

Unverkäufliche Leseprobe

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung von Text und Bildern, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

S. FISCHER



Sheera Frenkel
Cecilia Kang

INSIDE FACEBOOK

Die hässliche Wahrheit

Aus dem Englischen von Henning Dedekind,
Marlene Fleißig, Frank Lachmann
und Hans-Peter Remmler

S. FISCHER

Aus Verantwortung für die Umwelt hat sich der S.Fischer Verlag 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



Die Originalausgabe erschien unter dem Titel
»An Ugly Truth: Inside Facebook's Battle for Domination«
im Verlag HarperCollins.
© 2021 by Sheera Frenkel and Cecilia Kang

Deutsche Erstausgabe
Erschienen bei S. FISCHER
Für die deutsche Ausgabe:
© 2021 S. Fischer Verlag GmbH, Hedderichstraße 114,
D-60596 Frankfurt am Main

Satz: Dörlemann Satz, Lemförde
Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck
Printed in Germany
ISBN 978-3-10-000066-8

INHALT

Vorbemerkung der Autorinnen 7

Prolog: Um jeden Preis 9

Kapitel 1: Stechen Sie nicht in ein Wespennest 15

Kapitel 2: Das nächste große Ding 30

Kapitel 3: In welchem Geschäft sind wir? 53

Kapitel 4: Die Rattenfängerin 87

Kapitel 5: Der Warrant Canary 118

Kapitel 6: Eine ziemlich verrückte Idee 137

Kapitel 7: Firma vor Vaterland 144

Kapitel 8: #DeleteFacebook 182

Kapitel 9: Erst denken, dann teilen 203

Kapitel 10: Der Kriegs-CEO 223

Kapitel 11: Die Koalition der Willigen 256

Kapitel 12: Eine existenzielle Bedrohung 274

Kapitel 13: Das Oval Office mischt sich ein 286

Kapitel 14: Gut für die Welt 312

Epilog: Es zieht sich hin 347

Dank 357

Anmerkungen 361

Register 377

Für Tigin, Leyla, Oltac, 엄마, 아빠

Für Tom, Ella, Eden, אבנא ,אמא

Vorbemerkung der Autorinnen

Dieses Buch ist das Ergebnis von mehr als tausend Stunden Interviews mit über vierhundert Personen. Die meisten davon sind Manager, ehemalige und derzeitige Angestellte, Investoren und Berater von Facebook sowie frühere Kollegen, Familienmitglieder, Freunde und Klassenkameraden. Daneben griffen wir auf Interviews mit mehr als hundert Abgeordneten, Aufsichtsbehörden und deren Referenten zurück, mit Verbraucher- und Datenschützern sowie mit Wissenschaftlern aus den Vereinigten Staaten, Europa, dem Nahen Osten, Südamerika und Asien. Die Befragten waren direkt an den geschilderten Ereignissen beteiligt oder wurden, in wenigen Fällen, von den direkt involvierten Personen über die Ereignisse unterrichtet. Wenn an manchen Stellen Reporter der *New York Times* erwähnt werden, sind damit wir und/oder unsere Kollegen gemeint.

Inside Facebook stützt sich zudem auf Informationen aus bislang unveröffentlichten und auf höchster Ebene verfassten oder gebilligten E-Mails, Memos und Whitepapers. Viele Gesprächspartner erinnerten sich sehr genau an bestimmte Konversationen und stellten uns Notizen, Kalender und andere Dokumente aus dem betreffenden Zeitraum zur Verfügung, anhand deren sich die Ereignisse rekonstruieren und verifizieren ließen. Angesichts der auf staatlicher und Bundesebene laufenden Gerichtsverfahren gegen Facebook erteilte die Mehrheit der Befragten aufgrund vertraglicher Verschwiegenheitspflichten und Angst vor Repressalien nur unter der Bedingung Auskunft, lediglich als anonyme Quelle und nicht mit ihrem richtigen Namen genannt zu werden. In den meisten

Fällen wurden Szenen von jeweils mehreren Personen bestätigt, darunter von Augenzeugen oder über den Vorgang informierten Individuen. Die Leser sollten deshalb nicht davon ausgehen, dass die in einer bestimmten Szene sprechende Person auch die Informationsquelle war. In Fällen, in denen Sprecher von Facebook bestimmte Vorgänge oder Darstellungen von Management und Ereignissen abstritten, verifizierten mehrere Personen mit unmittelbarer Kenntnis unsere Berichterstattung.

