

DROEMER 

Steven Levy

FACEBOOK

Weltmacht am Abgrund

Der unzensurierte Blick
auf den Tech-Giganten

Aus dem amerikanischen Englisch von
Gisela Fichtl, Elisabeth Liebl, Stephan Kleiner, Sylvia Bieker,
Karsten Singelmann und Barbara Steckhan

Die amerikanische Originalausgabe erschien 2020 unter dem Titel
»Facebook: The Inside Story« bei Blue Rider Press, New York.

Besuchen Sie uns im Internet:
www.droemer.de

Aus Verantwortung für die Umwelt hat sich die Verlagsgruppe
Droemer Knaur zu einer nachhaltigen Buchproduktion verpflichtet.
Der bewusste Umgang mit unseren Ressourcen, der Schutz unseres Klimas
und der Natur gehören zu unseren obersten Unternehmenszielen.
Gemeinsam mit unseren Partnern und Lieferanten setzen wir uns für eine
klimaneutrale Buchproduktion ein, die den Erwerb von
Klimazertifikaten zur Kompensation des CO₂-Ausstoßes einschließt.
Weitere Informationen finden Sie unter: www.klimaneutralerverlag.de



© 2020 Steven Levy
© 2020 der deutschsprachigen Ausgabe Droemer Verlag
Ein Imprint der Verlagsgruppe
Droemer Knaur GmbH & Co. KG, München
Alle Rechte vorbehalten. Das Werk darf – auch teilweise – nur mit
Genehmigung des Verlags wiedergegeben werden.
Redaktion: Heike Gronemeier
Covergestaltung: Studio Martin Steiner
Satz: Adobe InDesign im Verlag
Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck
ISBN 978-3-426-27728-7

*In Gedenken an Lester Levy, 1920–2017.
Ein Jammer, dass du diesen Wahnsinns-Super-Bowl
verpasst hast.*

INHALT

Einführung 9

TEIL EINS 29

1 ZuckNet 31

2 Vor dem Verwaltungsrat 51

3 Thefacebook 73

4 In der »Casa Facebook« 98

5 Moralisches Dilemma 122

6 Das »Book of Change« 143

TEIL ZWEI 175

7 Die Plattform 177

8 »Pandemic« 213

9 Sheryls Welt 228

10 Wachstum! 249

11 »Move Fast and Break Things« 283

12 Paradigmenwechsel 328

13 Die Zukunft kaufen 357

TEIL DREI 397

14 Die Wahl 399

15 P wie Propaganda 440

16 Clown-Show 479

17 Das Hässliche 520

18 Integrität 556

19 The Next Facebook 587

Epilog 631

ANHANG	639
Danksagung	641
Quellen	644
Anmerkungen	645
Personenregister	676
Sachregister	682

EINFÜHRUNG

Hi, ich bin Mark!«

Eigentlich überflüssig, dass er sich vorstellt. Mark Zuckerberg hat eines der bekanntesten Gesichter weltweit. Er ist der CEO von Facebook, dem weltgrößten sozialen Netzwerk, ja, dem größten von Menschen geschaffenen Netzwerk überhaupt. Facebook hat an die zwei Milliarden Mitglieder, über die Hälfte von ihnen loggt sich täglich ein. Das hat Zuckerberg gegenwärtig zum sechstreichsten Menschen der Welt gemacht. Und weil er Facebook in so jungen Jahren gegründet hat – mit 19, in seiner Studentenbude in Harvard –, ist sein Konterfei der ideale Eyecatcher, wann immer es um die unfassbaren Möglichkeiten geht, die sich dank Hightech selbst den Jungen und Unbekannten bieten.

Er ist weit mehr als bloß berühmt. Und er ist *hier!*

In Lagos, Nigeria.

Bestünde auch nur der geringste Zweifel an seiner Identität, könnte man immerhin noch sagen, dass dieser nette junge Mann mit den braunen Haaren und dem etwas einfältigen Lächeln – sowie der offenkundigen Aversion gegen Blinzeln – sich genau kleidet wie ... Mark Zuckerberg! Das unverwechselbare T-Shirt sieht nach Nerd-Proletariat aus, ist aber in Wirklichkeit von Brunello Cucinelli (was heißt, dass es 325 Dollar* gekostet hat – er hat einen ganzen Schrank davon, was ihn der Mühe enthebt, sich täglich für ein bestimmtes Outfit entscheiden zu müssen). Dazu Jeans und Sneakers von Nike. Also genau das, was man sich so vorstellt, wenn man den Gründer und CEO von Facebook erwartet. Ungewöhnlich ist nur, dass niemand wirklich erwartet hat, dass er tatsächlich in diesen Raum kommen würde, in diese Stadt, in dieses Land, auf diesen Kontinent.

* Hier, wie an allen anderen Stellen, an denen in diesem Buch von Dollar die Rede ist, sind immer US-Dollar gemeint.

Den Leuten, die sich hier in diesem Loft-ähnlichen Raum im sechsten Stock des »Co-Creation Hub« (CcHUB) versammelt haben – durch die Bank junge Unternehmer, die allen Schwierigkeiten zum Trotz versuchen, im nigerianischen Lagos erfolgreiche Hightech-Firmen aufzubauen –, wurde nur gesagt, dass heute, am 30. August 2016, ein Funktionär von Facebook zu ihnen sprechen würde, sozusagen als Vorgeschmack auf das von Facebook gesponserte Bootcamp für Tech-Start-ups. Man hatte erwartet, dass einer von Zuckerbergs Stellvertretern kommen würde, Ime Archibong zum Beispiel, seines Zeichens Sohn nigerianischer Einwanderer und aufgewachsen in North Carolina, der das Land seiner Vorfahren schon einmal besucht hatte. Zuckerberg *persönlich* – allein der Gedanke war so aufregend, dass niemand davon auch nur zu träumen gewagt hätte.

Tatsächlich hatte Facebook den Auftritt mit nahezu CIA-mäßiger Geheimhaltung geplant – in erster Linie natürlich aus Sicherheitsgründen, aber auch wegen des Wirbels, den Zuckerbergs Erscheinen auslösen würde. Er hatte bis dahin noch nie einen Fuß auf diesen Kontinent gesetzt. Der Besuch war also überfällig. Zuckerberg war aus Italien eingeflogen, wo er und seine Frau an der Hochzeit seines Freundes Daniel Ek teilgenommen hatten, CEO des Musik-Streamingdienstes *Spotify*. Im Anschluss an die Hochzeitsfeier am Comer See hatten Zuckerberg und seine Entourage noch ein paar Tage in Rom verbracht, wo sich der Facebook-CEO mit dem Ministerpräsidenten und dem Papst traf. Vom Flughafen in Lagos war Zuckerberg dann direkt in das raue Yaba-Viertel gekommen, zum CcHUB.

