

# „US-Konzerne dominieren Europas Internet“

**Internetgiganten wie Google und Facebook bauen auf ein ausbeuterisches System. Europas Politiker müssen beginnen, sich zu wehren**

GESPRÄCH:  
THOMAS WAGNER

Sie stellen die Medienwelt auf den Kopf und übernehmen wichtige Teile des Informationsflusses. Binnen weniger Jahre haben sich Facebook, Google und Amazon von kleinen Start-ups zu den reichsten und mächtigsten Konzernen der Welt entwickelt.

Wie haben sie das geschafft?

Kaum jemand kann diese Frage so fundiert beantworten wie Medienwissenschaftler Christian Fuchs. Seit 2013 arbeitet der gebürtige Waldviertler als Professor für Internetforschung an der University of Westminster in London, im englischsprachigen Raum zählt er zu den renommiertesten Experten. Sein Forschungsschwerpunkt: die Macht von Social Media.

In seinen Büchern beschreibt Fuchs, wie soziale Medien funktionieren, wie sie so einflussreich werden konnten und welche realen Gefahren sie mit sich bringen. Dem Falter erklärt er, wie es im demokratischen Medium Internet zu Monopolen kommen konnte, warum wir ein europäisches Youtube brauchen und was die Politik den Internetgiganten entgegensetzen muss.

**Falter:** Herr Fuchs, welches Geschäftsmodell steckt hinter Internetdiensten wie der Suchmaschine von Google oder sogenannten sozialen Medien wie Facebook und Twitter?

**Christian Fuchs:** Google und Facebook sammeln und verkaufen personenbezogene Daten an Werbetreibende. Sie handeln nicht mit Kommunikationsdienstleistungen, jedenfalls ist das nicht ihr Hauptwerb. Bei den genannten Unternehmen handelt sich um die größten Werbeagenturen der Welt. In der Summe entstehen durch ihre Tätigkeit riesige Datensammlungen, die wir heute „Big Data“ nennen und die auch für staatliche Institutionen interessant sind. So sind die Geheimdienste getrieben von der falschen Vorstellung, durch die Analyse von „Big Data“ Terroristen und Kriminellen das Handwerk zu legen. Warum sollten die aber so dumm sein, für ihre Kommunikation ausgerechnet solche kommerziellen Plattformen zu nutzen? Das Ergebnis der Überwachung ist nicht mehr Sicherheit, sondern eine totalitäre Tendenz, wie Edward Snowdens Enthüllungen verdeutlicht haben.

Wie kommen die Internetkonzerne an unsere Daten?

**Fuchs:** Registriert man sich etwa auf Facebook, so schließt man automatisch einen Pseudovertrag ab, dessen Bedingun-



Zur Person

**Christian Fuchs,** 39, hat Informatik an der TU Wien studiert. Als Professor für Social Media leitet er das Institut für Medien- und Kommunikationsforschung an der Universität Westminster in London. Er arbeitet außerdem für das EU-Projekt „NetCommons: Network Infrastructure as Commons“ und ist Mitherausgeber von Triple C (Communication, Capitalism & Critique), dem „Journal for a Global Sustainable Information Society“



ILLUSTRATION:  
JOCHEN SCHIEVINK

gen man nicht ändern kann. Darin steht, dass Facebook alle Daten und Metadaten über Nutzer auf der eigenen und anderen Plattformen einsammelt, speichert und für kommerzielle Zwecke verwenden darf. Diese Kraken der digitalen Ökonomie sammeln, analysieren und verwerten Daten. Sie speichern und verarbeiten sie auf hunderten Tausenden von Servern und löschen sie nie mehr. Das ist der entscheidende Aspekt des Internetkapitalismus.

*Wenn ich Sie richtig verstehe, sind wir als Nutzer gar nicht die Kunden dieser Internetdiensteanbieter. Wir kaufen ihnen keine Ware ab.*

