Mehr Vielfalt, schnell wachsende Neulinge: das Social-Media-Jahr 2022

Die Macht der Netzwerke

TikTok wächst schneller als die Konkurrenz und war im vergangenen Jahr stilprägend auch für andere Social-Media-Dienste. Facebook wird immer unwichtiger, dafür holen andere Dienste auf. Elon Musk kauft Twitter. Und nicht nur bei den Unruhen in Iran und beim Ukraine-Krieg spielen die Online-Netzwerke…

TikTok wächst schneller als die Konkurrenz und war im vergangenen Jahr stilprägend auch für andere Social-Media-Dienste. Facebook wird immer unwichtiger, dafür holen andere Dienste auf. Elon Musk kauft Twitter. Und nicht nur bei den Unruhen in Iran und beim Ukraine-Krieg spielen die Online-Netzwerke eine wichtige Rolle. Der Rückblick auf ein turbulentes Jahr bei den sozialen Medien.

Von Jo Bager und Greta Friedrich

kompakt

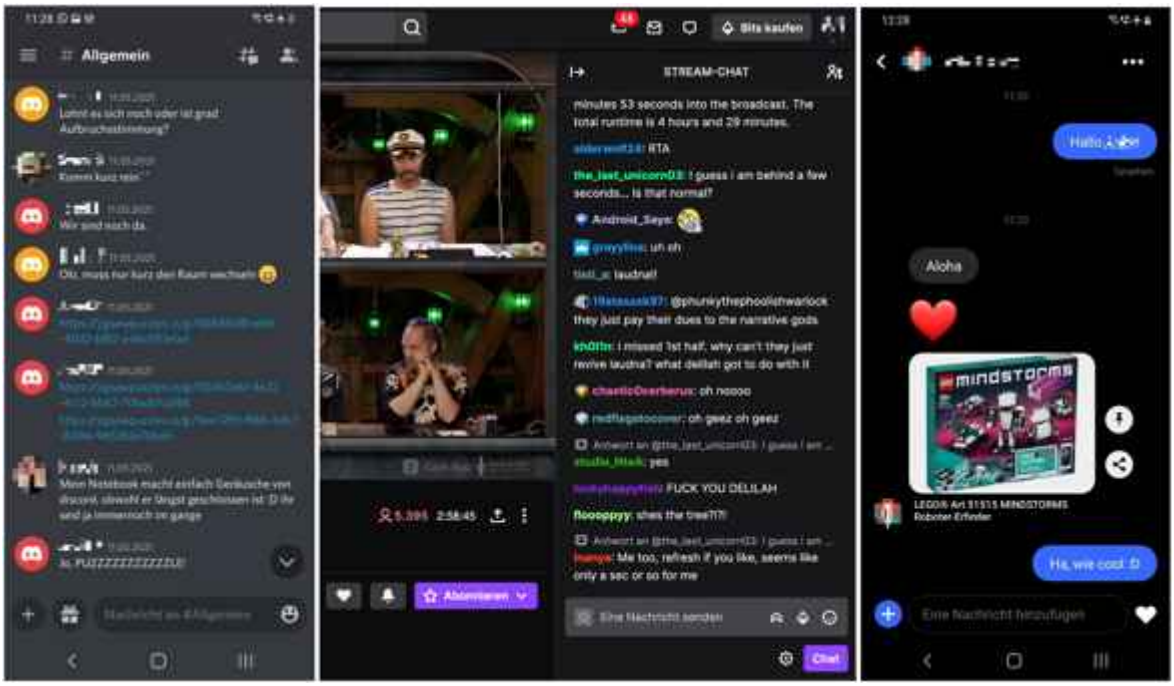
- Der Kurzvideodienst TikTok ist so erfolgreich, dass andere Anbieter ihn kopieren; mit BeReal wächst ein neuer Social-Media-Dienst heran.
- Elon Musk hat Twitter übernommen, die Hälfte der Belegschaft entlassen, scheint aber kein Erfolgsrezept für den Kurznachrichtendienst zu haben.
- Soziale Medien sind gerade in Autokratien ein wichtiger Kommunikationskanal für Oppositionelle, etwa in Iran oder in Russland.