Die Stimmung innerhalb der Start-up-Kultur von Lagos oszilliert zwischen einem fast schon ans Absurde grenzenden Optimismus und schlichtem Galgenhumor. Die Hindernisse, die sich den Leuten auf dem Weg zum Erfolg oder auch nur zum simplen Überleben entgegenstellen, sind enorm. Aber genau das waren die Leute, die Zuckerberg kennenlernen wollte: Nerds mit hochfliegenden Träumen. In der gigantischen Facebook-Zentrale, die Zuckerberg im kalifornischen Menlo Park hatte errichten lassen, gab es unter all den Postern, die die Wände mit coolen Tech-Sprüchen zierten, Dutzende, auf denen zu lesen war: »SEI EIN NERD«. Während andere Tech-Magnaten ihr afrikanisches Abenteuer auf Philanthropisches beschränkten, zog

Zuckerberg nicht durch abgelegene Dörfer, um unterernährte Kinder zu umarmen. Er traf sich lieber mit Software-Geeks.

Einen Augenblick lang wirkt die Jungunternehmergemeinde von Lagos wie erstarrt, als fürchte sie, eine Fata Morgana erblickt zu haben. Doch kaum haben die Anwesenden begriffen, dass sie ihrer Sinne sehr wohl noch mächtig sind, bricht begeisterter Jubel aus. Die jungen Leute stürmen auf ihren berühmten Besucher zu, drücken seine Hand, posieren für ein Selfie mit ihm und sprudeln ihre Elevator-Pitches heraus, die ihre Geschäftsideen kurz umreißen. Zuckerberg nimmt sich geduldig Zeit für alle. Er lächelt und lächelt, sieht jedem in die Augen, vielleicht einen Tick zu lang. Aber er fühlt sich ganz offensichtlich wohl. »Das sind *meine* Leute«, sagt er zu mir, als wir die Stufen hinuntereilen, um noch mehr Unternehmer zu treffen. Ich begleite Mark Zuckerberg auf dieser Reise, es ist die erste Recherche-Tour für mein Buch über den Aufstieg von Facebook.

Im Erdgeschoss findet gerade eine Veranstaltung statt, die sich »Summer of Code« nennt. Kinder zwischen fünf und 13 Jahren üben sich da am Computer. Bei den Kids hier ist Zuckerberg natürlich nicht ganz so bekannt, einige heben nicht einmal den Kopf, als er vorbeigeht. Aber das freut Zuckerberg noch mehr, als würden sie ihn umringen. Er geht zu zwei Jungs, vielleicht sieben oder acht Jahre alt, die sich einen Computer teilen. »Könnt ihr mir sagen, was ihr hier macht?«, fragt er und geht in die Hocke, damit er mit ihnen auf Augenhöhe ist. Auf dem Bildschirm formieren sich blinkende Punkte zu einem Muster.

»Ein Spiel«, sagt einer von ihnen.

Zuckerbergs Augen, ohnehin immer weit aufgerissen, scheinen nun schier aus ihren Höhlen zu quellen, wie die Knopfaugen eines Plüschtieres. *Genau das hatte er in dem Alter auch gemacht!*

»Und könnt ihr mir auch zeigen, wie ihr es aufgebaut habt?«, will er wissen.

Es folgen ein paar eher technische Fragen (»Kann ich mir den Code mal ansehen?«), dann ist es auch schon Zeit für den nächsten Programmpunkt. Ein Besuch bei einem Start-up steht an, das ITler aus Zentralafrika darin schult, technische Projekte für große Unternehmen abzuwickeln. Zuckerbergs Stiftung, in die 99 Prozent seiner

Facebook-Aktien eingehen sollen, hat dazu beigetragen, dass dieses Unternehmen gegründet werden konnte.

In Lagos gehen Geschäftsleute nur selten zu Fuß, vor allem in so taffen Vierteln wie Yaba, doch Zuckerberg will den Weg per pedes absolvieren. Die Gehsteige werden gerade erst angelegt, der Beton und Lehm unter unseren Füßen ist übersät mit Schlaglöchern und Pfützen. Autos und Motorräder schießen an uns vorbei. Wir schlagen ein schnelles Tempo an, wollen an den Buden und Läden vorbei, bevor jemand spitzkriegt, was hier gerade los ist. Ein Jugendlicher schafft es, an unserer Gruppe vorbeizuspurten und ein Selfie zu machen. Zuckerberg, der unseren Tross anführt, scheint es nicht zu merken, so vertieft ist er in das Gespräch mit Archibong.

Die Szene wird vom Facebook-Hausfotografen festgehalten, einem ehemaligen Fotojournalisten von *Newsweek*, der schon mehrere Staatspräsidenten auf ihren Reisen begleitet hat. Als die Bilder von der Runde durch zwei Häuserblocks später ins Netz gestellt werden, beschert dies Zuckerberg eine riesige Fangemeinde in Nigeria. (»Ich dachte zuerst, da ist jemand mit Photoshop drübergegangen«, meinte ein ITler aus Lagos, als er die Fotos entdeckte.) Am nächsten Tag sollten die sozialen Medien dazu beitragen, das Bild vom Tech-Milliardär als »Mann des Volkes« einmal mehr zu unterstreichen: Es wurden Fotos gepostet, die Zuckerberg beim Joggen über eine Brücke zeigten.

Der letzte Besuch an seinem ersten Tag in Afrika gilt einem kleinen Laden. Er liegt an einer belebten Kreuzung und gehört zu den unzähligen familienbetriebenen Hotspots, die »Express Wi-Fi« anbieten und von Facebook gesponsert werden. Einheimische können hier gegen eine geringe Gebühr das Internet nutzen. Dieser spezielle Laden, der auch Sportwetten annimmt, wird von Rosemary Njoku geführt, einer Frau in einem schwarz gepunkteten Kleid und mit Kopfschleier. Auch eine Freundin ist da, sie trägt ein bodenlanges, gelb gemustertes Kleid.