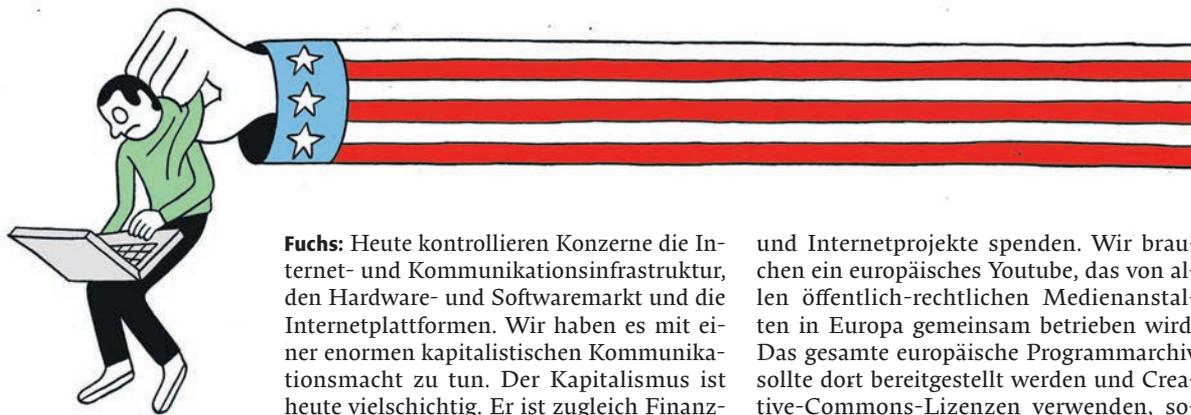
**Fuchs:** Der Zugang zu Facebook, Google und Twitter ist keine Ware. Eine Ware ist ein Gut, das gegen Geld ausgetauscht wird. Die Nutzerdaten sind die Waren. Die Nutzer kommerzieller sozialer Medien sind digitale Arbeiter. Denn als Arbeiter bezeichnen wir diejenigen, die die Waren produzieren. Karl Marx prägte den Begriff der produktiven Konsumtion. Damit meinte er, dass in der Warenproduktion Investitionsgüter konsumiert werden und dass dadurch ein Bedarf zur Produktion neuer Güter entsteht. Konsumenten werden zu Produzenten, wenn sie beispielsweise Ikea-Möbel zusammensetzen, Selbstbedienungstankstel-

len, Kassenautomaten oder „soziale Medien“ nutzen. Sie übernehmen dabei Teile der Wertproduktion. Allerdings werden sie dafür nicht bezahlt.

*Das erklärt, warum die Profite von Google und Facebook so hoch sind.*

**Fuchs:** Genau. Die genannten „sozialen Medien“, bei denen es sich wie gesagt um Werbeagenturen handelt, lagern digitale Arbeit an ihre Nutzer ins Internet aus, um die Lohnkosten zu senken. Dadurch konnte Google seine Profite im Jahr 2015 von 14 auf 16 Milliarden US-Dollar vergrößern. Im digitalen Kapitalismus kolonisiert die Werbung immer größere Teile unseres Lebens. Wir werden ständig als Konsumenten angesprochen, denen Waren angedreht werden sollen, und kaum mehr als Bürger. Ich bin der Meinung: Wenn jemand einkaufen will, dann sollte es dafür entsprechende Orte geben. Der Rest der Gesellschaft sollte von der Kauflogik unberührt bleiben. Heute sind aber fast alle Orte des öffentlichen und privaten Lebens zu Supermärkten geworden. Das Internet in seiner kapitalistischen Gestalt verwandelt die Gesellschaft in einen riesigen Supermarkt.

Fortsetzung nächste Seite



Fortsetzung von Seite 23

*Wie konnten die Betreiber von Google, Amazon und Facebook innerhalb weniger Jahre so mächtig werden?*

**Fuchs:** Die Informationswirtschaft ist besonders anfällig für Monopolisierung. Google hat ein Monopol bei der Websuche, Facebook bei den sozialen Netzwerken und Amazon beim Onlineshopping. Informationskonzerne haben meist nur wenig Beschäftigte.

*Wie kommt es zu dieser Monopolisierung?*

**Fuchs:** Onlinewerbung ist personalisiert, verwendet Vorhersagealgorithmen und beruht auf relativ genauen Nutzerprofilen. Werbetreibende investieren dort, wo sie ein möglichst großes Publikum erreichen können. Die dominanten Medienkonzerne erhalten auf diese Weise Kapital, mit dem sie ihre Konkurrenzvorteile ausbauen können. Schaffen sie das, so werden sie noch attraktiver für Werbeinvestitionen und eine Konzentrationsspirale entfaltet sich. Man spricht bei traditionellen Medien von einer „Anzeigen-Auflagen-Spirale“.

Die Krise der traditionellen Medien und die Krise des Kapitalismus haben Werbung hin zu sozialen Medien verlagert, da sich die Werbetreibenden durch Personalisierung mehr Investitionssicherheit erwarten. Dadurch wurde die Konzentration im Webbereich verstärkt.