Lange Zeit war Meta verwöhnt, was die Gunst seiner Nutzerschaft anging. Doch in diesem Jahr zeigte sich, dass der Kurzvideodienst TikTok immer beliebter wird, gerade bei den jüngeren Zielgruppen. Das belegt die repräsentative Jugend-Digitalstudie der Postbank. Laut der Studie schauten im Mai und Juni 2022 schon 63 Prozent der Jugendlichen regelmäßig Videos bei TikTok oder luden dort eigene Clips hoch – noch Anfang 2020 war nur ein Viertel der Jugendlichen auf der Plattform aktiv gewesen.

Facebook dagegen verliert gerade für jüngere Menschen immer mehr an Bedeutung. In der Postbank-Studie kam das soziale Netzwerk nur noch auf Platz zehn der meistgenutzten Netzwerke, nur vier Prozentpunkte vor Telegram. Die Meta-Plattformen WhatsApp und Instagram gehören immer noch zu den meistgenutzten Plattformen bei den 16- bis 18-Jährigen in Deutschland, doch TikToks Beliebtheit wächst schneller als die der anderen Social-Media-Plattformen. Facebook hat auch daran zu knapsen, dass Apple sein Tracking von Werbeanzeigen geändert hat. Meta würden daher Milliarden an Werbeeinnahmen entgehen. Die Folge: gesenkte Wachstumsprognosen und 11.000 Entlassungen bei der Facebook-Mutter.

Kleine Dienste gewinnen

Während dem einstigen Marktführer die Puste ausgeht, legten laut der Postbank-Studie einige Social-Media-Dienste aus der zweiten Reihe im Jahr 2022 teils kräftig zu. Die Chat-Plattform Discord nutzten etwa 35 Prozent der Jugendlichen in Deutschland – sechs Prozentpunkte mehr im Vergleich zu 2020. Das Live-Streaming-Videoportal Twitch, in dem man während einer Übertragung chatten kann, kam auf 24 Prozent und legte um einen Prozentpunkt zu. Auch Twitter gewann junge Nutzer hinzu, holte ebenfalls sechs Prozentpunkte auf und kam auf 23 Prozent. Die Foto-Community Pinterest nutzten 28 Prozent der Jugendlichen, fünf Prozentpunkte mehr als zuvor.



Kleinere Dienste wie Discord, Twitch oder Pinterest (von links) werden bei der jüngeren Zielgruppe immer beliebter. *Discord; Twitch; Pinterest*

TikTok für alles – alle wie TikTok

TikTok aber scheint der Dienst der Stunde zu sein. Gerade die Jüngeren nutzen die Kurzvideoplattform nicht zur bloßen Unterhaltung, sondern auch als Suchmaschine. Das musste sogar Google-Manager Prabhakar Raghavan im Juli zugeben: Ihm zufolge würden beispielsweise 40 Prozent der jungen Menschen auf der

Suche nach einem Restaurant nicht Google Maps oder die Google Suche, sondern TikTok oder auch Instagram öffnen. Seine Aussagen beruhen auf internen Studien von Google, darunter eine Umfrage unter Nutzern in den USA im Alter von 18 bis 24 Jahren.

TikToks Erfolg führt dazu, dass die etablierten Plattformen wie Facebook, Instagram aber auch YouTube gern auch so sein wollen: Sie versuchen, den Dienst zu kopieren, und hoffen offenbar, auf diese Weise Nutzer von TikTok zurückzuholen. Augenfällig sind die kurzen Videos, die in immer mehr sozialen Netzwerken aufploppen. Meta setzt Reels in Facebook und Instagram ein, also kurze Video-Endlosschleifen. Und auch YouTube hat einen Bereich „YouTube Shorts“ mit ebensolchen Filmchen. Ab Anfang 2023 sollen Kreative mit den Schnipseln sogar Geld verdienen können, YouTube will sein Monetarisierungssystem dafür öffnen.