Die »nächsten paar Milliarden« mit einem Internetzugang zu versorgen – dort, wo es kein Internet gibt oder der Zugang dazu einfach teuer ist –, das ist in den letzten Jahren Zuckerbergs Leidenschaft geworden. Zu diesem Zweck fördert er eine ganze Reihe von Maßnah-

men, die das Internet weiter verbreiten sollen – von recht exotischen Techniken wie selbststeuernden Drohnen bis hin zu so umstrittenen Plänen wie dem, Mobilgeräte plus kostenloser Flatrate zu verleihen, mit denen die Nutzer allerdings nur auf eine Auswahl beliebter Anwendungen, zum Beispiel Facebook, zugreifen können. Express Wi-Fi ist ein kleiner, aber vielversprechender Ansatz zur Verwirklichung dieses Traumes. Die Initiative, eine Partnerschaft von Facebook mit verschiedenen IT-Unternehmen war 2013 unter dem Namen *Internet.org* gestartet worden.

Die Frauen begrüßen Zuckerberg im hinteren Teil des Ladens, wo es sehr warm und sehr beengt ist. Der Platz reicht kaum für die drei, und auf Zuckerbergs T-Shirt zeichnen sich schnell Schweißflecken ab. Trotzdem stellt er den Frauen Frage um Frage. »Ich möchte, dass Sie mir helfen«, sagt der sechstreichste Mann der Welt schließlich unvermittelt zu Frau Njoku, die einen winzigen Laden an einer Straßenecke in einem der ärmsten Länder der Welt betreibt. »Wenn ich Sie jetzt frage, was ich tun kann, um Ihr Geschäft zu fördern, was würden Sie mir raten?«

Die Frage lässt Frau Njoku erst einmal zusammenzucken, doch schnell hat sie sich wieder gefasst. »Mehr Meter«, sagt sie. Zuckerberg sieht sie fragend an. »Mehr Meter für das Wi-Fi, mehr Reichweite, für mehr Menschen«, sagt sie.

Zuckerberg schweigt einen Moment. »Was noch?«, hakt er nach. »Hashtags«, sagt sie. »Einen Hashtag #itsup, damit die Leute wissen, dass das Wi-Fi funktioniert.«

Zuckerberg strahlt. »Ja, das können wir machen«, sagt er. »Der erste Punkt wird aber schwierig«, meint er. Er erklärt den beiden Frauen, wo die Probleme liegen, was deren technisches Verständnis jedoch schnell übersteigt.

Am nächsten Tag hält Zuckerberg eine große Versammlung für Software-Entwickler ab. Auf solchen Veranstaltungen fühlt er sich wohl, ganz anders als bei öffentlichen Vorträgen oder Interviews am heimischen Kamin, wenn nervige Journalisten ihn löchern. Stolz erzählt er der Menge, dass Facebook einen Satelliten gebaut hat, der das Internet in viele bislang unterversorgte Regionen Afrikas bringen wird, auch nach Nigeria. Der Satellit solle in Kürze ins All gebracht

werden, und zwar an Bord einer »SpaceX«-Rakete. Das Raumfahrtunternehmen gehört Elon Musk.

Eine der vorab genehmigten Fragen, die der Moderator stellt, lautet, wie leicht – oder schwer – es Zuckerberg gefallen sei, von der Rolle des Software-Entwicklers, der die totale Kontrolle über sein Projekt hat, zur sehr viel nebulöseren Aufgabe der Unternehmensführung zu wechseln. Fehle ihm das Programmieren denn gar nicht?

»Ich bin wie die meisten von euch hier«, sagt er. »Für mich beruht das Programmieren auf zwei grundlegenden Prinzipien. Das erste ist, dass man lernt, jedes Problem als System zu betrachten. Das zweite ist, dass sich jedes System verbessern lässt. Ganz egal, wie gut oder schlecht etwas ist, man kann es besser machen – und das gilt auch für Sie selbst, ob Sie nun Software schreiben oder Hardware bauen. Und das gilt auch, wenn Ihr System ein Unternehmen ist.«

Facebook, erklärt er, nähere sich Problemen im geschäftlichen beziehungsweise kulturellen Bereich auf dieselbe Weise wie ein Programmierer seinen Problemen. Ein Unternehmen aufzubauen »ist nicht so viel anders als das Programmieren, wo man verschiedene Funktionen in Routinen und Subroutinen übersetzt ... Ich glaube, dieser Programmierer-Geist ist wirklich etwas ganz Grundlegendes.«

Später besucht Zuckerberg noch ein Studio für Unterhaltungstechnik in einem Bezirk namens Nollywood. Dort trifft er eine Reihe nigerianischer Berühmtheiten – Schauspieler, DJs, Musiker und Comedians. Egal, wer ihm die Hand schüttelt, Zuckerberg fragt jeden, was er lieber nutze: Facebook oder *Instagram*, die mobile Foto-Sharing-Plattform, die er 2012 aufgekauft hat und von ihren Gründern weiterführen lässt. Alle scheinen Instagram lieber zu mögen als Facebook. »Aber Facebook bietet doch viel mehr Möglichkeiten«, sagt Zuckerberg, sichtlich wenig begeistert von den Antworten.

Als sich schließlich alle in einem Raum versammeln, spricht einer der Instagram-Stars den Film »The Social Network« an, der 2010 herauskam und die Entstehungsgeschichte von Facebook erzählt. Da Zuckerberg in dem Film als verschlagener und sozial inkompetenter Typ dargestellt wird, der das Unternehmen angeblich gegründet hat, weil er weder in eine der angesagten Studentenverbindungen in Harvard aufgenommen worden war noch bei Frauen landen konnte,

könnte man vermuten, dass Zuckerberg nicht gerade erpicht auf dieses Thema sein würde. Vor allem, weil der Fragesteller gezielt nachhakt, ob er Facebook wirklich gegründet habe, weil eine Frau ihn sitzen ließ.

»Meine Frau mag diesen Teil des Films nicht«, sagt Zuckerberg mit seinem »Ach was soll's«-Lächeln. »In Wirklichkeit haben wir uns zu jener Zeit schon getroffen. Daher wird sie immer sauer, wenn sie hört, ich hätte Facebook nur gegründet, um an Mädchen ranzukommen.« Kurze Pause. »Was ja auch gar nicht stimmt.«

An seinem vierten und letzten Abend in Nigeria lädt Zuckerberg mich ein, mit ein paar Leuten aus seiner Reisegruppe in seinem Hotelzimmer abzuhängen. Sie sind von Lagos in einen bewachten Hotelkomplex in der Hauptstadt Abuja umgezogen, wo Zuckerberg vor seiner Abreise noch den nigerianischen Präsidenten treffen wird. (Der junge CEO hat sich schon so häufig mit Staatslenkern getroffen – als Gleicher unter Gleichen wegen Facebooks gewaltiger Anhängerenschaft –, dass man bereits von der »Außenpolitik« des Unternehmens spricht.)

