



padeluum und Rena Tangens (Hrsg.)

# ▶ digitalcourage

Jahrbuch 2018



Verlag Art d'Ameublement

padeluum und Rena Tangens (Hrsg.)

 **digitalcourage**  
**Jahrbuch 2018**



# Facebook nutzen ja oder nein?

## Eine Grundsatzentscheidung

Von David Bergmann

**W**ir haben es uns nicht leicht gemacht. Wir möchten mit unserer Arbeit möglichst viele Menschen erreichen – also gilt es, Menschen dort zu erreichen, wo sie sich tummeln. Und da ist Facebook ganz oben auf der Liste. Gleichzeitig haben wir Facebook 2011 aus sehr guten Gründen einen BigBrotherAward verliehen. Also standen wir vor einer Gewissensfrage: Können wir es uns **leisten**, auf Facebook zu verzichten? Aber wenn wir uns anschließen, müssen wir den zweifelhaften Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB zustimmen). Das war für viele in unserem Verein eine Unmöglichkeit. Kommerzielle Überwachung ist eines unserer Kernthemen. In zahlreichen Interviews kritisieren wir das maßlose Sammeln von Daten durch Facebook. Nichtsdestotrotz sind die Chancen für die Vereinsarbeit mithilfe eines Facebook-Zugangs nicht von der Hand zu weisen. Wie also sollen wir damit umgehen?

### ► **Unsere Entscheidung lautet: Kein Facebook!**

Nach langen Diskussionen haben wir den allgemeinen Konsens erreicht, dass wir uns deutlich gegen Facebook positionieren.

Wir können aber gut nachvollziehen, wenn Sie privat, als Unternehmen oder Verein sich dafür entscheiden, Facebook trotz der damit verbundenen Risiken zu benutzen. Wir möchten Ihnen aber einige Tipps geben, wie Sie das möglichst „schonend“ tun können.

### ► **Grundregeln zur Nutzung von Facebook**

Gegen die grundsätzlichen Probleme bezüglich Facebook, beispielsweise Monopolisierung, Kommerzialisierung und die Umgehung des deutschen und europäischen Datenschutzes, helfen die folgenden Regeln natürlich nicht.

### ► **Können wir es uns leisten, auf Facebook zu verzichten? ◀**

Aber es ist möglich, den gesellschaftlichen Schaden, der durch die Nutzung von Facebook entsteht, ein bisschen zu begrenzen.

### ► **1. Alternative Kommunikations- plattformen anbieten:**

Wer Facebook & Co. nutzt, sollte zusätzlich mindestens einen weiteren Kommunikationskanal anbieten. Dieser sollte frei sein und ebenfalls alle Inhalte verbreiten, die Sie auf Facebook zur Verfügung stellen. Die Auswahl der Anbieter ist groß ge-



nug: Friendica, Quitter oder GNUnet, Sie haben die Wahl. Denn wer selbst keine Alternative anbietet, ist mitverantwortlich dafür, dass manche Menschen inzwischen Facebook für „das Internet“ halten. Durch das Befüttern alternativer Plattformen steigt auch deren Attraktivität. Wenn sich alle Organisationen, die Facebook & Co. nutzen, allein an diese Regel hielten, wäre schon viel gewonnen.

Mit Accountverwaltungsprogrammen wie Hootsuite sparen Sie Zeit bei der Pflege verschiedener Social-Media-Plattformen. Je höher die Nachfrage nach alternativen Plattformen wird, desto verlässlicher werden auch die Verwaltungsprogramme, welche diese einbinden. Dann wäre es attraktiver, auf andere Kommunikationskanäle umzusteigen, sodass langfristig die Marktmacht von Facebook aufgebrochen werden kann.

## ► 2. Aus Facebook raus linken, nicht hinein:

Es sollte stets auf Websites außerhalb von Facebook verwiesen werden. Die Internet-

Facebook will alles! Laut AGB darf Facebook alles überwachen, was Sie ansurfen, auch wenn Sie gerade gar nicht angemeldet sind.

nutzer:innen, welche Sie außerhalb von Facebook erreichen, sollten Sie wiederum nicht zu Facebook weiterleiten. Keine Links zu Facebook zu verwenden, ist im Interesse jeder Organisation: Denn Sie verbreiten damit Ihr eigenes Angebot, ohne parallel kostenlos Werbung für Facebook zu machen.

## ► 3. Ihr Team vor AGB schützen:

Das Facebook-Konto Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation sollte von einem gesonderten Rechner verwaltet werden. Denn es ist unklar, was es im Detail bedeutet, dass – so heißt es in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen – das Onlineverhalten außerhalb Facebooks ebenfalls erforscht wird. Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) mahnte Facebook bereits ab, da 19 Klauseln der Geschäftsbedingungen aus Sicht des vzbv rechtswidrig seien. Es ist demnach verantwor-

**Erhältlich im Digitalcourage-Shop!**

### Anonym surfen mit dem PrivacyDongle



Die Tor-Anonymisierungssoftware ist auf dem PrivacyDongle bereits konfiguriert. Einfach einstecken und anonym lossurfen. USB 2.0, erhältlich für Windows XP, Vista, 7, 8, 10, Mac OS X (10.6+), Linux, Unix, BSD (Für Linux auf den Rechner kopieren und dort starten).

**Jetzt mit 16GB!**

**Preis: 25 Euro pro Stück**

▶ <https://shop.digitalcourage.de>

tungslos, Facebook von einem für diverse Zwecke genutzten Arbeitsrechner zu bedienen. Abhilfe kann ein sogenannter „virtueller Rechner“ schaffen.