Die Menschen, die mit uns sprachen und dadurch nicht selten ihre Karriere aufs Spiel setzten, waren entscheidend dafür, dass wir dieses Buch schreiben konnten. Ohne ihre Stimmen ließe sich die Geschichte des folgenreichsten gesellschaftlichen Experiments unserer Zeit nicht vollständig erzählen. Sie bieten einen seltenen Einblick in ein Unternehmen, dessen erklärtes Ziel es ist, eine vernetzte Welt freier Ausdrucksmöglichkeiten zu schaffen, dessen Unternehmenskultur indes Verschwiegenheit und bedingungslose Loyalität verlangt.

Zwar teilten Zuckerberg und Sandberg ihrer Kommunikationsabteilung anfänglich mit, dass sie ihre Sicht der Dinge in diesem Buch abgebildet sehen wollten, doch lehnten sie Interviewanfragen wiederholt ab. Dreimal lud uns Sandberg zu Hintergrundgesprächen in Menlo Park und New York ein, mit dem Versprechen, dass diese Unterhaltungen zu längeren und verwertbaren Interviews führen würden. Als sie jedoch von der kritischen Natur unserer Berichterstattung erfuhr, brach sie den direkten Kontakt ab. Offensichtlich deckte sich die ungeschönte Wiedergabe der Facebook-Geschichte nicht mit ihrer Vision des Unternehmens und ihrer Rolle als zweitmächtigster Verantwortlichen.

Zuckerberg selbst, so ließ man uns wissen, habe kein Interesse daran, sich einzubringen.

PROLOG

Um jeden Preis

Einem ehemaligen hohen Facebook-Manager zufolge fürchtete Mark Zuckerberg vor allem drei Dinge: dass die Website gehackt würde, dass seine Angestellten körperlichen Schaden erlitten und dass die Behörden eines Tages sein soziales Netzwerk zerschlagen würden.

Am 9. Dezember 2020 um 14:30 Uhr wurde das dritte Szenario zu einer unmittelbaren Bedrohung. Die US-Handelsbehörde – die Federal Trade Commission (FTC) – und beinahe alle Bundesstaaten verklagten Facebook wegen Schädigung seiner Nutzer und Mitbewerber und strengten eine Zerschlagung des Konzerns an. Auf den Displays von Zigmillionen Smartphones blitzten Eilmeldungen auf. CNN und CNBC unterbrachen ihr reguläres Programm und berichteten. Das *Wall Street Journal* und die *New York Times* setzten Nachrichtenbanner ganz oben auf ihre Homepages.

Minuten später gab Letitia James, die Generalstaatsanwältin des Staates New York, deren Behörde die Zweiparteienkoalition von 48 Generalstaatsanwälten koordinierte, eine Pressekonferenz, in welcher sie den Fall darlegte – die heftigste Regierungsoffensive gegen ein Unternehmen seit der Auflösung von AT&T im Jahre 1984.¹ Was sie forderte, kam einer umfassenden Anklageerhebung gegen die gesamte Geschichte von Facebook gleich und insbesondere gegen die Unternehmensführung, Mark Zuckerberg und Sheryl Sandberg.²