Durch Preisdumping wird die Konkurrenz ausgeschaltet. Das zeigt sich nicht nur bei Amazon, sondern auch bei den Fahr- und Übernachtungsdienstleistungsvermittlern Uber und Airbnb sowie Arbeitsvermittlungsplattformen wie Upwork, Mechanical Turk, Freelancer und TaskRabbit. Das Ergebnis des sogenannten Crowdsourcings ist die Ausdehnung des Niedriglohnssektors.

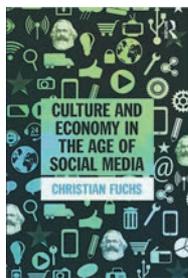
*Verändert sich dadurch das Machtverhältnis zwischen Eigentümern und abhängig Beschäftigten?*

**Fuchs:** Der Informationskapitalismus beruht auf einer internationalen Teilung der digitalen Arbeit. Es gibt darin Leute, die regelrechte „Sklavendarbeit“ verrichten. Sie schürfen die Mineralien, aus denen Laptops und Handys gemacht werden. Hinzu kommen niedrig bezahlte Montage- und Transportarbeiter bei Foxconn und Amazon, prekär beschäftigte Freiberufler in der Medien- und Kulturindustrie. Und hochbezahlte Softwareingenieure, die arm an Zeit und sozialen Beziehungen sind. All diese Menschen sind auf unterschiedliche Weise arm, damit die Eigentümer der globalen Informationskonzerne, für die sie arbeiten, immer reicher werden. Die global agierenden Informationskonzerne zahlen in Europa kaum Steuern. Eine neoliberale Gesetzgebung und die Duldung sogenannter Steueroasen fördern diese Tendenz. Zugleich erleben wir, wie Austeritätsmaßnahmen den Wohlfahrtsstaat mit dem Argument zerstören, dass der Staat kein Geld habe. Natürlich ist kein Geld da, wenn den Banken Milliarden an Steuergeldern geschenkt werden und Konzerne wie Google, Facebook, Amazon, Apple, Vodafone, Starbucks kaum besteuert werden.

*Hat der Kapitalismus im Zeitalter digitaler Plattformen eine neue Qualität gewonnen?*

„Mit besserer Information der öffentlichen Meinung haben diese (Anm. Internetkonzerne) nichts zu tun, schon eher mit dem Lenken von Verhaltensweisen“, schrieb Herausgeber Armin Thurnher im Jahresrückblick (Falter 52/15)

☞ **Siehe auch im Falter-Onlinearchiv:** <http://bit.ly/luegenpressewahrheit>



**Christian Fuchs:** *Culture and Economy in the Age of Social Media*. Routledge, 418 Seiten, € 41,59

**Fuchs:** Heute kontrollieren Konzerne die Internet- und Kommunikationsinfrastruktur, den Hardware- und Softwaremarkt und die Internetplattformen. Wir haben es mit einer enormen kapitalistischen Kommunikationsmacht zu tun. Der Kapitalismus ist heute vielschichtig. Er ist zugleich Finanzkapitalismus, globaler Kapitalismus, Informationskapitalismus, digitaler Kapitalismus, Mobilitätskapitalismus und hyperindustrieller Kapitalismus. Und diese Dimensionen greifen ineinander. Der digitale Kapitalismus ist eng mit dem Finanzkapital verbunden. Informationskonzerne beginnen ihre Aktivitäten zumeist mit der Hilfe von Risikokapitalgebern, die oft an der Börse notiert sind. Wie riskant diese Verknüpfung ist, wurde bei der sogenannten Dotcom-Krise im Jahr 2000 deutlich. Es gab damals eine Euphorie, dass man im Web sehr viel Profit machen könne. Viele Internetkonzerne, die überhaupt keinen Gewinn machten, gingen an die Börse, schrieben aber weiterhin nur Verluste. Dadurch bildete sich eine Finanzblase aus, die dann explodierte, was zu einer Krise führte. Heute passiert etwas Ähnliches zum Beispiel bei Twitter und Weibo.

*Sehen Sie aufseiten der Politik und der Gewerkschaften Bemühungen, Gegenstrategien zu entwickeln?*

**Fuchs:** Die traditionellen Gewerkschaften, Konsumentenschutzorganisationen und Arbeiterkammern stehen dem digitalen Kapitalismus momentan einfalllos gegenüber. Wenn Konsumenten zu Produzenten werden, dann konvergieren auch Arbeitnehmer- und Konsumenteninteressen. Wir brauchen eigene Gewerkschaften für digitale Arbeiter und für prekäre Freiberufler im Kultur-, Medien- und digitalen Sektor. Onlinewerbung sollte effektiv besteuert werden. Das wäre eine wichtige politische Frage für Gewerkschaften. Gewerkschaften, Konsumenten- und Datenschützer sollten sich darum bemühen, gemeinsam Strategien zu entwickeln.

