor Ort posten. Sie sind gar nicht richtig anwesend, sondern sind schon halb in der digitalen Parallelwelt. Das ist faktisch eine Flucht aus dem Moment.

*Warum diese Flucht?*

Meine These ist: aus Überforderung. Dem modernen Menschen steht die ganze Welt offen, aber er leidet unter einer inneren Leere, sodass er mit all diesen Erlebnissen im Grunde gar nichts mehr anfangen kann. Im Pariser Louvre eilen die Leute von Gemälde zu Gemälde, machen vor der „Mona Lisa" von Leonardo da Vinci ein Selfie, und dann geht es weiter. Man hat seine Funktion als Tourist erfüllt, und die anderen in den Sozialen Netzwerken bestärken einen: Toll, was du da gerade erlebst! Und wir bestätigen dann deren Erlebnisfotos. So delegiert man das eigentliche Erleben jeweils an die anderen, ohne dass man darüber nachdenkt, was man da eigentlich gerade erlebt. Es ist paradox: Wir leben in einer Selfiezeit mit abnehmendem Bewusstsein über uns selbst.

*Was bedeutet das für die politische Meinungsbildung?*

Wenn man sich immer weniger als bewusstes und auch widersprüchliches Individuum wahrnimmt, spürt man auch weniger inneren Widerstand gegen die Identifikationsangebote im Netz. Man ist eine leichte Beute für die Filterblasen, in denen dann eine Unfähigkeit entsteht, andere Sichtweisen wahrzunehmen und gegenteiligen Argumenten überhaupt zuzuhören. So kommt es immer öfter zu Hatespeech. Diese Zerstörung einer dialogischen Meinungsbildung ist natürlich gefährlich für das Selbstverständnis einer Demokratie.

*Sie behaupten, kein Kulturpessimist zu sein. Was ist der Zweck Ihrer Kritik?*

Zu verhindern, dass uns das als Gesellschaft noch öfter passiert – dass wir den Verlockungen neuer Technologien vorschnell auf den Leim gehen und dann merken: Oh, da ist ja was schiefgegangen! Lange hat man die Möglichkeiten der Teilhabe im Netz gelobt. In der Tat waren es zuerst überwiegend die fortschrittlichen Kräfte, die sich hier verbunden haben, wie man an der Demokratiebewegung des Arabischen Frühlings eindrucksvoll sehen konnte. Als dann aber demokratiefeindliche Kräfte verstärkt in die Sozialen Medien drangen – als etwa Donald Trump auch mithilfe von Facebook und Twitter, wie er selbst sagte, ins Weiße Haus einzog und als mit der Pandemie dann die Verschwörungsmythen ins Kraut schossen –, war es zu spät. Wir sollten vorher misstrauisch sein und genau nach den möglichen Folgen neuer Medien fragen. Das gilt auch für alle künftigen neuen Medien: Web3, Metaverse, künstliche Intelligenz.

*Wie tragen die Daten- und Geschäftsmodelle der großen Plattformen zu ihrer demokratiegefährdenden Wirkung bei?*

Das Ziel der Sozialen Medien ist es, Werbekunden möglichst viel Kontaktzeit mit ihrer Zielgruppe zu verkaufen. Dazu müssen sie die Nutzer so lange wie möglich auf der Plattform halten – auch um immer noch mehr Daten für eine noch perfektere Personalisierung der Werbung zu sammeln. Dies gelingt am besten, wenn man die Erwartungen der Leute bedient oder sie mit Spektakulärem fesselt.

*Warum hat die Politik dem lange recht tatenlos zugesehen?*

Das Problem war auch eine Überalterung der Parteienelite. Die jüngeren Generationen, denen die neuen Medien schon vertrauter waren, saßen noch nicht in den Positionen, wo die Politik bestimmt wird. Grundsätzlich ist es auch nicht die Aufgabe des Staates, technologische Entwicklung zu behindern – man will ja der Wirtschaft keine Steine in den Weg legen. Wenn irgendwo eingegriffen werden soll, muss das sehr gut begründet werden. Dafür fehlten aber die Kompetenzen. Es war leichter, sich als innovationsfreudig zu zeigen und die Dinge laufen zu lassen.

*Sind wir insgesamt als Gesellschaft zu sorglos, was die Digitalisierung betrifft?*

Der politische Tenor ist heute überwiegend: erst mal bedenkenlos drauflosdigitalisieren! Dabei ist längst klar, dass es lange Zeit eher zu wenig Bedenken gab. Denn technologischer Fortschritt bedeutet nicht automatisch auch gesellschaftlichen Fortschritt. Andererseits liegt pandemiebedingt durch Homeschooling, Homeoffice und Videokonferenzen natürlich auf der Hand, dass weiter digitalisiert werden muss. Dadurch ist es noch komplizierter geworden, einen skeptischen Standpunkt zu vertreten. Ich tue das trotzdem. Es ist ja wichtig, den Bildungsauftrag aufrechtzuerhalten.

*Muss die Zivilgesellschaft einspringen?*

Ja, kritische Bürgerinnen und Bürger sind für die wachsame Begleitung der technischen Entwicklung extrem wichtig. Es

Die Fotos auf diesen Seiten zeigen die Australierin Celeste Barber, die sich auf ihrem Instagram-Account auf ziemlich witzige Weise mit der Selfiekultur auseinandersetzt, indem sie all die Posen nachmacht, die Influencerinnen und Celebrities so einnehmen, um sich sportlich und gut aussehend zu präsentieren. Trotz der übertriebenen Unbeholfenheit wirkt nicht Celeste albern, sondern eher die anderen, die ihre Selbstverliebtheit immer wieder neu in Szene setzen

wäre eigentlich die Aufgabe der Medienbildung, junge Menschen dazu noch mehr in die Lage zu versetzen. Doch bisher wird Medienbildung in Deutschland kurzfristig am Arbeitsmarkt ausgerichtet. Man will den Leuten vor allem vermitteln, wie sie die digitalen Medien erfolgreich nutzen. Es müsste aber viel mehr gefördert werden, kritisch über die neuen Technologien nachzudenken. Angesichts der millionenschweren Lobbyarbeit der IT-Giganten und der Entwicklungen auf dem Feld der künstlichen Intelligenz ist es gefährlich, diese tiefergehende, nachhaltige Medienkompetenz zu vernachlässigen.

*Zu Beginn des Internets gab es große Erwartungen, es würde zu einer umfassenden Demokratisierung der Welt führen. Wie könnte sich dieses Potenzial wieder mobilisieren lassen?*

Viele setzen heute auf die Blockchain-Technologien. Es gibt die Hoffnung, dass die Menschen in einem dezentralisierten Web3 wieder an den großen Plattformen vorbei direkt miteinander kommunizieren können. Diese Hoffnung auf Demokratisierung durch Technik ist so blauäugig wie vor zehn Jahren die Hoffnung auf Facebook als ein Demokratisierungswerkzeug.

*Halten Sie Forderungen, die Plattformen zu zerschlagen beziehungsweise zu verstaatlichen, für sinnvoll?*

Eine Zerschlagung wird nichts bringen. Die Sozialen Netzwerke funktionieren gerade wegen ihrer Größe und Monopolstellung. Es ergibt keinen Sinn, die eine große Plattform durch 5.000 kleine zu ersetzen, wo man dann seine Freunde nicht mehr antrifft. Auch bezüglich einer Verstaatlichung stellen sich viele Fragen: Wie soll das mit diesen globalen Gebilden funktionieren? Wer ist danach der Eigentümer, die USA? Was passiert dann mit den Daten der deutschen Nutzer? Will man die Unmengen bereits generierter Daten wirklich in den Händen des Staates sehen? Ich meine: nein. Aber die Politik sollte die Plattformen definitiv stärker regulieren.

*In welcher Form?*

Zum Beispiel: Instagram sollte von WhatsApp und von Facebook getrennt werden. Man sollte es Meta viel konsequenter untersagen, seine Monopolstellung auszunutzen, und es zwingen, Algorithmen transparent zu machen. Wir reden hier von Netzwerken, die zunehmend die Art und Weise unserer Kommunikation prägen und die gesellschaftlichen Verhältnisse bestimmen. Da hat der Staat eine Fürsorgepflicht. Alles, was zu einer Entkommerzialisierung unserer Kommunikation führt, ist schon mal gut. Diese digitalen Plattformen sind ja nur deshalb frei zugänglich, damit wir uns Werbung anschauen. Selbst wenn ich mir zum Beispiel auf YouTube eine Dokumentation ansehen möchte, drängt sich Werbung hinein. Das untergräbt die Ernsthaftigkeit meines Unterwegsseins als politisch interessierter Mensch. ↖

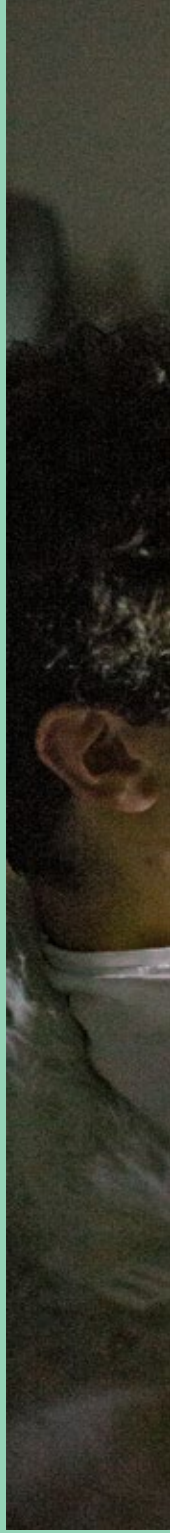
* Der Medienwissenschaftler Roberto Simanowski hat u. a. das Buch „Facebook-Gesellschaft“ geschrieben und dichtung-digital.de gegründet, ein Onlinejournal für digitale Kunst und Kultur.

Eine Langfassung des Gesprächs findest du hier: bpb.de/simanowski

Weniger posten fürs Klima: Das Internet verursacht schätzungsweise 3,7 Prozent aller Treibhausemissionen. Denn die riesigen Server, die wir fürs Streamen, Posten und Scrollen nutzen, verbrauchen ziemlich viel Energie. Einmal scrollen im Newsfeed sind 1,5 g $CO_2$, eine Stunde Netflix bis zu 450 g. Das haben Forschende verschiedener britischer Universitäten ausgerechnet. Und: Wenn jeder erwachsene Brite nur eine einzige Mail im Jahr spart, entspräche das sogar 16.433 Tonnen $CO_2$ weniger in der Umwelt. (Unser Bild zeigt einen Server von Google.)

# Was Besseres als dich

## Wie Onlinedating die Liebe verändert hat



Von Fabian Grieger

Trennungen sind – gerade nach einer langen Beziehung – nie einfach. So war das auch bei Maryam; kurze dunkle Haare, goldene Ohrringe und ein eindringlicher Blick. Nachdenklich sagt sie: „Mir tut es nach einer Beziehung gut, mich abzulenken."

Also meldet sie sich kurz nach der Trennung bei einer Onlinedating-App an. Ein paar Swipes nach rechts und einige Nachrichten später hat sie die ersten Dates.

Sie freut sich auf die erste Person. Die ist tatsächlich auch sympathisch, aber wirkliche Spannung kommt nicht auf. Den nächsten Typ findet sie auf den Fotos ziemlich heiß – nur sieht er in echt ganz anders aus. Aus Höflichkeit gehen sie trotzdem eine Stunde spazieren, bevor sie der unangenehmen Situation entrinnen.

Treffen Nummer drei läuft hingegen vielversprechend. Die Chemie stimmt. „Das war ein geniales Date, das 18 Stunden gedauert hat, und dann hab ich mir viel erhofft." Das Kribbeln bleibt, und Maryam will ihn unbedingt besser kennenlernen. Doch er scheint das Date nicht ganz so genial gefunden zu haben – und antwortet nicht mehr.

Maryam ist frustriert. Dabei hatte sie sich extra auf einer als alternativ geltenden Plattform angemeldet: „Eine gute Freundin hat mir erzählt, dass OkCupid persönlicher sei als Tinder und Co."

Tatsächlich gehören Tinder und OkCupid sowie die meisten großen Dating-Apps zum selben Konzern: der US-amerikanischen Match Group. Andere Anbieter sind Bumble, Badoo oder Lovoo. Die Apps haben alle eine ähnliche Funktionsweise – und die könnte der Grund sein, warum es bei Maryam einfach nicht klappt mit den guten Dates. Schließlich gibt es ein geschäftliches Interesse, die Nutzerinnen und Nutzer möglichst lange auf der Plattform zu halten – und so ist sie auch programmiert. So zeigen Tinder & Co. nicht einfach die besten Matches an, sondern man muss sie sich Stück für Stück „erswipen" – eine Art Spiel, das sogar einen gewissen Suchtfaktor haben kann.

In einer Stadt wie Berlin kann man dabei durch gefühlt unendlich viele Profile wischen. Für Maryam war das eher überfordernd. „Das war wie Menschen konsumieren und selbst konsumiert werden."

Die Sozialpsychologin Johanna Degen von der Europa-Universität Flensburg kennt dieses Phänomen. Sie sagt, dass es durch das riesige Angebot an Partnerinnen und Partnern immer schwieriger werde, sich auf einzelne Personen einzulassen. „Leute berichten mir, dass sie beim Date sitzen und denken: Es ist richtig schön, aber vielleicht geht es ja auch noch besser. Ich habe noch 400 andere Matches." Das führe auch zu einem Leidensdruck, erklärt Degen – und dazu, möglichst wenig Zeit und Geld investieren zu wollen. „Man versucht, sich möglichst wenig vorzubereiten und möglichst mehrere zu treffen. Aber es ist nicht aufregend, wenn ich ständig Dates hab und es mir möglichst einfach mache. Wenn ich zum Beispiel nur jemanden treffe, weil er um die Ecke wohnt und sofort verfügbar ist."

Das hat auch Maryam mittlerweile erkannt. Als sie nach dem aufregenden Date von ihrer neuen Bekanntschaft ignoriert wurde, blieb bei ihr der Eindruck, „dass der nur auf seine eigene Befriedigung aus war". Auch als sie später noch einmal in Kontakt treten, resümiert sie enttäuscht: „Der konnte gar nicht wirklich auf andere Menschen eingehen."

Selbst manche Onlinedating-Anbieter scheinen sich inzwischen Sorgen über diese Entwicklung zu machen. So kündigte der deutsche Anbieter Parship kürzlich an, „nur" noch 60 Kontakte am Tag zu ermöglichen, Copy-and-paste zu verbieten und eine Mindestlänge für Nachrichten von mindestens sieben Wörtern einzuführen.

Aber wie verändert das Onlinedating langfristig unsere Beziehungen? Genau hier liegt Johanna Degens Forschungsschwerpunkt. Sie glaubt, dass die Apps dazu beitragen, dass Beziehungen sich zunehmend einer Marktlogik unterordnen. „Im Mittelpunkt steht vermehrt die Frage: Was bringt mir meine Beziehung? Das betrifft dann verschiedene Sphären: Fühle ich mich besser, als wenn ich allein wäre? Bin ich sexuell befriedigt? Habe ich wirtschaftliche und praktische Vorteile?" In den Hintergrund trete dann die Frage: Was bringe ich dem anderen?

Zudem scheint Onlinedating den Trend weg von der romantischen Zweierbeziehung hin zu pluralen Beziehungsformen zu verstärken: ob offene oder polyamore Beziehungen, Freundschaft plus oder der „Wir wollen dem keinen Namen

Miteinander ins Bett gehen: Mit dem Smartphone bekommt das noch mal eine ganz andere Bedeutung

geben“-Ansatz. Das Onlinedating bringt aber auch eigene Formen hervor. „2er-Beziehung + Tinder“ meint, dass es okay ist, wenn man noch ein Tinder-Profil hat und auch etwas mit anderen chattet, sogenannte Mikroaffären.

Die 26-jährige Kira war nach ihrer Trennung gar nicht auf der Suche nach einer neuen Beziehung. Die Studentin landete zunächst nur auf Tinder, um etwas Spaß zu haben. Dann wurde aber bereits aus dem dritten Date etwas Ernsteres, und nun ist Kira seit zweieinhalb Jahren mit ihrem Freund zusammen. Nach einiger Zeit entschieden sich beide, die Beziehung zu öffnen und die App wieder zu nutzen. Für Kira ist das die Möglichkeit der unmittelbaren Bedürfniserfüllung. „Also, ich nutze die App eigentlich vor allem dann, wenn ich noch am gleichen Tag Leute treffen möchte.“

Das funktioniert. Zumindest für einige wie Kira. Für die anderen bieten die Apps Bezahlfunktionen an. Wer bei Tinder ein Abo abschließt, wird anderen öfter vorgeschlagen oder kann das eigene Profil für die Leute unsichtbar schalten, die er oder sie nicht gelikt hat. Besonders interessant für heterosexuelle Männer, denn es gibt deutlich weniger Frauen als Männer auf den Plattformen. Wer bereits über 28 ist – ein Nachteil im Datingwettbewerb –, muss bei Tinder höhere Preise für die gleichen Funktionen zahlen.

Was nach Altersdiskriminierung klingt, ist nicht die einzige Schieflage auf dem Attraktivitätsmarkt. Eine Erhebung von OkCupid zeigt: Bei der Bewertung von Profilen durch User spiegeln sich rassistische Muster. Schwarze Frauen oder ostasiatisch aussehende Männer wurden deutlich schlechter bewertet als weiße Menschen. Da der verhaltensbasierte Algorithmus die Präferenzen der User analysiert und dementsprechend Profile vorschlägt, wird die Diskriminierung verstärkt. Gleichzeitig rühmt sich Tinder damit, dass es durch das Programm mehr binationale Hochzeiten als zuvor gebe. Darauf weisen auch die Ergebnisse einer Studie aus den USA hin.

Bei aller Kritik am Digitalen: Offline gibt es manchmal nicht weniger gesellschaftliche Barrieren. So sind Freundeskreise oft ziemlich homogen, was Herkunft oder soziales Milieu betrifft, während es Online-Apps prinzipiell einfacher machen, Menschen abseits von Freundesfreunden kennenzulernen. Und dann kommt noch der Pandemieeffekt hinzu. Wenn Bars geschlossen sind und die Uni nur am Rechner stattfindet, ist die Datingplattform oft die einzige Möglichkeit, neue Leute kennenzulernen.

Und es gibt sogar noch eine andere Statistik, die zeigt, dass das Onlinedating trotz seiner Widersprüche auch so manches Paar erfolgreich zusammenbringt: Jede fünfte Beziehung in Deutschland entsteht bereits durch Onlinedating.

