

REGARDS

NACH DER NETZNEUTRALITÄT

Der Zustand des Web

Joël Adami

Die Abschaffung der Netzneutralität bedroht das freie Internet. Doch wie sieht die digitale Welt Ende 2017 eigentlich aus? Die woxx wagt einen Überblick.

„Mein Plan, für mehr Freiheit im Netz zu sorgen, hat für viel Diskussion gesorgt. Hier sind sieben Dinge, die ihr auch noch nach Aufhebung der Netzneutralität im Internet tun könnt“. Ajit Pai ist der Vorsitzende der „Federal Communications Commission“ (FCC) - jener Bundesbehörde der USA, die gerade die Regeln über die Netzneutralität, die unter Obama eingeführt worden, aufgehoben hat. In einem Video, das sich ganz klar erkennbar an junge Menschen richtet, macht Pai Selfies, fotografiert Hundewelpen, schaut sich „Game of Thrones“ an und tanzt den „Harlem Shake“ - in Anspielung an einen Internet-Hype aus dem Jahr 2013. Der Begriff „Fremdschämen“ wird ziemlich überstrapaziert - beim Betrachten des Propaganda-Videos zur Abschaffung der Netzneutralität ist er jedoch mehr als angebracht. Bei der vermeintlichen Zielgruppe löst das Video eher wütende Reaktionen aus - weiß sie doch, dass in Bälde ihre Internet-Provider darüber entscheiden werden, ob es noch möglich ist, Serien zu „bingen“ (von bingewatching, was exzessiven Serienkonsum bezeichnet), oder ob der Stream grob verpixelt aus der Leitung herausröfzelt. Die Provider können ohne FCC-Regeln zur Netzneutralität nämlich entscheiden, die Datenströme gewisser Dienste oder Websites zu bevorzugen. Es könnte beispielsweise sein, dass der Streaming-Anbieter „Netflix“ einer Telekommunikationsfirma „Weggeld“ bezahlen muss, damit die heißgeliebten Serien auch ruckelfrei im Wohnzimmer ihrer User*innen ankommen. Während das für Netflix finanziell kein Problem wäre, sähe die Sache bei Start-Ups oder unabhängigen, kleinen Medien ganz anders aus. So könnte die Entscheidung

der FCC in Zukunft die Entwicklung neuer Medienunternehmen hemmen, die darauf angewiesen sind, dass ihre Inhalte nicht gegenüber anderen benachteiligt werden.

Aber auch die Kund*innen könnten zusätzlich zur Kasse gebeten werden. Denkbar wären etwa verschiedene Pakete für Streaming, Gaming, Social Media, usw. - und wer nicht zahlt, bekommt halt eine langsame Verbindung. Die Marktmacht der Provider wird auf jeden Fall riesig sein: Sie werden darüber bestimmen können, wer im Netz gehört oder gesehen wird. Die „Electronic Frontier Foundation“ (EFF), die größte Netzpolitik-NGO der USA, kritisiert die Entscheidung scharf. Man hoffe nun auf den Kongress, der die Regeländerungen der FCC noch verhindern könnte. Falls das nicht geschieht, ist die NGO bereit, Gerichtsverfahren anzustreben. Das Argument, die Kund*innen könnten ja ihren Provider wechseln, lässt die EFF nicht gelten: Die Mehrheit der Amerikaner*innen hat für Breitband-Internet nur einen einzigen Provider zur Verfügung. In den Bundesstaaten Washington und Kalifornien kündigen sich bereits Gesetze zur Erhaltung der Netzneutralität an. Innerhalb der EU gibt es seit 2015 eine Grundsatzentscheidung zu der Problematik. Klauseln in der Verordnung, die sogenannte „Spezialdienste“ ermöglichen, sorgen dennoch dafür, dass die Netzneutralität beständig in Gefahr ist. Mit „Zero-Rating“ schaffen manche Provider einfache Fakten. Gerade im Mobilfunkmarkt sind solche Angebote beliebt: Die Kund*innen zahlen nicht, damit ein bestimmter Dienst nicht auf ihr Datenlimit angerechnet wird. Besonders oft werden solche Angebote mit Musik-Streaming-Diensten wie Spotify verknüpft. In sogenannten „Schwellenländern“ profitiert hingegen neben Wikipedia besonders oft das soziale Netzwerk Facebook von „Zero-Rating“. Während es durchaus sinnvoll erscheint, die freie Enzyklopädie als „Wikipedia Zero“ auch



Gehören durchwachte
Serien-Nächte am Laptop
mit dem Ende der
Netzneutralität bald der
Vergangenheit an?

tatsächlich komplett kostenfrei anzubieten, hat Facebook natürlich knallharte kommerzielle Interessen.

