Neuer Boss in der Schlangengrube

Elon Musk hält Twitter für eine Art „digitalen Marktplatz“. In Wirklichkeit ist es ein globaler Verlag, der reguliert werden muss.

Elon Musks Angebot, Twitter für 44 Milliarden US-Dollar zu kaufen und die Plattform wieder in ein Privatunternehmen umwandeln zu wollen, hat für reißerische Schlagzeilen gesorgt und die Internetwelt in höchste Aufregung versetzt. Die Reaktionen sind sehr unterschiedlich: Auf der einen Seite wird Musk als unreifes *Enfant Terrible* verurteilt, das gar nicht in der Lage sei, eine solch einflussreiche Plattform zu managen, während andere wie ein Kolumnist der *New York Times* gespannt sind, wie Musk Twitters „Schlangengrube“ der freien Meinungsäußerung „verbessern“ könnte.

Auf jeden Fall sollte einen Musks Verhalten in der Vergangenheit und sein Cowboy-Kapitalismus nachdenklich stimmen, ob es wirklich eine gute Idee ist, dass ausgerechnet er diesen „globalen Verleger des digitalen Zeitalters“ kontrollieren könnte. Werfen wir einen kurzen Blick auf nur einige seiner idiotischen Aktionen der letzten Zeit.

Die gesamte Pandemie hindurch war Musk eine stets sprudelnde Quelle von Falschinformationen über Corona.

Die gesamte Pandemie hindurch war Musk eine stets sprudelnde Quelle von Falschinformationen über Corona: Er versorgte seine 90 Millionen Follower per Twitter mit immer neuen, auf gefährliche Weise abwegigen Gesundheitsratschlägen. Zudem ignorierte er die Corona-Ängste der Belegschaft in seinem Tesla-Werk in Kalifornien und widersetzte sich den staatlichen Behörden mit seiner Weigerung, die Autofabrik zu schließen. Die staatlichen und lokalen Sicherheitsbestimmungen bezeichnete er als „faschistisch“ und prognostizierte Ende März 2020 auf Twitter, dass es bis Ende April in den USA vermutlich „so gut wie keine neuen Corona-Fälle“ geben werde. Zwei Monate später öffnete er entgegen den staatlichen Lockdown-Regeln seine Fabrik wieder und

bestellte seine 10 000 Beschäftigten zur Arbeit ein.

Es ist erst drei Monate her, dass in Kalifornien eine Klage gegen Tesla wegen rassistischer Diskriminierung in der Fabrik eingereicht wurde, nachdem Hunderte von Beschwerden über die schlechte Behandlung von schwarzen Arbeitskräften eingegangen waren. In der Klageschrift heißt es, Tesla habe schwarze Arbeitskräfte in gesonderte Bereiche ausgegliedert, die als „Plantage“ und „Sklavenschiff“ bezeichnet werden. Ihnen würden die schwierigsten Arbeiten übertragen, aber gleichberechtigte Aufstiegschancen und gleiche Löhne verwehrt.

Vor ein paar Jahren hatte Musk bei der aufsehenerregenden Rettung einer Jugendfußballmannschaft aus einer Höhle in Thailand einen der Rettungstaucher als Pädophilen („pedo guy“) beschimpft, weil dieser Musks exzentrischen Rettungsvorschlag verworfen hatte. Diese Beschimpfung hatte eine 190 Millionen US-Dollar schwere Verleumdungsklage zur Folge.

Bei den Klagen von Arbeitskräften in Musks Unternehmen sollte man vor allem in Deutschland hellhörig werden, wo er außerhalb Berlins mit Milliarden-Subventionen von der Bundesregierung ein Montagewerk gebaut hat.