Als wir uns im Hotel treffen, liegt ein langer Tag hinter Zuckerberg und seiner Entourage. Aufstehen um 4 Uhr morgens, um mit einem Privatflugzeug nach Kenia zu fliegen, wo Zuckerberg eine zweistündige Safari mitmachte, sich mit Unternehmern traf und mit hohen Beamten zu Mittag aß. Am späten Nachmittag saßen er und seine Begleiter wieder im Flugzeug. Dort erfuhr Zuckerberg, dass die SpaceX-Rakete mitsamt dem Satelliten, den er am Vortag noch als Rettung des Internets für den wirtschaftlich ums Überleben kämpfenden Kontinent gepriesen hatte, bei einem Test in die Luft geflogen war – nur einen Tag vor dem geplanten Starttermin. Der Facebook-Satellit war bereits an Bord gebracht worden, um Zeit zu sparen, und so dem Brand zum Opfer gefallen.

Zuckerberg war stinksauer auf Musk. (Facebooks ureigenstes Motto »Move Fast and Break Things«* galt offensichtlich nicht für Rake-

* »Break Things« kann ganz verschiedene Bedeutungen haben. Im wörtlichen Sinne »Dinge zerstören« oder »zerschlagen«, aber auch »Regeln brechen« oder »Strukturen aufbrechen«. Wir haben uns daher entschieden, dieses Motto im Englischen zu belassen.

tenstarts.) Und so wählte er ein naheliegendes Ventil für seinen Zorn, ein Medium, das er eigenhändig einem ganz erheblichen Teil der Menschheit zur Verfügung gestellt hat: Facebook. Er ignorierte den Rat seiner PR-Leute und postete in seiner Wut ein Statement, das im Newsfeed zahlreicher seiner 118 Millionen Follower erschien:

Während ich noch in Afrika bin, muss ich voller Enttäuschung zur Kenntnis nehmen, dass der fehlerhafte Launch von SpaceX unseren Satelliten zerstört hat, der so viele Unternehmen und Menschen auf dem ganzen Kontinent mit dem Internet verbunden hätte.

Am Abend im Hotelzimmer ist Zuckerberg dann trotz allem gut drauf. Er ist viel entspannter und witziger, wenn er von Menschen umgeben ist, die er gut kennt. Auf dem Tisch türmen sich Unmengen lokaler Köstlichkeiten. Zuckerberg nimmt einen tiefen Schluck aus einer Dose mit nigerianischem Bier und scherzt mit Archibong und dem Facebook-Fotografen. Doch als der Name Musk fällt, verstummt er für eine Sekunde. Nun ja, vielleicht doch eher für eine Minute.

»Ich glaube, ich habe die fünf Stadien der Trauer durchlaufen«, sagt er. Wieder Stille. »Bis auf die Akzeptanz vielleicht.« Stille. Ich will wissen, ob er schon mit Musk gesprochen hat. Noch eine Pause, diesmal länger und düsterer. »Nein«, antwortet Zuckerberg schließlich. Erst als sich das Gespräch wieder der Afrikareise zuwendet, hellt sich seine Miene auf.

Ich frage ihn nach seinem Mantra über Facebook und den Programmiergeist. Er erklärt mir das gerne: Seine persönliche Art, die Dinge aus dem Blickwinkel des Programmierers zu betrachten, sei immer ein wesentlicher Teil des Facebook-Ansatzes gewesen. »Da ist dieses grundlegende Ding, dass du dir irgendwann etwas ansiehst und dann das Gefühl hast: *Das geht noch besser. Ich kann dieses System auseinandernehmen und es verbessern.* Ich weiß noch, dass ich das schon als sehr junger Mann so gesehen habe. Erst viel später habe ich gemerkt, dass nicht alle Leute so denken. Wobei ich mittlerweile finde, dass das vielleicht eher mit bestimmten Werten zu tun hat als mit einer bestimmten Art zu denken.«

Bei Zuckerberg dreht sich alles ums Teilen. Er sagt oft, dass die Welt

ein besserer Ort wäre, wenn die Menschen ihre Erfahrungen miteinander teilten. Bislang hat die Welt seine Philosophie geschluckt. Man feierte Facebook für seine historisch hohen Mitgliederzahlen, für seine Fähigkeit, Menschen zusammenzubringen, und für sein Potenzial, den Menschen zu helfen, Graswurzellösungen für ihre Probleme zu finden. So lobte man Facebook beispielsweise als wesentliche Triebkraft des Arabischen Frühlings. Zwar wurde auch der lockere Umgang des Unternehmens mit vertraulichen Informationen von Aktivisten und Regulierungsbehörden kritisiert, was aber die Facebook-Story nicht unterminieren konnte. Und obwohl »The Social Network« ein düsteres Bild von Zuckerberg zeichnet, gilt er immer noch als couragierter Gründer, dem Gleichheit über alles geht und der einfach so auf den Straßen joggen geht, sei es nun in Lagos oder auf dem nebelumwaberten Platz des Himmlischen Friedens in Peking.

»Eines der Dinge, die ich an dieser Reise am meisten schätze, ist, dass ich mit *richtigen* Leuten reden konnte«, sagt er. »Ich war in Rom und habe mit dem Papst und dem Ministerpräsidenten gesprochen. Also, das sind natürlich auch reale Menschen, und sehr beeindruckende noch dazu. Aber besonders glücklich bin ich darüber, dass ich hier eine ganze Reihe von Entwicklern und Programmierern getroffen habe.«

Er liebte Nigeria, und Nigeria liebte ihn. Der Präsident des Landes ließ verlautbaren:

In unserer Kultur sind wir nicht gewohnt, so einfach auf erfolgreiche Menschen zu treffen. Wir sind nicht daran gewöhnt, dass erfolgreiche junge Menschen auf unseren Straßen joggen und schwitzen. Hierzulande sehen wir erfolgreiche Menschen meist nur in Räumen mit Klimaanlage. Wir freuen uns, dass Sie wohlhabend, aber trotzdem ein so einfacher Mensch sind, dass Sie mit allen teilen wollen.

