

Change the Game

Warum wir gegen Facebook und Google eine europäische Medienordnung brauchen

„Wir haben Werkzeuge geschaffen, die das Gefüge der Gesellschaft zerreißen. Wenn ihr das Monster füttert, wird das Monster euch zerstören. Wenn ihr euch wehrt, dann haben wir eine Chance, es zu kontrollieren.“ Diese Sätze handeln von Facebook, und sie fielen im Spätherbst 2017 an einem überraschenden Ort: im akademischen Herzen des Silicon Valley, der Universität Stanford. Ausgesprochen wurden sie von Chamath Palihapitiya, Milliardär und Eigner eines Investmentfonds, der zuvor sieben Jahre bei Facebook für das Wachstum der Userbase zuständig war. „Wir wussten alle in unserem Hinterkopf, dass etwas Böses damit passieren würde“, sagt er heute. „Die kurzfristigen, Dopamin-gesteuerten Feedback-Schleifen, die wir geschaffen haben, zerstören die Gesellschaft: Kein zivilisierter Diskurs mehr. Keine Kooperation. Falschinformationen. Lügen. Und das ist kein amerikanisches Problem, es ist ein globales Problem. In einer Dimension von zwei Milliarden Menschen. Es ist übel – es ist richtig, richtig übel.“

Palihapithya gab damit den Startschuss zu einer Welle von Kritik an Facebook, Google und Amazon, der sich mittlerweile eine ganze Reihe ehemaliger Manager angeschlossen haben, die vor ihren eigenen Produkten warnen: Die Silicon-Valley-Giganten sind auf dem Weg zur angestrebten Weltherrschaft so erfolgreich, dass es selbst denen unheimlich wird, die ihren Erfolg geschaffen haben. War vor zehn Jahren in der Liste der weltweit wertvollsten Unternehmen nur eine Techplattform zu finden – Microsoft – so besetzen sie heute, Mitte 2018, die ersten sieben Plätze. Die fünf wertvollsten Unternehmen der Welt sind US-Tech-Giganten: Apple, Amazon, Alphabet (Google), Microsoft und Facebook. Platz 6 und 7 werden von ihren chinesischen Konkurrenten Tencent und Alibaba eingenommen. Europäische Unternehmen kommen nicht vor. Dank der Netzwerkeffekte in der Datenwirtschaft und fehlender Regulierung haben sich Monopole gebildet, die in ihren Bereichen

keine Konkurrenz haben, sich aber weit darüber hinaus entwickeln. Medizin, Raumfahrt, autonomes Fahren, digitale Assistenten in jedem Wohnzimmer und die Daten über jede Bewegung und jede Gefühlsregung von Milliarden Menschen: Die Big Five liefern sich nicht weniger als das Rennen um das künftige Betriebssystem der Menschheit.

Die Gesellschaft, die daraus erwächst, hat mit europäischen Grundwerten wenig zu tun: Die totale Überwachung und algorithmische Auswertung aller Datenspuren in US-Unternehmen, die in Kreditratings und Personalabteilungen einfließt, entspricht unserem Modell von Chancengleichheit ebensowenig wie das chinesische Modell. Dort schloss die Regierung die US-Digitalkonzerne aus und ermöglichte eigene Digitalgiganten, die jede Bewegung, jedes Posting, jede Gemütsregung an die Regierung weitergeben. Daraus speist sich das System der Sozialkredite: Ob man Zugang zu Wohnungen, Jobs oder auch nur Zugfahrkarten hat, bestimmt künftig die Auswertung des immer in Echtzeit überwachten Wohlverhaltens. Was klingt wie dystopische Science Fiction, ist ab 2020 in China flächendeckend Realität.

Europa wird derzeit zwischen diesen beiden Mächten zerrieben: Keine einzige der großen Plattformen hat ihren Sitz in Europa. Das ist besonders folgenreich, weil dadurch nicht nur Wertschöpfung und Steuern aus Europa verschwinden, sondern auch die europäischen Medien an die Wand gespielt werden – und damit eine der wichtigsten Grundfesten der Gesellschaft.

Denn Facebook und Google mit YouTube sind in ihren Hauptfunktionen ganz klar Medien: Das Hauptprodukt von Facebook ist der Newsfeed, für den Facebook – wie jedes klassische Medium – die Inhalte auswählt und zusammenstellt. Dass das teils durch Algorithmen und stark personalisiert erfolgt, ist für die Einstufung als Medium irrelevant: Facebook



ist hier der Herausgeber. Ebenso ist Youtube schon lange keine reine Plattform mehr, sondern stellt mit Autoplay und den Recommendations eigene Medien zusammen. Facebook wie YouTube investieren auch massiv in eigene Video-Produktionen – Facebook steckt allein 2018 über eine Milliarde in die Produktion von Sendungen, darunter Nachrichtenproduktionen.

Trotz dieser eindeutigen Lage erlauben es die Gesetzgeber sowohl in den USA als auch in Europa, dass Facebook und YouTube keine Verantwortung für ihre Inhalte übernehmen. Für sie gilt das Host-Provider Privileg, als wären sie rein technische Dienstleister – wie ein Telefonanbieter, der nicht für den Inhalt der Gespräche in seinen Leitungen haftet. Das erlaubt es den größten Medien der Welt, sich abseits von Medienrecht auf ein einziges Ziel zu konzentrieren: Möglichst viel Aufmerksamkeit zu binden – und damit möglichst viel Werbung zu verkaufen.