Maryam hat die App mittlerweile wieder installiert, nachdem sie sie zunächst genervt gelöscht hatte. Noch hat sie also nicht aufgegeben. ↖

# Ordentlich was los im Belohnungs-zentrum

Von Ralf Pauli
Illustration: André Gottschalk

„Ich habe es selber nicht mehr unter Kontrolle. Vor allem TikTok macht mich süchtig.“ Es klingt ziemlich erwachsen und selbstkritisch, wenn die 14-jährige Paula aus München über ihr Medienverhalten spricht. Allein auf TikTok ist sie jeden Tag drei bis vier Stunden unterwegs. Dazu kommen noch Chats, Filme, ein bisschen Instagram. Die Bildschirmsperre, die sie sich selbst auf 90 Minuten gesetzt hat, umgeht sie, indem sie vom Smartphone auf das Tablet wechselt. Andere Dinge vernachlässigt sie dann: das Training im Turnverein, manchmal die Hausaufgaben. Dabei sagt Paula über sich, dass sie schon früh über die Gefahren von Social Media aufgeklärt wurde. In der Schule und von ihrer Mutter. „Das heißt aber nicht, dass man vor allen Gefahren geschützt ist.“

Hirnforscher haben nachgewiesen, dass ein Social-Media-Like uns ähnlich stimuliert wie Essen, Trinken, Sex oder Drogen. Manche können damit gut umgehen, andere macht es psychisch krank

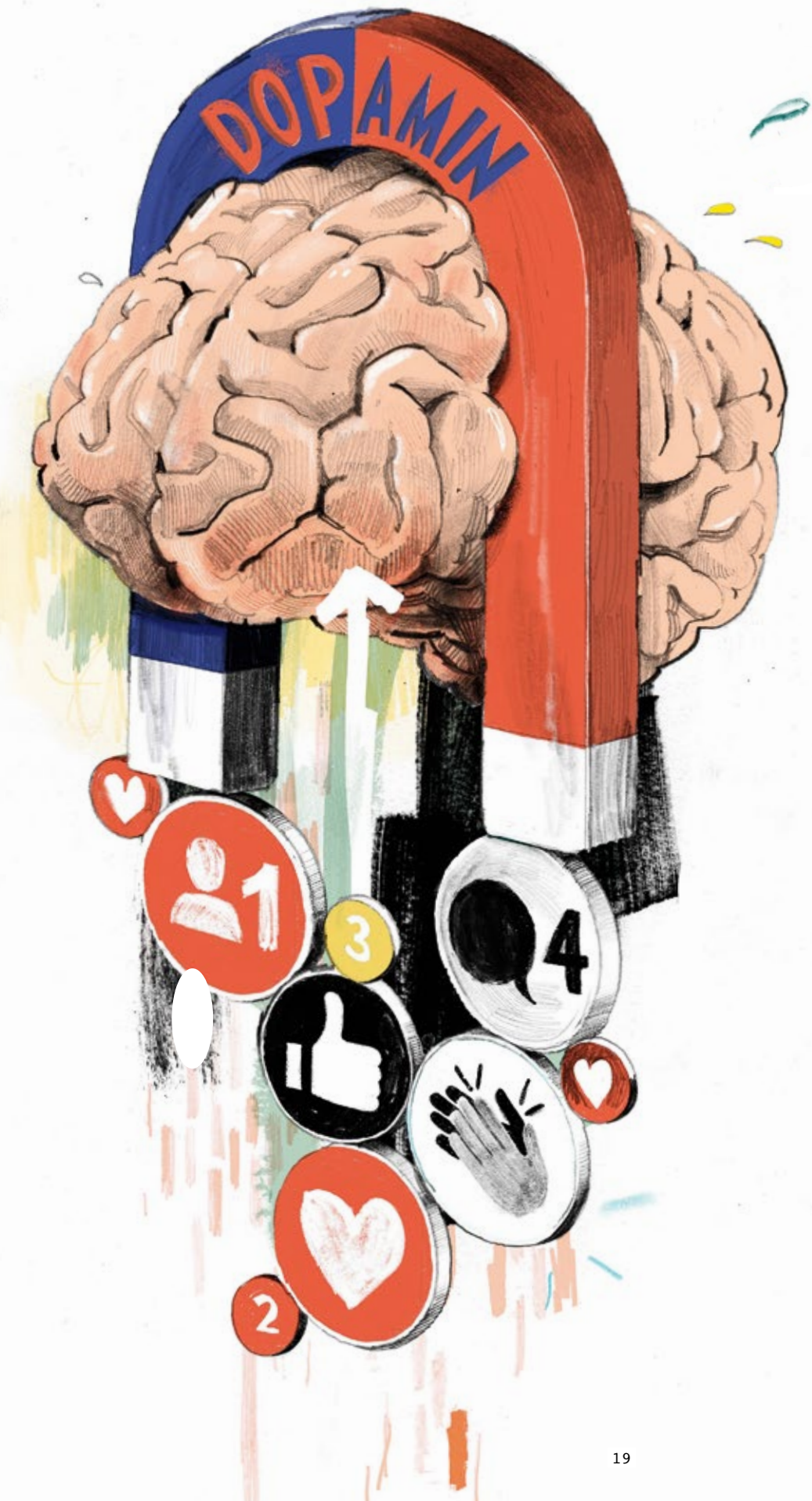
Die Welt, in der sich Paula bewegt, ist voller Inspirationen, interkulturellem Austausch und unerschöpflichem Wissen, aber auch voller Filter und Schönheitsideale, Hateposts und Gewalt. Eine aktuelle Studie der University of London zeigt, wie sehr diese negativen Aspekte vor allem junge Frauen beeinflussen: 90 Prozent der Befragten bearbeiten ihre Bilder vor dem Posten, 70 Prozent fühlen sich unter Druck, ein perfektes Leben zeigen zu müssen. 60 Prozent fühlen sich manchmal deprimiert, weil sie glauben, dem Schönheitsideal nicht gerecht zu werden. Auch Paula sagt, dass sie sich ständig mit anderen vergleicht. „Die Beautytrends verunsichern eigentlich alle in meinem Alter.“ Sie fragt sich, was das dann erst mit all den Acht- oder Neunjährigen macht, die auch schon auf TikTok und Instagram sind.

Diese Gedanken hat sich Ute Kreutzer auch schon gemacht. Doch von all den Regeln, die sie einst zum Schutz ihrer Kinder aufgestellt hat, ist nur noch eine einzige in Kraft: Jeden Abend Punkt 23 Uhr müssen Felix und Johanna ihre Smartphones vor ihr Zimmer legen – über Nacht sind die Geräte für die beiden Teenager tabu. Alles andere kann Kreutzer bei ihrem bald 17-jährigen Sohn und der 14-jährigen Tochter nicht mehr durchsetzen: nicht den bildschirmfreien Tag in der Woche, nicht die zeitliche Begrenzung bestimmter Apps. Die mütterliche Kontrolle über Posts und Follower gehört auch der Vergangenheit an. „Es ist total aus dem Ruder gelaufen“, sagt Kreutzer. „Nach der Schule sind die beiden eigentlich ständig an den Geräten.“

Und damit sind Felix und Johanna ziemlich normale Jugendliche. Laut der jüngsten Studie „Jugend, Information, Medien“ (JIM) von 2021 sind 12- bis 19-Jährige im Schnitt jeden Tag gut vier Stunden im Netz unterwegs. Je nach Alter und Geschlecht eher auf WhatsApp, Instagram, YouTube, Snapchat oder TikTok. Felix zockt gern und chattet mit seinen Schulfreunden auf der Gamerplattform Discord. „Das können schon mal fünfeinhalb Stunden am Tag sein“, sagt er. Johanna guckt sich vor allem TikTok-Videos an oder ist auf Instagram oder Snapchat. „Ich weiß, dass das nicht die sinnvollste Freizeitbeschäftigung ist“, sagt sie. „Aber es macht Spaß.“ Die Geschwister haben seit ihrem zehnten Geburtstag ein eigenes Smartphone – wie mittlerweile 94 Prozent der Jugendlichen in ihrem Alter. Beide beteuern aber: Süchtig seien sie nicht.

Welche Folgen das ständige Onlinesein für junge Menschen hat – darüber sind sich Wissenschaftler uneins. Klar ist: Beim Posten, Liken und Geliktwerden wird im Gehirn das Belohnungszentrum aktiviert wie sonst beim Essen, Trinken, Sex und Geld – oder beim Drogenkonsum. Daher warnen manche vor den Gefahren übermäßiger Mediennutzung. So wie die Autoren der BLIKK-Studie, die die Bundesregierung in Auftrag gegeben hat. Kinder-

Likes, Retweets, Antworten, Kommentare, Freundschaftsanfragen – all das belohnt unser Gehirn. Die endlosen Erregungsschleifen von Social Media und Smartphones fluten unser Gehirn mit Dopamin. Und davon wollen wir immer noch mehr




und Jugendärzte haben dafür rund 5.500 Eltern und deren Kinder befragt. Ihr Ergebnis: Teenager, die viel am Smartphone oder Tablet hängen, leiden häufig an Hyperaktivität, Übergewicht und Konzentrationsstörungen. Mehr als jeder sechste Jugendliche habe zudem Probleme, die eigene Internetnutzung zu kontrollieren – ein Anzeichen für ein klassisches Suchtverhalten. Als die Studie herauskam, lauteten die Schlagzeilen: „Zu viel Smartphone macht Kinder krank", „Übermäßiger Medienkonsum gefährdet Gesundheit von Kindern und Jugendlichen" oder: „Schon Kitakinder spielen täglich auf dem Smartphone – mit Folgen".

Das stimmt so aber nicht, sagt die Gegenseite – und verweist auf die Methodik. Tatsächlich arbeitet die BLIKK-Studie mit Korrelationen, nicht mit Kausalitäten. Anders formuliert: Die Studie stellt statistische Zusammenhänge fest. Dass das ständige Onlinesein wirklich die Ursache dafür ist, dass Jugendliche dick oder mediensüchtig werden, ist nicht erwiesen. Möglich ist, dass eine Vielzahl von Faktoren dafür verantwortlich ist. Etwa ob sich Eltern um ihre Kinder kümmern. Auch gibt es Kritik an Studien, die beispielsweise die Zunahme von Depressionen oder Suizidgedanken bei Jugendlichen auf die Nutzung von Social Media zurückführen.

Doch wie lassen sich dann all die psychischen Probleme erklären, die es ja offensichtlich gibt? Nach einer Studie von Suchtexperten am Universitätsklinikum Hamburg-Eppendorf ist in Deutschland derzeit fast jeder Zwanzigste (4,6 Prozent) im Alter zwischen 10 und 17 Jahren im Umgang mit Sozialen Medien suchtgefährdet – ein deutlicher Anstieg zu Vorpandemiezeiten. Auch die Zahl der Jugendlichen mit „riskantem" Nutzungsverhalten ist gestiegen: Mehr als jeder zehnte ist mittlerweile betroffen. Rechnet man beide Gruppen zusammen, kommt man auf rund 800.000 Kinder und Jugendliche, die ihren Medienkonsum nicht im Griff haben. Suchtforscher verstehen darunter vor allem, dass die Kinder und Jugendlichen immer länger vor dem Bildschirm hängen – bis sie nicht mehr davon loskommen. Eine Gefahr, die sich aus ihrer Sicht in Lockdownzeiten noch erhöht. Warnsignale seien, wenn Kinder ihre

sonstigen Hobbys oder schulischen Pflichten vernachlässigen, Kontakt zu Eltern und Freunden meiden – und ihr eigenes Nutzungsverhalten nicht realistisch einschätzen können.

Für die meisten Social-Media-Apps muss man in Deutschland mindestens 13 Jahre alt sein. Dass Kinder die Altersbeschränkung umgehen, scheint die Konzerne nicht zu stören. Dabei sind ihnen die Gefahren, die von ihren Produkten ausgehen, offenbar sehr wohl bekannt. Nach den Enthüllungen der Whistleblowerin Frances Haugen (siehe Seite 36) soll Meta aus internen Studien wissen, wie problematisch Instagram für das Selbstwertgefühl von Mädchen ist. Rückschlüsse, wie etwa die Notwendigkeit verschärfter Alterskontrollen, hat Meta daraus nicht gezogen. Immerhin: Die Pläne einer eigenen Instagram-Plattform für Kinder unter 13, die auf viel Kritik gestoßen sind, hat der Konzern vorerst auf Eis gelegt.

„Klar umgehen viele junge Nutzer die Jugendschutzeinstellungen", sagt die Berliner Medienpädagogin Julia Behr. Trotzdem rät sie Eltern von pauschalen Verboten ab. „Dann schließt man das Kind nur sozial aus und setzt es ungewollt einer anderen psychischen Belastung aus." Besser schützen könne man die Kinder, wenn sich die Eltern selbst mit den Plattformen beschäftigen und dann mit den Kindern über Probleme sprechen. Wenn Jugendliche TikTok-Videos drehen, sei das auch kreativ. Viele Erwachsene würden das aber gar nicht so wahrnehmen. Eltern empfiehlt sie deshalb, zuzuhören, auf Warnsignale zu achten – und die Kinder lieber früher als später zum reflektierten Umgang mit den Sozialen Medien zu erziehen.

Auch Ute Kreutzer hat sich das vorgenommen. Gerade bei ihrer Tochter war ihr wichtig: keine Adressen veröffentlichen, Vorsicht beim Posten von Fotos. Gefahren, die Johanna ernst nimmt und an die sie ihr Verhalten anpasst. Seit einiger Zeit aber beobachtet Kreutzer, wie sehr ihre Tochter plötzlich auf ihre Ernährung achtet. Kreutzer glaubt, dass das mit den Schönheitsidealen bei TikTok & Co. zu tun hat. Wie stark dort Äußerlichkeiten bewertet werden, fällt auch Johanna auf. „Man sieht überall Kommentare zum Körper, dass jemand zu dick oder hässlich ist." Sie selbst wurde bisher nicht zur Zielscheibe. Vielleicht weil sie sich mit Vorsicht im Netz bewegt. „Ich kommentiere generell nicht." Sie sucht vor allem Backrezepte – und seit Neuestem auch Empfehlungen für feministische Literatur. Vor Kurzem hat sie ihr erstes Buch bestellt – und mit dem Lesen begonnen. „Das hat sie früher nie interessiert", staunt ihre Mutter.

Für den Psychologen Christian Bosau ist das ein gutes Beispiel dafür, warum er wenig von pauschalen Verteufelungen von Sozialen Medien hält. „Einerseits gibt es die Gefahren, keine Frage." Gleichzeitig lernen Jugendliche dort ein Stück weit die Welt kennen, entdecken dort neue Hobbys und treffen vor allem Gleichaltrige. „Für die meisten Jugendlichen erfüllen Social Media ein Grundbedürfnis nach sozialem Kontakt", so Bosau. Die Herausforderung sei, ein gesundes Maß zu finden. Das aber werde durch die entsprechenden Unternehmen bewusst erschwert: „Die Smartphones sind so konzipiert, dass sie unser soziales Bedürfnis ständig bedienen." Etwa indem sie bei jeder eintreffenden Nachricht ein Geräusch von sich geben. Die 14-jährige Paula sagt: „Wenn ich am Tag nicht mit mindestens zehn Leuten schreibe, fühle ich mich einsam."

> Jeder zweite junge Mensch hat das Gefühl, etwas zu verpassen, wenn das Telefon ausgeschaltet ist

Deshalb sei das Suchtpotenzial von Social Media nicht von der Hand zu weisen, sagt Bosau. Wie alltäglich diese Abhängigkeit ist, hat er mit seinen Studierenden an der Rheinischen Fachhochschule Köln untersucht. In einem Experiment wurde zwei Gruppen dieselbe Aufgabe gestellt – einer jedoch unter einem Vorwand die Telefone abgenommen. Das Ergebnis: War das Gerät nicht im Raum, lagen Konzentration und Leistung deutlich höher. „Man könnte sagen, die Smartphones konditionieren unser Nutzungsverhalten", so Bosau.

Wie sehr das Smartphone seinen Alltag diktiert, stellt auch Moritz fest. Der 16-Jährige kommuniziert in sehr vielen Chatgruppen: Freundeskreise, Sportverein, Jugendradio. Manchmal erhält er 60 Nachrichten in einer halben Stunde. Jedes Mal blinkt und vibriert sein Telefon. „Es sind kleine Glücksmomente", sagt Moritz. Und stellt dann aber fest: Er verspürt den Drang, immer sofort darauf zu reagieren – aus Angst, etwas zu verpassen. Fear of Missing Out, kurz FOMO, nennen Psychologen das Phänomen.

Laut JIM-Studie hat fast jeder zweite Jugendliche dieses Gefühl, wenn sein Telefon ausgeschaltet ist. Genauso viele gaben aber auch an, von den vielen Nachrichten auf dem Handy genervt zu sein. So geht es auch Moritz: Vor Kurzem hat er deshalb die Pushnachrichten von seinem Smartphone ausgestellt. „Ich reagiere jetzt nicht mehr immer sofort." Sein Umgang mit WhatsApp & Co. sei dadurch deutlich bewusster. Der soziale Druck, ständig erreichbar zu sein, ist bei ihm weniger geworden.

Auch Psychologe Christian Bosau empfiehlt, das Smartphone mal ganz bewusst wegzulegen. Allein um zu kontrollieren, wie gut man es ohne aushält. Klar sei aber: Wer schon ein suchtartiges Verhalten entwickelt habe, der wird ohne fremde Hilfe nicht einfach auf einen bewussten Umgang umstellen können. Entscheidend sei dann das soziale Umfeld: also Eltern und Freunde. Der 14-jährigen Paula beispielsweise helfen die Treffen mit einer Freundin, der es ebenfalls schwerfällt, von TikTok loszukommen. Immer samstags verbringen sie einen – möglichst analogen – Tag miteinander.

Für Ute Kreutzer ist der Gradmesser: Haben ihre Kinder noch Hobbys außerhalb der virtuellen Welt? Bei beiden Kindern ist sie dann doch beruhigt. Felix macht an zwei Abenden die Woche Sport. Und Johanna backt gern und liest neuerdings Bücher. ↖

Das passt!
Auf fluter.de haben wir mit einer 19-Jährigen gesprochen, die eine Psychotherapie macht. Die Zahl junger Menschen in Behandlung ist in der Pandemie stark angestiegen. fluter.de/therapie-jugendliche-psychische-erkrankungen

Von Ralf Pauli

# Zeige deine Wunden

**Es geht auch anders: Hashtags wie *#anxietymakesme* und *#facethedepression* holen weit verbreitete psychische Krankheiten aus der Unsichtbarkeit. Vor allem auf Twitter und Instagram unterstützen sich Nutzerinnen und Nutzer beim Umgang mit Depressionen, Angst- und Essstörungen**

Im November konnte David nicht mehr. Nach zehn Jahren im Ausland war er zurück nach Deutschland gezogen, um seine kranke Mutter zu pflegen. Eine alte Schulfreundin lebte noch in der früheren Heimat, ansonsten kannte David niemanden mehr. Er arbeitete Vollzeit, kümmerte sich allein um die Mutter. Für ihn selber blieb kaum mehr Zeit. Anderthalb Jahre hielt David so durch. Dann stellte er fest: „Ich bin total blockiert." Die Diagnose: Burn-out und Depression, fünf Wochen Krankschreibung.

In der Zeit beginnt David, auf Twitter über seine mentale Gesundheit zu schreiben. Mitte November schickt er seinen ersten „Depri-Tweet" ab, dahinter der Hashtag *#notjustsad*: nicht einfach nur traurig. Schnell merkt er, wie sehr ihm die Kommunikation gefehlt hat, wie einsam er sich fühlt. Und wie gut es ihm tut, dass jemand seine psychische Krankheit ernst nimmt. „In kurzer Zeit hatte ich 80 Follower", sagt David. „Das hätte ich nicht gedacht."

Laut der Stiftung Deutsche Depressionshilfe hat jeder fünfte erwachsene Deutsche zwischen 18 und 65 Jahren schon einmal eine depressive Episode durchlebt. Betroffene schildern, dass sie ihre Depression in ihrem sozialen Umfeld gern verschweigen oder deswegen sogar Schuldgefühle empfinden. Auch David twittert lieber unter einem anonymen Account, auch in diesem Text möchte er nicht mit richtigem Namen stehen. Bei depressiven Menschen sei das häufig der Fall, sagt Julia Ebhardt von der Depressionshilfe: „Ein geringes Selbstwertgefühl oder die Angst, jemandem zur Last zu fallen, sind Teil der Symptome." Was der Kinder- und Jugendpsychotherapeutin aber auffällt: Seit Beginn der Pandemie würde in den Sozialen Medien verstärkt über psychische Krankheiten gesprochen – auch über Suchtverhalten, Ess- oder Angststörungen. Früher hat sie die Posts und Anfragen von Betroffenen auf dem Instagram-Account der Depressionshilfe noch alleine beantwortet – nun sind sie dafür zu viert. Die Zahl der Follower ist seit April 2020 von 9.000 auf über 46.000 angewachsen.