Man könnte nun einwenden, dass die Nigeriareise Zuckerberg *at it's best* war. Was hätte ihm das Leben denn noch bieten können? Er war auf dem Weg, die Welt zu verknüpfen auf eine Art, wie niemand – nicht einmal die römischen Kaiser, die er so sehr bewunderte – dies bislang getan hatte. Das Unternehmen, das er in seiner Studentenbude

gegründet hatte, war eine Gelddruckmaschine, eines der wertvollsten Unternehmen der Welt; und er, der nie irgendwo anders gearbeitet hatte, er hatte die volle Kontrolle darüber. Sein Konterfei zierte unzählige Zeitschriften. Das *Time Magazine* hatte ihn 2010 zum »Menschen des Jahres« gekürt. Und Anfang 2016 hatte er in einer Umfrage Apples Tim Cook als »beliebtesten CEO der Tech-Branche«¹ abgelöst. Er war glücklich verheiratet, und nach einer Reihe trauriger Fehlgeburten (über die er auch auf Facebook schrieb) hatte seine Frau nun eine wunderbare Tochter zur Welt gebracht. Sogar sein Haustier, ein zotteliger Ungarischer Hirtenhund, hatte eine eigene Fangemeinde. Und was die Probleme anging – selbst die Sache mit Elon Musk und dem explodierten Satelliten oder die Schwierigkeiten mit internet.org schienen nicht unüberwindbar.

Kurz gesagt hatte sich Facebook seinen Platz erobert in der Ruhmeshalle großer amerikanischer Erfolgsgeschichten. Mark Zuckerbergs Welt schien vollkommen.

Was konnte da noch schiefgehen?

Kaum zwei Monate nach Mark Zuckerbergs Rückkehr aus Nigeria wurde Donald Trump zum Präsidenten der Vereinigten Staaten gewählt. Das war für viele ein Schock, vor allem für die unzähligen Menschen, die die Gegenkandidatin unterstützt hatten, Hillary Rodham Clinton.

Facebook aber traf die Schockwelle mit einem besonderen Verstärker: Ein riesiger Finger zeigte anklagend auf das kalifornische Menlo Park, wo das Unternehmen seine weitläufige Zentrale hat. Fast von der Minute an, als auf der Webseite der *New York Times* der Zeiger von der Clinton-Seite auf die Trump-Seite umschlug, führten politische Beobachter den »Facebook-Effekt« als mögliche Erklärung für das scheinbar unmögliche Ergebnis an.

In den Wochen vor der Wahl hatte es Berichte über sogenannte Fake News gegeben – falsche Informationen, die bewusst über die Facebook-Algorithmen verbreitet wurden und so im Newsfeed landeten, der für Millionen Nutzer zur Hauptinformationsquelle geworden war. Die falschen Geschichten – oder auch jene, die aus kleinen

Fehlern das Narrativ einer böswilligen Verschwörung zauberten – schienen vor allem die Wähler davon abhalten zu wollen, ihr Kreuz bei Hillary Clinton zu machen. Und doch hatte niemand bei Facebook – nicht einmal die erstaunlich große Zahl früherer republikanischer Funktionäre, die im Unternehmen für Presse und Strategie zuständig waren –, geglaubt, dass Trump eine Chance hätte. Facebooks schillernde Co-Geschäftsführerin (COO, Chief Operating Officer) Sheryl Sandberg, eine in der Wolle gefärbte Clinton-Anhängerin, hatte am Wahltag ihre Tochter mit dem Versprechen zu Bett geschickt, sie aufzuwecken, wenn die erste Präsidentin der Vereinigten Staaten ihre Antrittsrede hielt. Die Kleine konnte ungestört durchschlafen. Sandberg schnürt es immer noch die Kehle zu, wenn sie darüber spricht.

Die Leute in der Facebook-Zentrale waren zutiefst erschüttert.² Bei einem Mitarbeiter-Meeting am Tag nach der Wahl gab es Leute, die in Tränen ausbrachen. Auf der Plattform bildeten sich interne Diskussionsgruppen, in denen man sich fragte, ob – und wenn ja, inwieweit – Facebook für dieses Resultat mitverantwortlich war. Doch unmittelbar nach der Wahl schien die Vorstellung, dass Facebook für das Ergebnis *verantwortlich* sein könnte, einfach nur grotesk.

Zwei Tage nach der Wahl nahm Mark Zuckerberg in Half Moon Bay, etwa dreißig Meilen nördlich vom Facebook-Campus, an einer Konferenz teil. Dort wurde er in einer Art Kamingsgespräch von David Kirkpatrick interviewt, der einige Jahre zuvor ein Buch über Facebook geschrieben hatte und nun Konferenzen veranstaltete. Natürlich fragte er Zuckerberg auch, ob Donald Trump von den Falschinformationen profitiert haben könnte, die auf Facebook zirkulierten und Eingang in den persönlichen Newsfeed der Nutzer gefunden hatten.

Zuckerberg wies diesen Gedanken weit von sich. »Ich habe einige der Geschichten gesehen, um die es bei dieser Wahl ging«, meinte er. »Ich persönlich denke, dass die Idee, Fake News auf Facebook – die ja auch nur einen sehr kleinen Teil des Contents darstellen – hätten die Wahl in irgendeiner Form beeinflusst, echt verrückt klingt.«³

Ich saß damals im Sitzungssaal jenes Hotels, in dem die Konferenz stattfand, und die Äußerung klang nicht so, als hätte sich Zuckerberg

enorm verschätzt. Die Bemerkung, das sei »echt verrückt«, war Teil einer längeren, wohldurchdachten Aussage, und Kirkpatrick hakte auch nicht weiter nach. Es blieb offen, ob irgendetwas von dem, was sich auf Facebook tat, tatsächlich einen gravierenden Einfluss auf die Präsidentschaftswahl 2016 gehabt hatte.

Aber in den folgenden zwei Jahren erfuhren die Menschen mehr über Facebook und die Art, wie das Unternehmen operierte. Das führte zu schwerwiegenden Bedenken, was die Rolle von Facebook nicht nur bei den damaligen Wahlen, sondern im Staatswesen insgesamt anging. Und in der ganzen Welt. Hin und wieder wurde das »Verrückt«-Statement als Beweis dafür herangezogen, dass Zuckerberg keine Ahnung hatte – oder schlichtweg log –, was die Schäden anging, die sein Unternehmen anrichtete. Erst nach Monaten der Kritik entschuldigte Zuckerberg sich für seine Bemerkung.