Dann wurde Musk von der US-Börsenaufsichtsbehörde wegen Wertpapierbetrugs angeklagt, weil er über Twitter irreführende Informationen verbreitet hatte, um Teslas Aktienkurs zu manipulieren. Das führte zu Musks Rücktritt als Chef des Tesla-Verwaltungsrats, zu einer Geldbuße in Höhe von 20 Millionen US-Dollar und der Einführung einer Aufsicht über zukünftige öffentliche Mitteilungen durch einen Anwalt des Unternehmens. Schon vor Corona klagten Arbeitskräfte seines Unternehmens über eine zu hohe Arbeitsbelastung, über Verletzungen aufgrund von einer Beschleunigung der Arbeitsabläufe, über eine Entlohnung unterhalb des Branchenstandards und über Schikanen aufgrund gewerkschaftlicher Aktivitäten. Die US-Arbeitsschutzbehörde urteilte, dass Tesla sich „unlauterer Arbeitspraktiken“schuldig gemacht habe. Da sollte man vor allem in Deutschland hellhörig werden, wo Musk außerhalb Berlins mit Milliarden-Subventionen von der Bundesregierung ein Montagewerk gebaut hat.

Die Aufzählung seiner Bad-Boy- und Technik-Freak-Verhaltensweisen

könnte endlos fortgeführt werden. Ist das wirklich die Art von Mensch, den die Welt braucht, um eine der weltweit wichtigsten Plattformen für den politischen Diskurs zu übernehmen?

Der Kolumnist der *New York Times*, Farhad Manjoo, führt zwei eher schwache Argumentationslinien für die Übernahme von Twitter durch Musk ins Feld. Zum einen sei Twitter ohnehin schon eine „Schlangengrube" an Gehässigkeiten und antidemokratischer Redefreiheit: Was gebe es da also zu ruinieren? Er schreibt weiter: „Als langjähriger Twitter-Süchtiger finde ich die Idee, Twitter zu ruinieren, erheiternd überflüssig. Die Wirkung von Twitter auf die Welt war und ist doch schon unter dem gegenwärtigen und vorhergehenden Management ziemlich negativ." Während der Trump-Jahre, so Manjoo, „wurde die Plattform zu einer Keule, mit der ein medienbesessener Präsident die Welt drangsalierte, nur ihm und kaum etwas anderem Aufmerksamkeit zu schenken. Twitters Führungsriege brachte erst dann den Mut auf, Trumps Megafon abzuschalten, nachdem er nicht wiedergewählt worden war und einen Aufstand angezettelt hatte."

Abgesehen von Trump hat vermutlich niemand anderes die für alle kostenlose Plattform von Twitter mehr missbraucht als Elon Musk.

Abgesehen von Trump hat vermutlich niemand anderes die für alle kostenlose Plattform von Twitter mehr missbraucht als Elon Musk. Trump und Musk sehen sich offenbar beide gern als „Tweetstorm-Populisten" – jeder von ihnen ein anarchistischer Joker, der seine Freude daran hat, ein bisschen Chaos zu verbreiten, um im Rampenlicht zu stehen.

Die zweite von Manjoo vorgebrachte Begründung ist, dass Musk zwar ein kindischer Joker sei, was aber nichts ausmache, weil er mit seinem technologischen Erfindungsgeist vielleicht eine nützliche Idee habe, was man aus Twitter machen könne. „Durch seine Unternehmungen in den Bereichen Solarenergie und Elektroautos trägt Musk vielleicht mehr zur Bekämpfung des Klimawandels bei als fast jeder linke Umweltaktivist oder jede x-beliebige Politikerin. Im Vergleich zu anderen weltweit tätigen Milliardären seines Orbits schneidet er sogar ganz gut ab … Er fertigt innovative Produkte, die gut funktionieren, die Kunden begeistern und im Großen und Ganzen gut für die Welt sind. Ist das nicht das Beste, was man sich vom Kapitalismus erhoffen kann?"