»Die Geschichte geht zurück bis zu den Anfängen, zur Gründung von Facebook an der Universität Harvard«, begann James. Jahrelang habe Facebook eine gnadenlose Strategie nach dem Motto »Kaufen

oder beerdigen« verfolgt, um Mitbewerber auszuschalten. Das Resultat sei die Entstehung eines mächtigen Monopols, das weitreichenden Schaden anrichte. Es missachte die Privatsphäre seiner Nutzer und fördere zudem die Verbreitung schädlicher und verletzender Inhalte, die so fast drei Milliarden Menschen erreichten. »Mit seinen riesigen Ressourcen an Daten und Geld hat Facebook alles zermalmt oder verhindert, was es als potenzielle Bedrohung erkannte«, sagte James. »Sie haben die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher eingeschränkt, Innovation unterdrückt und den Schutz der Privatsphäre von Millionen Amerikanern vermindert.«

Mark Zuckerberg, der in der Anklageschrift über einhundertmal namentlich erwähnt war, wurde als Regeln brechender Unternehmensgründer dargestellt, der durch Schikane und Täuschung zum Erfolg gelangt war. »Wenn man Facebook ins Gehege kam oder dem Verkaufsdruck widerstand, begab sich Zuckerberg in den ›Zerstörermodus« und setzte das betreffende Unternehmen dem ›Zorn des Mark« aus«, schrieben die Generalstaatsanwälte und zitierten dabei aus E-Mails von Mitbewerbern und Investoren. Der Vorstandsvorsitzende habe derart große Angst davor, gegenüber seinen Rivalen den Kürzeren zu ziehen, dass er »jede Bedrohung im Wettbewerb zu vernichten oder zu behindern suchte, anstatt sie durch Leistung oder Innovation zu übertreffen«. Er habe Mitbewerber ausspioniert und Versprechen gegenüber den Gründern von Instagram und WhatsApp gebrochen, sobald er sich diese Start-ups einverleibt hatte, so die Anklage der Staaten weiter.

Die ganze Zeit über war die ehemalige Google-Managerin Sheryl Sandberg an Zuckerbergs Seite und verwandelte seine Technologie in eine Profitmaschine, indem sie ein ebenso innovatives wie schädliches Werbesystem anwandte, das die Nutzer auf persönliche Daten hin »überwachte«. Das Werbegeschäft von Facebook basierte auf einer gefährlichen Rückkopplungsschleife: Je mehr Zeit die Nutzer auf der Seite verbrachten, desto mehr Daten griff

Facebook ab. Die Verlockung bestand in der freien Bereitstellung der Dienste, doch hatten die Kunden auf andere Weise hohe Kosten zu tragen. »Die Nutzer zahlen keinen Geldbetrag für die Nutzung von Facebook«, versicherte die Klage der Staaten. »Stattdessen opfern sie im Austausch gegen die Facebook-Dienste ihre Zeit, ihre Aufmerksamkeit und ihre persönlichen Daten.«

Es war eine Unternehmensstrategie, deren Ziel ein Wachstum um jeden Preis war, und niemand in der Industrie verstand es besser als Sandberg, das Ganze zu skalieren. Sie war ungemein gut organisiert, analytisch, fleißig und äußerst geschickt im Umgang mit anderen Menschen, was sie zum perfekten Gegenstück für Zuckerberg machte. Sie kümmerte sich um all jene Bereiche, die ihn nicht interessierten – Politik und Kommunikation, Rechts- und Personalfragen, die Schaffung neuer Einnahmequellen. Da sie in der Öffentlichkeit als geschulte Rednerin und politische Beraterin bestens bekannt war, fungierte sie bei Investoren und in der Öffentlichkeit als angenehmes Gesicht des Konzerns und lenkte damit die Aufmerksamkeit vom eigentlichen Problem ab.

