

Auch Deutsche unter den Opfern

Facebook-Datenskandal ist noch größer als gedacht

Viel mehr Nutzer als bislang angenommen sind von Facebooks jüngstem Datenskandal betroffen: Es könnten bis zu 87 Millionen Menschen sein – darunter 310.000 Deutsche. Als Sofortmaßnahme hat Facebook den externen Datenzugriff beschränkt.

Von Daniel Berger

Der Facebook-Datenskandal betrifft offenbar viel mehr Nutzer als bislang angenommen: Bis zu 87 Millionen Menschen sollen betroffen sein, erklärte Facebook. Zunächst hieß es, die umstrittene Analysefirma Cambridge Analytica habe Daten von 50 Millionen Facebook-Nutzern für den US-Wahlkampf verwendet, um etwa Trump-Wähler zu mobilisieren. Cambridge Analytica erklärte hingegen, nur 30 Millionen Datensätze erhalten zu haben. In Deutschland könnten laut Facebook rund 310.000 Nutzer betroffen sein.

Vor fünf Jahren hatte der Neurowissenschaftler Aleksandr Kogan die Daten mit einer Psychotest-App gesammelt. Das hatte Facebook ihm damals ausdrücklich erlaubt. Rund 270.000 Menschen haben die App verwendet, darunter 65 Nutzer aus Deutschland. Weil die App aber auch Zugriff auf die jeweiligen Facebook-Freunde hatte, stieg die Zahl der gesammelten Datensätze drastisch an. Seit dem Frühjahr 2015 können Apps nicht mehr auf die Daten von Freunden zugreifen.

Datenhandel

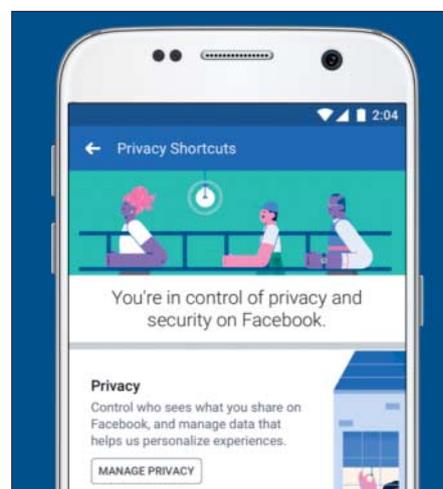
Kogan verkaufte die gesammelten Daten an Cambridge Analytica und verstieß damit gegen den Vertrag mit Facebook, nach dem er die Daten nur für wissenschaftliche Zwecke verwenden durfte. Das Netzwerk sieht sich deshalb als Opfer eines Datenmissbrauchs – allerdings hätte Facebook seine Schnittstellen viel früher einschränken müssen, argumentieren Kritiker. Facebook hatte Cambridge Analytica

kontaktiert und die Löschung der Daten gefordert. „Wir haben die Rohdaten sofort von unserem Fileserver entfernt“, versicherte die Analysefirma daraufhin. Ein unabhängiger Audit soll nun beweisen, dass keine Daten mehr existieren.

Aber hat Cambridge Analytica die Datensätze genutzt, um den US-Wahlkampf zu beeinflussen, wie der Whistleblower Christopher Wylie behauptet? Cambridge Analytica streitet den Vorwurf ab. Denkbar wäre es aber – und äußerst reizvoll: Das exakte Targeting, das auf Facebook möglich ist, beglückt nicht nur Werbende, sondern auch Wahlkämpfer. Sie können sehr gezielt bestimmte Gruppen mit maßgeschneiderten Kampagnen ansprechen und zum Beispiel Ängste schüren. Die Cambridge-Analytica-Datensätze waren dafür zwar nicht nötig, hätten aber das Targeting verbessern können.

Kontrollverlust

Facebook hat die Kontrolle über die Nutzerdaten verloren und ließ seine Kunden darüber lange im Unklaren. Deshalb ist die Kritik jetzt laut: Einige Unternehmen löschen



„Du hast die Kontrolle“: Facebook hat seine Privatsphäre-Tools vereinfacht, damit die Nutzer ihre Daten besser absichern können.

ten (oder deaktivierten) aus Protest ihre Facebook-Seiten, darunter Mozilla, Sonos und der US-Playboy. Elon Musk fragte auf Twitter keck „Was ist Facebook?“ und ließ die Seiten von Tesla und SpaceX entfernen – zumindest für den Moment, vielleicht ist die Aktion nur ein PR-Stunt. Apple-Chef Tim Cook findet den Datenskandal „so schrecklich“ und hält eine „gut ausgearbeitete Regulierung“ für nötig. Auch die deutsche Politik schreckte auf: Digitalministerin Dorothee Bär meint, dass Facebook „sein Geschäftsmodell verändern und transparent zeigen“ müsse. Grünen-Partei-chef Robert Habeck fordert gar die Zerschlagung von Facebook, es bedürfe einer Entflechtung des „Internetgiganten“.

Der Gigant reagierte auf die Kritik und beschränkte diverse Schnittstellen (APIs). Es ist außerdem nicht mehr möglich, über Telefonnummern und E-Mail-Adressen nach Nutzer-Profilen zu suchen. Facebook befürchtet, dass „böswillige Akteure“ mit der Funktion massenhaft Daten abgegriffen haben. Davon seien „die meisten Nutzer“ betroffen – eigentlich ein Skandal für sich. Das Unternehmen beendete zudem die Werbefunktion „Partnerkategorien“, bei der Werbetreibende auch die Daten von externen Dienstleistern nutzen konnten, um Zielgruppen anzusprechen. Bürgerrechtler hatten die Kooperation wegen mangelnder Transparenz immer kritisch gesehen.

Facebook überarbeitete darüber hinaus seine Privatsphäre-Tools und vereinfachte die Datenrichtlinien, „um deutlicher zu kommunizieren, welche Daten wir sammeln und wie wir diese (...) verwenden“. Damit reagierte Facebook aber nur scheinbar direkt auf den Datenskandal: An den Änderungen arbeitet Facebook bereits „seit geraumer Zeit“, um der kommenden EU-Datenschutzgrundverordnung zu entsprechen. Die aktuellen Geschehnisse unterstreichen aber „die Relevanz dieser Maßnahmen“, erklärte Facebook.

Dessen Gründer und Chef Mark Zuckerberg gab sich wiederholt selbstkritisch und bat um Entschuldigung für den Vertrauensbruch. „Wir werden aus diesem Loch herauskommen, aber es wird noch ein paar Jahre dauern“, orakelte er in einem Interview. Facebook sei lange Zeit zu idealistisch gewesen und habe dabei einige Nachteile vernachlässigt: „Wir waren in den ersten zehn Jahren nur auf das Positive konzentriert.“ Einen Rücktritt schließt Zuckerberg aber aus, er sei weiterhin der Richtige für den Job. (dbe@ct.de) **ct**