Viel Kritik erntete im Juli die überarbeitete Facebook-App. Dort gibt es nun einen „Home Tab“, der gleichsam die Startseite der App ist. Dort sehen Nutzer keine Inhalte befreundeter Menschen mehr, sondern von einem Algorithmus zusammengestellte Posts, darunter viele Reels. Um die gewohnten Posts von Freunden, Gruppen und Seiten zu sehen, muss man in den „Feeds-Tab“ wechseln.

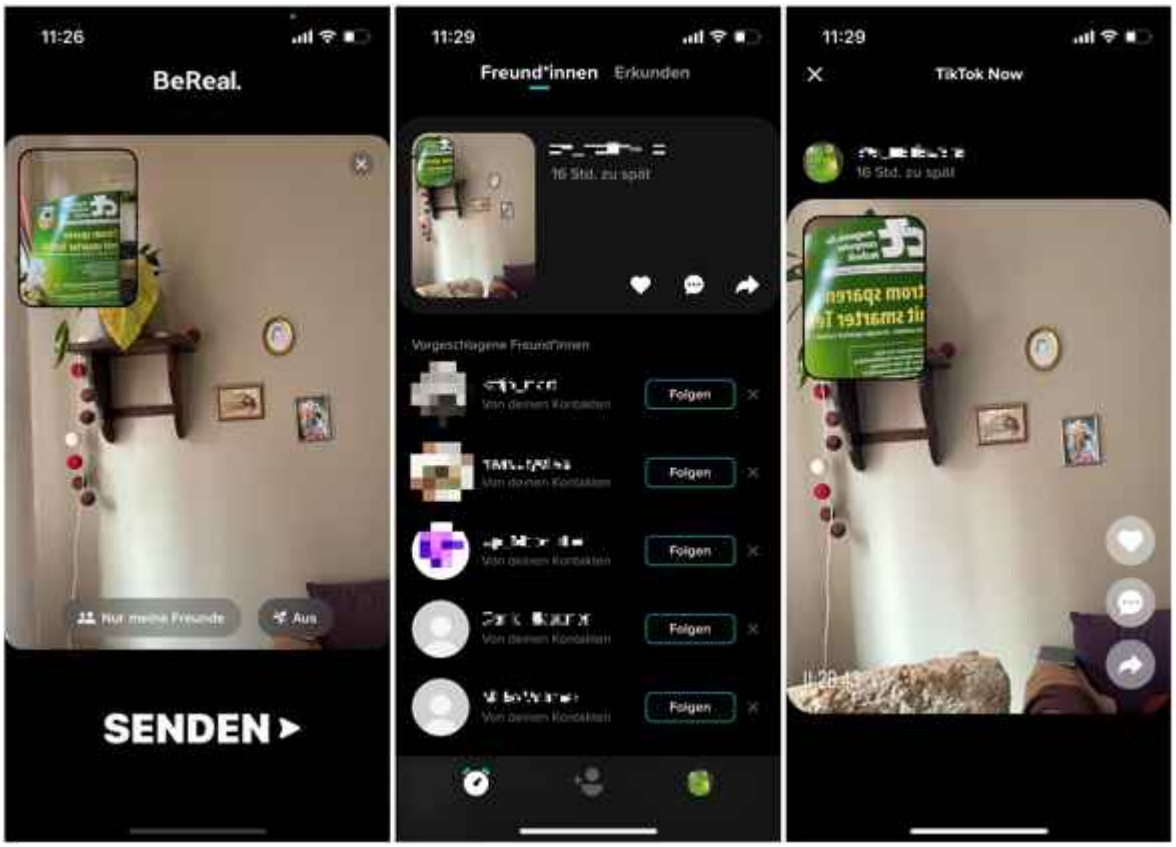
Auch Instagram integrierte im Juli seine Reels in den Newsfeed – zuvor hatten diese sich in einem eigenen Tab versteckt. Doch gegen die Neuerung protestierten viele Instagrammer, vor allem Fotokünstler, die um die Sichtbarkeit ihrer Werke im Newsfeed fürchteten. Ihre Petition „Make Instagram Instagram again“, die auch die Top-Influencerin Kylie Jenner unterstützte, war erfolgreich: Instagram-Chef Adam Mosseri erklärte, dass die Neuerungen vorerst zurückgenommen würden.