„Pandemie und Lockdown haben sehr viele Menschen psychisch belastet", sagt Ebhardt. Diese Erfahrung habe psychische Krankheiten möglicherweise ein Stück weit entstigmatisiert. Zumindest beobachtet Ebhardt, dass sich immer mehr Betroffene trauen, offen über ihre Krankheit zu reden – und mehr Sachlichkeit und Akzeptanz vom Rest der Gesellschaft einzufordern. Unter dem Hashtag *#facethedepression* (Stell dich der Depression) zeigen Betroffene Fotos, auf denen sie in die Kamera lächeln und glücklich aussehen – um zu zeigen, wie unsichtbar eine psychische Erkrankung selbst für Freunde und Verwandte ist. Die Betroffenen gehen damit durchaus ein Risiko ein, denn es gibt auch Trolle, die sie beschimpfen.

Unter *#eatingdisorder* oder *#ed* (Essstörung) erzählen vor allem Frauen und Mädchen, wie sie sich von gesellschaftlichen Schönheitsidealen unter Druck gesetzt fühlen. Unter den Hashtags *#anxiety* oder *#anxietymakesme* tauschen sich Menschen darüber aus, wie sie mit Panikattacken umgehen. Die Posts ermutigen Betroffene, sich ebenfalls zu outen. Eine Userin schreibt, warum ihr das Sprechen über ihren Alltag als Erkrankte so hilft: „Zu wissen, nicht allein zu sein. Gewisse Gedanken aus dem System zu bekommen. Antworten auf Fragen, die mir ewig im Kopf herumgehen. Gehört, gesehen und verstanden zu werden."

Als „Candystorms" bezeichnet man die gegenseitige Solidarität im Netz – das Gegenstück zum Shitstorm. Wie wichtig der Social-Media-Zuspruch für die Betroffenen ist, weiß auch Psychotherapeutin Ebhardt: „Das Gute an Hashtags wie *#notjustsad* ist, dass die Betroffenen sehen, wie die anderen mit einer psychischen Krankheit umgehen. Wenn eine Person über ihre Erfolge berichtet, die sie dank eines Therapieplatzes erzielt, denkt man eher darüber nach, sich selbst auch Hilfe zu holen." Eines ist Ebhardt aber wichtig: Die gegenseitige Unterstützung in den Sozialen Medien könne eine richtige Behandlung nicht ersetzen. Oftmals sei sie aber der erste Schritt dazu. Ebhardt erlebt häufig, dass psychisch kranke Menschen auf Instagram & Co. zum ersten Mal überhaupt über ihre Erkrankung sprechen – wie David. Seit Kurzem arbeitet er wieder. Wegen seiner Depression möchte er nun eine Psychotherapie beginnen.

# You look so beautiful

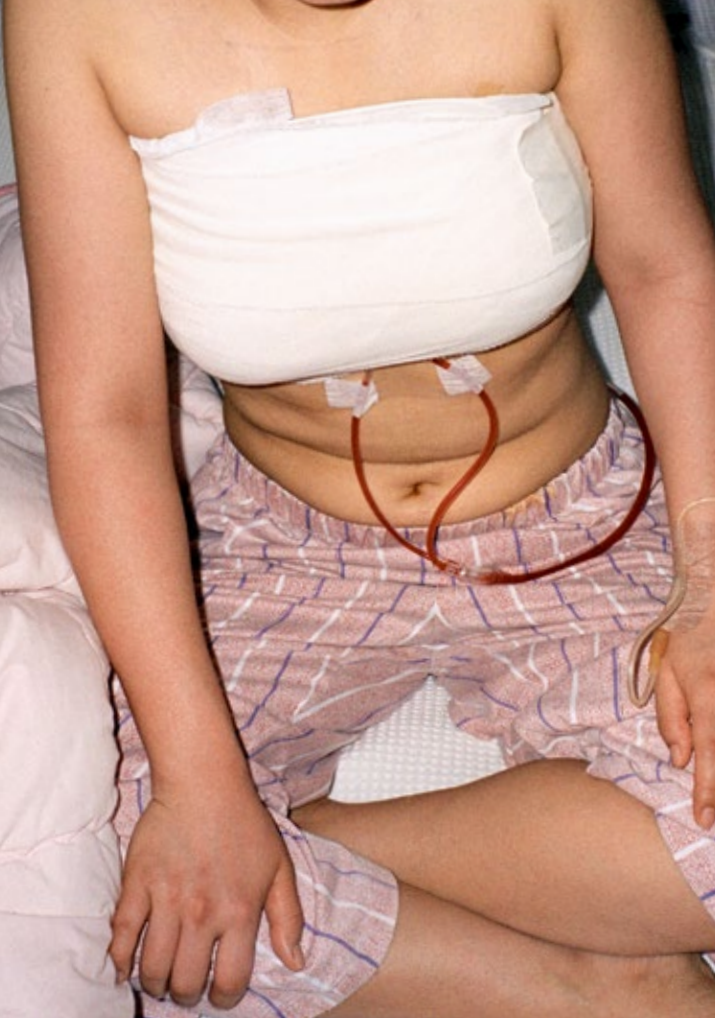
In Südkorea sind Schönheitsoperationen sehr beliebt. In Seoul gibt es rund 500 Kliniken dafür

Von Lissi Pörnbacher

# Erst waren es Filter, die das digitale Selbst verschönerten. Mittlerweile sind es immer öfter Operationen. Wie die Sozialen Medien unser Aussehen verändern

Im Jahr 2010, als Instagram startete, hatten die wenigsten Handys gute Kameras, Fotos waren krisselig, schlecht belichtet. Die Insta-Filter sollen sie verschönern, nicht nur Landschaftsbilder und Schnappschüsse vom Essen, sondern auch Selfies. Pickel werden seitdem kaschiert, Unreinheiten bereinigt, Augen und Lippen vergrößert – und die Gesichter auf Instagram immer ähnlicher: makellose Haut, lange Wimpern, hohe Wangenknochen, schmale Nase, volle Lippen, große Augen. Das „Instagram Face“ nennt es der Promi-Make-up-Artist Colby Smith. Es ist das Gesicht, das Influencerinnen wie Kylie Jenner und Kim Kardashian tragen. Und es ist Vorbild für viele mehr.

Wie sehr die digitale Welt die analoge beeinflusst, zeigt sich bereits an einem einzigen Wort: „instagrammable“. Laut dem „Cambridge Dictionary“ ist „instagrammable“, was attraktiv oder interessant genug ist, um fotografiert und auf Instagram veröffentlicht zu werden. Restaurants und Orte werben damit und werden damit beworben, Buchcover werden entsprechend gestaltet, Gesichter so fotografiert, dass sie möglichst gut zur Geltung kommen, der Körper so verändert, dass er in den Sozialen Medien präsentiert werden kann.



Längst reichen vielen die Filter nicht mehr aus, sie wollen auch im echten Leben aussehen wie im digitalen Raum – oder besser: wie die erfolgreichsten Influencerinnen. Neben vollen Lippen und einer Wespentaille wurde auch ein besonders praller Po zum neuen Schönheitsideal – und damit eine besonders gefährliche Operation zum Trend: Bei der „Brazilian Butt Lift" genannten Aufpolsterung mit Eigenfett kam es in den vergangenen Jahren immer wieder zu Todesfällen.

„Zuckerberg und Co. haben Monster erschaffen" und „Influencer sind eine Gefahr für unsere Gesellschaft", sagt Werner Mang, der seit mehr als 30 Jahren Schönheitsoperationen durchführt. In den vergangenen 20 Jahren hätten sich die Wünsche der Patientinnen und Patienten stark gewandelt, sagt er – vor allem durch das Internet. Mang erzählt von einem zwölfjährigen Mädchen, das mit einem stark bearbeiteten Selfie zu ihm kam, um sein Gesicht dem Bild anpassen zu lassen. So was sei leider kein Einzelfall. Rund zehn Prozent der Anfragenden schicke er wieder nach Hause, sagt Mang. Weil sie entweder zu jung seien – oder die Erwartungen zu hoch sind.

Es muss nicht immer gleich der Brazilian Butt Lift sein: Weltweit führten Ärztinnen und Ärzte im Jahr 2020 mehr als 14 Millionen nicht- oder minimalinvasive Eingriffe durch, letztere sind Operationen, die mit kleinen Schnitten und leichten Verletzungen gemacht werden. Darunter waren Lippenaufspritzungen, aber auch über sechs Millionen Botoxbehandlungen – 26 Prozent mehr als noch vier Jahre zuvor. Auch in Deutschland zählen Botoxbehandlungen zu den häufigsten Eingriffen. Überhaupt stand Deutschland in puncto Schönheitsoperationen 2020 weltweit an dritter Stelle.

2019 befragte die Deutsche Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie 1.333 Menschen zu ihrer Motivation, sich einer Schönheitsoperation zu unterziehen. 24 Prozent wollten ihr Aussehen einem ästhetischen Vorbild annähern, aber nur 2,3 Prozent gaben an, die Sozialen Medien hätten sie bei der Entscheidung beeinflusst. Doch auf die Frage, ob sie so aussehen wollen wie auf ihren eigenen, mit Bildbearbeitungsprogrammen bearbeiteten Fotos und Selfies, antworteten 14 Prozent der Befragten mit „Ja".

Die gestörte Wahrnehmung des eigenen Körperbilds nennen Experten „Dysmorphophobie". Das bedeutet: Menschen empfinden sich als hässlich, obwohl sie keine auffälligen Schönheitsmakel haben. Sind Filter die Ursache für diese gestörte Selbstwahrnehmung, sprechen Ärzte auch von „Snapchat-Dysmorphophobie". Denn auch die Filterfunktionen von Sozialen Medien können solch eine gestörte Körperwahrnehmung auslösen, etwa wenn sich eine Person nicht mehr im Spiegel anschauen kann, weil das Bild nicht dem gefilterten Selfie in den Sozialen Medien entspricht.

Claus-Christian Carbon ist Psychologe an der Universität Bamberg. Einer seiner Forschungsschwerpunkte ist die Wahrnehmungspsychologie. „Wenn ich auf Dauer stark veränderte Personen sehe, sagen wir Menschen mit stark vergrößerten Lippen, dann verschiebt sich mein Empfinden von Attraktivität in diese Richtung – und jede Person mit normalen Lippen werde ich als schmallippig wahrnehmen. Wenige Minuten des Betrachtens können diesen Effekt auslösen – und er kann wochenlang anhalten." Wer sich auf Dauer sein stark verändertes Selbst ansehe, für den werde dieses Selbst zum neuen Normal. Ein neues Normal, das sich immer noch weiter verbessern lässt.

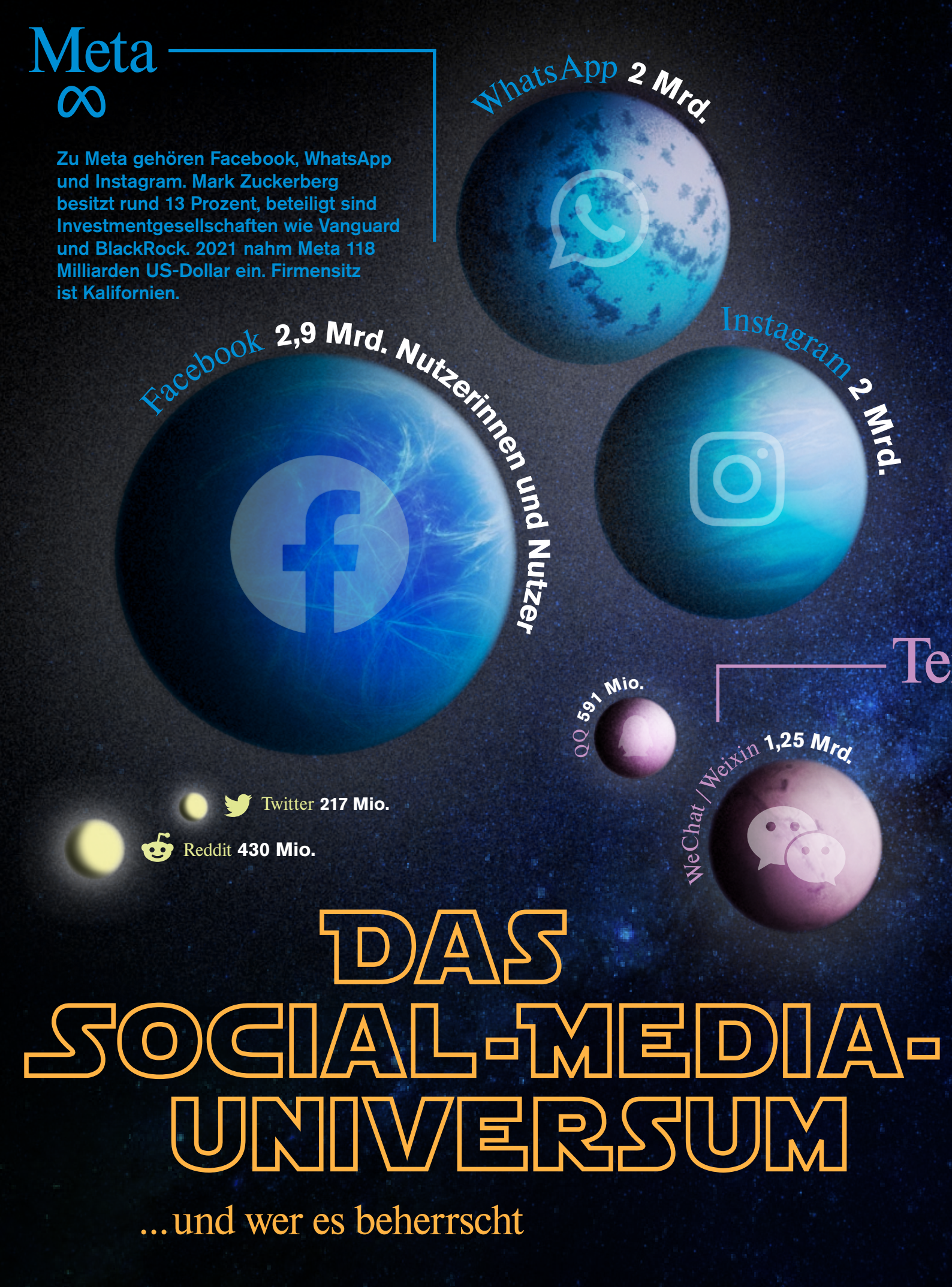
„Wer sich zu lange in der Filterblase aufhält, der nimmt sie nicht mehr wahr", sagt Carbon. „Dann erscheinen nicht mehr die Filter merkwürdig und unnormal, sondern alles andere." Doch auch dieser Trend wird vorbeigehen, ist sich Carbon sicher. „Viele Menschen sehnen sich nach Authentizität." Auch auf Instagram: Tatsächlich gibt es auch Tausende Beiträge unter Hashtags wie *#realvsfake*, *#normalizenormalbodies*, *#realskin* von ungefilterten Hautunreinheiten, von Aknenarben und Falten.

Und Bilder von echten Menschen – so, wie sie in Wirklichkeit aussehen.

Die südkoreanische Fotografin Ji Yeo hatte schon einige Schönheitsoperationen hinter sich, als sie sich nach dem Sinn des Ganzen fragte. Trotz der Prozeduren hatte sie keinen Frieden mit ihrem Körper geschlossen. Enttäuscht war sie auch von den Chirurgen, die sie zu wenig über die Folgen der Behandlungen aufgeklärt hatten. Für ihre Fotoserie „Beauty Recovery Room" fragte sie Frauen, ob sie sich direkt nach der Operation fotografieren lassen würden. In einer Zeit, in der die Sozialen Medien mit ihren geschönten Bildern den Druck auf Frauen, gut auszusehen, erhöhen, zeigt Ji Yeo die wunden Körper als Statement gegen den Schönheitswahn, der nicht nur in ihrer Heimat besteht.

# Und jetzt: die Macht

**Auf den nächsten Seiten müssen wir mal über Macht reden – auch über die dunklen Seiten. Denn mittlerweile sind manche IT-Konzerne so groß, dass sie nur noch schwer zu kontrollieren sind. Sie bilden quasi Monopole und können unsere Daten nicht nur an Werbekunden, sondern auch an Regierungen weitergeben. Zudem lassen sie Hass und Hetze auf ihren Plattformen zu. Die US-Wirtschaftswissenschaftlerin Shoshana Zuboff nennt das Geschäftsmodell des Silicon Valley „Überwachungskapitalismus“ – und der beruhe auf Ausbeutung und Manipulation. Zeit also, dass wir mal die Daten der Unternehmen checken – und sie genauer unter die Lupe nehmen.**


Meta
Zu Meta gehören Facebook, WhatsApp und Instagram. Mark Zuckerberg besitzt rund 13 Prozent, beteiligt sind Investmentgesellschaften wie Vanguard und BlackRock. 2021 nahm Meta 118 Milliarden US-Dollar ein. Firmensitz ist Kalifornien.
WhatsApp 2 Mrd.
Instagram 2 Mrd.
Facebook 2,9 Mrd. Nutzerinnen und Nutzer
Te
QQ 591 Mio.
WeChat / Weixin 1,25 Mrd.
Twitter 217 Mio.
Reddit 430 Mio.
DAS SOCIAL-MEDIA-UNIVERSUM
...und wer es beherrscht

# ByteDance

ByteDance

Betreibt TikTok und die chinesische Version Douyin. Gehört u. a. den US-Investmentfirmen Susquehanna International, Morgan Stanley, Goldman Sachs, Softbank und der Bank of China. Die chinesische Regierung hält ein Prozent und hat Anspruch auf einen von drei Aufsichtsratsposten. Die Einnahmen lagen im Jahr 2021 bei 58 Milliarden US-Dollar. Der Konzernsitz ist in Peking. TikTok Inc. ist seit 2016 in Los Angeles registriert.

TikTok **1 Mrd.**

Douyin **600 Mio.**

# Alphabet

Alphabet

Alphabet (bis 2015 Google) gehört neben den Gründern Sergey Brin und Larry Page Investmentgesellschaften wie Vanguard und BlackRock. Durch Werbung nahm YouTube im Jahr 2021 knapp 28,85 Milliarden US-Dollar ein. Alphabet sitzt in Kalifornien.

YouTube **2,3 Mrd.**

Discord **140 Mio.**

Snapchat **319 Mio.**

# ncent

*Tencent*

Betreibt WeChat und gehört u. a. der südafrikanischen Holding Naspers und dem Tencent-Chef und Mitbegründer Ma Huateng. Einnahmen im dritten Quartal 2021: rund 22,3 Milliarden US-Dollar. Gut drei Viertel aller 16- bis 64-Jährigen in China nutzen Weixin. Tencent sitzt im chinesischen Shenzhen.

Telegram **550 Mio.**

Du willst noch viel mehr darüber wissen, was und wer hinter diesen Firmen steckt, die so viel Macht haben? Dann schau mal hier: fluter.de/socialmediauniverse. Dort siehst du auch, welche Daten wir verwendet haben.

# Sina

Weibo **573 Mio.**

Weibo ist eine Art chinesisches Twitter. Sina Group Holdings hält 44,9 Prozent der Weibo-Aktien und ein Stimmrecht von 71 Prozent. Im Geschäftsjahr 2020 hatte Weibo Einnahmen in Höhe von 1,69 Milliarden US-Dollar. Firmensitz ist Peking.

