



Précis [pʁe 'si:]

// AUG 2018

Der Facebook-Datenskandal im Spiegel der öffentlichen Meinung

Marco Lünich & Frank Marcinkowski

Kontakt: marco.luenich@hhu.de, frank.marcinkowski@hhu.de

ABSTRACT

Anfang 2018 erschienen Medienberichte über einen weitreichenden Missbrauch von Facebook-Nutzerdaten durch das Unternehmen Cambridge Analytica, die bis zum Vorwurf der Wahlmanipulation reichten. Mit Hilfe eines ‚natürlichen Experiments‘ wird die Annahme geprüft, ob sich der von den Medien als „Skandal“ stilisierte Datenmissbrauch negativ auf die Einstellung der Bevölkerung zur Digitalisierung auswirkt.

Die Ergebnisse einer Panelbefragung zeigen überraschender Weise, dass sich keinerlei Effekt des Ereignisses auf die Haltung der Deutschen zur Digitalisierung nachweisen lassen. Der bekannte FDP-Wahlslogan, „Digitalisierung first, Bedenken second“, stellt eine ziemlich exakte Zustandsbeschreibung der öffentlichen Meinung zum Thema Digitalisierung in Deutschland dar, die sich im Übrigen als bemerkenswert resistent erweist.



REFERENZEN ZUM THEMA

Marcinkowski, F., Lünich, M. & Kieslich, K. (2018). It's now or never. Future Discounting in the Application of the Online Privacy Calculus. Paper submitted to *Communication and Technology Division at the 2019 Annual Conference of the International Communication Association (ICA)* Washington, DC., USA, 23-27 May 2019.

Klinger, K. et al. (2018). *Systematisch irrational? Zum Umgang mit privaten Daten im digitalen Zeitalter*. Working Paper No. 1 des Lehrstuhls KMW I. Online abrufbar: hier.

Lünich, M., Rössler, P., & Hautzer, L. (2012). Social Navigation on the Internet: A Framework for the Analysis of Communication Processes. *Journal of Technology in Human Services*, 30(3-4), 232–249. <https://doi.org/10.1080/15228835.2012.744244>.

Einleitung

Der im Frühjahr 2018 publik gemachte ‚Skandal‘ um den Missbrauch von Nutzerdaten des sozialen Online-Netzwerks Facebook durch das Datenanalyse-Unternehmen Cambridge Analytica stellt für den deutschen Raum einen Präzedenzfall dar. Nicht zum ersten Mal wurden im großem Stil persönliche Daten auch von deutschen Online-Nutzern abgeschöpft und möglicherweise missbräuchlich verwendet. In dem Fall aber zog die mediale Debatte um Datensicherheit und Privatsphäre ausgesprochen weite Kreise und führte dazu, dass sich der Facebook-Unternehmenschef Mark Zuckerberg nicht nur vor dem US-Kongress, sondern auch vor dem EU-Parlament erklären und rechtfertigen musste.

Ein solches Ereignis und die hierdurch angestoßene öffentliche Diskussion um Privatsphäre und Datenschutz im Zuge der Digitalisierung, so würde man meinen, wird einen nachhaltigen Einfluss auf die Wahrnehmung der Digitalisierung in der Bevölkerung gehabt haben. Die Veröffentlichung der Geschehnisse um Facebook und Cambridge Analytica wären dann gleichsam das Tschernobyl oder Fukushima der Digitalen Gesellschaft: So wie die Nuklearkatastrophen Politik und Gesellschaft zum Umdenken bewegten, könnte der ‚Facebook-Skandal‘ von 2018 Millionen Online-Nutzer zum Nachdenken über ihre Privatsphäre, Datensicherheit und generell ihr Verhältnis zur Digitalisierung und zum Internet gebracht und diesbezügliche Meinungen beeinflusst haben.

In der Kommunikationswissenschaft bezeichnet man solche Vorkommnisse, die die Sichtweise von Eliten und Bürgern folgenreich verändern, als „Schlüsselereignisse“. Der vorliegende Beitrag geht der Frage nach, ob das Facebook-Datenleck das Potential dazu hat.

Nachfolgend wird ein natürliches Experiment vorgestellt, das sich im Rahmen der Durchführung einer Panel-Befragungsstudie im März 2018—also zum Zeitpunkt des Bekanntwerdens des angesprochenen ‚Facebook-Skandals‘ rund um Cambridge Analytica—gleichsam zufällig ergeben hat. Da sich die Umfrage gerade zum Zeitpunkt der Veröffentlichung im Feld befand, ermöglicht sie einen Vergleich der Gruppe der Befragten, die noch keine Kenntnis vom Skandal haben konnte, mit denen, die diese Information bereits erreicht haben sollte.

Es stellt sich die Frage, ob und inwieweit der Skandal einen Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung der Digitalisierung hatte, was an substantiellen Meinungsunterschieden zwischen diesen beiden Gruppen ablesbar sein müsste.