Der kommende Star: BeReal

Doch auch TikTok selbst guckt sich Funktionen bei der

erfolgreichen Konkurrenz ab. So hat der Dienst kürzlich die Funktion „TikTok Now“ eingeführt – offensichtlich eine Kopie der französischen App BeReal. Diese App gibt es seit Ende 2019, doch besonders im vergangenen Jahr stiegen ihre Downloadzahlen deutlich an. Vor allem die Generation Z scheint die App zu mögen, also die zwischen 1997 und 2012 Geborenen. In Deutschland, Österreich und der Schweiz testet TikTok die neue „Now“-Funktion derzeit, es gibt sie auch als separate App.

Genau wie BeReal setzt TikTok Now auf Authentizität und Spontaneität. Täglich schickt die Funktion ihren Nutzern eine Push-Nachricht, die diese auffordert, genau jetzt ein Foto oder Kurzvideo aufzunehmen – mit Front- und Rückkamera zugleich. So soll ein Eindruck entstehen, was die jeweilige Person gerade tut. Die Besonderheit: Man soll nach der Push-Nachricht keine Zeit haben, seine Umgebung und sich selbst möglichst perfekt herzurichten. Stattdessen soll so die ungefilterte Wirklichkeit gezeigt werden.



Auch TikTok guckt bei der Konkurrenz ab: Links das Original, die App BeReal in der Mitte und rechts der Klon TikTok Now.

Bild: BeReal; TikTok

Musk krempelt Twitter um

Bei Twitter war das vergangene Jahr geprägt durch einen längeren Hickhack um die Übernahme durch Elon Musk. Musk war bereits vor 2022 ein scharfer Kritiker der Plattform, der er unter anderem die bis heute andauernde Verbannung von Donald Trump ankreidete.

Im April hatte der Milliardär dem Kurznachrichtendienst ein Übernahmeangebot gemacht. Als künftiger Besitzer wollte er die Plattform „wieder mehr für Free Speech“ öffnen. 44 Milliarden US-Dollar hat er dafür zusammengekratzt, davon etliche Milliarden bei anderen Investoren. Twitter versuchte zunächst, den Kauf zu verhindern, gab dann jedoch nach und beschloss eine Übernahmevereinbarung mit Musk.

Elon Musk unterbreitete Twitter ein Übernahmeangebot – und wies natürlich per Tweet darauf hin. *Bild: Twitter/elonmusk*

Im Juli kündigte Musk den Vertrag allerdings wieder auf. Angeblich habe Twitter mehrere Klauseln nicht eingehalten – darunter die Auskunft zur Anzahl der Bot- und Spam-Konten. Twitter verklagte daraufhin den Milliardär: Er sollte die Übernahme abschließen oder eine Entschädigung von einer Milliarde US-Dollar zahlen. Es folgte eine monatelange juristische Auseinandersetzung.

In diese Querelen spielten die Sicherheitsprobleme des Dienstes herein, die der ehemalige Sicherheitschef des US-Konzerns, Peiter Zatko, im August öffentlich gemacht hat. Die IT-Sicherheit von Twitter habe bei seinem Dienstantritt 2020 mehr als ein Jahrzehnt hinter den Branchenstandards gelegen, sagte er im September bei einer Anhörung vor dem US-Senat.