Es ist ja nicht so, dass in Manjoos Argumenten nicht auch ein Fünkchen Wahrheit steckt, aber er und andere Fürsprecher für die Übernahme Twitters durch Musk offenbaren damit ihren eigenen Zynismus und einen mangelnden Weitblick in Bezug auf eine positive Rolle digitalen Medienverlage. Noch wesentlicher aber ist, dass sowohl die USA als auch

die EU gerade darum ringen, die richtigen Leitplanken für diese neue digitale Kommunikationsinfrastruktur zu finden, die von vielen Menschen absurderweise als eine Art globaler Agora der Redefreiheit idealisiert wurde und wird. In der Tat hat Musk Twitter in seiner Kaufankündigung als „digitalen Marktplatz“ bezeichnet.

Aber Twitter und seine Pendants sind viel mehr als digitale Marktplätze – sie sind auch Verleger von Medien, die größten Verlegerinnen und Sendeanstalten in der Menschheitsgeschichte.

Aber Twitter und seine Pendants Facebook und YouTube sind viel mehr als das – sie sind auch Verleger von Medien, die größten Verlegerinnen und Sendeanstalten in der Menschheitsgeschichte – mit einem Publikum von Hunderten Millionen bis zu Milliarden von Menschen. Sie haben mehr Gemeinsamkeiten mit der *New York Times, Bild* und Rupert Murdoch als mit einem Online-Wikiboard oder der *Speakers' Corner* im Londoner Hyde Park.

Diese Maschinen des digitalen Publizierens schränken die freie Rede regelmäßig auf eine Art und Weise ein, mit der nur riesige Verlage in Monopolstellung durchkommen. Nach dem Sturm auf das US-Kapitol entschieden sie, den Präsidenten der Vereinigten Staaten nicht länger zu „veröffentlichen“; kürzlich beschränkten sie Putin und Russlands Beeinflussungskampagnen im Internet. Davor hatten die Plattformen im Kampf gegen die gefährlichen Falschinformationen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie, den ethnischen Spannungen und den US-Präsidentschaftswahlen einzelne Posts mit Warnhinweisen versehen und hetzerische Inhalte bestimmter Nutzerinnen und Nutzer entfernt.

Die digitalen Medienplattformen verstecken sich gern hinter dem Umstand, dass es die Milliarden an Nutzern sind, die die Inhalte erzeugen.

In Reaktion auf Australiens neues Mediengesetz, mit dem digitale Plattformen verpflichtet werden, ihre gigantischen Werbeeinnahmen mit traditionellen Medienverlagen zu teilen, deren urheberrechtliche geschützte Nachrichteninhalte sie schamlos klauen, hat Facebook dem gesamten Kontinent „den Stecker gezogen“ und seine Nachrichtenseiten gesperrt. Als in Spanien 2014 ein Gesetz in Kraft trat, das von Google forderte, spanische Nachrichtendienste für die Veröffentlichung von Auszügen aus deren Texten in den Google-Suchergebnissen zu bezahlen, traktierte Google die Regierung und schloss seinen neuen Nachrichtendienst in dem Land.

Diese Maschinen des digitalen Publizierens sind nicht rechenschaftspflichtig für ihre empörenden Verhaltensweisen, und auch nicht für die fragwürdigen Inhalte, die sie veröffentlichen und gezielt weiterverbreiten. Tatsächlich hatten sie für ihre vielen Skandale nahezu keine Konsequenzen zu tragen; die gegen sie erhobenen Geldbußen waren viel zu niedrig, um Anreize für eine Veränderung ihrer Geschäftsmodelle zu schaffen.

Twitter, Facebook und Google agieren in vielerlei Hinsicht als Verleger. Ihrem Geschäftsmodell entsprechend haben sie wichtige Entscheidungen an ihre „Engagement"-Algorithmen übertragen: Diese entscheiden, welche Inhalte ganz oben im Newsfeed der Nutzer auftauchen und was beworben und gezielt weiterverbreitet wird. Deren ausgeklügelte „Long-Tail"-Publizier-Maschinerie versorgt Milliarden von Nutzerinnen in bestimmten Nischen präzise mit zielgruppenorientierter Online-Werbung und personalisierten Inhalten (einschließlich politischer Werbung). So funktioniert Publizieren mit Auto-Pilot, wobei Algorithmen die wesentlichen Redaktionsaufgaben ausführen. Was die Rechtssituation oder Rechenschaftspflicht angeht, sollte es eigentlich keine Rolle spielen, ob ein Supercomputer und/oder ein Mensch hinter diesen Vorgängen steckt.