Zwei Milliarden gefällt das

Zwei Milliarden Menschen sollen Facebook 2017 mindestens einmal im Monat genutzt haben. Damit ist es mit Abstand das größte soziale Netzwerk weltweit. Innerhalb eines Jahrzehnts hat sich eine kleine Website in eines der mächtigsten Medienunternehmen überhaupt entwickelt. Das scheinen aber selbst die Entscheider*innen bei Facebook nicht unbedingt so zu sehen - lange Zeit wollte das soziale Netzwerk nicht wirklich Verantwortung dafür übernehmen, was seine Nutzer*innen so treiben. Bezeichnete Gründer Mark Zuckerberg Anfang des Jahres die Behauptung, russische Agent*innen hätten die US-Präsidentenwahlen 2016 via Facebook beeinflusst, noch als Unfug, so bereute er diese Aussage im November schon wieder. 80.000 Posts „russischer Agent*innen“ sollen insgesamt 126 Millionen US-Bürger*innen erreicht haben. Zuckerberg postete zwar ein öffentliches Mea culpa, schickte zur Vernehmung im Untersuchungsausschuss des Kongresses allerdings die Firmenanwälte. Nachdem das Unternehmen schon im Dezember letzten Jahres Faktenchecks für bestimmte Nachrichten eingeführt hatte, sollen nun auch Werbeanzeigen besser gekennzeichnet werden. So können User*innen künftig mit einem Klick sehen, was für Anzeigen eine bestimmte Facebook-Seite in dem Netzwerk schaltet. Für politische Werbeeinblendungen ist sogar ein spezieller Zertifizierungsvorgang vorgesehen, der allerdings zuerst in den USA getestet wird. Natürlich müssen Nutzer*innen erst einmal erkennen, dass es sich bei dem, was ihnen in ihrem Facebook-Stream angezeigt wird, überhaupt um Werbung handelt. Wenn Parteien Medienartikel über sich posten, fällt der kleingedruckte

Hinweis „bezahlt von ...“ vielleicht gar nicht auf. Ob sich viele Nutzer*innen dann tatsächlich die Mühe machen, zu überprüfen, wer für die Einschaltung bezahlt hat, ist eher fraglich.

Andere Probleme will Facebook nicht angehen - und womöglich kann es das auch gar nicht. Dass es Menschen gibt, die dafür bezahlt werden, Kommentare oder Posts in sozialen Medien zu schreiben, ist ein offenes Geheimnis. 2014 wurde so ein Fall in Österreich bekannt - eine PR-Agentur beschäftigte 40 freie Mitarbeiter*innen, die im Auftrag von Firmen und der Österreichischen Volkspartei „Jubelkommentare“ unter kritische Artikel schrieben. Der Fall ist wohl nur die Spitze des Eisbergs. Das soziale Netzwerk ist sich aber wohl bewusst, dass es immer mehr zu dem Forum wird, in dem politische Themen verhandelt werden. In seinem Jahresrückblick zeigt Facebook, dass der Weltfrauentag am 8. März das Ereignis war, über das in dem sozialen Netzwerk am meisten diskutiert wurde. 165 Millionen Menschen in 190 Ländern sollen sich dieses Jahr dort über das Thema unterhalten haben. Laut einer Studie des „Pew Research Center“ nutzt ein Drittel der US-Bürger*innen soziale Netzwerke, um an Nachrichten zu kommen. Facebook verlor im Laufe des Jahres jedoch als Quelle an Bedeutung - der meiste Traffic auf Nachrichtenseiten kommt jetzt wieder von Google. Das hat auch damit zu tun,

dass nicht so viele Medien das „Instant Articles“-Feature von Facebook nutzen. Dank dieser Technik erscheinen Medieninhalte sehr schnell in der Facebook-App, weil sie auf Facebooks Servern liegen. Ein Deal, den viele Medien nicht eingehen wollen.

Ein anderes Netzwerk, das dieses Jahr für viele Schlagzeilen gesorgt hat, ist Twitter. Der Kurznachrichtendienst hat 330 Millionen aktive Nutzer*innen, schreibt aber immer noch rote Zahlen. Ein Versuch, attraktiver zu werden, war die kürzliche Verdoppelung des Zeichenlimits: statt bisher 140 Zeichen sind nun 280 Zeichen in einem Tweet möglich. Mit Donald Trump hat Twitter zwar einen äußerst bekannten Nutzer und ist wegen dessen Tweets so gut wie jeden Tag in den Medien. Trump ist aber auch ein gutes Symbol für eine Eigenheit, die viele eingefleischte Nutzer*innen stört: Das Netzwerk hat noch immer nicht zu einem adäquaten Umgang mit Hasstiraden, Belästigung und Mobbing gefunden. Die Drohungen des US-Präsidenten gegenüber Nordkorea hätten nach den Nutzungsbedingungen eigentlich zu einer Sperrung des Accounts führen müssen - Twitter argumentierte allerdings, die Meldungen aus dem Weißen Haus seien Teil des Nachrichtengeschehens und würden deshalb nicht gelöscht. Auch Accounts von Neonazis werden oft nicht gesperrt, während Tweets, die sich mit drastischeren Worten

gegen Hate Speech stellen, schon zu Verbannungen geführt haben.