Am 28. Oktober twitterte Musk dann „the bird is freed“ und zog als neuer Chef in die Firmenzentrale ein. Dort feuerte er in den ersten Tagen das Topmanagement, den Verwaltungsrat und entließ die Hälfte der Belegschaft – 3700 Mitarbeiter. Der Rest wurde dazu verdonnert, im Büro zu arbeiten – bisher war ihnen erlaubt, im Home Office zu bleiben. Später wurden dann auch die Verträge mit externen Mitarbeitern gekündigt, darunter Content-Moderatoren. Beobachter gehen davon aus, dass die massiven Einschnitte früher oder später zu technischen Problemen führen.

Musk scheint kein brauchbares Konzept zu haben, um neue Erlösquellen zu erschließen. Er versuchte, den blauen Haken für verifizierte Accounts mit einer monatlichen Gebühr zu Geld zu machen, gab diesen Versuch aber schon nach einem Tag wieder auf. Derweil haben sich viele Werbekunden nach Musks Übernahme von Twitter zurückgezogen.

Die rechten Alternativen

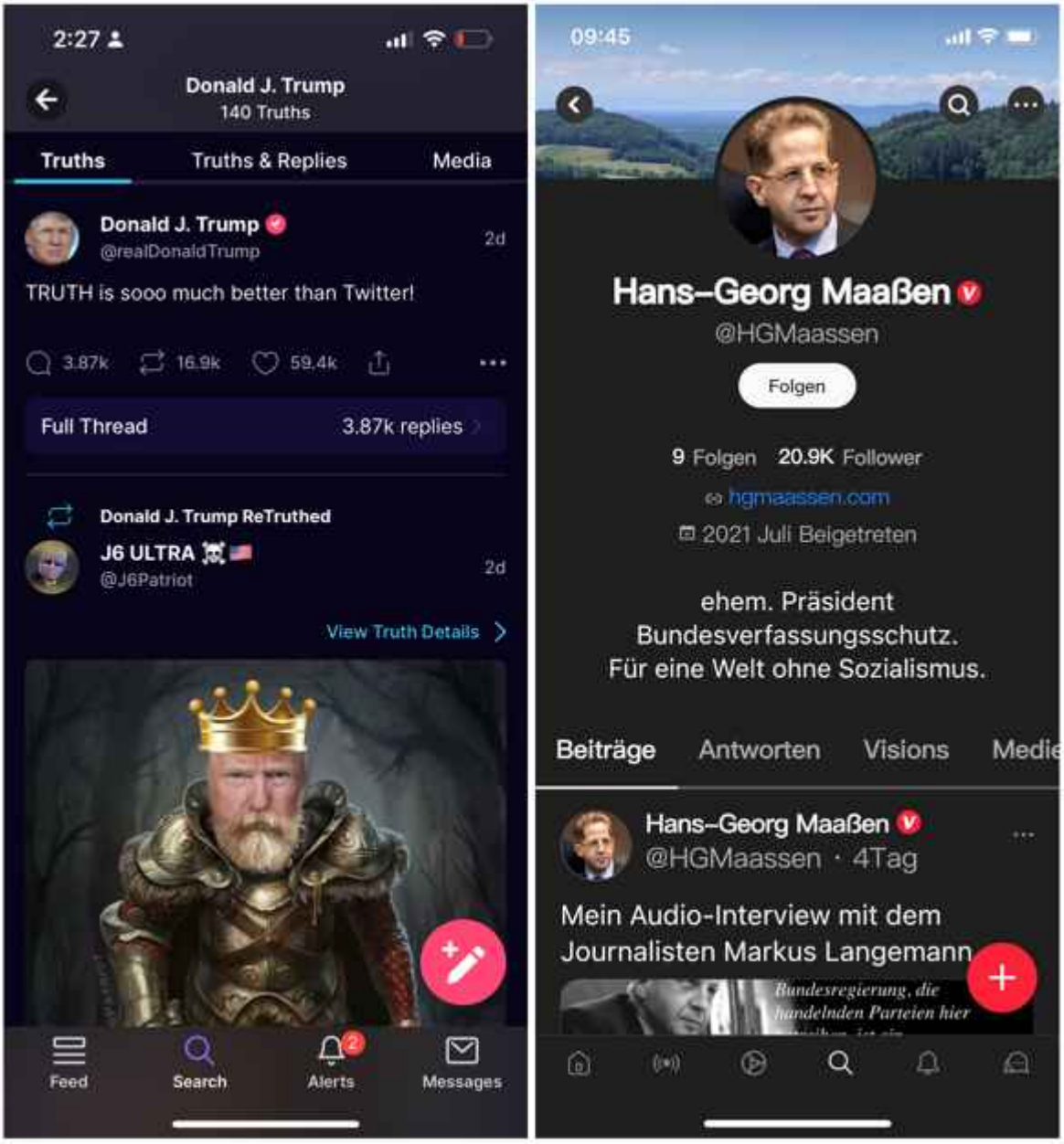
Für die Entwicklung seines Twitter-Klons „Truth Social“ hatte Trump im vergangenen Jahr eigens das Unternehmen „Trump Media & Technology Group“ (TMTG) gegründet. Bis Ende März sollte die Plattform mit allen Funktionen am Start sein. Doch im Herbst 2022 existiert nach wie vor nur eine rudimentäre App für iPhones – Android-Nutzer bleiben bislang außen vor.