*Facebook und Cambridge Analytica — Was war geschehen?*¹

Am 17. März 2018 veröffentlichten der britische Guardian und die US-amerikanische New York Times ein Dossier, in dem darüber berichtet wurde, dass ein Unternehmen namens Cambridge Analytica über eine Schnittstelle große Mengen persönlicher Nutzerdaten des sozialen Online-Netzwerks Facebook abgreifen konnte. Laut Medienberichten handelt es sich um Daten von bis zu 87 Millionen Facebook-Nutzern, darunter Angaben zu deren Wohnort, Freundschaftsverbindungen und vergebenen Likes².

Facebook soll bereits 2015 von der Weitergabe der persönlichen Daten durch diese App erfahren und die Anweisung erteilt haben, diese Daten zu vernichten. Gleichzeitig soll Cambridge Analytica mit dem damaligen Präsidentschaftskandidaten und jetzigem US-Präsidenten Donald Trump zusammengearbeitet haben, um dessen Wahlkampf zu unterstützen. Ob, inwieweit und mit welchem Erfolg das geschah, ist allerdings zwischen den Beteiligten umstritten.

Ein natürliches Experiment zu den Perzeptionen der Digitalisierung

Zum Zeitpunkt des Bekanntwerdens des ‚Facebook-Skandals‘ befand sich gerade die zweite Welle einer Panelbefragung im Feld, die unter Leitung von Prof. Dr. Volker Gehrau und Prof. Dr. Marcinkowski am Institut für Kommunikationswissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität in Münster durchgeführt wurde. In dieser für deutsche Internetnutzer repräsentativen Befragung wurden Perzeptionen zur Digitalisierung erfragt, um Entwicklung und Veränderungen von Einstellungen der Deutschen zur Digitalisierung besser zu verstehen. Aufgrund der Feldzeit von 14 Tagen, wurde zufällig ein Teil der Befragten vor dem Bekanntwerden des ‚Facebook-Skandals‘ befragt und ein anderer Teil der Befragten nach Bekanntwerden des Skandals. Diese Ausgangslage eröffnet die einmalige Möglichkeit, den Einfluss des potentiellen „Schlüsselereignisses“ auf die Meinungsbildung zur Digitalisierung in Deutschland direkt zu testen. Man kann begründet

davon ausgehen, dass alle relevanten Randbedingungen der Meinungsbildung in den wenigen Tagen konstant geblieben sind, bis auf eine einzige: Das Risiko der Nutzung ‚sozialer‘ Medien für die eigene Privatsphäre wurde der Öffentlichkeit durch das Ereignis prägnant vor Augen geführt. In der Sozialforschung bezeichnet man eine solche Konstellation als ‚natürliches Experiment‘. Von einem kausalen Effekt des Ereignisses ist dann auszugehen, wenn man die erste Gruppe mit der zweiten vergleicht und dabei überzufällige Unterschiede findet.

Durchführung und Fragebogaufbau

Die fortlaufende Erhebung der öffentlichen Meinung zur Digitalisierung in Deutschland ist Bestandteil einer Forschungs Kooperation von Frank Marcinkowski (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf) und Volker Gehrau (Westfälische Wilhelms-Universität Münster) und wird im Wesentlichen mit Mitteln des Instituts für Kommunikationswissenschaft (IfK) in Münster finanziert. Inhaltlicher Schwerpunkt ist die Wahrnehmung der Digitalisierung im Allgemeinen und die Einschätzung von Nutzen und Risiken digitaler Technologien in diversen Lebensbereichen.

Die Studie ist als Online-Befragung, ein sogenanntes Computer-Assisted Self-Interview (CASI), konzipiert. Hierbei wurde 2017 und 2018 auf das Open-Access-Panel der mindline GmbH zurückgegriffen, die für Fragebogenprogrammierung, Rekrutierung und Inzentivierung der Teilnehmer zuständig war. Die Erhebung der zweiten Welle fand vom 15. bis 28. März 2018 statt. Neben ausführlichen Fragebatterien zur Soziodemografie (wie Geschlecht, Alter und Bildungsstand) und Mediennutzung der Befragten, beinhaltete der Fragenbogen auch etliche Fragen zur Einstellung gegenüber der Digitalisierung und Privatheitsbedenken, sowie eine Variable, die abbildet wie sehr die Befragten bereit sind ihr Leben zu digitalisieren und digitale Technologien in ihren Alltag zu integrieren.

Im Folgenden soll hier kurz auf die Messung der vier untersuchten Konstrukte und die verwendeten Fragen eingegangen werden.

Privatheitsbedenken

Alle Nutzer wurden zu ihren Privatheitsbedenken befragt. Insgesamt sechs Fragen dienten als Indikatoren für die Privatheitsbedenken im Internet (bspw. „Ich befürchte, dass Informationen, die ich

im Internet preisgebe, missbraucht werden könnten.“). Die Zustimmung wurde über eine fünfstufige Likert-Skala abgebildet (1=“trifft gar nicht zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“). Die Skala zeigte eine gute interne Konsistenz (Cronbach’s $\alpha = .883$).