# In die Falle gelockt

Von Selmar Schülein

Während an der polnisch-belarussischen Grenze Flüchtende erfroren, warben Menschenschmuggler auf Facebook für problemlose Reisen nach Deutschland. Eine Datensammlung zeigt, wie das Netzwerk als Marktplatz für Schleuser diente und damit die humanitäre Krise anheizte

Am 28. August 2021 postet ein Facebook-User mit dem Namen „Visa Visa“ das Bild eines imposanten schwarzen SUV und dazu folgenden Text: „Die Reisegruppe wird mit dem Auto direkt zur polnischen Grenze gefahren, von wo aus es nur 7 km zu laufen sind.“ Im Anschluss Angaben zur Reisedauer sowie der Zusatz, dass die Tour „auch für Frauen und Familien mit kleinen Kindern geeignet“ sei. Der Facebook-Beitrag klingt ein wenig nach dem Prospekt eines Reisebüros, doch das Angebot ist keine Urlaubsreise, sondern das Inserat eines Menschenschmugglers. Das Ziel: die kaum durchlässige 418 Kilometer lange Grenze zwischen Polen und Belarus, an der wenige Tage später die ersten Menschen entkräftet und unterkühlt starben.

Der Facebook-Beitrag ist ein Beispiel für die massenhafte und ungehinderte Koordination von Menschenschmuggel über die Sozialen Medien. Er findet sich in einem umfangreichen Bericht des Analyseunternehmens Semantic Visions. Ein mehrsprachiges Analystenteam überwachte von Mitte Juli bis Ende Oktober 2021 in Echtzeit, wie auf Facebook, TikTok, Twitter, Telegram und WhatsApp Menschen aus dem Nahen Osten und Afrika versprochen wurde, gegen Bezahlung über Belarus und Polen nach Deutschland zu kommen. In den dokumentierten Posts, Videos und Kommentaren finden sich unverschleierte Angebote zum Menschenschmuggel, als gäbe es keinerlei Regulierungen für die Kommunikation auf Sozialen Medien. „Vor allem Facebook diente als zentraler Knotenpunkt für den Austausch von Informationen über die Schmuggelroute von Belarus in die EU“, sagt Monika Richter, die das Investigativteam leitete.

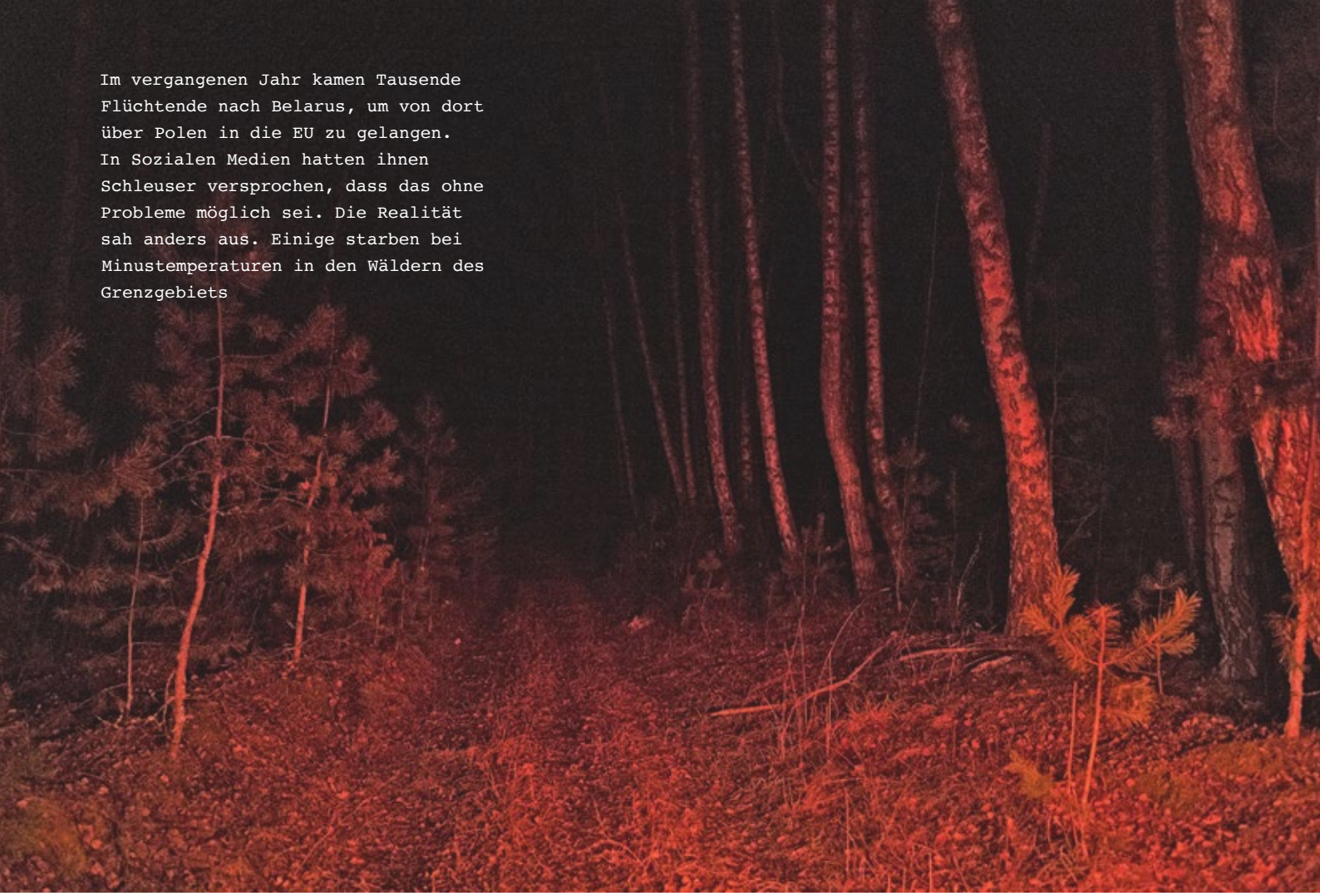
Bereits Mitte letzten Jahres verbreiteten Mitglieder arabischsprachiger Facebook-Gruppen Infos über Fluchtrouten aus Belarus. Teils stiegen die Mitgliederzahlen wöchentlich um mehrere Tausend Nutzer an – und schließlich begannen Schleuser damit, ihre Dienste in den Gruppen offen anzubieten. Zuvor hatte der belarussische Diktator Alexander Lukaschenko Menschen vor allem aus Syrien, Afghanistan und dem Irak mit der Zusage von Visa ins Land gelockt, von wo aus sie an die EU-Grenze gelangen konnten, um dort um Asyl zu bitten. Damit sollte Druck auf die EU ausgeübt werden, die die Proteste gegen Lukaschenko nach einer mutmaßlich gefälschten Wahl unterstützt hatte.

Die Leidtragenden der ungebremsten Verbreitung von Desinformation und illegalen Angeboten waren die Migranten und Geflüchteten, die wenig später bei Eiseskälte in den Wäldern des Grenzstreifens zwischen Belarus und Polen festsaßen. Bis Februar starben mindestens 21 Menschen. „Facebook war die treibende Plattform für den Großteil dieser Aktivitäten, da es Nutzer durch Inhaltsempfehlungen auf der Startseite höchst effektiv in diese Gruppen lockte und den Schmugglern ermöglichte, überhaupt erst mit potenziellen Migranten in Kontakt zu treten“, sagt Chefanalystin Richter.

Einer breit angelegten Studie zufolge verbreiten sich Falschmeldungen in den Sozialen Medien sechsmal schneller als wahre Posts. Über die demokratiegefährdenden Auswirkungen dieser Desinformationsflut wird seit Jahren intensiv berichtet. So ist bekannt, dass Posts Wählende manipulieren (USA 2016) und die Willensbildung ganzer Gesellschaften (Brexit-Votum) beeinflussen können. Selbst vielfach widerlegte Falschmeldungen setzen sich in den Köpfen der Menschen nachhaltig fest. Trotz solcher Auswirkungen hat Facebook von sich aus kaum Maßnahmen gegen derlei Aktivitäten und Inhalte ergriffen, wenn nicht massiver Druck von außen ausgeübt wurde. Ein Druck, der sich in einigen Regionen der Erde allerdings gar nicht erst aufbauen kann. So unterliegt das Unternehmen in der EU und den USA einer wesentlich stärkeren öffentlichen Kontrolle durch den Journalismus und die Regierungen als etwa in vielen arabischsprachigen Ländern, wo unabhängiger Journalismus und freie Informationsbeschaffung nicht gegeben sind. Darum investiert der Konzern in den USA und in der EU zwar auch nicht ausreichend, aber wesentlich mehr in die Beseitigung problematischer Inhalte. Moderatoren, die Sprachen wie Belarussisch oder Arabisch sprechen und unzulässige Posts löschen, gibt es verschwindend wenige im Vergleich zu Englisch sprechenden. Für manche Sprachen in problematischen Regionen gibt es gar keine.

Zurück nach Belarus: Die Facebook-Posts zu den osteuropäischen Fluchtrouten wurden aufgrund der Funktionsweise der Algorithmen oft hundertfach geteilt sowie tausendfach kommentiert. So erreichten sie immer mehr verzweifelte Menschen, denen die Beiträge Hoffnung machten, tatsächlich in die EU gelangen zu können.

Warum Facebook nichts unternahm? Richter sagt, dass es aufs Engste mit dem Geschäftsmodell Sozialer Medien zusammenhinge, gegen die Verbreitung von Desinformation nicht entschieden genug vorzugehen. Die sich stärker und schneller verbreitenden Falschnachrichten seien schließlich eine Goldgrube, weil sie Nutzerinnen und Nutzer zu intensiver Interaktion (Kommentare, Likes, Shares) verleiteten. Und je länger und intensiver jemand ein Netzwerk nutzt, desto mehr Daten kann der Konzern verwerten und desto attraktiver wird das Netzwerk als Oberfläche für Werbetreibende.



Im vergangenen Jahr kamen Tausende Flüchtende nach Belarus, um von dort über Polen in die EU zu gelangen. In Sozialen Medien hatten ihnen Schleuser versprochen, dass das ohne Probleme möglich sei. Die Realität sah anders aus. Einige starben bei Minustemperaturen in den Wäldern des Grenzgebiets

Mit einer Anpassung der Algorithmen, aber auch durch entschiedeneres Löschen ließe sich die Verbreitung problematischer Inhalte massiv zurückdrängen. Doch im Fall der osteuropäischen Fluchtrouten passierte erst mal: nichts. Während die Lage für die Menschen im Grenzstreifen mit Hereinbrechen der kalten Jahreszeit zunehmend dramatischer wurde, zirkulierten in den Facebook-Gruppen weiterhin ungehindert Falschinformationen, Schleuserangebote und Gerüchte rund um die Route über Belarus nach Deutschland. Ein Nutzer mit dem Namen „Israa Abdulkarem“ postete ein Angebot, das sich dezidiert an Familien richtete. Der Beitrag garantierte eine sichere Route von Belarus nach Deutschland – insbesondere für Familien mit kleinen Kindern, da lediglich eine Strecke von sechs Kilometern zu Fuß bewältigt werden müsse. Der Preis: 4.500 Euro pro Person. Auch für Kranke und Menschen mit Behinderung wurden „Reiseangebote“ beworben.

Wer auf die Angebote der Schleuser eingeht, wird einer Route überlassen, die selbst für junge Menschen in Bestform lebensgefährlich werden kann. Bereits Mitte November warnt eine Nutzerin mit dem Namen „Mamou“ vor den Zuständen an der Grenze. Sie erzählt, dass ihr Mann sowie ihre Cousins ohne etwas zu essen und zu trinken dort gefangen seien. Sie fleht um Hilfe. Andere Nutzer berichten von betrügerischen Schmugglern, die ganze Gruppen abgezockt hätten. Gemeinsam losgezogene Freunde seien völlig mittellos auf verschiedene Länder verteilt worden.

Doch nur einen Post weiter findet sich eben wieder eine offensive Werbung: Vor einem fröhlichen Hintergrund mit Zeichnungen von Eis am Stiel, Kuchen- und Pizzastücken sowie Partydeko steht in großen Buchstaben eine Telefonnummer sowie der Hinweis, dass eine Fahrt von Belarus nach Deutschland jederzeit buchbar ist. In den Kommentaren darunter fragt jemand nach dem Preis. ↖

**60** Milliarden US-Dollar
betrug das Bruttoinlandsprodukt von Belarus 2020.

**86** Milliarden Dollar
der Jahresumsatz von Meta im selben Jahr.

# Andere Nutzer haben auch diese Menschen vertrieben

Von Selmar Schülein

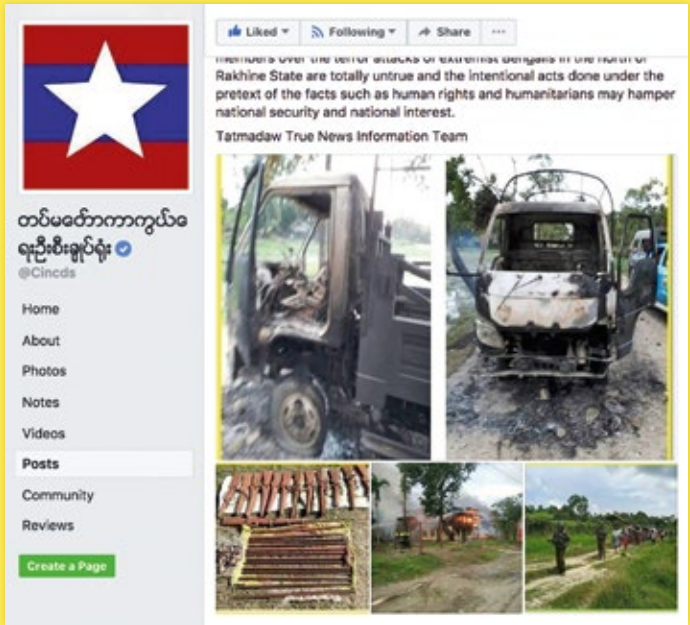
**Wurde durch Facebook sogar ein Völkermord gefördert? Nach den Morden an Tausenden Rohingya haben Angehörige der Minderheit den Konzern auf 150 Milliarden Dollar Schadensersatz verklagt**

Wer in Myanmar 2017 durch den Newsfeed seines Facebook-Profils scrollte, bekam mit hoher Wahrscheinlichkeit Beiträge angezeigt, die hasserfüllt über eine muslimische Minderheit des Landes sprachen. Dass Rohingya erschossen gehören, war dort etwa zu lesen, dass ihre Kadaver an Tiere verfüttert werden sollen oder dass sie alle Vergewaltiger seien. Als Maden und Hunde wurden sie bezeichnet, die das zu 90 Prozent buddhistische Land angeblich in einen islamischen Staat verwandeln wollen. Daneben Fotos toter Menschen, die angeblich von Rohingya ermordet wurden.

Was sich in den Wochen darauf tatsächlich zugetragen hat, wird seit 2019 vor dem Internationalen Gerichtshof verhandelt. Nach Schätzungen der Hilfsorganisation Ärzte ohne Grenzen wurden zwischen August und September 2017 mindestens 6.700 Rohingya getötet und etliche Gemeinden der Bevölkerungsgruppe zerstört. Etwa 700.000 flohen damals über die Grenze nach Bangladesch.

Eine Klageschrift, die die Geflohenen Anfang Dezember in den USA und in Großbritannien eingereicht haben, spricht Facebook eine Mitschuld daran zu und fordert 150 Milliarden Dollar Schadensersatz.

Der zentrale Vorwurf: Nicht nur habe der Algorithmus des Sozialen Mediums die Verbreitung von Gewaltaufrufen und Hassbeiträgen befeuert. Das Unternehmen habe von den Posts gewusst und die programmierte Begünstigung problematischer Inhalte willentlich geschehen lassen. Dieser Aspekt der Anklageschrift ist deshalb so zentral, weil Facebook strafrechtlich bislang nicht für die Verbreitung von Hassrede und Desinformation belangt werden konnte. Als Seitenbetreiber ist das Unternehmen juristisch nämlich nicht für die Inhalte der User verantwortlich. Könnte Facebook jedoch nachgewiesen werden, dass der Algorithmus gezielt beibehalten wurde – etwa um Nutzerinteraktionen zu steigern –, gäbe es womöglich einen rechtlichen Hebel.




Hetze online: Ein Facebook-Beitrag aus dem Jahr 2017 vom Militär in Myanmar, in dem behauptet wurde, die Rohingya würden Terror und Gewalt gegen andere Völker verbreiten

Neben den Aussagen der Whistleblowerin Frances Haugen (S. 36) stützen mittlerweile auch Einblicke eines anonymen ehemaligen Mitarbeiters die Vorwürfe, dass Facebook die Verbreitung von Hass und Gewaltaufrufen in Kauf genommen habe, um wirtschaftliche Unternehmensinteressen zu verfolgen.

Für das Land Myanmar kommt erschwerend hinzu, dass Facebook für viele Menschen vor Ort gleichbedeutend mit dem Internet ist. 2017 sollen von den insgesamt rund 54 Millionen Bürgern 13 Millionen einen Facebook-Account gehabt haben – das sind rund 86 Prozent aller Menschen, die Internet haben. Ein Großteil von ihnen benannte das Soziale Medium in einer Umfrage als erste Quelle für Informationen. Sogar politische Vorfälle – etwa den Rücktritt des Präsidenten im März 2018 – veröffentlichte die Regierung zuallererst auf Facebook.

Entsprechend dürften der Hetze und Desinformation wenig entgegengestanden haben. Das Unternehmen räumte bislang ein, dass es Schwierigkeiten gegeben habe, Hetze in der birmanischen Sprache zu blockieren. Zu dem Vorwurf, dass die Empfehlungen von Facebook die emotional erregendsten Beiträge bevorzugt hätten, sagte der Konzern nichts. Dabei fanden Desinformation und extreme Inhalte die meiste Verbreitung – darunter im Oktober 2017 die Behauptung eines Regierungssprechers, die Gewalt gegen die Rohingya sei lediglich inszeniert.

Experten bezweifeln allerdings, dass die Klage erfolgreich sein wird. Nichtsdestotrotz gilt sie als Zeichen dafür, dass Plattformen wie Facebook sich zukünftig stärker ihrer Verantwortung stellen müssen – damit sich ein Desaster wie in Myanmar nicht wiederholt: Zuletzt ließ sich im Bürgerkrieg in Äthiopien beobachten, wie hasserfüllte Posts auf Facebook ungehindert Bevölkerungsgruppen aufstacheln konnten. ↖

# Der hat begonnen

Von Christoph Oellers
Illustration: André Gottschalk

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 aufgeflogenen 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 solle 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.

Ein kleines Büro neben einem Supermarkt in der irischen Provinzstadt Portarlington: So sieht der Hauptsitz der irischen Datenschutzbehörde (DPC) aus, eine der wichtigsten europäischen Institutionen, wenn es um Datenschutz geht. Weil Konzerne wie Facebook oder Google ihren Europasitz in Dublin, der Hauptstadt des Niedrigsteuerlandes Irland, haben, ist die DPC für die Beschwerden von knapp 450 Millionen Europäern zuständig. Kritiker werfen ihr allerdings vor, dass sie eher die Interessen von Facebook vertritt. Beschwerden würden gar nicht oder sehr langsam bearbeitet, sagt etwa der Jurist Max Schrems, der schon als Student gegen Facebook klagte. Die NGO „noyb“ veröffentlichte Dokumente, denen zufolge sich die DPC sogar dafür einsetzte, dass Unternehmen wie Facebook in Europa auch ohne Einwilligung Daten für Werbe-zwecke sammeln dürfen.

# Facebook weiß, wie es den Menschen schadet, tut aber lieber mal nichts dagegen: die Erkenntnisse der Whistleblowerin Frances Haugen

Von Gabriella Alvarez-Hummel

Es sei nicht ihr Plan gewesen, Whistleblowerin zu werden, aber Menschenleben stünden auf dem Spiel – so äußerte sich Frances Haugen im vergangenen Jahr, nachdem sie Tausende Seiten geheimer Facebook-Dokumente geleakt hatte. Die Informatikerin und Dateningenieurin stieß 2019 zum Facebook-Konzern, der mittlerweile Meta heißt, und war dort in der Abteilung für Falschinformation für den Kampf gegen Verschwörungstheorien und Fake News zuständig. Wie sie berichtet, hatte sie selbst eine Freundschaft aufgrund von Onlineverschwörungen verloren.