Dezentral und glücklich damit

Einige Nutzer*innen sind deswegen zu einem alternativen Netzwerk gewechselt: Mastodon. Hinter dem Namen verbirgt sich weder eine Metal-Band noch eine Mammutart, sondern eine Art dezentralisiertes Twitter. Die Zeichenbegrenzung liegt hier bei 500 Zeichen. Das Netzwerk besteht nicht aus einem zentralen Dienst, sondern aus hunderten sogenannter Instanzen. Jede Instanz hat ihre eigenen Regeln, Admins, teilweise auch ein eigenes Design und eigene Emojis. Interessierte Nutzer*innen sind aufgefordert, sich jene Community zu suchen, die ihnen am besten gefällt. Auf der Übersichtsseite joinmastodon.org findet sich ein Überblick für Einsteiger*innen. Dennoch ist es möglich, mit allen anderen Teilnehmer*innen im Netzwerk zu kommunizieren. Mastodon ist quelloffen, außerdem kompatibel zu und verknüpft mit anderen, früheren Versuchen, soziale Netzwerke dezentral zu betreiben, wie „GNU Social“ oder „Friendica“. Zusammen bilden diese Netzwerke das sogenannte „Fediverse“.

Die Nutzer*innen nennen Twitter etwas abschätzig „birdsie“ (Vogel-seite) und schätzen an Mastodon, dass es vermeintliche „Verbesserun-



OTO: PKHERE

THEMA: DIGITALE MEDIEN



FOTO: PKHERE

Zerbricht das Internet
am Aus für die
Netzneutralität?

gen" von twitter nicht nachahmt: „Birdsite hat diesen Unfug mit heuristischen Timelines eingeführt, sodass Posts nicht mehr chronologisch angezeigt werden. Ich will selbst bestimmen können, was ich sehe“, wie „wolf480pl“ schreibt. Ein anderer Faktor sind die kleinen Communities: „Ich fühle mich wohler, wenn ich meine Admins persönlich kenne und weiß, dass sie ihr Bestes tun werden, um Probleme zu lösen und mit Belästigungen umzugehen“, beschreibt es eine Person, die anonym bleiben will. Andere haben wiederum das Gefühl, Twitter sei zu sehr auf Berühmtheiten konzentriert: „Twitter ist für Berühmtheiten, die aber selten mit normalen Nutzer*innen interagieren. Auf Mastodon interagieren normale Leute miteinander. Ich habe Twitter deswegen vor Monaten verlassen und könnte nicht glücklicher darüber sein.“

Astrophysik und tote Tiere

Twitter mag viele Berühmtheiten angezogen haben, aber ein anderes großes Netzwerk war Brutstätte für eine ganze Generation neuer Stars: Youtube. Die Videoseite, die seit einem Jahrzehnt Google gehört, wird längst nicht mehr nur zum Anschauen von unzähligen Katzenvideos genutzt. Es gibt kaum ein Thema, zu dem keine Videos gedreht werden: Menschen, die aus ihrem Leben erzählen, über ihre Lieblingsserien quatschen, Sexu-
alaufklärung betreiben, vor der Kamera essen oder Videospiele spielen. Manches wirkt auf den ersten Blick ein wenig absurd, bringt aber einen Mehrwert, den traditionelles Fernsehen niemals bieten könnte. Da wäre zum Beispiel Emily Graslie, die auf ihrem Kanal „The Brain Scoop“ Tiere