*Was ist die Aufgabe der Linken?*

**Fuchs:** Die EU versucht, den US-Informationskapitalismus über- und einzuholen. Es gibt aber kein europäisches Google, Facebook oder Apple. Was es hingegen gibt, ist eine lange Tradition öffentlich-rechtlicher Medien und der Alternativmedien. Es ist an der Zeit, dass wir über Alternativen zum Informationskapitalismus nachdenken und das neoliberale Denken über Informationstechnologien abstellen. Der Dauerkrisis des Kapitalismus müssen wir die Vision eines demokratischen Sozialismus des 21. Jahrhunderts entgegensetzen. Informationen und digitale Technologie sollten darin nicht länger als Waren, sondern als öffentliche Güter behandelt werden. Ein Schritt dorthin wäre die Forderung nach einer partizipativen Mediengeld.

*Wie soll die aussehen?*

**Fuchs:** Diese Gebühr könnte finanziert werden, indem wir die Onlinewerbung besteuern und die Unternehmenssteuern erhöhen. Alle Bürger erhielten einen Bürgerscheck, den sie dann an nichtkommerzielle Medien-

und Internetprojekte spenden. Wir brauchen ein europäisches Youtube, das von allen öffentlich-rechtlichen Medienanstalten in Europa gemeinsam betrieben wird. Das gesamte europäische Programmarchiv sollte dort bereitgestellt werden und Creative-Commons-Lizenzen verwenden, so dass Nutzer diese Inhalte weiterverwenden können.

*Das wird aber wohl schwer zu machen sein.*

**Fuchs:** So ein Projekt ist heute unmöglich, da es die Gesetzgebung der EU den öffentlich-rechtlichen Medien nicht erlaubt, mit kommerziellen Internetplattformen zu konkurrieren. Der Paragraph 4f des ORF-Gesetzes verbietet dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk, 28 verschiedene Onlinedienste anzubieten. Das ist ein Skandal. Solche Regeln gehören abgeschafft. Denn sie haben dazu geführt, dass US-Konzerne das Internet in Europa dominieren. Wir brauchen ein am Gemeingut orientiertes und öffentlich-rechtliches Internet, kein Internet der Werbung und der Konzerne. Im Bereich der Printmedien ist die Presseförderung ein Mechanismus, um Monopolisierung abzuschwächen. Wir brauchen ähnliche Mechanismen im Onlinebereich, um die Konzentration der Webwirtschaft zurückzudrängen.

*Sie haben jüngst vorgeschlagen, „soziale Medien“ zu verlangsamen. In Ihrem Fach ist man doch eher bemüht, auf den Wellen des Fortschritts zu reiten.*

**Fuchs:** Die Computerisierung hat zu einem Widerspruch von Arbeit und Zeit geführt. Obwohl die Produktivität heute viel höher ist als früher, arbeiten viele Menschen länger und die Arbeitszeit ist ungleich verteilt. Computerisierung im Neoliberalismus hat zu mehr Stress und weniger selbstbestimmter Zeit geführt. Wir brauchen eine politische Wende, die die Vorteile der Computerisierung verwirklicht. Die wichtigste Maßnahme dazu ist eine radikale Arbeitszeitverkürzung bei vollem Lohnausgleich. Und die Einführung eines bedingungslosen Grundeinkommens. Die technischen Bedingungen für mehr selbstbestimmte Zeit sind gegeben. Wir könnten sie dafür nutzen, um uns in Diskussionen darüber zu verständigen, in welche Richtung wir unsere Gesellschaft entwickeln wollen.

*Bei linken Intellektuellen findet der Vorschlag von Nick Srnicek und Alex Williams Anklang, den technologischen Fortschritt noch zu beschleunigen. Wie stehen Sie zu deren „akzelerationistischem Manifest“?*

**Fuchs:** Fortschrittliche Politik darf weder technikfeindlich sein noch einem unkritischen Technikfetischismus anhängen. Williams' und Srniceks „akzelerationistisches Manifest“ ist leider genauso technikfetischistisch wie Donna Haraways schon vor Jahren berühmt gewordenes „Cyborgmanifest“. Beidem muss entgegengehalten werden, dass die Weiterentwicklung von Technik nicht automatisch zu sozialem Fortschritt führt. Schon gar nicht unter kapitalistischen Bedingungen.