Was Haugen während ihrer Zeit bei Meta jedoch erlebte, erklärte sie bei ihrem ersten öffentlichen Fernsehauftritt im Oktober 2021 so: Es habe Interessenkonflikte zwischen dem, was gut für die Öffentlichkeit war, und dem, was gut für Facebook war, gegeben. Facebook habe wieder und wieder gezeigt, dass es eigene Interessen über andere stellt.

Sie verließ den Konzern im Mai 2021. Im Gepäck Tausende von abfotografierten internen Dokumenten, die sie dem „Wall Street Journal“ sowie den US-Behörden übermittelte und die als „Facebook Papers“ und „The Facebook Files“ bekannt werden sollten.

Um die Erkenntnisse aus den Facebook Papers zu begreifen, muss man verstehen, wie Meta zu seinen 118 Milliarden US-Dollar Umsatz in 2021 kommt. Die Plattformen Facebook und Instagram verdienen Geld mit Anzeigen. Je mehr Zeit User auf einer Plattform verbringen, desto mehr Werbung kann ihnen angezeigt werden und desto mehr Daten können über sie gesammelt werden, um die Werbung noch zielgerichteter zu schalten. Also tut Meta alles dafür, Userinnen und User so lange wie möglich auf seinen Plattformen zu halten.

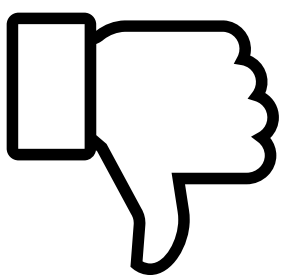
Der zentrale Zuarbeiter dafür ist der Algorithmus, der merkt, welche Inhalte die meiste Aufmerksamkeit bekommen, und diese dann vermehrt ausspielt. So finden extreme und polarisierende Posts und Videos auf Facebook eine deutlich schnellere Verbreitung und bringen weitere hervor. Lange hat Facebook zum Beispiel Posts, auf die mit Wut-Emojis reagiert wurde, fünfmal so hoch gerankt wie andere Reaktionen. Am Ende kann sich durch die stetige Polarisierung sogar die politische Landschaft verändern, wie eine in den „Facebook Papers“ enthaltene interne Studie zeigte: Politikerinnen und Politiker setzen vermehrt auf extreme Positionen, weil diese mehr Menschen erreichen.

Die wichtigste Erkenntnis aus den „Facebook Papers“: Meta weiß sehr genau, wie seine Plattformen der Öffentlichkeit schaden. Und: Meta kennt durchaus Strategien zur Erhöhung der Sicherheit, setzt sie jedoch nicht ein, um den Gewinn nicht zu schmälern.

Die Papers liefern unzählige Beispiele dafür: Meta wusste um die Existenz von Facebook-Seiten, auf denen Menschen wie Sklaven gehandelt wurden, ging aber zunächst nicht gegen sie vor. Meta kennt laut eigener Studien auch die psychischen Folgen, die Instagram insbesondere bei Teenagern anrichten kann – hat diese Ergebnisse dennoch nie geteilt und die Risiken in der Öffentlichkeit heruntergespielt. Meta änderte den Facebook-Algorithmus während der US-Wahlen 2020, um politischen Missbrauch zu verhindern – machte die Änderungen danach aber wieder rückgängig.

Der Konzern erreicht mit 2,8 Milliarden Menschen täglich rund 60 Prozent aller Internetnutzer weltweit. Was Frances Haugen große Sorgen bereitet, sind die fehlenden Sicherheitsstrategien in vielen nicht englischsprachigen Ländern. Für die Menschen dort stellen die Meta-Plattformen das gesamte Internet und die einzigen Kommunikationskanäle dar. Dies alles, so Haugen, sei erst der Anfang, wenn man jetzt nicht eingreife. Dabei hat sie die Hoffnung nicht aufgegeben, dass sich Facebook selbst zum Besseren ändern könnte. Mark Zuckerberg habe die Macht, es zu tun. Und es würde nicht nur das Leben von Milliarden Menschen glücklicher machen, sondern ihn vielleicht auch. ↖

follow the money



# Erst war es nur ein Hashtag, nun gehen Jugendliche in Ghana unter dem Motto *#FixTheCountry* auf die Straße

Von Katharina Wellems

Es ist nur ein kurzer Post, den der Influencer Joshua Boye-Doe im Mai 2021 auf Twitter absetzt. Darin geht es um die Zukunftsaussichten junger Menschen in Ghana. Hochschulabsolvierende sind dort dazu verpflichtet, nach ihrem Abschluss einen einjährigen Nationaldienst (NSS) zu leisten – und suchen hinterher oftmals vergebens nach einem Job. *„After NSS plenty people I know dey house cos dem no get jobs. Why should it be so. Are you educating people to go and sit home?? #FixTheCountry"*

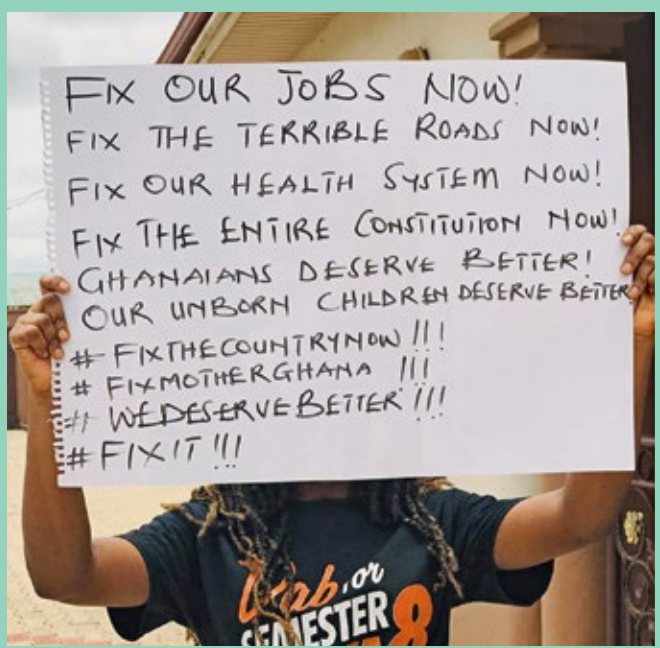
Ein Post, der Folgen hat, weil er einem Gefühl Ausdruck verleiht, das die meisten jungen Menschen in Ghana haben. Der Hashtag wird massenhaft geteilt. Viele beklagen sich in ihren Posts über zu wenig Zukunftschancen und die schlechte Politik der Regierung. Die Forderungen der Jugendlichen sind vielfältig: mehr Arbeitsplätze, bessere Bildung, weniger Steuern und Korruption, eine bessere Gesundheitsversorgung, mehr soziale Einrichtungen in den ländlichen Teilen des Landes und nicht zuletzt eine zuverlässige Stromversorgung. Denn nicht selten fällt der Strom sogar in der Hauptstadt Accra für Stunden aus.

Mehr als 70 Prozent der Bevölkerung Ghanas sind jünger als 35 Jahre. Obwohl viele junge Menschen einen Hochschulabschluss machen, fällt es ihnen schwer, Arbeit zu finden. Gerade mal zehn Prozent der Absolventen bekommen innerhalb eines Jahres einen Job, bei vielen dauert es sogar viel länger. Bis dahin leben sie oft bei ihren Eltern, denn die Lebenshaltungskosten in Ghana, vor allem in den Städten, sind hoch.

Kein Wunder, dass aus dem Hashtag *#FixTheCountry* eine landesweite Protestbewegung wurde. Drei Monate nach Joshua Boye-Does Tweet erreicht der Protest die Straße. Tausende Jugendliche versammeln sich und ziehen durch die Straßen von Accra. Dabei schwenken sie Plakate mit Botschaften wie „Corruption breeds poverty" und „Fix our education system now". Die Regierung reagiert mit Unverständnis. Ein Parlamentarier fordert von den Jugendlichen, bei sich selbst anzufangen, und verwendet dazu den Hashtag *#fixyourself*. Dafür wird er heftig kritisiert und muss seine Aussagen schließlich zurücknehmen. Ein Regierungssprecher schiebt die Schuld an der Situation auf die allgemeine schlechte wirtschaftliche Lage durch Corona. Die Regierung habe bereits ein Programm eingeführt, um die Situation Jugendlicher zu verbessern – wovon allerdings nur wenige profitieren.

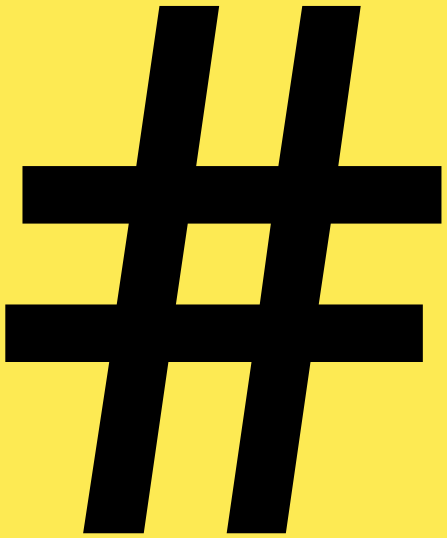
Mittlerweile hat *#FixTheCountry* einen eigenen Twitter-Account und eine Website, auf der sie auch Fan-Artikel verkaufen. Martin Acheampong vom Leibniz-Institut für Globale und Regionale Studien sagt allerdings: „Die Bewegung konnte bisher noch nicht viel verändern. Die Regierung hat zwar einige der Forderungen aufgenommen, die Umsetzung bleibt aber abzuwarten. Gerade deswegen ist das Anliegen der Bewegung immer noch aktuell." Vor einigen Wochen forderten die Aktivisten die Absetzung des Vorsitzenden der Wahlkommission und seiner beiden Vertreter – da die Wahlkommission einige Bevölkerungsgruppen von den Parlamentswahlen 2020 ausgeschlossen haben soll.

Eigentlich wird das politische System Ghanas als demokratisch eingestuft. Den Analysen der NGO Freedom House zufolge wird das Land als „frei" bewertet, womit es im Verhältnis zu anderen afrikanischen Staaten gut abschneidet. Seit 2017 regiert Präsident Akufo-Addo von der liberalkonservativen New Patriotic Party (NPP). Die NPP steht in der Opposition aktuell dem NDC (National Democratic Congress) gegenüber. Seit Mitte der 1990er-Jahre wechselte die Macht häufig zwischen beiden Parteien. Umfragen zeigen aber, dass das Vertrauen in die Demokratie in den letzten Jahren gesunken ist. Schuld daran sind vor allem die Korruption sowie Einschränkungen für Frauen und Mitglieder der LGBTIQ+-Community. Homosexuelle Handlungen unter Männern werden in Ghana sogar mit Gefängnis bestraft.




Acheampong ist sich sicher, dass Social Media auch in Zukunft eine große Bedeutung für die politischen Anliegen der Menschen in Ghana haben werden. Auch in anderen afrikanischen Staaten würden Debatten durch Hashtags in den Sozialen Medien gestartet, wie beispielsweise die *#ThisFlag*-Kampagne in Simbabwe, der *#FeesMustFall*-Protest in Südafrika oder *#EndSars* in Nigeria. 2024 wird es Wahlen in Ghana geben. Eine ehemalige Gruppe der *#FixTheCountry*-Bewegung wird auch antreten. Dann entscheidet sich die Zukunft von Ghanas Jugend nicht mehr nur im Netz und auf der Straße, sondern auch in der Wahlkabine.

# Make Ghana great again



# Welt, bitte mal herhören

Von Jana Sepehr

**Politische Aktivisten und Aktivistinnen nutzen Soziale Medien zum Protest und zur Organisation. Nicht nur die Bewegung Fridays for Future wurde so groß. Ein paar weitere Beispiele**

## Der Appell an alle Frauen

Die Aktivistin Tarana Burke gilt als *#MeToo*-Begründerin. Doch das Feuer entfachte eine andere: Schauspielerin Alyssa Milano machte den Hashtag populär, indem sie betroffene Frauen 2017 ermutigte, via Twitter auf sexuelle Belästigungen und Übergriffe aufmerksam zu machen. Auslöser war der Skandal um den US-amerikanischen Filmproduzenten Harvey Weinstein, der mehrere Frauen vergewaltigt und sexuell genötigt hat. Doch schnell ging es nicht mehr nur um den Fall Weinstein oder Hollywood, sondern um Fälle sexueller Belästigung überall auf der Welt. „Wenn ihr sexuell belästigt oder angegriffen wurdet, schreibt ‚me too' als Antwort auf diesen Tweet", forderte Milano die Frauen auf. Die Folge: Der Hashtag wurde millionenfach in den Sozialen Medien verbreitet und setzte weltweit eine Debatte in Gang. Frauen waren nicht mehr nur Empfängerinnen der Botschaften, sondern teilten ihre eigenen Erfahrungen. Allein auf Facebook wurde der Hashtag in den ersten 24 Stunden von mehr als 4,7 Millionen Menschen verwendet. Das zeigte eindrücklich, wie viele Frauen weltweit sexuelle Belästigung erfahren haben. Jahrzehntelang geschahen solche Übergriffe im Dunkeln. Durch *#MeToo* war der Moment gekommen, sie öffentlich zu diskutieren und aufzudecken.

## Ein schwarzes Bild, das vieles sichtbar machte

Bereits 2013 nutzten Afroamerikaner und Afroamerikanerinnen Twitter, um sich über Gewalt an Schwarzen auszutauschen und für ihre Rechte zu kämpfen. Sie formierten sich zu einer Protestbewegung: Black Lives Matter. Nach der Tötung von George Floyd vor knapp zwei Jahren und der Veröffentlichung des Videos davon verbreiteten sich Hashtags wie *#BlackLivesMatter*, *#BlackoutTuesday* und *#icantbreathe*, die letzten Worte Floyds, in der ganzen Welt. Mehr als 19 Millionen Mal wurde allein der Hashtag *#Blackouttuesday* auf Instagram gepostet, dazu millionenfach ein schwarzes Bild. Die Aktion sollte zum Nachdenken über Rassismus anregen. Aber nicht nur online wurde protestiert: In Städten wie Wien, Lagos, Berlin und Tokio gingen die Menschen auf die Straße. Die Demonstrationen brachten politische Debatten über unterschiedliche Facetten von Rassismus auf den Tisch. Auch in Deutschland wurde in der Politik und in den klassischen Medien daraufhin vermehrt über Rassismus wie etwa Racial Profiling diskutiert und berichtet. Dieses globale Ausmaß kam wohl vor allem dank der Sozialen Medien zustande.

# Oben ohne, bitte!

Seit der Islamischen Revolution 1979 gelten strenge Kleiderregeln für Frauen im Iran: Unter anderem müssen Mädchen ab der Grundschule ein Kopftuch tragen. Dagegen sträubte sich Masih Alinejad, eine der bekanntesten Kritikerinnen der iranischen Regierung, schon als Kind. Als junges Mädchen kämpfte die heute 45-Jährige in ihrem Heimatdorf Ghomikola im Nordiran dafür, die gleichen Rechte wie ihr Bruder zu bekommen. Als Studentin wurde sie als Regimegegnerin verhaftet. Als Parlamentskorrespondentin in Teheran erhielt sie ein Berufsverbot. Heute lebt sie im Exil in New York. 2014 startete sie eine Facebook-Initiative: „My Stealthy Freedom“. Mehr als eine Million Nutzerinnen und Nutzer haben die Facebook-Seite abonniert. Sie gilt heute als Plattform für Proteste von Iranerinnen, die sich gegen die Kopftuchpflicht aussprechen. Masih Alinejad ist eng mit Aktivistinnen im Iran vernetzt und startete mehrere Kampagnen. Sie gilt als Ideengeberin der „White Wednesdays“, bei denen sich seit 2017 Frauen im Iran immer mittwochs weiß kleiden oder sogar ihr weißes Kopftuch abnehmen. Als Erste wagte die damals Anfang-30-jährige Vida Movahed, sich auf einen Stromkasten am Rand einer stark befahrenen Straße in Teheran zu stellen, ihr Kopftuch an einen Stock zu binden und durch die Luft zu schwenken. Dafür wurde sie zu einem Jahr Gefängnis verurteilt. Während der Proteste wurden zahlreiche Frauen festgenommen, strafrechtlich verfolgt und mit Folter bedroht. Trotz dieser Proteste gibt es die Kopftuchpflicht im Iran bis heute.

# Die Revolution einer ganzen Region

Im Dezember 2010 zündete sich der tunesische Gemüsehändler Mohamed Bouazizi aus Protest gegen Polizeigewalt und die Demütigung durch Behörden selbst an. Dieser radikale Akt der Verzweiflung führte zum Beginn des sogenannten Arabischen Frühlings und zum Sturz des Präsidenten Zine el-Abidine Ben Ali. Wenige Monate später bäumten sich die Menschen in Ägypten, Libyen, Dschibuti und zahlreichen weiteren Staaten im Nahen Osten und Nordafrika gegen ihre Regierungen auf. Zwar begannen die Proteste auf den Straßen, doch das Internet beschleunigte die Sache: Die Sozialen Medien wurden zum Werkzeug der Selbstermächtigung und machten es den Regimen schwer, unerwünschte Informationsflüsse zu stoppen. Auf Facebook mobilisierten sich die Massen, mit Twitter und YouTube informierten junge Araberinnen und Araber die Welt über die Proteste. Das Zusammenspiel der traditionellen und neuen Medien war revolutionär und begünstigte den Sturz mehrerer Regierungen.

# No Woman, No Drive

Unter der Dusche oder auf dem Klo sei ihm die Idee zu „No Woman, No Drive“ gekommen, so der Satiriker Hisham Fageeh. Der Song ist eine Art Coverversion des Bob-Marley-Songs „No Woman, No Cry“. Fageeh singt darin über ein Thema, das in Saudi-Arabien lange politisch und gesellschaftlich höchst brisant war: das Fahrverbot für Frauen. Oft hatten Aktivistinnen versucht, in den Sozialen Medien Druck aufzubauen und so das Verbot zu kippen. Doch nie zuvor gab es ein so großes Echo wie nach dem Hit von Fageeh: In weniger als zwei Tagen wurde das Video auf YouTube über drei Millionen Mal geklickt. Mittlerweile hat das Video aus Saudi-Arabien fast 17 Millionen Klicks. Fageeh greift in seinem Song unter anderem das absurde Argument eines islamischen Geistlichen auf, der behauptet hatte, das Steuern von Fahrzeugen sei schlecht für die Eierstöcke. Ob das Video die Entscheidung von Kronprinz Mohammed bin Salman beeinflusst hat? Zumindest hob dieser das Fahrverbot für Frauen in Saudi-Arabien 2018 auf. ↖

Das passt!
Auf fluter.de haben wir mit einem Demokratieforscher darüber gesprochen, ob Onlinepetitionen, Hashtagaktivismus und Protestprofilbilder wirkungsvoll sind – oder nur „Slacktivism“, weil man mit nur einem Klick oder Like schon vermittelt, sich politisch zu engagieren. fluter.de/digitaler-protest-interview

# Ist doch nur Internet

Von Julia Kopatzki
Illustration: André Gottschalk

**Beschimpfungen, Drohungen, Mordaufrufe: In den vergangenen Jahren nahm in den Sozialen Medien der Hass immer mehr zu. Muss man das hinnehmen? Eine Recherche bei Behörden und Menschen, die sich gegen die Hetze engagieren**

Die erste Welle kam im Frühjahr, ein Jahr nach Beginn der Pandemie. „Vollkoffer“, schrieb eine Frau und dazu vier kotzende Emojis. „Dummschwätzer“ eine andere. „Ich glaube, dir haben sie zu oft das Stäbchen ins Gehirn gerammt“, „Bist du krank oder so?“ und „Ab auf die Anklagebank, das fordern wir“.