»Es geht um das Geschäftsmodell«, sagte ein Regierungsvertreter in einem Interview. Sandbergs verhaltensbezogenes Werbemodell behandle menschliche Daten wie Finanzinstrumente, die in Termingeschäften mit Mais oder Schweineböcken eingesetzt werden. Ihr Machwerk sei eine »Verseuchung«, sagte der Regierungsvertreter und gab dabei die Worte der Wissenschaftlerin und Aktivistin Shoshana Zuboff wieder, die ein Jahr zuvor geschrieben hatte, Sandberg habe »mit der Übernahme ihrer Position als Zuckerbergs Nummer zwei die Rolle einer Virenschleuder übernommen, die den Überwachungskapitalismus von Google auf Facebook übertrug«.³

Da kaum jemand die Unternehmensführung dazu zwingen wollte, sich um das Wohlergehen ihrer Kunden Gedanken zu machen, sei es auf Facebook zu einer »Verbreitung von Falschinforma-

tionen und gewaltsamer oder anderweitig abzulehnender Inhalte« gekommen, wie die Generalstaatsanwälte in ihrer Klage unterstellten. Selbst angesichts schwerwiegenden Fehlverhaltens – etwa der russischen Desinformationskampagne und dem Datenschutzskandal um Cambridge Analytica – hätten die Nutzer der Seite nicht den Rücken gekehrt, weil es nur wenige Alternativen gegeben habe, so die Aufsichtsbehörden. James fasste kurz und bündig zusammen: »Statt sich im Leistungswettbewerb zu messen, setzte Facebook seine Macht ein, um Wettbewerber zu unterdrücken, damit es seine Kunden ausnutzen und deren persönliche Daten gewinnbringend vermarkten konnte.«

Als die FTC und die Bundesstaaten ihre wegweisenden Gerichtsverfahren gegen Facebook anstrebten, standen wir kurz vor dem Abschluss einer Recherche zu diesem Thema. Diese basierte auf einer fünfzehnjährigen Berichterstattung, welche uns einen einzigartigen Blick hinter die Kulissen von Facebook ermöglicht hat. In Büchern und im Kino sind verschiedene Versionen der Facebook-Story erzählt worden. Doch obwohl sie allgemein bekannt sind, bleiben Zuckerberg und Sandberg für die Öffentlichkeit rätselhaft, und das aus gutem Grund. Sie verteidigen das von ihnen gepflegte Image mit Zähnen und Klauen (er, der Technikvisionär und Philanthrop, und sie, die Business-Ikone und Feministin) und umgeben das Innenleben des »MPK« (das von den Angestellten gebrauchte Akronym für die Unternehmenszentrale in Menlo Park) mit einem Wall aus Loyalisten und einer Kultur der Verschwiegenheit.

Viele Menschen sehen Facebook als Unternehmen, das vom rechten Weg abgekommen ist: die klassische Frankenstein-Geschichte vom Monster, das sich von seinem Schöpfer losgerissen hat. Wir vertreten einen anderen Standpunkt. Wir glauben vielmehr, dass Zuckerberg und Sandberg bereits in dem Augenblick, als sie sich im Dezember 2007 auf einer Weihnachtsfeier kennenlernten, ahn-

ten, welches Potenzial in dem Unternehmen steckte und dass man es in die globale Macht verwandeln könnte, die es heute ist.⁴ Durch ihre Partnerschaft errichteten sie methodisch ein Geschäftsmodell, das – mit einem Umsatz von 85,9 Milliarden Dollar im Jahre 2020 und einem Marktwert von 800 Milliarden Dollar – in seinem Wachstum unaufhaltsam ist und ganz bewusst so entworfen wurde.⁵ Wir legen unseren Fokus auf einen Fünfjahreszeitraum – von einer Präsidentenwahl zur nächsten –, in dessen Verlauf das Versagen des Unternehmens, seine Nutzer zu schützen, ebenso zutage trat wie seine Schwachstellen als mächtige globale Plattform. Sämtliche Fragen, die zur Grundlage dessen wurden, was Facebook heute ist, spitzten sich innerhalb dieser Zeitspanne zu.

Es wäre leicht, die Geschichte von Facebook als die eines auf Abwege geratenen Algorithmus zu erzählen. Die Wahrheit ist jedoch wesentlich komplexer.