Inzwischen droht auch die Finanzierung endgültig zu scheitern: Eigentlich sollte Truth Social über das Börsenvehikel Digital World Acquisition Corp (DWAC) an die Börse gebracht werden, doch das klappte hinten und vorne nicht. Weil Fristen

ausgelaufen sind, sprangen jüngst reihenweise Investoren ab, und der Börsenwert von DWAC schwindet außerdem. Trumps groß angekündigte Plattform, die nach seinen markigen Worten „gegen die Tyrannen von Big Tech“" angetreten war, führt ein kümmerliches Dasein mit wenigen Millionen Nutzern.

Alternativen bietet der Markt reichlich, etwa die Netzwerke Parler, Gettr oder Gap. Sie alle laufen in den USA unter dem Begriff „Alt-tech“. Er beschreibt Social-Media-Plattformen und andere Internetdienste, die in der Alt-Right-Bewegung, der extremen Rechten und anderen extremen Gruppierungen populär geworden sind. Bislang erreicht keine von ihnen eine kritische Masse von Nutzern, die sie es mit Twitter aufnehmen lassen könnte.

Gettr etwa spricht von sechs Millionen Nutzern. In einer Analyse hat das Institute for Strategic Dialogue (ISD) die Aktivitäten im deutschsprachigen Gettr untersucht und kam zu dem Ergebnis, dass „die tatsächliche Anzahl der Follower auf Gettr wesentlich geringer zu sein scheint als auf der Plattform dargestellt, weshalb die tatsächliche Reichweite dieser Profile deutlich geringer ist als auf Twitter“. Viele Akteure nutzen demnach Gettr lediglich als Backup für ihre Twitter- oder Telegram-Profile.



Netzwerke wie Truth Social (Screenshot links) und Gettr können es bisher nicht mit Twitter aufnehmen, sie haben viel weniger Nutzer. *Bild: Truth Social, Gettr*

Telegram und das Recht

Im August tauchte bei vielen deutschen Telegram-Nutzern eine Umfrage auf, die das Verhältnis des Dienstes zu Recht und Gesetz gut veranschaulicht. Die Nutzer sollten darüber abstimmen, ob und unter welchen Voraussetzungen der Messenger Daten an Sicherheitsbehörden weitergeben soll. Die Umfrage bezog sich auf die seinerzeitige Datenschutzerklärung des Dienstes, nach der er IP-Adressen und Telefonnummern von Terrorverdächtigen an Behörden herausgebe, sofern ein gültiger

Gerichtsbeschluss vorliegt. Zu den Antwortoptionen zählte, dass Telegram Nutzerdaten auch bei weniger schweren Straftaten ohne richterlichen Beschluss herausgeben soll – oder unter keinen Umständen, unabhängig von der Schwere der Straftat.