Das alles galt Dario Schramm. Im April 2021, als ihn diese Nachrichten erreichen, ist er Generalsekretär der Bundesschülerkonferenz, er setzt sich für die Interessen von acht Millionen Schülern und Schülerinnen ein. Kurz zuvor hatte er eine Testpflicht an Schulen gefordert – und Hass geerntet.

Die Kommentare sind bis heute öffentlich und damit auch die Namen der Absender. Wenig Pseudonyme, so scheint es, sondern die tatsächlichen Namen. Da ist Guido, der auf seinem Profilfoto mit seinem kleinen Sohn posiert, Manuela, die sich erst um die Kulturbranche sorgte und jetzt verkündet, ungeimpft zu bleiben, und Yasemin, die Armbänder aus Alpakawolle verkauft. Solche Menschen wünschen Dario Schramm, 21 Jahre alt, Schmerzen, Verletzungen und manche sogar den Tod. Er bekommt Morddrohungen per Privatnachricht oder E-Mail. „Alle Postfächer sind übergequollen“, sagt er. Wer sich öffentlich äußert, auf einem Podium, in der Zeitung oder im Internet, kennt diesen Hass. Die Kommunalpolitikerin kennt ihn genauso wie der Musiker, die Influencerin oder der Sportler. Hass auf Twitter, Hass auf Instagram, Hass auf Telegram, TikTok und Facebook. Und während Instagram enorm schnell ist, weibliche Brustwarzen zu identifizieren und zu sperren, bleibt Hass oft einfach stehen. Wer ist da eigentlich noch zuständig?

Es geht schon los mit der Benennung: Hass im Netz. Hatespeech. Das klingt harmlos. Es sind doch nur Worte im Internet. Dabei sind es ganz oft Straftaten: Beleidigung ist eine Straftat. Bedrohung ebenfalls. Und Volksverhetzung kann mit bis zu fünf Jahren Haft bestraft werden.

Wer den Holocaust verharmlost oder gegen Ausländer hetzt oder den Tod aller Schulsprecher fordert, der muss damit rechnen, dass diese Äußerungen nicht die Dorfpolizei bearbeitet, sondern dass das beim Staatsschutz landet.

Erst der Zuzug vieler Flüchtender im Jahr 2015, dann die Coronapandemie – beides habe die Zahl der Beschimpfungen und Drohungen in die Höhe getrieben, sagt Thomas Georgi vom Landeskriminalamt Baden-Württemberg.

Wie schnell aus verbalen Übergriffen physische Gewalt werden kann, zeigte der Mord an dem Politiker Walter Lübcke, der vor seinem Tod in Netzwerken Morddrohungen bekam. Trotzdem melden viele Menschen, die bedroht werden, es nicht mal den Behörden.

Wie Dario Schramm. Er hat nichts von dem, was an ihn adressiert war, angezeigt. „Da wird eh nichts draus, und der Aufwand ist nicht gerechtfertigt", sagt er. „Das klingt schlimm, aber der Hass ist für mich fast selbstverständlich." So wie ihm geht es den meisten. Manche helfen sich selbst durch Wortfilter, sodass sie bestimmte Beleidigungen nicht mehr sehen, andere öffnen ihre Nachrichten einfach nicht mehr. Sie achten darauf, nichts zu posten, wodurch man ihren Wohnort erkennt, oder teilen Fotos vom Restaurantbesuch nur zeitversetzt.

Was sie nicht machen, macht zum Beispiel Leonhardt Träumer. Er ist der Gründer von „Hassmelden". Auf der Website kann jeder Postings oder Kommentare melden, die er oder sie für gesetzeswidrig hält, und das Team von „Hassmelden" zeigt diese an, wenn es den Inhalt als strafbar bewertet.

Über 500.000 Meldungen sind es mittlerweile. Gratuliert man da? „Eher nicht", sagt Leonhardt Träumer, als er mit unterdrückter Nummer anruft. Das passiert oft in dieser Recherche: unterdrückte Nummern, nur der Vorname oder gleich ein Pseudonym – wie Leonhardt Träumer. Denn er möchte seinen richtigen Namen nicht bekanntgeben. „Wir haben das Gefühl, dass es nicht ganz ungefährlich ist, was wir machen", sagt er.

Jede dritte Meldung bringt „Hassmelden" im Schnitt zur Anzeige und damit im Idealfall den Absender vor Gericht. „Wir machen das, weil es jemand machen muss", sagt Träumer. „Aber es sollte nicht unsere Aufgabe sein." Das gesamte Team arbeitet ehrenamtlich, sie bekommen keine Gelder von öffentlichen Stellen. Sie wollen keine. Nur so könne man komplett unabhängig bleiben, so Träumer. Das heißt aber auch, dass ihre Kräfte endlich sind.

„Hassmelden" gibt es jetzt seit drei Jahren. Länger als viele Sondereinheiten bei Polizei und Staatsanwaltschaft. Ist der Hass in den Sozialen Medien wirklich schlimmer geworden, oder denkt man das nur? „Es ist das Henne-Ei-Problem: Gibt es mehr Hass, oder melden die Menschen einfach mehr?", fragt Träumer. Eines fällt aber auch ihm auf: „Morddrohungen sind deutlich häufiger geworden als vor zwei, drei Jahren."

Ein Versuch, Ordnung in die Sozialen Netzwerke zu bringen, war das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG). Seit 2017 müssen die Netzwerke rechtswidrige Inhalte löschen, wenn sie ihnen gemeldet werden. Was gelöscht wird, ist zwar weg, aber es ist eben auch: weg ohne jegliche Konsequenzen. Deswegen gilt seit Februar 2022 eine Änderung dieses Gesetzes: Die Netzwerke müssen potenziell rechtswidrige Posts nicht mehr nur löschen, sondern sind jetzt auch verpflichtet, alle Inhalte, die User bei ihnen als Verstoß gegen das NetzDG melden, zu prüfen und, wenn sie sie ebenfalls als strafbar einschätzen, ans Bundeskriminalamt weiterzuleiten – inklusive letzter bekannter IP-Adresse.

Für diese Meldungen hat das BKA eine neue Sektion geschaffen: die ZMI, die „Zentrale Meldestelle für strafbare Inhalte im Internet". Ansgar Tolle leitet diese Abteilung aus rund 200 Kriminalbeamten. Am Ende der ersten offiziellen Arbeitswoche telefonieren wir. TikTok klagt gegen die Änderung des NetzDG, Facebook, Google, YouTube und Twitter auch. „Ja, wir haben diese Woche keine Daten erhalten und werden das am Montag auch nicht", sagt Tolle. Trotzdem arbeite die Abteilung: Sie prüft die

Meldungen, die über Plattformen und Bürger eingehen, und ermittelt, wenn der Inhalt justiziabel ist, den Absender.

Denn eines der größten Probleme bei der Ermittlung ist, dass man in vielen Fällen nicht weiß, wer hinter dem Account steckt. Das Team um Tolle sucht also nach Informationen über die Identität, es gleicht Hinweise mit Personendatenbanken ab. „Sind wir erfolgreich, schicken wir den Fall zum zuständigen LKA“, erklärt er.

## Oft verbergen sich hinter den Hassmails ganz normale Bürger

Gelingt ihnen das nicht, kommt die Abteilung von Frank Heimann dazu. Er arbeitet im Bereich Staatsschutz des BKA. Sein Team ermittelte beim Attentat in Hanau – und dann beim Anschlag auf die Synagoge in Halle. Und wenn die Identität von Verfassern politisch motivierter Straftaten, zum Beispiel Volksverhetzung, nicht so leicht herauszufinden ist. „Der erste Schritt ist eine OSINT-Recherche“, sagt Heimann. OSINT steht für „Open Source Intelligence“. Das Team sucht also nach öffentlich zugänglichen Informationen. Vielleicht hat jemand ein Foto mit Autokennzeichen gepostet, vielleicht erkennt man etwas am Halsband des Hundes auf dem Foto. „Wir haben noch mehr, aber dazu kann ich aus taktischen Gründen nichts sagen“, so Heimann.

Schon ohne ein neues Gesetz gibt es theoretisch die Möglichkeit, Nutzerdaten bei den Sozialen Medien abzufragen. Welche E-Mail-Adresse ist hinterlegt? Welche Handynummer? Das Problem ist aber, dass die Netzwerke selber beurteilen wollen, was sie strafbar finden und was nicht. Hakenkreuze zu verbreiten ist in Deutschland eine Straftat, in den USA, wo Meta sitzt, nicht.

Das BKA spricht von mehreren Stunden reiner Arbeitszeit für einen Fall. Die Wartezeiten, bis irgendeine Stelle antwortet, sind da nicht mit eingerechnet. So können Monate vergehen, bis ein Fall an die Staatsanwaltschaft übergeben wird. Lohnt sich das Warten? Ein Blick in die Aufklärungsquoten der BKA-Statistik: 76 Prozent der Beleidigungen im Internet, 82 Prozent der Fälle von Volksverhetzung und 85 Prozent der Bedrohungen konnte die Polizei aufklären. Doch damit ist noch niemand verurteilt, denn oft verpufft die Arbeit der Beamten vor Gericht – etwa wenn Richter Hass und Hetze als erlaubte Meinungsäußerungen einstufen. Der LKA-Mann Georgi wünscht sich deshalb „eine Gerichtsbarkeit, die sich klar positioniert“.

Wenn die Posts zwar voller Hass, aber noch nicht strafbar sind, gibt es die sogenannte Gefährderansprache oder das Gefährderanschreiben. Das heißt: Polizisten sprechen die Verfasserinnen und Verfasser von Hateposts an – zu Hause oder schriftlich –, um ihnen zu sagen, dass jetzt auch mal gut ist und sonst Konsequenzen drohen.

Aber wer sind diese Menschen, die Drohungen verfassen, Politiker ins KZ schicken wollen oder eine Beleidigung nach der anderen ins Internet schreiben? Es sind: alle. Die junge Mutter, die im Internet völlig ausrastet und dann überrascht ist, wenn wirklich mal die Polizei bei ihr steht, der Rechtsradikale, der sehr genau weiß, was er dort schreibt. Auch unter Jugendlichen ermittelt die Polizei immer öfter. Hakenkreuze und Hitlerbilder, die per WhatsApp herumgeschickt werden, Beleidigung auf Instagram oder TikTok. Ist doch nur ein Witz, war doch nicht so gemeint, ist doch nur im Internet, hören die Beamten oft. Das soll keine Ausrede mehr sein.

Als Dario Schramm als Vertreter der Bundesschülerkonferenz forderte, die Schulen wieder zu öffnen, erreichte ihn wieder der geballte Hass. Diesmal seien es keine Coronaleugner und Impfgegner gewesen, sondern Eltern, die ihre Kinder mit Homeschooling vor dem Virus schützen wollten. „Leute, die mir vorgeworfen haben, ich brächte ihre Kinder um. Die sind genauso wie die Querdenker ausgeflippt“, erzählt er.

Je mehr Hass man im Internet liest, desto drängender möchte man die Leute fragen, ob sie darüber in irgendeiner Form nachdenken. Also schreibe ich sie einfach an. Eine halbe Stunde scrolle ich mich durch Facebook und melde mich bei denen, die mir auffallen. „Finden Sie dieses Verhalten angemessen?“, frage ich. Lange bleibt es still. Dann meldet sich doch noch jemand: ein Account mit Pseudonym, ein hellblaues Profilbild, auf dem „Für unsere Kinder“ steht, keine Information außer „männlich“. Immer wieder hatte ich ihn unter Dario Schramms Postings gesehen, „Arsch“, „Volldepp“. Warum beleidigt ein Vater einen Abiturienten im Internet? „Wenn die bescheuerten Schulsprecher hier Panik schieben, kann man diese Deppen sogar noch viel mehr als beleidigen“, schreibt er mir zurück.

Wie er das meint, will er mir nicht sagen. ↖

**40** Prozent der befragten Abgeordneten des niedersächsischen Landtags gaben an, bereits bedroht worden zu sein, u. a. durch Hassmails oder Drohungen in Sozialen Medien.

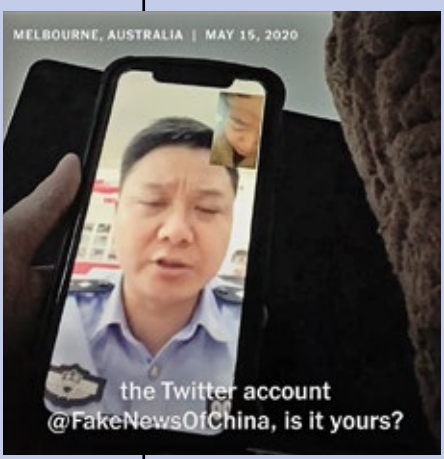
# Follower in Uniform

**In China werden Soziale Medien zensiert oder abgeschaltet. Nun stellt die Regierung ihren Bürgern sogar weltweit nach. Ein kritischer Post genügt, um auf die Fahndungsliste zu geraten**

Von Fabian Kretschmer

Die chinesische Studentin Dong Wuyuan lebt bereits seit einiger Zeit in Melbourne, als sie im April 2020 einen Videoanruf aus der Heimat erhält. Es meldet sich ein Polizeibeamter mittleren Alters, der ohne Umschweife zur Sache kommt: „Was du auf Twitter gepostet hast, ist absolut unangemessen", sagt er. Und fügt hinzu: „Ich möchte dir ganz deutlich mitteilen, dass wir deinen Vater hierbehalten." Zum Beweis reicht der Ermittler sein Smartphone zu einem älteren Herrn hinüber, Dongs Vater ist tatsächlich auf dem Polizeirevier.

Dong wurde nach der blutig niedergeschlagenen Studentenbewegung vom Tiananmen-Platz 1989 geboren und wuchs als Einzelkind in einem politisch zunehmend repressiven Land auf. Frustriert zog sie 2019 nach Australien, von wo aus sie sich online kritisch über die Kommunistische Partei äußerte. Auf Twitter betreibt sie den Account @FakeNewsOfChina, für den sie zum Beispiel das Gesicht des chinesischen Staatschefs Xi Jinping auf einen tanzenden Mann mit Tangaslip und Bierbauch montierte. Weil sie den Account anonym betrieb, wähnte sie sich in Sicherheit, doch die Ermittler machten ihre Identität ausfindig. Twitter sperrte den Account einige Monate später.




Bei Dong in Australien meldete sich ein Polizist aus China

Dong ist kein Einzelfall: In den vergangenen Jahren hat China die Verfolgung kritischer Stimmen massiv ausgeweitet. Sie sollen nicht nur im eigenen Land schweigen, sondern auch im Ausland. Denn es sind längst nicht mehr nur politische Aktivisten und Aktivistinnen, sondern zunehmend auch gewöhnliche Bürger, die in den Sozialen Medien ihre Stimme erheben und ihre Meinung sagen.

Facebook, Twitter, TikTok: Dass plötzlich jeder und jede seine Meinung frei äußern kann und viele mit ihren Posts mehr Menschen erreichen als die staatlich kontrollierten Medien, wurde von der chinesischen Regierung von Anfang an als Gefahr gesehen. Praktisch sämtliche westliche Apps und Onlinedienste – von Twitter über WhatsApp bis hin zu Google – sind von der Regierung verboten worden.

Die chinesischen Plattformen werden bis heute von kritischen Inhalten „gesäubert". Wer etwa auf „Baidu Baike" – dem chinesischen Wikipedia – nach dem 4. Juni 1989 sucht, wird keinen Eintrag über die blutige Niederschlagung der Studentenbewegung finden. Auch die Große Hungersnot unter Mao Zedong wird dort mit wenigen Halbsätzen abgehandelt, als seien die bis zu 50 Millionen Toten nur eine Folge von Dürreperioden gewesen. Und als zu Beginn der Coronapandemie Anwohner aus Wuhan Fotos von überfüllten Spitälern posteten, wurden diese nach wenigen Minuten gelöscht.

Die Internetriesen ByteDance (TikTok bzw. Douyin, wie es in China heißt) und Tencent (WeChat) lassen sämtliche Kommentare mithilfe eines Algorithmus auf Schlagwörter untersuchen. Dann entscheiden „Content-Moderatoren", ob Inhalte gesperrt werden oder nicht. Schon bei kleinsten Vergehen können die Unternehmen ihre staatliche Lizenz verlieren.

Wie eine aktuelle Recherche der „New York Times" belegt, ermitteln Chinas Behörden zunehmend auch gegen Staatsbürger im Ausland. In mehreren Fällen hat Pekings Sicherheitsapparat die Identität von Studenten in den USA ermittelt, die auf Twitter mit anonymen Profilen regierungskritische Postings abgesetzt haben. „Ich stehe hinter Hongkong" reicht aus, um ins Visier der Ermittler zu geraten. Am schlimmsten werden Nutzer und Nutzerinnen verfolgt, die Chinas Parteiführung direkt kritisieren oder politischen Protest organisieren.

Um kritische Kommentatoren im Ausland zu identifizieren, nutzen chinesische Beamte Wählerverzeichnisse, gehackte Datenbanken und Foto-Suchmaschinen. Sind die User erfolgreich ermittelt, werden sie aufgefordert, ihre Postings oder sogar Accounts zu löschen. Wenn sie dies nicht tun, üben die Behörden Druck auf enge Verwandte aus. In einem dokumentierten Fall wurden die Eltern des Betroffenen zehn Tage lang in Untersuchungshaft gesteckt.

Gleichzeitig steckt China viel Geld in Desinformationskampagnen. So werden von der Kommunistischen Partei ausländische Influencer zu Pressereisen in Gebiete eingeladen, in die echte Journalisten aufgrund der systematischen Verfolgung kaum Zugang haben. Die auf diesem Weg inszenierten Videos werden dann von den chinesischen Staatsmedien auf Sozialen Medien sowohl im In- als auch im Ausland verbreitet. Zum Beispiel Videos vom scheinbar friedlichen Alltag der Uiguren, die brutal unterdrückt und in politische Umerziehungslager gesteckt werden. Doch das, so kann man in den Posts lesen, seien lediglich Lügen westlicher Medien.

Am 29.12.2021 meldet sich Dong wieder auf Twitter: „Hallo zusammen, euer Xi Jinping ist zurück!" Nach der Recherche der „New York Times" hatte Twitter die Sperrung aufgehoben. Seitdem herrscht allerdings wieder Funkstille auf dem Account.