Stechen Sie nicht in ein Wespennest

Es war spät am Abend, und seine Kollegen in Menlo Park hatten das Büro schon vor Stunden verlassen, als sich der Facebook-Softwareentwickler zu seinem Laptop zurückgezogen fühlte. Er hatte ein paar Bier getrunken. Wahrscheinlich lag es zum Teil daran, dass sein Entschluss wankte, dachte er. Er wusste, dass er mit ein paar Klicks auf seiner Tastatur das Facebook-Profil einer Frau einsehen könnte, mit der er vor einigen Tagen ausgegangen war. Seiner Meinung nach war es ein netter Abend gewesen, doch sie hatte 24 Stunden nachdem sie sich voneinander verabschiedet hatten, keine seiner Nachrichten mehr beantwortet. Er wollte nur rasch einen Blick auf ihre Facebook-Seite werfen, um seine Neugier zu befriedigen, um zu sehen, ob sie vielleicht krank oder im Urlaub oder ihr Hund ausgerissen war. Irgendetwas, das erklären könnte, warum sie an einer zweiten Verabredung nicht interessiert war.

Um 22 Uhr traf er eine Entscheidung. Er loggte sich auf seinem Laptop ein und suchte nach seinem Date, indem er seine Zugriffsberechtigung auf den Datenstrom über sämtliche Facebook-Nutzer nutzte. Er kannte genügend Einzelheiten – Vor- und Nachnamen, Geburtsort, Universität –, so dass er sie innerhalb weniger Minuten gefunden hatte. Die internen Systeme von Facebook boten eine wahre Fundgrube an Informationen, darunter jahrelange private Konversationen mit Freunden über den Facebook Messenger, besuchte Veranstaltungen, hochgeladene Fotos (auch die von ihr gelöscht) und Posts, die sie kommentiert oder angeklickt hatte. Er sah die Kategorien, in welche Facebook sie für Werbekunden eingeordnet hatte: Das Unternehmen hatte befunden, dass sie Mitte

dreißig war, politisch links von der Mitte stand und einen aktiven Lebensstil pflegte. Sie hatte vielfältige Interessen, von ihrer Hundeliebe bis hin zu Urlauben in Südostasien. Durch die Facebook-App, die sie auf ihrem Telefon installiert hatte, konnte er sogar ihren Echtzeitaufenthaltsort sehen. Es waren mehr Informationen, als er bei einem Dutzend Abendessen hätte sammeln können. Nun, eine knappe Woche nach ihrem ersten Treffen, lag alles vor ihm.

Die Manager von Facebook betonten ihren Mitarbeitern gegenüber stets, dass jeder sofort entlassen werde, den man dabei erwische, wie er seine Zugriffsberechtigung zum persönlichen Vorteil ausnutze – und sei es auch nur, um den Account eines Freundes oder eines Verwandten einzusehen. Die Manager wussten aber auch, dass es keine Schutzvorrichtungen gab. Das System war als offenes System angelegt, transparent und für alle zugänglich. Es war Teil von Zuckerbergs Gründungsethos, die Bürokratie abzuschaffen, die die Softwareentwickler verlangsamte und sie davon abhielt, schnelle, unabhängige Arbeit zu leisten. Dies wurde bereits praktiziert, als Facebook noch keine hundert Angestellten hatte, und jetzt, Jahre später, mit Tausenden von Softwareentwicklern im gesamten Unternehmen, wurde es auch nicht weiter hinterfragt. Alles, was die Mitarbeiter davon abhielt, ihren Zugriff auf private Daten zu missbrauchen, war ihr eigenes Gewissen.