Doch es sollte noch dicker kommen.

Die Präsidentschaftswahl war für Facebook sicher ein Wendepunkt, wobei viele dies als längst notwendige Justierung empfanden. Für seine Kritiker waren es ausgerechnet jene Dinge, die Facebook als seine wichtigsten Errungenschaften betrachtete, die das Unternehmen nun in ein schlechtes Licht rückten. Die gewaltige Anzahl der Nutzer, die man als weltumspannende Friede-Freude-Eierkuchen-Bewegung angesehen hatte, schien nun ein Alarmzeichen zu sein, das auf Machtmissbrauch hindeutete. Die Möglichkeit, bislang ungehörten Menschen eine Stimme zu geben, verwandelte sich in ein Instrument, um Hasspredigern eine ohrenbetäubende Echokammer zu geben. Die Möglichkeit, politischen Befreiungsbewegungen eine Plattform zu bieten, wurde in der Hand von Unterdrückern zum tödlichen Werkzeug. Das gut gelaunte Vokabular mit seinen Memen, die uns zum Lachen brachten, wurde nun zum algorithmischen Turbo für allerlei Falschinformationen.

Über das ganze auf die Wahl folgende Jahr hinweg geriet Facebooks Ruf massiv unter die Räder:

Facebook ist rassistisch ... Facebook fördert den Völkermord ... Facebook ist die Empörungsmaschinerie schlechthin ... Facebook schadet unserer Aufmerksamkeitsspanne ... Facebook – der Todesstoß für seriöse Nachrichten ...

Als dann 2018 noch herauskam, dass Facebook persönliche Informationen von bis zu 87 Millionen Nutzern in die Hände eines Unternehmens namens *Cambridge Analytica* gegeben hatte – das die Daten angeblich genutzt hatte, um noch unentschiedene Wähler gezielt mit Falschinformation zu füttern –, brach der Damm. Facebook wurde vom meistbewunderten zum meistgehassten Unternehmen.

Auf drei Kontinenten begannen Regierungen, Facebook unter die Lupe zu nehmen. Wobei vor allem das, was man als Verzögerungstaktik oder gar Uneinsichtigkeit des Unternehmens betrachtete, immer mehr Feindseligkeit und Ablehnung hervorrief. Investigativjournalisten in aller Welt konzentrierten ihre Nachforschungen auf Facebook. Es verging fast kein Tag, an dem nicht ein weiteres Beispiel für Fehlverhalten seitens Facebook ans Licht kam. Die Besorgnis über den lockeren Umgang mit Nutzerdaten, die die Federal Trade Commission (FTC), die Wettbewerbs- und Verbraucherschutzbehörde der USA, dazu bewogen hatte, Facebook mit einer hohen Strafe zu belegen und 2011 mit der Plattform einen Vergleich zu schließen, kochte erneut hoch. Facebook musste unglaubliche fünf Milliarden Dollar bezahlen, weil es die Bestimmungen verletzt hatte. Der Vorwurf, dass Facebook die Aufmerksamkeitsspanne seiner Nutzer reduziere, wurde im Kongress und in Fernseh-Talkshows debattiert. Schlimmer aber waren Berichte, denen zufolge Facebook (und sein Tochterunternehmen *WhatsApp*) bewusst Falschmeldungen verbreitet hätte, die zum Völkermord in Myanmar und anderen Regionen beigetragen hätten.

Anfang 2019 benutzten Politiker in aller Welt, wenn sie von Facebook sprachen, Begriffe, die gewöhnlich für Drogenkartelle und Terrororganisationen reserviert waren. Ein Bericht, den eine Enquete-Kommission des britischen Parlaments veröffentlichte, bezeichnete die Facebook-Leute schlicht als »digitale Gangster«. John Edwards, der Datenschutzbeauftragte Neuseelands, twitterte, die Führer des

Unternehmens seien »moralisch bankrotte, pathologische Lügner«. Und *Salesforce*-CEO Marc Benioff verglich die toxische Wirkung von Facebook mit jenen des Tabakkonsums.

In der Zwischenzeit stiegen Umsätze und Gewinne jedoch fleißig weiter, was den Ruf nach Sanktionen und Regulierung nur noch lauter werden ließ. Als die Vorbereitungen für die Präsidentschaftswahl 2020 in die Gänge kamen, stimmten viele Kandidaten in den Chor der Regulatoren ein, dass Facebook zerschlagen werden müsse. Dabei ging es nicht nur darum, dass Facebook dazu beigetragen haben könnte, das Resultat einer kontroversen Wahl zu beeinflussen: Man warf dem Unternehmen mittlerweile vor, die Demokratie selbst zu zerstören!

Der Ansehensverlust des Unternehmens in den Jahren nach der Trump-Wahl 2016 war gigantisch. Es hatte in der Vergangenheit andere Firmen gegeben, die eine vollständige Kernschmelze erlitten, obwohl sie einst die Lieblinge von Presse und Investoren waren: der Energiekonzern *Enron* zum Beispiel oder das Biotech-Unternehmen *Theranos*. Doch die Facebook-Krise war auf eine Art einzigartig. Das Unternehmen war mit einem glorreich-idealistischen Ziel angetreten: die Welt zu vernetzen. Und Facebook verfolgte dieses naiv utopische – und unleugbar von Eigeninteresse geprägte – Ziel mit einer geradezu tragischen Missachtung der möglichen Folgen. Für seine Kritiker war Facebook der »große Gatsby« des 21. Jahrhunderts, wenn auch im Unternehmensbereich: fahrlässig in seinen Privilegien und vollständig auf seine eigenen Bedürfnisse und Vorteile bedacht.

Und doch ist wohl etwas dran an der Behauptung der Unternehmensführer, dass der Nutzen von Facebook die negativen Effekte, die man mittlerweile eingesteht, locker aufwiegt. Milliarden Menschen nutzen Facebook immer noch, ebenso wie die Tochterfirmen Instagram und WhatsApp. Es gehört immer noch zu unserem Leben, vielleicht sogar mehr als je zuvor.

Schon in Nigeria war Facebook für mich eines der interessantesten Unternehmen überhaupt gewesen, gerade im Hinblick auf seine Geschäftszahlen und seine Technologie. In den nächsten drei Jahren aber, in denen ich über das Unternehmen berichtete, dokumentierte ich die komplizierteste, dramatischste und kontroverseste Geschichte,

die ich je aufgezeichnet hatte. Glücklicherweise hörten die Facebook-Verantwortlichen nicht auf, mit mir zu sprechen.