# Bitte mal

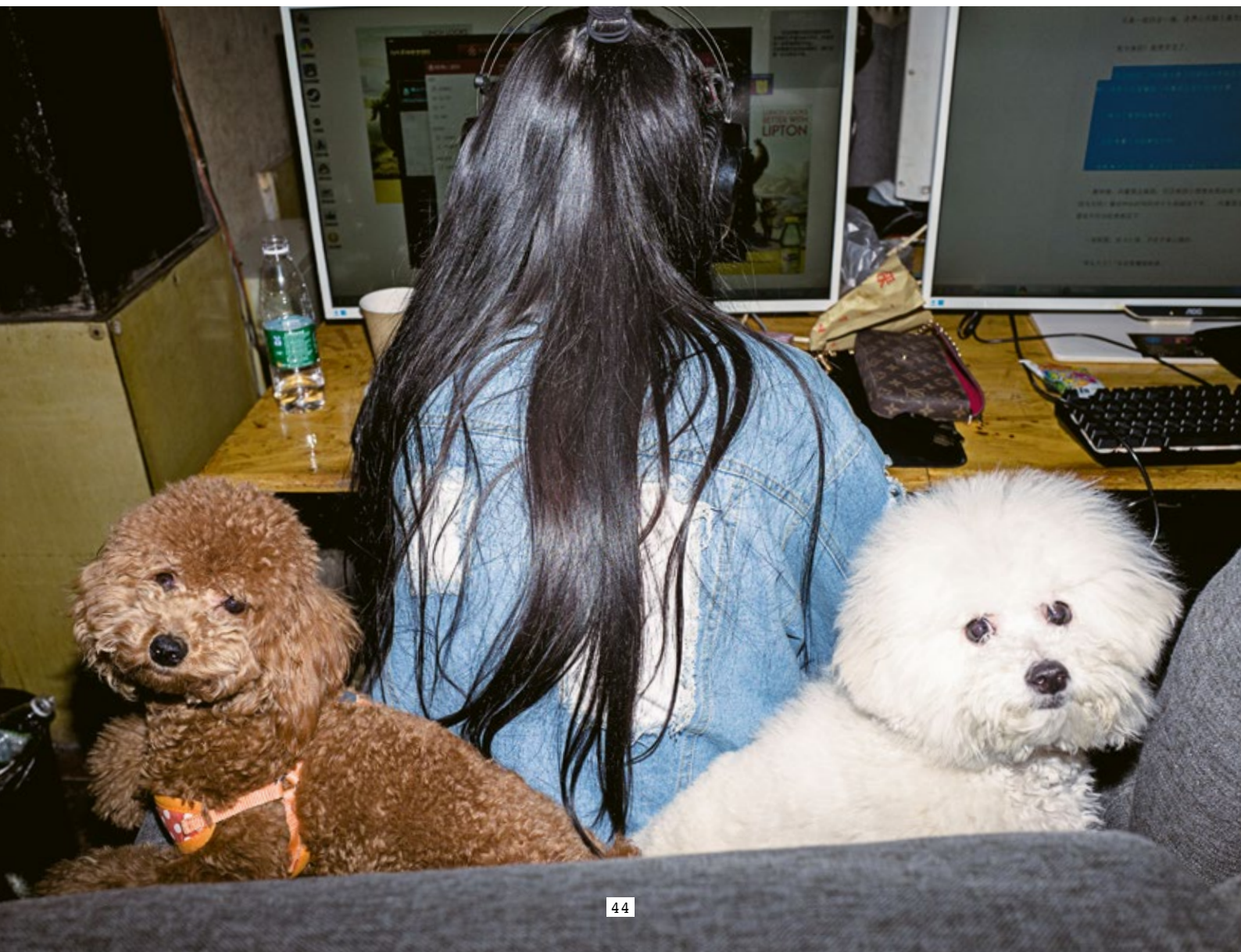
## Games können mehr bieten als Schießereien, Verfolgungsrennen und die Jagd nach Highscores. Auf sogenannten Rollenspielservern erfinden sich Menschen neu und lernen auch für das Leben im Nichtdigitalen

Von Matthias Kreienbrink

Das Leben beginnt auf „StateV“ am Flughafen. In einer virtuellen Wartehalle zieht man eine Nummer und wartet, bis man aufgerufen wird. Dann entscheidet sich, wer man sein wird in der virtuellen Welt: ein Geschäftsmann mit Autohaus? Eine Polizistin, die knallhart durchgreift? Nur wer überzeugend seine Wünsche äußert, wird Mitglied der Community.

„StateV“ ist ein sogenannter Rollenspielserver. Hier treffen sich Menschen, die noch tiefer in die Welt von Computerspielen eintauchen und sich über die üblichen Spielregeln hinaus ein virtuelles Leben aufbauen wollen. Auf den Servern können die Communitys die Games nach ihren eigenen Vorstellungen spielen. Um Teil einer solchen Community zu werden, braucht man zunächst das jeweilige Spiel, die Welt von „StateV“ befindet sich zum Beispiel innerhalb des Games „Grand Theft Auto“ (GTA). Einen Zugang erhält man beispielsweise über das Chatprogramm „Discord“, auf dem die Community parallel zum Spiel kommuniziert. Die Mitgliedschaft bei „StateV“ ist dann kostenlos. Der Server finanziert sich über Spenden und freiwillige Mitgliedsbeiträge.

Die Rollenspiele folgen Regeln, die von einem Skript vorgeschrieben werden: Bei Verhalten X kommt es zu Ereignis Y. Mit einem solchen Skript greifen die Entwickler in die ursprünglichen Codes der Spiele ein. Diese Eingriffe



# aus der Rolle fallen

werden von den meisten Studios geduldet, da sich mit der gesteigerten Aufmerksamkeit für die Rollenspiele auch die Originalspiele besser verkaufen. Dennoch bewegen sich die Rollenspielserver in einem rechtlichen Graubereich.

Während es in GTA noch darum geht, als Verbrecher Missionen zu erfüllen, konzentriert sich das Leben auf „StateV“ mehr auf die Wirtschaft. „Wir haben ein sehr komplexes Skript geschrieben, das einen detailreichen Wirtschaftskreislauf ermöglicht“, sagt Eike Klindworth. Der 28-Jährige ist freiberuflicher Softwareentwickler und Projektleiter.

Die wöchentlich etwa 2.000 aktiven User von „StateV“ stecken im Spiel viel Zeit in den Aufbau von digitalem Kapital: Nach der Aufnahme in die Community beginnen die meisten damit, in einer Mine Rohstoffe abzubauen, um sich ein Grundvermögen zu verdienen. Einige bauen sich damit eine Firma mit Lagern, kaufen Rohstoffe an, verarbeiten sie weiter. Andere werden Ärzte oder Steuerprüfer. Um an solche Jobs zu kommen, braucht es allerdings Ausdauer. „Wer auf den Server kommt, kann nicht gleich einen dicken Sportwagen kaufen. Dafür muss man schuften“, sagt Klindworth. Wie im echten Leben gibt es auch auf „StateV“ soziale Aufsteiger und jene, die unten bleiben. „Man hat unglaublich viele Möglichkeiten, sich zu entwickeln“, sagt Diana, die im Game eine Polizistin ist. Sie liebe das Schauspielen, sagt sie, und wolle eine Geschichte erzählen. Deswegen streamt sie ihr Spiel auf der Gaming-Streamingplattform Twitch. „Die Leute schalten immer wieder ein, um zu wissen, wie es weitergeht.“

So geht man vor die Hunde: Nach einer neuen Studie gelten 15,4 Prozent der Minderjährigen als sogenannte Risiko-Gamer – also als süchtig. Jeder vierte davon spielt am Wochenende fünf Stunden und mehr am Tag. Da bleibt kaum Zeit zum Gassigehen

Die Pandemie brachte Rollenspielservern großen Zulauf, vielleicht auch, weil die Nutzer im Spiel eine Gemeinschaft und Zusammenhalt verspüren, die während des Lockdowns fehlten. „StateV“ hat inzwischen 80.000 Mitglieder, von denen einige leidenschaftlich ein Geschäft aufbauen, das nur virtuell existiert. Trotzdem sind die Rollenspielserver innerhalb des Gaming-Universums immer noch ein Randphänomen.

Bei „Minecraft“, dem meistverkauften Computerspiel aller Zeiten, hat sich Alex Kisiel eine eigene Gesellschaft erschaffen. Normalerweise geht es im Spiel um den Abbau von Rohstoffen und den Bau prächtiger Häuser. Der 20-Jährige dachte sich eigene Regeln für das Zusammenleben aus und setzte kurzerhand 200 Spielende auf einer Insel aus. Ihre Aufgabe: überleben. „Ich habe etwa drei Wochen dafür gebraucht, mir den Ablauf zu überlegen, das Admin-Team aufzubauen, den Server zu testen“, sagt er. Die Experimente zeichnete er auf und lud sie auf YouTube hoch. Dort wurden sie millionenfach abgerufen. „Wenn man die Spielerinnen und Spieler sich selbst überlässt, werden sie äußerst kreativ“, sagt Kisiel. So macht sich eine Gruppe im Spiel daran, ein Kollektiv zu gründen, in dem die Menschen friedlich zusammenleben, Ackerbau betreiben und einen Rat wählen, der der Gemeinde vorsteht. Andere Spieler bilden eine Jagdgemeinschaft, andere errichten Tempel, gründen eine Religion. Sie alle kommunizieren über den Chat im Spiel oder über „Discord“.

Es gibt allerdings auch Rollenspielserver, auf denen offen Gewalt und Hass ausgelebt werden. Das Strategiespiel „Company of Heroes“ wird zum Beispiel von Nazis genutzt, um Schlachten des Zweiten Weltkriegs nachzustellen – und die Nationalsozialisten gewinnen zu lassen. Oft werden Symbole wie das Hakenkreuz per Modifikation ins Spiel eingefügt. Die Studios, aus denen die Spiele stammen, setzen dem wenig entgegen, obwohl es möglich wäre. Sie berufen sich unter anderem auf die Meinungsfreiheit in den USA, wo die meisten der Spiele entwickelt werden. Dort sind die Symbole nicht verboten.

Andere Communitys dagegen stellen sich offen gegen Rassismus und Diskriminierung. Zum Beispiel „Tyria Pride“, eine Community im Spiel „Guild Wars 2“. Regelmäßig gibt es auf mehreren Servern Pride-Paraden, an denen Hunderte Menschen teilnehmen. Dann sieht man die Völker in Rüstungen in Regenbogenfarben durch die Spielwelt ziehen – und offen zeigen und feiern, dass sie queer sind. „Online-Communitys können gerade queeren Menschen, die oft jung und allein sind, Unterstützung bieten“, sagt Rok Zupan, der 28-jährige Gründer von „Tyria Pride“. Das ganze Jahr über stehen die etwa 800 Mitglieder in Kontakt über das Chatprogramm „Discord“. So entstehen digital wichtige Beziehungen unter den Spielenden: „Ich habe so einige meiner engsten Freunde getroffen“, sagt Zupan.

Die erste virtuelle Pride-Parade fand im Sommer 2016 statt. Wenige Wochen nachdem im queeren Nachtclub „Pulse“ in Orlando 49 Menschen bei einem Attentat getötet wurden. Die Community organisierte damals Spenden, die den Angehörigen der Opfer und den Überlebenden zugutekamen. Und mitunter verlagert sich der Protest auch auf die Straßen in der realen Welt. „Letztes Jahr habe ich dann zum ersten Mal an der echten Pride teilgenommen“, sagt Julia. Die 27-Jährige ist trans und hatte zuvor Angst, an einer queeren Demo teilzunehmen. „Guild Wars 2“ sei wie ein zweites Zuhause für sie gewesen – ein Ort, an dem sie Mut schöpfte und Rückhalt bekam.

„Hier bin ich, wer ich bin, und ich werde mich nicht mehr verstecken.“

Soll man den Messenger wechseln, weil ein anderer sicherer ist? Die Frage ist knifflig. Ein Blick auf sechs Dienste – was sie mit unseren Nachrichten machen, wie sie Geld verdienen und wer sie betreibt

Von Stefan Mey
Illustration: André Gottschalk

# Der Letzte macht die Emojis aus

## WhatsApp

WhatsApp nutzen 81 Prozent der Deutschen – wohl auch, weil viele Angst haben, bei einem Wechsel allein zu bleiben. Seit 2014 gehört WhatsApp zum Facebook-Mutterkonzern Meta. Ein WhatsApp-Profil muss mit einer Telefonnummer verknüpft werden. Eine anonyme Nutzung ist deshalb nicht möglich. Wie fast alle Messagingdienste ist WhatsApp Ende-zu-Ende-verschlüsselt. Das heißt: Die App verwandelt Nachrichten in unverständlichen Zeichensalat, den nur das Zielgerät wieder entschlüsseln kann. Auch vor WhatsApp selbst sollten die Inhalte deshalb eigentlich geschützt sein. Der Haken dabei: WhatsApp ist nicht Open Source, was bedeutet, dass der Quellcode – also die Bauanleitung der App – nicht öffentlich ist. Es lässt sich also nicht überprüfen, ob WhatsApp nicht vielleicht doch an unsere Daten kommt. Und selbst wenn WhatsApp nicht unbedingt Nachrichten entschlüsselt, erhebt der Konzern personenbezogene Daten wie Standort, Kontakte und Telefonnummern – die sogenannten Metadaten.

Der Konzern Meta verdient Milliarden durch Anzeigen, die Unternehmen auf den Plattformen der Konzerntöchter Facebook und Instagram buchen. Schon vor einigen Monaten hat der Konzern angekündigt, auch auf WhatsApp Werbung einführen zu wollen. Laut den aktuellen Datenregeln teilt WhatsApp persönliche Daten mit dem sonstigen Meta-Konzern. Dass die anderen Konzerntöchter die Daten für eigene Zwecke verwenden dürfen, wird nicht erwähnt, ist aber auch nicht explizit ausgeschlossen.

## Signal

Signal ist ebenfalls verschlüsselt, aber anders als WhatsApp: Open Source. Auch ein Signal-Profil muss man mit einer Telefonnummer verknüpfen. Die Signal-Daten gehen unter anderem über die Cloud von Amazon. Hinter Signal steht die Signal Foundation, die 2018 von WhatsApp-Mitgründer Brian Acton gegründet wurde. Generell finanziert sich der Dienst über Spenden. Da es sich um eine gemeinnützige Stiftung handelt, haben die Betreiber keinen Grund, personenbezogene Daten zu sammeln und zu verkaufen. Signal ist auf der Suche nach einem Modell, um die Kosten auf Dauer selbst zu tragen. Der Messenger bittet auf seiner Webseite und in der App um Spenden. 2021 hat Signal ein Bezahlsystem über eine Digitalwährung namens MobileCoin eingeführt. Noch ist unklar, inwiefern Signal davon profitiert.

## Telegram

Telegram hat im Gegensatz zu anderen Messengern keine voreingestellte Verschlüsselung. Der App-Anbieter hat somit Einblick in den Inhalt der Nachrichten. Bei Zweierchats lässt sich ein verschlüsselter „geheimer Chat" einrichten, bei Gruppenchats geht das nicht. Auch Telegram muss man mit einer Telefonnummer verknüpfen. Welchen Cloudanbieter Telegram nutzt, ist nicht bekannt. In den Datenschutzbestimmungen heißt es nur, dass Rechenzentren externer Anbieter in den Niederlanden genutzt werden. Auch Telegram ist auf der Suche nach einem nachhaltigen Geschäftsmodell. Seit Ende 2021 können Unternehmen erstmals Werbung auf bestimmten Telegram-Kanälen schalten. Außerdem wurde 2021 bekannt, dass Telegram Anleihen – eine Möglichkeit der Unternehmensfinanzierung, die ähnlich wie ein Kredit funktioniert – in Höhe von einer Milliarde US-Dollar ausgegeben hat. Da der Messenger gern von Rechtsextremen und Verschwörungstheoretikern genutzt wird und in manchen Gruppen sogar Mordaufrufe verbreitet werden, gab es immer wieder Anfragen der Bundesregierung, bestimmte Inhalte zu löschen, die nicht beantwortet wurden. Erst als die Bundesregierung mit Strafzahlungen von 55 Millionen Euro drohte, sperrte Telegram die Kanäle einzelner Verschwörungstheoretiker. Telegram wurde vom russischen IT-Unternehmer Pawel Durow gegründet. Die Firma hinter dem Messenger, die Telegram FZ-LLC, sitzt formal in Dubai in den Vereinigten Arabischen Emiraten. Das Mutterunternehmen Telegram Group Inc. ist hingegen auf den britischen Jungferninseln angemeldet.

## Threema

Threema ist unter Datenschutzaspekten ein sehr sicherer Messenger: Er ist verschlüsselt, Open Source und das Profil nicht mit einer Telefonnummer verknüpft. Stattdessen erfolgt die Registrierung über eine randomisierte ID. Threema ist als einziger der vorgestellten Messenger kostenpflichtig – man bezahlt einmalig 3,99 Euro. Nach Aussagen von Threema deckt dieser Betrag die Kosten für den Betrieb. Geld verdient Threema vor allem über Firmenkunden, die den Messenger als Kommunikationskanal im Unternehmen einsetzen. Die Firmenlösung „Threema Work" nutzen beispielsweise der Automobilkonzern Daimler und die Stadt Frankfurt. Hinter Threema steht die Schweizer Firma Threema Holding AG, die Mehrheit der Firmenanteile hält eine Münchener Beteiligungsgesellschaft. Threema betreibt seine Server eigenständig im Rechenzentrum eines Schweizer IT-Anbieters.

## Wire

Auch Wire ist verschlüsselt und Open Source. Ein Profil muss man entweder mit einer Telefonnummer oder einer E-Mail-Adresse verknüpfen. Anbieterin ist die Schweizer Wire Swiss GmbH. Das Mutterunternehmen Wire Group Holdings GmbH sitzt zwar nicht in den USA – anders als WhatsApp und Signal –, sondern in Berlin. Aber trotzdem ist das amerikanische Datenrecht mit im Spiel. Die Wire-Chatdaten gehen über ein Rechenzentrum von Amazon in Luxemburg. Und der US-amerikanische „Cloud Act" regelt, dass US-Behörden auch dann Zugriff auf Daten von US-Unternehmen haben, wenn sie in Rechenzentren außerhalb der USA anfallen. Wire ist ein klassisches Start-up: Ein Gründer sowie der Chief Operating und der Chief Revenue Officer halten Minderheitenanteile an der Holding. Ansonsten sind verschiedene Investoren beteiligt. Da der Messenger kostenlos ist, finanziert sich das Unternehmen ausschließlich über Firmen- und Verwaltungskunden, die Wire für die interne Kommunikation einsetzen.

## Element

Auf den ersten Blick ist Element ein ganz normaler Messenger. Man legt sich mit einer Mailadresse ein Profil an und kann kommunizieren. Es gibt jedoch ein paar Besonderheiten: In der Standardeinstellung verwendet Element die Datenbank der US-Cloudanbieter Amazon und Cloudflare. Anders als bei Signal oder Wire kann man beim Einrichten festlegen, dass Chatdaten stattdessen über einen lokalen Anbieter gehen, dem man vertraut. Der Verein Digitalcourage empfiehlt zur Auswahl beispielsweise eine Übersicht auf hello-matrix.net mit 14 verschiedenen Servern, etwa das deutsche tchncs.de. Element-Nutzer können über Schnittstellen auch mit Freunden kommunizieren, die andere Messenger wie Telegram, Signal oder WhatsApp nutzen. Dabei gibt es aber keine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung, und es gelten dann die AGBs der anderen Dienste. Zudem kostet der Dienst dann fünf Euro im Monat. Hinter Element steht das britische Start-up New Vector Ltd. Das finanziert sich wie Threema und Wire vor allem über Firmenkunden. Neben Unternehmen nutzen auch einige staatliche Akteure die Technologie, unter anderem die französische Regierung und die deutsche Bundeswehr.

*Denkt man über Alternativen zu WhatsApp nach, drängt sich ein Gedanke auf: „Ich könnte den Messenger nutzen. Aber niemand wird mir folgen." Das stimmt. Ein Umstieg funktioniert nur, wenn andere mitziehen. Das Schöne ist: Man kann problemlos mehrere Messenger nebeneinander nutzen, auch für verschiedene Zwecke und Gruppen. WhatsApp ist heute der mit Abstand meistgenutzte Messenger. Man hat aber eine Wahl.*

# Kommt doch mal ein bisschen

## Zum Schluss ein paar Tipps, wie ihr euren Dopamin-Hunger ein wenig einschränken könnt. Ist gar nicht so schwer

# runter

Von Paul Hofmann

*Vor 15 Minuten habe ich die Instagram-App gelöscht. Innerhalb von Sekunden wurde ich ein erfüllterer Mensch, weniger reizbar, nachdenklicher. Ich bin freundlicher zu Nachbarn und Haustieren, lese Bücher (auch die dicken), höre die Vögel zwitschern und das Blut durch meine Adern rauschen. Ich verbringe mehr Zeit mit Aktivitäten, die mir wichtig sind …*

So klingt es, wenn wieder mal jemand seinen Alltag ohne Soziale Medien beschreibt. Jede Woche vermelden Geläuterte auf Twitter, dass sie Twitter verlassen haben, um sich dann (auf Twitter) schwärmerisch über die Zen-artigen Zustände zu ergehen, in die diese Social-Media-Diät führt.

