

Ein Interview von Jan Drewitz, Praktikant bei der Heinrich-Böll-Stiftung, mit mir ist in schriftlicher Form und hörbar zusammen mit dem Live-Stream zur Buchvorstellung von Generation Facebook (Oliver Leistert/Theo Röhle Hg.) [hier](#) zu finden. Es wurde am 11.11.11 in Berlin aufgenommen.

—

JD: Mitte 2010 haben Sie Ihren Facebook-Account gelöscht. Wie viel Überwindung hat Sie dieser Schritt gekostet?

GL: Ich hatte das selbst nicht mehr im Griff, weil ich von Anfang an nicht mit der Facebook-Definition einverstanden war, wer ein Freund ist und wer nicht, da meine wirklichen Freunde nicht auf Facebook sind. Also habe ich alle, die auf mich zugekommen sind, als Freunde akzeptiert. Innerhalb kürzester Zeit hatte ich 2000 Freunde und da habe ich mir schon überlegt, ob hier etwas nicht stimmen könnte. Dann kam 2010 der globale „Quit facebook Day“ und dann habe ich mich eben abgemeldet.

JD: Empfehlen Sie allen „Noch-Nutzerinnen und Nutzern“ sich ebenfalls von ihren Accounts zu trennen?

GL: Ja, das tue ich. Ich warte schon auf eine neue Ankündigung für eine Wiederholung dieses Tages. Zufällig habe ich gestern erfahren, dass der sogenannte Ur-Blogger, Dave Winer, der den RSS-Feed erfunden und mit geprägt hat, gerade auch seinen Facebook-Account gelöscht hat und dies aus meiner Sicht auch richtig begründet hat. Das hat mich natürlich gefreut.

JD: Wie unterscheidet sich Facebook von anderen sozialen Netzwerken im Internet? Wie unterscheidet es sich von Google+?

GL: Google+ versucht natürlich bei dieser ganzen negativen Berichterstattung über Facebook das „bessere Facebook“ zu sein. Natürlich hat es auch ein paar Funktionen die ganz nett sind, in diesem Sinne könnte man sagen, dass es eine bessere, eine neue Generation von der gleichen Idee darstellt. Aber dort hat man natürlich das Problem, dass es zu Google gehört. Google hat viel zu viel Macht und verknüpft alle Daten von Google+ mit Google Mail und auch mit den jeweiligen Internetaktivitäten der Nutzerinnen und Nutzer. Bei Google ist nicht so sehr die innere Logik ihrer Social-Media-Angebote ein Problem, sondern vielmehr die Firma Google selbst.

JD: Was muss sich bei Facebook und Google verändern, damit Nutzerinnen und Nutzer ohne Bedenken die Netzwerke nutzen können?

GL: Aufhören! Das wäre wirklich das Beste. Das Problem bei solchen Firmen im Internet ist ihr Monopolcharakter. Diese Firmen kommen aus dem Nichts, wachsen rasch und gewinnen großen Einfluss auf das Alltagsleben von Hunderten von Millionen von Menschen. Ich plädiere dafür diese Monopole aufzulösen oder aufzusplitten. Das wird ja auch in anderen Bereichen gemacht. Da ist es auch egal, ob man an den Kapitalismus glaubt oder nicht. In beiden Positionen gibt es sehr gute Gründe gegen Monopole vorzugehen. Zum Glück gibt es jetzt eine neue Generation von Software, die sich den ursprünglichen distribuierenden, dezentralen Charakter des Internets aneignet. Genau dies machen Facebook und Google+ nicht.

JD: Was für dezentrale Alternativen gibt es im Bereich digitaler sozialer Netzwerke?

GL: Im Moment gibt es da noch nicht so viel, aber das wird noch kommen. Am Vielversprechendsten scheint die sogenannte „Diaspora-Software“ zu sein.

JD: Wie sieht die Struktur dieser dezentralen Netzwerke aus?

GL: Das ist alles ein wenig anders, da gibt es noch keine einzige Antwort auf diese Herausforderung. Aber es gibt natürlich ein paar Prinzipien: Erstens sollen die Benutzerinnen und Benutzer wieder Eigentümer über ihre eigenen Daten werden. Zweitens soll die Macht solcher Netzwerke nicht in konzentrierter Form existieren, das heißt, dass es Software werden muss, die man wie WordPress oder wie viele andere auf dem eigenen Rechner installieren kann. Außerdem sollte die Möglichkeit gegeben sein, dass man seine Daten von einem sozialen Netzwerk zu einem anderen mitnehmen kann. Auch bei E-Mails kann man ja das eigene Archiv zu einem anderen Programm mitnehmen, auch Bookmarks können in einen anderen Browser integriert werden. Diese Möglichkeit wäre sehr praktisch und vielleicht auch der Anfang eines Erfolges der nächsten Netzwerk-Generation.

JD: Im vergangenen Jahr haben Sie in einem Interview prophezeit, dass Facebook von selbst „implodieren“ wird. Aus welchen Gründen sollte dies geschehen?

GL: Ich denke für eine solche Prognose muss man weder studiert haben

noch hellseherische Fähigkeiten besitzen. Es ist einfach so, dass irgendwann viele die Schnauze voll haben werden, weil sie merken werden, dass sich nichts verändert. Das ist sogar fast ein natürliches Phänomen des Internets, da dieses sich immer noch rasch entwickelt. Das heißt, dass innerhalb weniger Zeit Millionen von Menschen von einer Plattform zur anderen wechseln können.

JD: Wie bewerten Sie die "Post Privacy Befürworter", die von einem Ende der Privatsphäre ausgehen?

GL: Ich verstehe schon was die „Post Privacy Befürworter“ meinen. Das Problem ist doch aber, dass diese Menschen selber auch ein Privatleben besitzen. Ich finde es ein bisschen heuchlerisch, wenn sie sagen: Die Anderen müssen ihr Privatleben aufgeben, aber nicht ich. Das ist doch merkwürdig, dass sie das was sie predigen, selbst nicht machen: Wenn dann Leute ihr Haus fotografieren und die Bilder ins Internet stellen, dann gehen sie sofort zum Gericht. Das ist doch eigentlich schizophr!

JD: Ist es nötig, dass wir uns generell mehr Gedanken darüber machen, warum wir in digitalen sozialen Netzwerken agieren?

GL: Ja, aber es ist sehr einfach zu erklären, wie wir in diese Lage gekommen sind. Das ist ja ein wiederkehrendes Phänomen seit Mitte der neunziger Jahre. Dass die Menschen überall einsteigen, wenn es Benutzerfreundlich angeboten wird. Facebook hat das damals geschafft, aber die Benutzerfreundlichkeit hat die Möglichkeiten der Selbstbestimmung der Nutzerinnen und Nutzer eingeschränkt. Warum kann ich nicht selbst bestimmen wie meine Welt aussieht? Die Idee, dass die Nutzerinnen und Nutzer selbst bestimmen können in welche Kategorien sie beispielsweise ihre Kontakte einordnen, kam überhaupt nicht auf. Warum nicht? Nicht weil Facebook böse ist, sondern weil sie gerne eine einfache Nutzeroberfläche machen wollten. Das hat in gewissem Sinne auch funktioniert: Die Einfachheit der Plattform am Anfang ihrer Existenz war das Erfolgskonzept. Darauf sind viele eingestiegen und ab einem bestimmten Punkt kann man dann auch endlos wachsen. Aber dieselbe Logik kann auch der Untergang von Facebook bedeuten.