Ich lernte Mark Zuckerberg im März 2006 kennen. Damals war ich für *Newsweek* als Chefberichterstatter Technik tätig und arbeitete an einem Artikel über ein Phänomen namens Web 2.0 – eine Entwicklung im Internetgeschäft, bei der neue Unternehmen auf den Plan traten, die Menschen miteinander vernetzen wollten. Wir schrieben über *Flickr*, *YouTube* – das immer noch ein unabhängiges Start-up ist – und *MySpace*, damals Markführer auf dem recht neuen Sektor der sozialen Netzwerke. Ich hatte auch von einem brandheißen neuen Unternehmen gehört, das an Universitäten enorme Erfolge erzielte. Darüber wollte ich mehr erfahren. Da der Gründer demnächst beim PC Forum, einer Tech-Konferenz, an der ich regelmäßig teilnahm, als Sprecher auftreten sollte, kontaktierte ich Facebook und fragte an, ob ich Zuckerberg treffen könne. Wir kamen überein, dass ich Mark gleich nach seiner Ankunft zum Mittagessen treffen sollte.

Ich wusste nicht viel über ihn und hatte keine Ahnung, was da auf mich zukommen sollte. Als wir uns vorstellten, fiel mir auf, wie unglaublich jung er aussah. Ich hatte bereits ein paar andere Gründerschnabel-Magnaten interviewt, weil ich ja hauptsächlich über Hacker und Tech-Firmen schrieb. Doch wie 21 wirkte Zuckerberg nicht. Was mich aber wirklich irritierte, war seine Reaktion auf meine ersten Fragen, ein paar lockere Schüsse aus der Hüfte, die mir verdeutlichen sollten, worauf sein Unternehmen abzielte. Mark starrte mich einfach nur an. Und sagte kein Wort. Die Zeit schien stillzustehen.

Ich war baff. Der Typ war doch der CEO des Ladens! Hatte er einen Anfall? War er Autist? Oder hatte ich etwas geschrieben oder gesagt, was ihn gegen mich eingenommen hatte?

Damals hatte ich keine Ahnung, dass dieses Verhalten für Zuckerberg völlig normal war. Ich reihte mich ein in die Bruderschaft allerer, die von Mark Zuckerbergs tranceartigen Schweigephasen kalt erwischt wurden. In den Jahren darauf hat er offensichtlich an diesem Problem gearbeitet und gibt jetzt vergleichsweise persönliche Interviews. (Wenn auch das kalte Starren hin und wieder noch durch-

bricht. Einer seiner Mitarbeiter nennt es »das Auge Saurons«. Andere Menschen, die ihn gut kennen, meinen, das mache im Grunde gar nichts, Mark denke einfach nur nach, das aber auf einem Niveau, dass die Welt für ihn stillzustehen scheint.) Damals aber fand ich sein ganzes Gebaren recht verwunderlich und ziemlich nervtötend.

Ich richtete meinen Blick fragend über den Tisch hinweg auf Marks Begleiter, einen früheren Risikokapitalmanager namens Matt Cohler, der nun für Facebook arbeitete. Ein freundliches Lächeln. Kein Rettungsring.

Es gelang mir eher zufällig, das unangenehme Schweigen zu brechen: mit einer Verlegenheitsfrage über das PC-Forum. Zu meiner Überraschung wusste Zuckerberg nämlich kaum etwas darüber, also erzählte ich ihm von den Anfängen, als es dort noch um Personal Computer ging und Bill Gates und Steve Jobs mit einem Lächeln im Gesicht und einem Klappmesser in der Faust aufeinander losgingen. Nach diesem kleinen Exkurs in die Geschichte schien Zuckerberg ein wenig aufzutauen. Für den Rest des Essens war er immerhin imstande, mir von dem Unternehmen zu erzählen, das er in seiner Studentenbude gegründet hatte. Er sagte allerdings nichts über die bahnbrechenden Entwicklungen, an denen sein Team gerade in Palo Alto arbeitete: *Open Registration*, die offene Registrierung, und der *Newsfeed* sollten sein Unternehmen nach vorn katapultieren und Zuckerberg selbst neben jenen frühen Legenden des PC-Forums zu einer festen Größe machen.

Nach unserer ersten Begegnung berichtete ich weiter über Zuckerberg und seine Firma, die vom Start-up zum Star unter den Tech-Unternehmen wurde. Im August 2007 schrieb ich eine *Newsweek*-Titelgeschichte über die Wandlung von einer einfachen College-Webseite zum alles verbindenden globalen Netzwerk. Und als ich 2008 zum Technikmagazin *Wired* wechselte, war die Berichterstattung über Facebook eines meiner Hauptaufgabengebiete. Ich organisierte ein Cover-Shooting mit Mark Zuckerberg und seinem großen Vorbild Bill Gates. Für die Jubiläumsausgabe zum Zwanzigsten von *Wired* machten wir ein Interview. Wenn Facebook neue Funktionen und Produkte vorstellte, kam ich häufig in den Genuss einer Vorabversion und eines kurzen Gesprächs mit dem CEO. Ich redete mit ihm über

Suchfunktionen, über virtuelle Realitäten, über das sternbedeckte Facebook Phone, über die Daten, die die NSA allen Tech-Unternehmen abverlangte, und über Zuckerbergs Traum, Entwicklungsländer mit billigem Internet zu versorgen. Ich schrieb über Online-Konversationen in Echtzeit (als der *Backchannel* startete), über den Newsfeed-Algorithmus und das KI-Team des Unternehmens. Aber es war eine Nachricht vom Facebook-Kommunikationsteam, die mir bewusst machte, dass ich der ganzen Bandbreite der Ziele dieses Unternehmens nur in einem Buch würde nachgehen können. Die Nachricht lautete: Heute haben sich eine Milliarde Menschen bei Facebook eingeloggt.

Obwohl ich mich schon so lange mit Facebook beschäftigte, erwischte mich diese Nachricht kalt. In einem Zeitraum von 24 Stunden hatte sich also ein bemerkenswert großer Teil der Weltbevölkerung entschieden, auf Mark Zuckerbergs Netzwerk aktiv zu werden. *Das war eine völlig neue Dimension.* Ein globales Publikum dieser Größenordnung fand sich gelegentlich durchaus zusammen, bei Mega-Events wie dem Endspiel der Fußballweltmeisterschaft zum Beispiel. Aber dabei handelt es sich um rein passive Zuschauer. Hier aber loggten sich die Leute in ein einziges interaktives Netzwerk ein. Noch dazu handelte es sich bei dieser Zahl nicht um einen einmaligen Ausreißer. Es war vielmehr ein Ausgangswert, denn Facebook war ja dabei, mehr und mehr Menschen auf der ganzen Welt anzusprechen.