#### ▶ 4. Ablehnung von Facebook kundtun:

Eine kritische und reflektierte Haltung gegenüber Facebook sollte auf Ihrer Facebook-Seite sehr deutlich kommuniziert werden. Machen Sie Ihren Umgang mit dieser Seite transparent und animieren Sie andere zur Einhaltung der hiesigen Regeln. Verweisen Sie stets auf die alternativen Plattformen, auf denen Sie ebenfalls kommunizieren.

#### ▶ 5. Social-Media-Buttons allenfalls als Ein-Klick-Lösung:

Sollten Sie auf Ihrer Website Social-Media-Buttons einbinden, gibt es auch hierfür eine Möglichkeit, dies zu tun, ohne die Besucher:innen Ihrer Site gesammelt an die Datenkraken auszuliefern. Mit den privatsphäretauglichen Buttons per „Shariff“ können Share-Buttons mit „Ein-Klick-Lösung“ datenschutzkonform auf der eigenen Website eingebunden werden. Nutzer:innen stehen hierdurch erst dann mit Facebook und Co. direkt in Verbindung, wenn sie aktiv werden. Vorher können die sozialen Netzwerke keine Daten über sie erfassen.

#### ▶ Facebook lohnt sich nicht mehr

Auch wenn die Verlockung groß ist, auch wirtschaftlich betrachtet gibt es gute Gründe, gegen eine Facebook-Nutzung:

##### **Grund 1: Reichweite ist begrenzt**

Eine große Reichweite in den sozialen Medien macht viel Arbeit. Aufmerksamkeit kann nur durch eine hohe Interaktivität hergestellt werden. Sie müssen kommunizieren mit den Nutzer:innen, Inhalte bereitstellen, Umfragen oder Spiele durchführen und Vieles mehr. Dies kostet viel Arbeitszeit und bedeutet viel Aufwand für eine vergleichsweise kurze Aufmerksamkeitspanne der Konsumierenden. Und vor allem: Menschen, die politisch denken und kritisch mit Ihrer Mediennutzung umgehen, erreichen Sie dort unter Umständen gar nicht.

##### **Grund 2: Inhalte haben es schwer**

Die Inhalte, welche Nutzer:innen auf

## ► Im Zweifel hat Facebook mehr von Ihrer Organisation als Sie von Facebook. ◀

Facebook angezeigt werden, werden ähnlich wie bei Google anhand von Algorithmen und Rankings errechnet. Facebook filtert, was die Nutzer:innen sehen (sollen). Wenn eine Facebook-Seite beispielsweise 200 „Gefällt-mir“-Angaben hat, wird ein Posting der betreffenden Seite möglicher Weise zwischen 15 und 30 Leuten angezeigt. Die Reichweite Ihrer Informationen ist somit häufiger geringer, als angenommen.

### Grund 3: Katzenvideos sind interessanter

Es ist kein Geheimnis: Die Beiträge mit der höchsten Resonanz auf Facebook sind emotionale Inhalte wie Musik- und Katzenvideos. Da die meisten Inhalte von Organisationen aber eher informativer Natur sind, werden diese nur ein vergleichsweise kleines Zielpublikum erreichen. Denn laut

Facebook-Algorithmen sind Sachinformationen weniger relevant und

werden entsprechend eingestuft. Darum raten wir: Stellen Sie Ihre Inhalte auf Ihrer eigenen Seite zur Verfügung und investieren Sie dort Ihre Energie.

### Grund 4: Ohne Moos nix los

Wer mehr Reichweite will, muss der Datenkrake Geld in den Schlund werfen. Bei einem bezahlten Account sind Ihre Möglichkeiten – Überraschung! – völlig andere. Facebook stellt Ihre Inhalte, in diesem Fall, allen Nutzer:innen vor. Der Slogan, „Facebook ist und bleibt kostenlos“, ist somit Augenwischerei.

### Unterm Strich:

#### Facebook ist vergebene Liebesmüh

Sie und Ihre Organisation verpassen nichts, wenn Sie nicht auf Facebook vertreten sind. Ganz im Gegenteil; in Relation überwiegt der Aufwand gegenüber dem Nutzen. Überlegen Sie es sich daher gut, ob Sie Facebook auch wirklich nutzen möchten. Im Zweifel hat Facebook mehr von Ihrer Organisation als Sie von Facebook.



Illustration: Isabel Wienold



## ► digitalcourage Jahrbuch 2018

Aktuelles, Aktivierendes, Richtungsweisendes ► Die Themen und Aktionen, die uns 2017/2018 auf Trab halten: Vorratsdatenspeicherung, Gesichtserkennung am Bahnhof Südkreuz, bei Real und Post usw. ► Wo die Datenkraken lauern – Unsere Überwachungsgesamtrechnung ► Die kompletten Texte der BigBrotherAwards 2017 und alles, was sich daraus entwickelt hat ► Digitale Selbstverteidigung: Wie Sie Ihr Smartphone und ihren Computer aktiv vor Datenkraken schützen können ► Hinter den Kulissen von Digitalcourage: Das Team, die Aktionen, die Themen 1987/1988 ► „Alice im Cyberspace“ – Frauen im Netz ► Es geht auch ohne Facebook! Wetten? ► Und was sind eigentlich „Smart Cities“?



ISBN 978-3-934636-16-3



Verlag Art d'Ameublement