Ich halte die Sozialen Medien für eine gute Erfindung, Instagram vermutlich sogar für ein bisschen zu gut. Möglicherweise bin ich gerade erst wieder in meinem Feed versackt, obwohl ich dringend diesen Text schreiben muss. Mag sein, dass mich Instagram vor dem Eingeständnis rettet, dass ich nicht weiß, was ich sonst gerade tun möchte. Nur nicht mehr so oft, „One sec“ sei Dank.

Ich habe die App im September installiert. Seitdem springt sie – Sekunde mal! – direkt an, wenn ich Instagram auf meinem Smartphone öffnen will. „One sec“ füllt meinen Screen mit einem Farbverlauf, er läuft voll wie ein kleines Aquarium. Nach zwölf langen Sekunden brummt mein Smartphone zufrieden. Sekunden, die ausreichen, um darüber nachzudenken, ob ich jetzt wirklich Zeit auf Instagram verbringen möchte, Sekunden, in denen sich mein Gehirn wieder etwas beruhigt.

Das halbe Silicon Valley verdankt seinen Reichtum einem Botenstoff: Dopamin. Bei sozialen Stimuli wie Likes, Kommentaren oder neuen Followern aktiviert Dopamin das Belohnungszentrum im Gehirn, das bald mehr davon will. Wer sich Soziale Medien genau ansieht – die Feeds unendlich, die Benachrichtigungen signalrot, die Interaktionen quantifiziert –, kann sich vorstellen, wie innig unser Gehirn diese Umgebung liebt.

„One sec“ einzurichten kostet ein paar Minuten, die Investition lohnt sich. Laut meiner Bildschirmzeit-App habe ich Instagram vor „One sec“ bis zu 40-mal am Tag geöffnet; ausgehend von acht Stunden Schlaf also alle 24 Minuten. Nach drei Tagen mit App war ich runter auf fünf tägliche Dosen Instagram, wieder eine Woche später war das Muskelgedächtnis meines Daumens, der vorher wie ferngesteuert das Instagram-Icon ansteuerte, überschrieben. Ich war genau einmal auf Instagram, um ein Video zu sehen, in dem ein Dackel Reiswaffeln auf seinem Kopf balanciert.

Apps wie Instagram können süchtig machen. Ihre Macher wissen menschliche Bedürfnisse und Schwächen so klug zu nutzen, dass ihre Anwendungen zur Gewohnheit werden. Die Techniken, um neue Gewohnheiten zu etablieren, müssen also mindestens genauso klug sein. Die Gegenkultur aus Hausmittelchen, Tricks und Hacks blüht, einige sind clever, andere verzweifelt, wieder andere Selbstgeißelung. Hier sind ein paar, die euch vielleicht helfen.

### Technik gegen Technik

Kurioserweise ist die Auswahl an Apps, die helfen sollen, weniger Apps zu nutzen, riesig. „One sec“ kennt ihr jetzt, „AppDetox“, „SPACE“, „OFFTIME“ oder „Momentum“ funktionieren ähnlich. Andere machen es spielerischer: „Forest“ lässt – solange ihr nicht ans Smartphone geht – ein digitales Bäumchen wachsen (in der Bezahlversion sogar echte: „Forest“ hat zusammen mit der Organisation Trees for the Future nach eigenen Angaben fast 1,3 Millionen Bäume gepflanzt). Und „Flipd“ macht Verzicht zum Wettkampf: Ihr könnt eure Offlinezeiten mit anderen vergleichen.

Übrigens verbauen die Tech-Unternehmen die Behandlung für ihre Suchtmittel inzwischen selbst, siehe Apples „Bildschirmzeit“-App oder Googles „Digital Wellbeing“. Die Tech-Konzerne streiten mittlerweile regelrecht, wer mehr für das Wohlbefinden seiner Nutzer tut. Das ist kein Edelmut, sondern gut fürs Image und soll wohl auch strengeren Regulierungen durch den Gesetzgeber vorbeugen. Und letztlich ist ein weniger aktiver Nutzer besser als kein Nutzer.

## Mehr Geräte

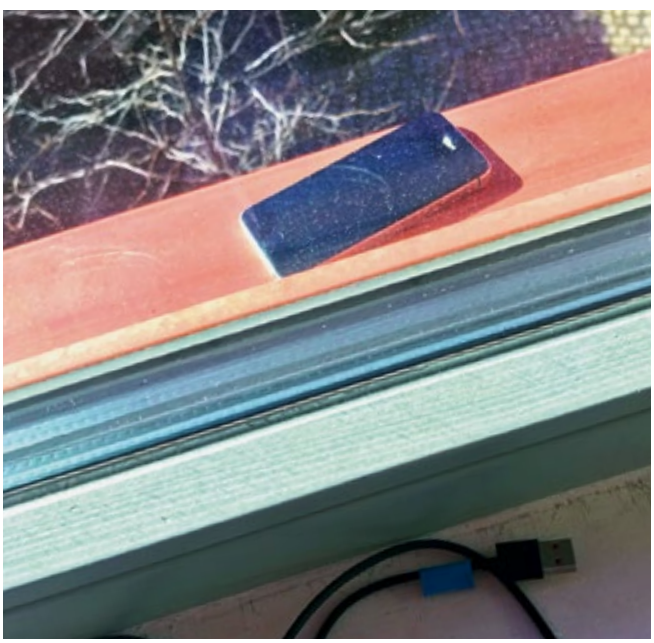
Wer weniger Zeit am Smartphone verbringen will, braucht mehr Geräte: Für die Uhrzeit eine Armbanduhr, im Dunkeln eine Taschenlampe, zum Wecken einen Wecker oder – für Fortgeschrittene – gleich ein Zweittelefon, das nur das Nötigste kann. Das Light Phone, Schwarz-Weiß-Display, keine Fotos, keine Social-Media-Apps, ist extra dafür designt, dass man es möglichst wenig benutzt. Es kostet aber ein paar Hundert Euro. Vielleicht also gleich ein Seniorenhandy. Das kostet nur 15 Euro und kann genauso wenig.

## Weniger Apps

Praktisch alle Apps schicken Push-Nachrichten, die ständig irgendwo vibrieren, klingeln oder leuchten. Und selbst wenn nicht: Neurobiologen haben festgestellt, dass unsere Konzentration schon gestört wird, wenn sich das ausgeschaltete Smartphone im selben Raum befindet. Also (in aufsteigender Drastik): Smartphone lautlos. Benachrichtigungen abstellen. Oder die Apps deinstallieren und das Netzwerk im Browser nutzen – wo sie oft klobig aussehen und weit weniger Spaß machen.

## Hindernisse

Erstaunlich, wie oft wir kurz Instagram checken wollen, um uns 20 Minuten später zu fragen, wo die Zeit geblieben ist. Gegen solche „Zombie-Checks“ können Impulshemmer helfen, kleine Hindernisse, die bewusst machen, dass man gerade zum Smartphone greift. Spannt zum Beispiel ein



Gummiband um das Gerät oder stellt auf dem Sperrbildschirm ein Foto ein, das euch stutzen lässt (Foto wechseln, wenn es nicht mehr irritiert).

## Smartphonefrei

Für smartphonefreie Zeit können App-Helferlein sorgen, smartphonefreie Zonen kannst du selbst abstecken. Das Schlafzimmer bietet sich an. Oder der Esstisch: Regelt in der WG oder Familie, dass das Telefon während der Mahlzeiten nicht auf dem Tisch liegen darf. In WG-Zimmern können es Teilbereiche sein: Die Couch ist Smartphonezone, das Bett nicht.

## Soziale Konventionen

Nicht vergessen: Smartphones und Social Web sind gerade 25 Jahre alt. Die Generation derer, die jetzt damit in Berührung kommt, ist die erste, die aus den Fehlern der vorangegangenen lernen kann. Wenn Menschen durch den Umgang mit dem Smartphone in digitalen Stress rutschen, dann sind meistens soziale Gründe mitentscheidend. Es fehlt uns an sozialen Normen, wir haben das Gefühl, wir müssen sofort auf Nachrichten, Kommentare oder Posts reagieren. Einfach mal probieren, dem Druck zu entfolgen – und erst antworten, wenn du Zeit hast.

## Groß denken

Für viele bedeutet weniger Zeit am Handy, sich ein Vergnügen zu versagen – und wer tut das schon gern? Sieh’s mal so: Die Zeit auf Instagram ist Zeit, die du nicht mit anderen angenehmen Dingen verbringst; es ist nicht „weniger Zeit am Smartphone“, sondern „mehr Zeit mit deinem Leben“. Der Schriftsteller Henry David Thoreau hat diese Rechnung schon 1854 in seiner Aussteigerfibel „Walden“ in einem Satz konzentriert: „Der Preis einer Sache ist die Menge dessen, was ich Leben nenne, die ich im Austausch dafür früher oder später hergeben muss.“ Das gilt, so viel Kitsch sei hier erlaubt, genauso für Soziale Medien. ↖

# fluter.de

## Ausgebummelt

Was der Ku'damm in Berlin oder die King's Road in London ist, war in Kabul die Chicken Street. In der bekanntesten Einkaufsstraße Afghanistans kauften viele Journalisten und Diplomaten Schätze für zu Hause – Seidentücher, Smaragde oder auch mal Teppiche mit Kriegsmotiven (Foto). Jetzt kauft hier niemand mehr irgendwas. Nach der Machtübernahme der Taliban wurden die Stände geplündert. Eine Fotostrecke: *fluter.de/chickenstreet*

## Schlechte Verbindung

Was lahmt und ruckelt, was buffert und bockt? Genau, das Internet in Deutschland! Nur warum? Die Antwort, so sagt Telekommunikationsexperte Tomas Rudl, liegt unter der Erde. Im fluter-Podcast erklärt Rudl, warum dieses Land an Kupferkabeln festhält, welche Technologie besser wäre und weshalb ein Grundrecht für schnelles Internet dringend notwendig ist. *fluter.de/keinnetz*

## Die Rückreise der Dinge

2020 klebten die Deutschen geschätzt 315 Millionen Rücksendescheine auf Kartons. Unser Autor wollte wissen, welche Produkte wir besonders häufig zurückschicken, welchen Weg Retouren nehmen und vor allem: was mit all den Waren passiert. *fluter.de/retoure*

# Vorschau

**In letzter Zeit haben uns Zahlen ganz schön in Atem gehalten: Inzidenz, Impfquote, Hospitalisierungrate, absolute Mortalität: Die Dramatik der Covidpandemie konnte man stets auch an Zahlen ablesen – oder auch nicht. Denn Zahlen als solche messen ja nur, erklären tun sie erst, wenn man sie in Relation setzt oder einen Kontext zu ihnen liefert. Das gilt auch für andere Kennziffern, die unseren Alltag bestimmen. Da fällt uns etwa das berühmte Bruttosozialprodukt ein oder die derzeit steigende Inflation. Und was ist eigentlich an der Börse los? Okay, soll erst mal reichen. Wir sind auf jeden Fall davon überzeugt, dass es ein fluter-Heft zum Thema Zahlen braucht. Und keine Sorge, ihr braucht dafür nicht mal eine Drei in Mathe!**

**Impressum**

**fluter – Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung**
Ausgabe 82, Thema Soziale Medien
Frühling 2022
Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)
Adenauerallee 86, 53113 Bonn
Tel. 0228/99515-0

**Redaktion**
Thorsten Schilling (verantwortlich/Bundeszentrale für politische Bildung/schilling@bpb.de),
Oliver Gehrs (redaktionelle Koordination)

**Bildredaktion**
Trine Skraastad

**Artdirektion**
Sabine Kornbrust

**Mitarbeit**
Gabriella Alvarez-Hummel, Marion Bacher, Michael Brake, Sabrina Gaisbauer, Oliver Geyer, Fabian Grieger, Paul Hofmann, Julia Kopatzki, Matthias Kreienbrink, Fabian Kretschmer, Anastasia Magazova, Stefan Mey, André Nagel, Christoph Oellers, Ralf Pauli, Lissi Pörnbacher, Lea van der Pütten, Natascha Roshani, Selmar Schülein, Jana Sepehr, Katharina Wellems

**Dokumentation**
Kathrin Lilienthal

**Korrektorat**
Tina Hohl, Florian Kohl

**Redaktionsanschrift/Leserbriefe**
fluter – Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung,
DUMMY Verlag GmbH, Kirchstraße 1, 10557 Berlin,
post@fluter.de

**Redaktionelle Umsetzung**
DUMMY Verlag GmbH, Kirchstraße 1, 10557 Berlin
ISSN 1611-1567
Bundeszentrale für politische Bildung
info@bpb.de
www.bpb.de

**Abonnement & Leserservice**
Ernst Kaufmann GmbH & Co. KG, Druckhaus im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung
Raiffeisenstraße 29, 77933 Lahr
Tel. 07821/945-295, Fax 07821/945-22295
abo@heft.fluter.de

**Kostenloses Abo bestellen, verlängern oder abbestellen**
www.fluter.de/heft-abo
abo@heft.fluter.de

**Nachbestellungen**
Publikationsversand der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb, Postfach 501055,
18155 Rostock
Fax 038204/66-273,
www.bpb.de/shop
Nachbestellungen von fluter werden von 1 kg bis 20 kg mit 5 Euro kostenpflichtig.

**Druck**
Ernst Kaufmann GmbH & Co. KG, Druckhaus
Raiffeisenstraße 29, 77933 Lahr
Tel. 07821/945-0, info@druckhaus-kaufmann.de
www.druckhaus-kaufmann.de

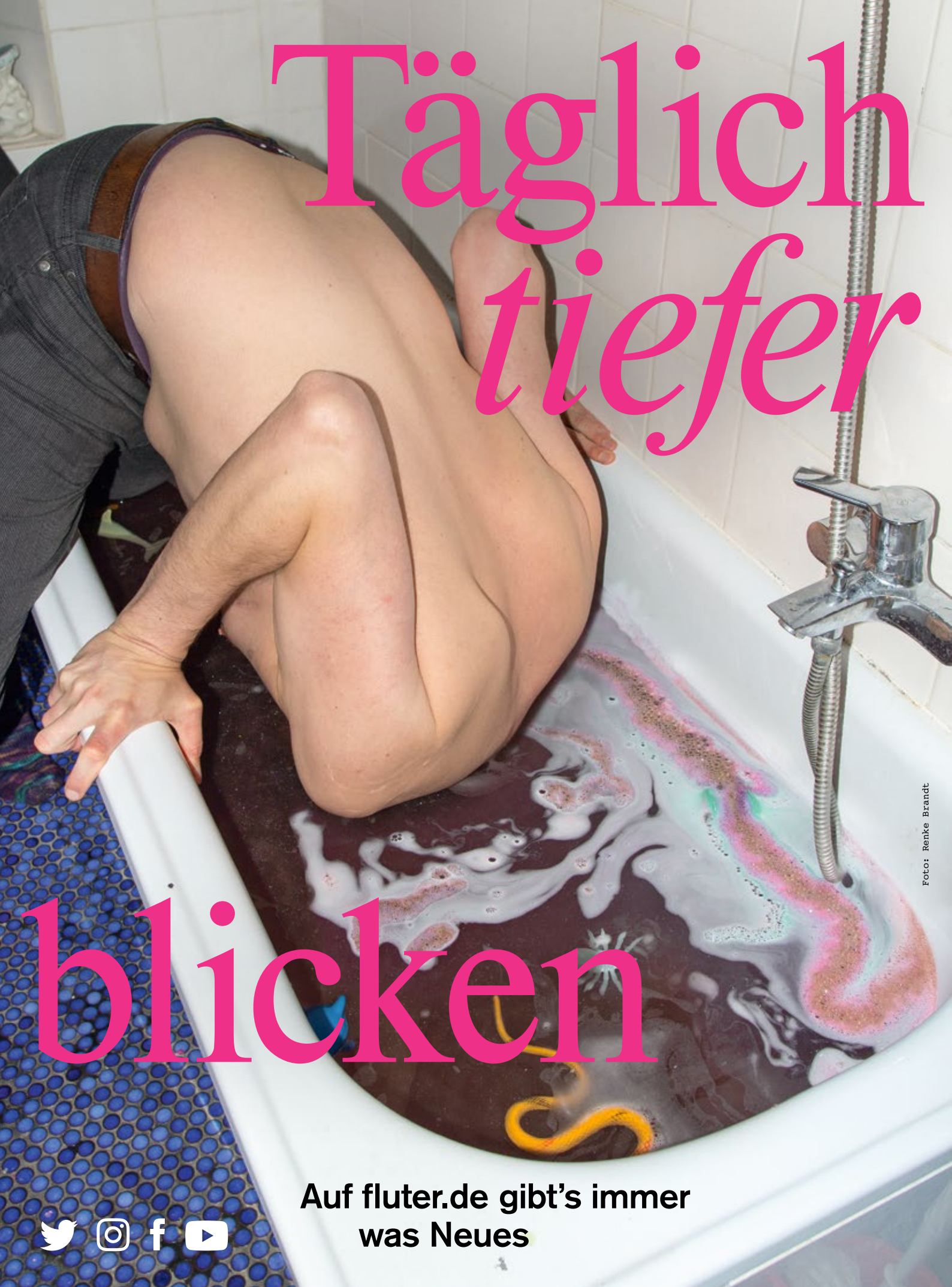
**Bildnachweise**
Illustrationen André Gottschalk; Cover Beata Zawrzel/NurPhoto/picture alliance; U2 Erik Witsoe/EyeEm/Getty Images (Montage); S. 3 Pius Utomi Ekpei/AFP via Getty Images; S. 4 instagram.com/@celestebarber; Lea Franke; S. 5 Rana Young/The New York Times/laif; S. 6 tiktok.com/khaby.lame; tiktok.com/@thatlittle-puff; S. 7 tiktok.com/@bellapoarch; tiktok.com/@mr_socialmedia; S. 8 tiktok.com/@karina2you; tiktok.com/@charlidamelio; S. 9 Akos Stiller/Bloomberg via Getty Images; S. 10–14 instagram.com@celestebarber; S. 14 (u.) Gunter Glücklich/laif; S. 15 picture alliance/dpa | Google Handout; S. 17 Lea Franke; S. 21 Mafalda Rakoš; S. 22–24 Ji Yeo; S. 25 Valentyn Ogirenko/REUTERS/picture alliance; S. 26–27 Cavan Images/Getty Images (Montage Hakotowi); S. 28 Maciej Moskwa/NurPhoto via Getty Images; Sean Gallup/Getty Images; S. 30 Maciek Nabrdalik/NYT/Redux/laif; S. 31 Quelle: coconuts.co; S. 35 ©2022 Google, Map Data; S. 37 instagram.com/@ghfixthecountry; S. 38 Robyn Beck/AFP via Getty Images; Paul Sancya/AP Photo/picture alliance; Carlo Allegri/REUTERS/picture alliance; S. 39 Sean Gallup/Getty Images; Jemal Countess/Getty Images; Tobias Kruse/OSTKREUZ; S. 43 Quelle: The New York Times; S. 44 Wu Jingli; S. 48–49 Privat (3); S. 50 Johanna-Maria Fritz/OSTKREUZ; U3 Edith Held aus der Serie „The Truth"; U4 Renke Brandt

**Papier:** Dieses Magazin wurde auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

Ausführliche Informationen zu Datenschutz und Betroffenenrechten findest du hier: **www.fluter.de/datenschutz**

# Nicht alle *Fake News* sind so leicht zu durchschauen

In unserem Spezial geben wir Tipps, wie du Falschmeldungen und Verschwörungstheorien erkennen und bekämpfen kannst: *bpb.de/desinformation*



# Täglich *tiefer* blicken

Foto: Renke Brandt

**Auf fluter.de gibt's immer was Neues**