seziert und präpariert hat. Mittlerweile produziert sie das Format für ein großes naturhistorisches Museum in den USA. Auch bei den sogenannten „Let's play“-Videos, in denen vor laufender Kamera Games gespielt werden, gibt es eine enorme Bandbreite: Manche Youtuber*innen erstellen mit „Sims“ ganze Seifenoperen, andere erklären Astrophysik anhand der Raketensimulation „Kerbal Space Program“. Das Genre boomt: Neben Youtube zieht auch die Streaming-Plattform „Twitch“ viele Spielebegeisterte an. Die mehr oder weniger geistreichen Kommentaren oder die Ausführungen der Streamer*innen sind oftmals ein Grund, auf der Plattform Menschen beim Spielen zuzuschauen. Teilweise geht auch darum, einen Einblick in Spiele zu bekommen, die man selbst noch nicht gekauft hat. Manchmal sind es aber auch etwas verrücktere Experimente, die den Reiz von Twitch ausmachen: Im Februar 2014 startete der Kanal „Twitch plays Pokémon“. Der Gameboy-Klassiker wurde „demokratisch“ per Chat-Kommandos gesteuert, über eine Million Spieler*innen beteiligten sich während über zwei Wochen. Das Ergebnis war dementsprechend chaotisch, zog aber erstaunlich viele Menschen in seinen Bann.

Ein spannender Nebeneffekt des Streaming-Trends ist auch, dass dadurch Spiele unabhängiger Entwickler*innen, die keinen großen Publisher im Rücken haben, enorm populär werden können. Durch digitale Vermarktungsplattformen - neben dem Quasi-Monopolisten Steam gibt es zum Beispiel itch.io, das auch kleinen Entwickler*innen Platz bietet - sind die Vertriebskosten sowieso verschwindend gering. Das meistver-

kaufte Spiel auf Steam war dieses Jahr „Playerunknown's Battlegrounds“, ursprünglich eine Erweiterung für einen anderen Egoshooter, die erst durch Twitch und Youtube bekannt wurde. So führen die Streams zu einer gewissen Demokratisierung der Spielwelt - und bieten damit auch solchen Games eine Chance, die feministische oder LGBTIQ-Inhalte stärker in den Vordergrund stellen.

Produktionsmittel alleine reichen nicht

Obwohl diverse „Social Media Berater*innen“ zur Zeit verkünden, Video-Inhalte würden immer wichtiger werden, ist doch im reinen Audio-Bereich eine kleine Renaissance zu beobachten. Podcasting ist wieder populärer geworden, nachdem das Interesse einige Jahre eher verhalten gewesen war. „Serial“, ein Doku-Stück über einen (vermeintlichen) Mörder, hat es neu entfacht. Ein anderes Erfolgsbeispiel ist „Welcome to Nightvale“, das eine Radiosendung in dem von paranormalen Phänomenen heimgesuchten Städtchen nachspielt. Mittlerweile geht die Truppe rund um den Autor Cecil Baldwin auf Tour und hat mehrere Bücher veröffentlicht. Apples iTunes ist die wichtigste Verteilerplattform für Podcasts, aber so richtig leicht ist es nicht, dort die unbekanntesten Perlen zu finden.

Welche Apps und Sites benutzen eigentlich Jugendliche? Einen Einblick gibt der nächste Artikel in unserem Dossier. Die Ergebnisse von Befragungen zum Thema sind uneindeutig - „Digital natives“, die nach der Jahrtausendwende geboren wurden, nutzen vor allem viele verschiedene Kanäle und zu unterschiedlichsten Zwecken.

Eine große Rolle spielen dabei Instagram und Snapchat - beides Apps, die zum Posten und Austausch von Fotos und Videos verwendet werden. Messenger sind ebenfalls sehr wichtig - sowohl das bekannte WhatsApp als auch der Facebook-Messenger, die beide dem gleichen Konzern gehören. Dabei gäbe es massig Alternativen, gerade bei Messengern ist das Angebot enorm. Jedoch müssen sicherere, quelloffene Messenger wie „Signal“ immer wieder feststellen, dass im Zweifelsfall Featurereichtum und Nutzer*innenfreundlichkeit bevorzugt werden.

Eigentlich könnten die Pionier*innen des Webs, die Anfang der 1990er von einer Medienrevolution im Netz träumten, sich ja freuen. Die Produktionsmittel in Form von Smartphones, Laptops und Webcams sind allgegenwärtig, und auch um das Hosting und das Verbreiten der Inhalte muss sich niemand mehr selbst kümmern. Aber gerade an diesem Punkt lauert die größte Gefahr für das Netz: Wenn einige wenige Firmen wie Facebook, Twitter und Google die Verbreitungsplattformen kontrollieren, sind diese leicht zu sperren oder zu zensieren. Gerade auch im Kontext des Erodierens der Netzneutralität sind diese Zentralisierungsbewegungen kritisch zu sehen. Projekte wie Mastodon machen allerdings Hoffnung - vielleicht dauert es ja nicht mehr allzu lange, bis neue dezentrale Plattformen das Licht des Web erblicken - bis dahin bleibt die Macht der Internetgiganten ungebrochen.