Im Zeitraum von Januar 2014 bis August 2015 war der Softwareentwickler, der seine Bekanntschaft ausspähte, nur einer von 52 Facebook-Mitarbeitern, die wegen unerlaubten Datenzugriffs entlassen wurden. Männer, welche die Facebook-Profile von Frauen einsahen, an denen sie interessiert waren, stellten die überwiegende Mehrheit der Softwareentwickler, die ihre Privilegien missbrauchten. Die meisten Angestellten, die ihren Zugang ausnutzten, taten kaum mehr, als Informationen über die Betroffenen zu sammeln. Manche hingegen gingen wesentlich weiter. Ein Softwareentwickler nutzte die Daten, um eine Frau zur Rede zu stellen, die ihn

auf einer Europareise begleitet hatte. Während des Urlaubs waren die beiden in Streit geraten, und der Softwareentwickler verfolgte sie bis zu ihrem neuen Hotel, wo sie abgestiegen war, nachdem sie das gemeinsame Zimmer verlassen hatte. Ein anderer Softwareentwickler rief die Facebook-Seite einer Frau ab, noch bevor sie sich zum ersten Mal miteinander verabredet hatten. Er sah, dass sie regelmäßig den Dolores Park in San Francisco besuchte, und fand sie dort eines Tages, als sie mit ihren Freunden die Sonne genoss.

Die entlassenen Softwareentwickler hatten Arbeitslaptops verwendet, um bestimmte Accounts aufzurufen, und diese ungewöhnliche Aktivität hatte die Warnsysteme von Facebook ausgelöst, die das Management bezüglich der Übergriffe in Kenntnis setzten. Das waren diejenigen Mitarbeiter, die man ertappt hatte. Es war nicht bekannt, wie viele andere sich nicht hatten erwischen lassen.

Mark Zuckerberg selbst wurde erstmals im September 2015 mit dem Problem konfrontiert, drei Monate nach der Einstellung von Alex Stamos, dem neuen Sicherheitschef von Facebook. Seine Topmanager waren im Konferenzraum, dem »Aquarium«, versammelt und machten sich auf schlechte Nachrichten gefasst: Stamos war bekannt für seine unverblümten Worte und hohen Maßstäbe. Eines der ersten Ziele, die er sich gleich nach seiner Einstellung in jenem Sommer gesetzt hatte, war eine umfassende Evaluierung der aktuellen Sicherheitslage bei Facebook. Es sollte die erste Bewertung ihrer Art sein, die jemals von einem Außenstehenden vorgenommen wurde.

Als sie unter sich waren, flüsterten die Manager einander zu, dass es unmöglich sei, innerhalb solch kurzer Zeit eine gründliche Erhebung durchzuführen, und dass alles, was Stamos auch zu berichten habe, kaum mehr als oberflächliche Probleme anschneiden könne und lediglich dazu diene, dem neuen Sicherheitschef am Beginn seiner Beschäftigung eine Möglichkeit zur Profilierung zu bieten. Es würde allen das Leben erleichtern, wenn Stamos die

Haltung eines uneingeschränkten Optimismus einnahme, die in den Chefetagen bei Facebook vorherrsche. Tatsächlich ging es dem Unternehmen besser denn je: Auf Instagram hatte man unlängst neue Werbemöglichkeiten erschlossen und mit einer Milliarde Nutzer, die sich täglich auf der Plattform einloggten, einen neuen Meilenstein erreicht.¹ Alles, was sie tun mussten, war, sich zurückzulehnen und zu lauschen, wie die Maschine weitersurrte.

Stattdessen aber hatte Stamos eine Präsentation im Gepäck, die detailliert Probleme in den Kernprodukten, innerhalb der Belegschaft und in der Unternehmensstruktur von Facebook aufzeigte. Die Firma widme ihre Sicherheitsbemühungen vorwiegend dem Schutz der eigenen Website, wohingegen Apps, darunter Instagram und WhatsApp, weitgehend ignoriert würden, teilte er den Anwesenden mit. Facebook war seinen Versprechungen nicht nachgekommen, Nutzerdaten in seinen Zentren zu verschlüsseln – im Gegensatz zu Stamos' vorherigem Arbeitgeber Yahoo, der in den zwei Jahren, seit NSA-Whistleblower Edward Snowden aufgedeckt hatte, dass die Regierung möglicherweise die ungesicherten Nutzerdaten der Silicon-Valley-Unternehmen ausspähte, rasch mit der Datensicherung begonnen hatte.² Die Verantwortung für den Datenschutz bei Facebook war über das ganze Unternehmen verstreut, und dem von Stamos präsentierten Bericht zufolge war das Unternehmen »weder technisch noch kulturell bereit«, der aktuellen Problematik etwas entgegenzusetzen.