Die wirkliche Herausforderung besteht darin, die sehr reale Verlegerinnenrolle der digitalen Plattforminfrastruktur zu erkennen und zu reglementieren.

An diesem Punkt ist es sehr schwierig, glaubwürdig zu argumentieren, dass diese Plattformen einfach passive Online-Chat-Boards seien. Sie sind Verlegerinnen und doch werden diese Unternehmen von den bestehenden Gesetzen nicht wie Verlagshäuser oder Sendeanstalten behandelt, vor allem nicht in Bezug auf Haftung und Rechenschaftspflicht. Die digitalen Medienplattformen verstecken sich gern hinter dem Umstand, dass es die Milliarden an Nutzern sind, die die Inhalte erzeugen, was eher einem „Netzbetreiber" wie einem Telekommunikationsunternehmen oder der Rolle eines Marktplatzes ähnle. Aber das sollte nicht ihre zentrale Rolle als Verleger verschleiern. Hier handelt es sich um eine neue, nie zuvor gesehene Gattung, für die es neue Regeln braucht.

Aus diesem Blickwinkel betrachtet, können Twitter, Facebook und Google im Rahmen ihrer Verlegerrechte entscheiden, Donald Trump, oder auch Joe Biden, nicht mehr zu Wort kommen zu lassen, genau wie das die *New York Times* entscheiden könnte. Tatsächlich erfordert die

Verantwortung als globaler Verleger und der ständige Ansturm verrückter Desinformationen, die von ihren Plattformen ausgehen, eine redaktionelle Kontrolle. Deshalb besteht die wirkliche Herausforderung darin, die sehr reale Verlegerinnenrolle der digitalen Plattforminfrastruktur zu erkennen und zu reglementieren, es Twitter, Facebook und anderen Plattformen aber gleichzeitig zu ermöglichen, ein „öffentlicher Platz“ und ein „Netzbetreiber“ für kleinere Versammlungen von vernetzten Freunden, Familien und anderen Gruppen zu bleiben. Aber kann man Elon Musk einen so schwierigen Drahtseilakt anvertrauen?

Trotz Musks unternehmerischer Erfindungen wirkt die Übernahme einer der drei wichtigsten digitalen Medienplattformen der Welt durch den Joker wie eine ungeheuer schlechte Idee. Entscheidender aber ist, dass dadurch keine Auseinandersetzung mit den realen Herausforderungen stattfindet, die von diesen Publiziermaschinen ausgehen: die Gestattung von enormer Reichweite an Milliarden von Nutzerinnen und die unter der Federführung von algorithmischen Kuratoren ermöglichte barrierefreie Weitergabe von Falschinformationen. Es stellt sich heraus, dass menschliche Redakteure und Kuratorinnen trotz ihrer offensichtlichen Schwachstellen reale Vorteile gegenüber Algorithmen haben.

Und doch hat Musk angedeutet, dass ihm noch weniger Leitplanken und Kontrollen über Twitter lieb wären. Kein Wunder, dass ich die böse Vorahnung habe, dass diese Abenteuerreise in den Cowboy-Kapitalismus kein gutes Ende nehmen wird.

Aus dem Englischen von Ina Goertz



Steven Hill
San Francisco

Steven Hill ist US-amerikanischer Kolumnist und Autor mehrerer Bücher, darunter *Raw Deal: How the Uber Economy and Runaway Capitalism Are Screwing American Workers* und Die Start-up-Illusion: Wie die Internet-Ökonomie unseren Sozialstaat ruiniert. Zuvor war er

Policy Director am Center for Humane Technology sowie Mitarbeiter am Wissenschaftszentrum Berlin (WZB).