Zuckerberg hatte schon geraume Zeit davon gesprochen, die Welt vernetzen zu wollen. Nach diesem Meilenstein war klar, dass seine Pläne ernst genommen werden mussten. Facebook stellte täglich neue Rekorde auf, wenn es darum ging, Menschen zusammenzubringen; Menschen, die mit Freunden, Verwandten, »Kontakten« und Leuten, die sie bei einer Gegenüberstellung im Polizeirevier nicht wiedererkennen würden, herumalberten, Kommentare schrieben, Nachrichten posteten, Dinge kauften und verkauften und politische Bewegungen organisierten; aber auch Menschen, die – in einigen Fällen – andere mobbten, dämliche Meme verbreiteten und Terroristen anwarben.

Ich fragte mich, wie das geschehen konnte. Und welche Folgen das haben würde. War Facebooks immer noch jugendlicher Chef imstan-

de, dieses beispiellose Phänomen zu steuern, mit all den Komplikationen, die sich ergeben würden, sollte sich sein Ziel erfüllen, die ganze Welt zu verbinden? Konnte das überhaupt jemand? Und sollte das ausgerechnet dieser merkwürdige Mensch sein, der in Gesprächen zwischendrin in Stillschweigen verfiel?

Damals beschloss ich, mich eingehender mit Facebook zu beschäftigen, idealerweise unter dessen Mithilfe. Nach einigen Monaten des Hin und Hers stimmte das Unternehmen zu, auch Zuckerberg und Sandberg hoben den Daumen. Man gab mir uneingeschränkten Zugang zu allen Mitarbeitern und bat ehemalige Facebooker, ebenfalls mit mir zu sprechen. Und natürlich redete ich auch mit vielen Menschen, die nie für Facebook gearbeitet, aber mit dem Unternehmen zu tun hatten: als Kohorten, Wettbewerber, Kritiker, Klienten, Entwickler, Gesetzgeber, User oder Geldgeber.

Trotz der dramatischen PR-Probleme, die das Unternehmen nach der Wahl von 2016 bekam, hielt Facebook seine Verpflichtungen mir gegenüber ein. Regelmäßig besuchte ich den Facebook-Campus, die Empfangsmitarbeiter in den verschiedenen Gebäuden erkannten mich mit der Zeit schon von Weitem. Zuckerberg selbst interviewte ich nach dem Nigeria-Trip noch weitere sechs Mal: in seinem vollverglasten Büro – dem »Aquarium« –, auf dem Dach der Zentrale, in Lawrence/Kansas und in seinem Haus in Palo Alto.

Nach der Wahl von 2016, nach den vielen Krisen – Fake News, staatlich unterstützte Manipulation, Live-Streaming von Selbstmorden und Massakern, ungezügelter Hasspredigten, Cambridge Analytica, Datenlecks, Verstöße gegen den Datenschutz, unangebrachte Kündigungen und die nicht bestätigte Geschichte, Mark Zuckerberg habe *Twitter*-CEO Jack Dorsey halbbrohes Ziegenfleisch zum Futtern vorgesetzt⁴ – hatte sich die Facebook-Story natürlich drastisch verändert. Oder hatte sich nur verändert, wie wir das Unternehmen *wahrnehmen*? Denn tatsächlich war und ist die belastete Nach-Wahl-Version von Facebook keineswegs anders als die davor. Sie ist vielmehr die Fortsetzung dessen, was 15 Jahre zuvor in Mark Zuckerbergs Studentenbude begonnen hatte. Das Unternehmen profitiert von und leidet unter dem Erbe seiner Ursprünge, seinem Hunger nach Wachstum und seiner ebenso idealistischen wie erschreckenden

Mission. Seiner Kühnheit – und der seines Führers – verdankt es seinen Erfolg. Doch diese Kühnheit hatte einen hohen Preis.

Nahezu jedes Problem, mit dem Facebook während der Post-Wahljahr-Krisen konfrontiert war, war eine Folge von zwei Faktoren: der nie da gewesenen Natur seiner erklärten Mission, die Welt zu vernetzen, und des kühnen Eifers, dieses Ziel so schnell als möglich voranzutreiben. Die Schwierigkeiten, mit denen Facebook in den letzten drei Jahren zu kämpfen hatte, wurzelten durchweg in Entscheidungen, die in den Anfangsjahren des Unternehmens getroffen worden waren, meist zwischen 2006 und 2012, als es darum ging, die Welt mit Lichtgeschwindigkeit zu vernetzen – im Bewusstsein der Tatsache, dass man sämtliche möglichen Kollateralschäden später würde beheben müssen. Heute gesteht Facebook bereitwillig ein, dass der Schaden weit schlimmer ausfällt als seinerzeit gedacht und nicht so leicht zu beheben ist. Dennoch bestehen Zuckerberg und sein Team darauf, dass Facebook allen Skandalen zum Trotz in erster Linie eine Kraft für das Gute in der Welt ist.

In gewisser Weise ist die Facebook-Story die Begleitmelodie einer weit größeren Geschichte, nämlich der, wie sich unser aller Leben in den letzten Jahrzehnten durch die digitale Technik gewandelt hat. Nicht nur Facebook, alle Tech-Giganten, die unseren Alltag verändern, werden mittlerweile kritisch unter die Lupe genommen. All diese großen Unternehmen entstanden aus dem Idealismus ihrer Gründer und werden mittlerweile als Unterpand eines faustischen Handels betrachtet: Die Wunder, die sie uns schenken, haben ihren Preis, und wir bezahlen ihn mit Abstrichen an unsere Aufmerksamkeit, unsere Privatsphäre und unsere guten Sitten. Daher fürchten wir nunmehr ihre Macht. Und dies nirgendwo stärker als bei Facebook, das dem Motto seines Gründers folgte, schnell zu sein und Regeln zu brechen – oder Dinge zu zerstören, je nach Lesart.

In unseren letzten Gesprächen erläuterte mir Mark Zuckerberg, wie er die Dinge wieder ganz machen will.