Am schlimmsten aber sei, so Stamos, dass innerhalb der vergangenen achtzehn Monate zwar Dutzende Angestellte wegen missbräuchlichen Datenzugriffs entlassen worden seien, Facebook jedoch nichts unternahme, um dieses eindeutig systemische Problem zu lösen oder zu vermeiden. Anhand eines Schaubilds zeigte Stamos, wie Softwareentwickler beinahe monatlich die ihnen zur Verfügung gestellten Instrumente, die ihnen bei der Entwicklung neuer Produkte einen leichten Zugang zu Daten ermöglichen soll-

ten, dazu genutzt hätten, die Privatsphäre von Facebook-Nutzern zu verletzen und in ihr Leben einzudringen.

Wenn die Öffentlichkeit von diesen Übergriffen erführe, gäbe es einen Aufschrei: Seit mehr als einem Jahrzehnt hatten Tausende Facebook-Softwareentwickler freien Zugriff auf die persönlichen Daten von Usern. Die von Stamos hervorgehobenen Fälle waren nur diejenigen, die dem Unternehmen bekannt waren. Hunderte weitere könnten unbemerkt geblieben sein, warnte er.

Zuckerberg war über die Zahlen, die Stamos vorlegte, sichtlich bestürzt und äußerte sich, dass man ihn nicht schon früher auf dieses Thema aufmerksam gemacht hatte. »Jeder in der Softwareentwicklung wusste, dass es Fälle gab, in denen Mitarbeiter unangemessen mit Daten umgegangen waren«, erinnerte sich Stamos. »Niemand hatte alles einmal zusammengetragen, und jetzt waren sie überrascht, wie viele Softwareentwickler Daten missbraucht hatten.«

Warum denn niemand daran gedacht habe, das System zu überprüfen, das den Softwareentwicklern Zugang zu den Nutzerdaten gewährte, fragte Zuckerberg. Niemand im Raum wagte zu sagen, dass es sich um ein System handelte, dass er selbst entworfen und eingeführt hatte. Über die Jahre hatten seine Mitarbeiter alternative Methoden der Datenspeicherung vorgeschlagen, doch vergebens. »Zu verschiedenen Zeitpunkten in der Geschichte von Facebook gab es Wege, die wir hätten einschlagen können, Entscheidungen, die wir hätten treffen können, wodurch die von uns gesammelten Nutzerdaten begrenzt oder sogar verringert worden wären«, sagte ein langjähriger Mitarbeiter, der 2008 ins Unternehmen eingetreten war und dort in verschiedenen Teams gearbeitet hatte. »Aber das stand im Widerspruch zu Marks DNS. Noch bevor wir ihm diese Optionen aufzeigten, wussten wir, dass er diesen Weg nicht einschlagen würde.«

Die Manager von Facebook, darunter auch Führungsfiguren im Bereich der Softwareentwicklung wie Jay Parikh und Pedro