Dabei ist hierzulande per Netzwerkdurchsetzungsgesetz klar geregelt, unter welchen Umständen Anbieter wie Telegram Nutzerdaten herausgeben müssen – wie in vielen anderen Ländern auch. Telegram entzieht sich dem Zugriff durch Justiz und Regierungen allerdings durch seinen Sitz in Dubai. Das macht die Plattform zu einem wichtigen Kommunikationskanal für Oppositionelle in Ländern wie Iran, Belarus oder Syrien. In Deutschland ist Telegram allerdings auch ein Sammelbecken für Nazis, Corona-Leugner und Querdenker aller Art. In öffentlichen Telegram-Kanälen wird schon mal offen zu Gewalt aufgerufen, in kleineren Gruppen wurden Mordanschläge geplant.

Telegram wollte von seinen Nutzern in Deutschland wissen, unter welchen Umständen sie dem Dienst gestatten würden, Daten weiterzugeben. *Bild: Telegram*

Das Justizministerium hat schon vor 2022 massiv Druck auf Telegram ausgeübt, etwa indem es Bußgelder androhte und den Dienst mit Löschaufforderungen flutete. Seit Mitte des Jahres arbeitet Telegram offenbar mit dem BKA zusammen – ein wenig. So lösche der Dienst einen Großteil der Inhalte, um deren

Löschung das Bundesinnenministerium ihn ersucht, so das Ministerium auf Anfrage von heise online. Und: „Durch das Bundeskriminalamt wurden Bestandsdatenanfragen in herausgehobenen Einzelfällen an Telegram übermittelt. Ein Teil dieser Anfragen wurde von Telegram beantwortet, zu einem kleinen Teil mit Bestandsdaten.“

Diktaturen vs. Social Media

Wo immer Autokratien oder andere repressive Regierungen die Presse- und Meinungsfreiheit beschneiden, haben sie auch die sozialen Medien im Visier. Diese bieten in solchen Ländern oft die einzigen Plattformen, in denen sich Oppositionelle austauschen können. Das zeigte sich bei den Protesten gegen die althergebrachte Rolle der Frauen in Iran. Twitter, Facebook und Facebook Messenger, Telegram und Signal wurden in dem Land schon vor 2022 blockiert, ebenso wie der Zugriff auf das anonymisierende Tor-Netzwerk.

Nachdem Mitte September landesweite Proteste aufflammten, hat das Regime auch WhatsApp und Instagram blockiert. Der mobile Internet-Zugang wurde vor allem in den Abendstunden komplett abgeschaltet. Die Regierung plante sogar, die Internetsperren dauerhaft beizubehalten. Dafür hätten sie einen enormen Flurschaden für die iranische Wirtschaft in Kauf genommen.

Die russischen Behörden haben im Zuge des Ukraine-Krieges nach und nach viele soziale Medien gesperrt, etwa Facebook, Instagram und Twitter. Andere soziale Medien waren das ganze Jahr über weiter in Russland aktiv, etwa YouTube und TikTok. Statt sie vollständig zu verbannen, überzogen die Behörden sie aber immer wieder mit Strafgeldern, etwa wenn sie missliebige Inhalte wie „Fehlinformationen“ über den Krieg in der Ukraine nicht gelöscht haben.

Zugleich hat es eine große und komplexe russische Desinformationskampagne im Westen gegeben. Die Operation begann im Mai, so der Rechercheverbund correctiv. Dabei wurden

die Websites großer Medien täuschend echt nachgebaut, darunter der Spiegel, die Süddeutsche, der Tagesspiegel, Bild, T-Online und Welt. Auf diesen Sites wurden Fakes über die Ukraine verbreitet. Die gefälschten Inhalte wurden über Facebook, Instagram, Telegram und Twitter gestreut und sollten Stimmung gegen die Ukraine und ukrainische Flüchtlinge in Europa machen. Im September identifizierte und blockierte der Meta-Konzern Hunderte Facebook-Accounts und Facebook-Seiten und mehrere Dutzend Instagram-Accounts, die zu der Kampagne gehörten.