Die Auswirkungen dieser Fehleinschätzung sind fatal. Sie gehen bis tief an das Gefüge unserer Gesellschaft und gefährden sogar die Demokratie. Dass Massenmedien auch negative Wirkungen haben können ist nicht neu – deshalb ist es im Medienrecht ja verboten, Hetze zu verbreiten, zu verleumden, Personen mit Peinlichkeiten an die Öffentlichkeit zu zerrn, die Namen von Opfern oder Tätern zu nennen oder Anschuldigungen zu verbreiten, ohne dem Beschuldigten die Möglichkeit zur Stellungnahme einzuräumen. An alle diese Regeln halten sich Facebook und YouTube nicht. Zugleich wissen wir, was die meiste Aufmerksamkeit erzeugt: nämlich Hass, Lügen und Verschwörungstheorien. So sind diese mächtigen Medienkonzerne zu Brandbeschleunigern geworden, die in einem Ausmaß Hass, Hetze und Lügen verbreiten, das den Zusammenhalt der Gesellschaft gefährdet.

Besonders gefährlich wird das Ignorieren der Regeln, wenn es um Wahlen geht: Facebook und YouTube halten sich nicht an Gesetze, die vorschreiben, dass der Absender von Wahlwerbung genannt werden

Corinna Milborn

Journalistin und Politikwissenschaftlerin in Wien. Nach Stationen beim Wirtschafts- und Politikmagazin Format, als Moderatorin der ORF-Sendung Club 2 und als stv. Chefredakteurin des Nachrichtenmagazins News ist sie seit 2012 Infochefin bei ProSieben. SAT 1, PULS 4. Sie verantwortet als Mitglied der Geschäftsleitung den „Public Value Formate“ auf PULS 4 und moderiert „Pro und Contra“, das Interview-Format „Wie jetzt?“ und Wahlkonfrontationen. Sie ist Autorin mehrerer Bücher und Filme und bekam u. a. den Menschenrechtspreis des Presseclubs Concordia und den Robert Hochner Preis. 2017 wurde sie Journalistin des Jahres.

BERNHARD EDER

muss. Sie lassen Lügen zu und ermöglichen es Politikern, Fakes zu verbreiten oder ganz gezielt unterschiedliche, widersprüchliche Versprechen an unterschiedliche Zielgruppen zu geben – ohne dass es jemand überprüfen könnte. Die russischen Manöver rund um die Wahlen in den USA und die Erfahrungen mit Facebook und dem Brexit zeigen, wie folgenreich diese Regellosigkeit ist und in welche Richtung diese Gesetzeslosigkeit führen kann.

Zugleich sind Facebook und Google sowohl im Rennen um die Aufmerksamkeit der User als auch bei den Werbe-Etats unfassbar dominant: 84 % der globalen Online-Werbeumsätze (ohne China) gingen 2017 laut GroupM an diese zwei Unternehmen, vom Zuwachs streiften sie gar 99 % ein. Europäische Medienunternehmen sind teilweise immer noch blind für diese Konkurrenz und füttern die Bestie, die sie frisst, täglich mit Beiträgen, Fotos und Videos. Damit tragen sie selbst nicht nur zum eigenen Untergang bei, sondern legitimieren mit ihren seriösen Beiträgen Medien, die in hohem Ausmaß aus Lügen, Hass und Propaganda bestehen. Besonders dramatisch ist das, wenn öffentlich-rechtliche Medien gebührenfinanzierte Nachrichten direkt an Facebook und Youtube verschenken.

Wie kann man diese Situation ändern? Wir schlagen im Buch drei Lösungswege vor. Erstens muss die Politik ein Level Playing Field herstellen und dafür sorgen, dass sich die Silicon-Valley-Giganten an die Regeln halten – also wie alle anderen auch

Steuern zahlen, Datenschutz und Medienrecht einhalten und Urheberrechte respektieren. Zweitens müssen europäische Medienunternehmen mit dem Konkurrenzkampf der Gartenzwerge aufhören und sich zusammenschließen, um Alternativen zu entwickeln. Drittens sehen wir die öffentlich-rechtliche Idee – die in einer ähnlichen Situation für die damaligen Medienmonopole Radio und Fernsehen entstanden ist – als einen Teil der Lösung. Dazu müsste man sie ins 21. Jahrhundert holen und den öffentlich-rechtlichen Auftrag so neu definieren, dass nicht die Konkurrenz mit anderen lokalen Medien im Vordergrund steht, sondern die Kooperation im Sinne von möglichst viel guter Information, Kultur und gemeinsamer Forschung und Entwicklung, damit Europa zumindest bei der nächsten technischen Welle wieder selbst zum Gestalter wird.



Change the Game

Buchpräsentation im Steiermarkhof,
Di., 04. Juni 2019, 19:30 Uhr

▶ Der Bestseller ist in drei Teile gegliedert: Der erste beschreibt die Macht und die Ideologie der Silicon-Valley-Giganten, die sich derzeit einen Wettkampf darum liefern, wer das Betriebssystem der Menschheit liefert.

Der zweite Teil beleuchtet die Funktionsweise der Massenmedien. Die Autorin und der Autor untersuchen anhand vieler Beispiele, welche Folgen das für die Gesellschaft und die Demokratie selbst hat – bis hin zur Möglichkeit, Wahlen zu manipulieren.

Im dritten Teil des Buches entwickeln Milborn und Breitenecker Lösungsvorschläge, wie man in der Digital- und Plattformökonomie das europäische Mediensystem und europäische Werte erhalten könnte.

Anmeldung

Tel.: 0316 8050-7111

E-Mail: office@steiermarkhof.at

Change the Game
von Markus Breitenecker
und Corinna Milborn.
Brandstätter Verlag 2018,
328 Seiten, € 25,-



CHRISTIAN KAUFMANN

KUNST
UND KULTUR

KREATIVES
GESTALTEN

ERNÄHRUNG
UND GESUNDHEIT

LEBENSGESTALTUNG UND
PERSÖNLICHKEITSBILDUNG