Canahuati, priesen gegenüber Neuzugängen in ihren Entwicklerteams den Datenzugriff wie ein Verkaufsargument. Facebook war das größte Versuchslabor der Welt, mit einem Viertel der Weltbevölkerung als Probanden. Die Manager stellten diesen Datenzugriff als Teil der radikalen Transparenz bei Facebook und Ausdruck des Vertrauens in die Softwareentwickler dar. Freute sich eine Nutzerin, wenn sie ihrem Bruder mit einem Luftballon-Emoji zum Geburtstag gratulieren konnte, oder bekam der Geburtstagskuchen die höhere Zugriffsrate? Statt in einem langwierigen und bürokratischen Prozess herauszufinden, was am besten funktionierte, konnten die Softwareentwickler die Motorhaube öffnen und in Echtzeit selbst nachsehen. Doch Canahuati warnte die Softwareentwickler, dass der Datenzugriff ein Privileg sei. »Für diesen Missbrauch gab es keinerlei Toleranz, weshalb das Unternehmen stets sämtliche Mitarbeiter feuerte, bei denen ein zweckwidriger Datenzugriff festgestellt wurde«, sagte er.

Stamos sagte Zuckerberg und den anderen Managern, es sei nicht damit getan, Angestellte hinterher zu feuern. Facebook trage die Verantwortung, dafür zu sorgen, dass es zu solchen Verletzungen der Privatsphäre gar nicht erst komme. Er bat um die Genehmigung, das aktuelle System zu ändern und den Softwareentwicklern mehrheitlich den Zugriff auf private Daten zu entziehen. Wenn jemand Informationen über eine Privatperson benötige, dann müsste er oder sie eine formelle Anfrage über die richtigen Kanäle stellen. Das damals bestehende System gewährte 16 744 Facebook-Mitarbeitern Zugang zu privaten Nutzerdaten. Stamos wollte diese Zahl auf unter 5000 senken. Zugriff auf besonders sensible Informationen wie GPS-Position oder Passwort sollte auf weniger als einhundert Mitarbeiter begrenzt werden. »Zwar wusste jeder, dass den Softwareentwicklern ein riesiges Datenvolumen offenstand, doch hatte sich niemand darüber Gedanken gemacht, wie sehr das Unternehmen gewachsen war und wie viele Personen inzwischen

Zugang zu diesen Daten hatten«, erklärte Stamos. »Die Leute achteten nicht darauf.«

Jay Parikh, der Technologiechef von Facebook, wollte wissen, warum das Unternehmen sein System komplett umkrepeln müsse. Bestimmt könne man Schutzvorkehrungen treffen, die den Informationszugriff für die Entwickler begrenzten oder Alarm schlugen, wenn diese bestimmte Datentypen abriefen. Die vorgeschlagenen Veränderungen würden die Arbeit vieler Produktteams erheblich verlangsamen.

Pedro Canahuati, der Leiter der Produktentwicklung, stimmte zu. Er sagte zu Stamos, die Entwickler vor jedem Datenzugriff eine schriftliche Anfrage einreichen zu lassen, sei nicht praktikabel. »Das hätte die Arbeit im gesamten Unternehmen erheblich verlangsamt, sogar die Arbeit in anderen Schutz- und Sicherheitsbereichen«, führte er aus.

Eine Veränderung des Systems habe oberste Priorität, sagte Zuckerberg. Er bat Stamos und Canahuati, eine Lösung auszuarbeiten und die Anwesenden innerhalb eines Jahres über ihre Fortschritte zu informieren. Für die Softwareteams bedeutete dies jedoch einen schweren Umbruch. Viele Manager im Raum murrten im Stillen, Stamos habe ihren Boss überredet, eine großangelegte strukturelle Veränderung vorzunehmen, indem er ihm schlicht ein Worst-Case-Szenario präsentiert habe.

Eine Managerin war bei dem Treffen im September 2015 bezeichnenderweise nicht anwesend. Seit dem Tod von Sheryl Sandbergs Ehemann waren erst vier Monate vergangen. Sicherheit lag in Sandbergs Zuständigkeitsbereich, und technisch gesehen unterstand ihr damit auch Stamos. Die von ihm geforderten weitreichenden Veränderungen hatte sie jedoch nie empfohlen und war auch nicht hinzugezogen worden.

Stamos setzte sich an diesem Tag durch, aber er schuf sich ein paar mächtige Feinde.