Gefährliche Inhalte

Trollarmeen oder andere Nutzer aufzuspüren und zu sperren, die politische Propaganda und Fake News verbreiten: Das gehört schon seit einigen Jahren zum Tagesgeschäft sozialer Medien. Bei besonderen Ereignissen verschärfen sie schon mal ihre Nutzungsregeln, um Missbrauch zu unterbinden. Vor dem Hintergrund des Ukraine-Krieges hat Twitter sich zum Beispiel neue Richtlinien zu Desinformation in Krisenzeiten gegeben.

Der Fokus liege dabei laut dem sozialen Netzwerk auf Twitter-Konten mit hoher Reichweite wie Staatsmedien oder Konten staatlicher Institutionen. Bei ihnen sei die Wahrscheinlichkeit hoch, dass sie in Krisenzeiten angesteuert werden. Sollte es bei einem Tweet dort Hinweise darauf geben, dass er Falschinformationen enthält, dann empfiehlt Twitter ihn nicht und schaltet ihm einen Warnhinweis vor, dass er Falschinformationen enthält.

2022 sind soziale Medien, allen voran TikTok, allerdings auch wegen anderer Inhalte in den Fokus geraten: solche, die Kindern und Jugendlichen schaden. Die Justizminister mehrerer US-amerikanischer Bundesstaaten haben im März eine breite Untersuchung gestartet, die den Einfluss des Kurzvideo-Netzwerks auf Jugendliche und Heranwachsende analysiert.

Sie gehen davon aus, dass TikToks Algorithmen bei Jugendlichen

und Kindern Essstörungen sowie sogar Selbstverletzungen und Selbstmord fördern können. Kritiker verweisen etwa auf Vorfälle in den USA, bei denen Schüler voriges Jahr Schultoiletten und andere Einrichtungen mutwillig zerstörten und Lernmaterialien stahlen – offenbar als Reaktion auf sogenannte Challenges auf der Plattform.

Tendenziöse Suche

Der Trend, TikTok als Suchmaschine zu nutzen, ist ebenfalls nicht harmlos. Denn die TikTok-Suche verbreitet auch Falschinformationen, etwa zum Thema Abtreibung oder zu den US-Wahlen. Das zeigt eine aktuelle Studie der Faktencheck-Initiative NewsGuard. Demnach enthalte fast jedes fünfte TikTok-Suchergebnis Falschinformationen. Für die Studie wurden im September 2022 für 27 Themenbereiche jeweils die Top 20 Suchergebnisse auf TikTok analysiert, etwa zu den (englischsprachigen) Suchbegriffen „Wahl 2022“ oder „mRNA Impfstoff“.

Die Studie offenbarte ein weiteres Problem: Die Vorschläge in TikToks Suchmaske waren oft tendenziös. Bei den Suchbegriffen „Corona und Impfstoff“ schlug TikTok etwa vor, nach „Corona Impfstoff Wahrheit“ zu suchen. Bei „Klimawandel“ erschienen die Vorschläge „Klimawandel entlarvt“ und „Klimawandel gibt es nicht“. Gegenüber NewsGuard erklärte ein TikTok-Sprecher, dass schädliche Falschinformationen laut TikToks Community-Richtlinien nicht zugelassen seien und entfernt würden.

Ausblick: unmöglich

Im schnelllebigen Social-Media-Geschäft eine Prognose für das nächste Jahr abzugeben, ist so gut wie unmöglich. Allenfalls kann man einige Fragen für das nächste Jahr stellen: Werden TikTok und BeReal weiter so boomen wie bisher? Oder kommt ein neuer Wettbewerber, den man heute noch gar nicht auf dem Schirm hat, mit einer neuen Idee? Vielleicht wird 2023 auch das Jahr von Mastodon und dem Fediverse, die bislang eher eine

Nische besetzt haben. Wenn Elon Musk allerdings Twitter weiter so konsequent herunterwirtschaftet, wären diese verteilten Netzwerke mögliche Ziele für Twitter-Emigranten. (*jo@ct.de*)