Schaden- und Nutzenerwartungen für einzelne Lebensbereiche

Die Befragten äußerten sich auch zu ihren Erwartungen an Nutzen und Schaden durch die Digitalisierung in einzelnen gesellschaftlichen und private Handlungsbereichen. Folgende Fragen wurden allen Teilnehmern und Teilnehmerinnen gestellt:

„Die zunehmende Digitalisierung bzw. die Verbreitung von Internet und mobilen Medien bringt sowohl Vorteile als auch Nachteile mit sich. Was glauben Sie, wie groß ist der mögliche (Nutzen/ Schaden) durch die Digitalisierung in den verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen?“

Zu diesen Bereichen zählten: *Arbeitswelt, Gesundheit, Bildung, wirtschaftliche Entwicklung, Demokratie, Mobilität, Sicherheit, sozialer Zusammenhalt, eigene Freizeitgestaltung, Selbstbestimmung, Wissenschaft, eigene Gesundheit, eigener Arbeitsplatz/ Arbeitsmöglichkeit, eigene soziale Einbindung*. Die Nutzen- bzw. Schadeneinschätzung wurde über eine fünfstufige Skala abgebildet (1 = „kein Nutzen/Schaden“ bis 5 = „großer Nutzen/Schaden“).

Generelle Einstellung zur Digitalisierung

Um eine generelle Einschätzung der Einstellung der Befragten gegenüber der Digitalisierung zu erhalten, wurde folgende Frage gestellt: „Wie würden Sie ganz allgemein Ihre persönliche Einstellung zur Digitalisierung einstufen?“. Die Einstellung wurde über eine fünfstufige Skala abgebildet (1 = „sehr negativ“ bis 5 = „sehr positiv“).

Digitalisierungsbereitschaft

Schließlich wurden individuelle Verhaltensdispositionen im Umgang mit digitaler Technologie vermessen. Dazu wurden die Befragten gebeten anzugeben, inwieweit sie bereit sind, digitale Technologien in ihren Alltag zu integrieren. Die drei Fragen zur Digitalisierungsbereitschaft lauteten:

- „Ich wickle möglichst viele Bereiche meines Lebens digital ab.“
- „Ich nehme gern Risiken in Kauf, um auf dem neuesten Stand der digitalen Entwicklung zu bleiben.“
- „Ich versuche immer, die Vorteile der digitalen Entwicklung zu nutzen.“

Die Zustimmung zu jeder Frage wurde über eine fünfstufige Likert-Skala abgebildet (1=“trifft gar nicht

zu“ bis 5 = „trifft voll und ganz zu“). Die Skala zeigte eine akzeptable interne Konsistenz (Cronbach's $\alpha = .657$)³.

Festlegung des Cut-Off-Zeitpunkts

Kurz nachdem die Befragung Mitte März ins Feld gegangen war, erreichten die Vorwürfe an Facebook die deutsche Medienöffentlichkeit. Da das Dossier zum Skandal an einem Samstag veröffentlicht wurde, griffen die deutschen Medien das Ereignis mit leichter Verzögerung auf und die öffentliche Diskussion kam erst mit ein paar Tagen Verzögerung in Gang (siehe Abb. 1).

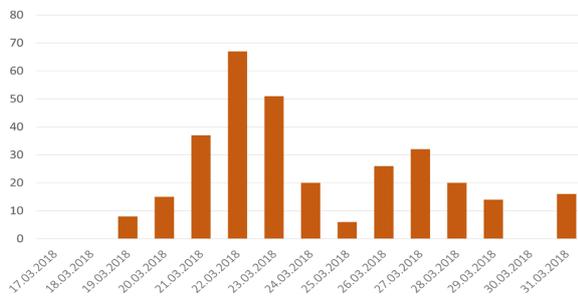


Abb. 1: Anzahl der Artikel zu Cambridge Analytica im März 2018

Eine LexisNexis-Recherche⁴ in deutschen Zeitungen ergab, dass ab Montag, dem 19. März 2018 über Cambridge Analytica und Facebook berichtet wurde und die Mediendebatte am 22. März ihren Höhepunkt erreichte. Am 19. März berichtete die 19-Uhr-Ausgabe der heute-Nachrichten erstmals über den Skandal. Die Tagesschau berichtete in ihrer 20-Uhr-Ausgabe erst am 20. März, also knapp zwei-einhalb Tage nach Bekanntwerden der Vorwürfe.

In Online-Angeboten wurde mit Bekanntwerden der Vorwürfe ab dem 17. März 2018 berichtet. Wir haben keine Informationen zu Umfang und Reichweite dieser Berichterstattung, allerdings wurde in allen nachfolgenden Auswertungen für die Intensität der Mediennutzung der Befragten (hierzu zählte auch die Nutzung von Nachrichtenangeboten im Internet) kontrolliert. Das bedeutet, die berichteten Gruppenunterschiede sind statistisch unabhängig von der Intensität der Mediennutzung des einzelnen Befragten.

Als Cut-Off-Zeitpunkt haben wir den Beginn der heute-Sendung am 19. März um 19 Uhr festgelegt, da

ab hier ein namhafter Teil der Bevölkerung von den Ereignissen erfahren haben sollte. Von den insgesamt 1.053 Befragten wurden 560 vor Bekanntwerden des Skandals und 493 nach Bekanntwerden des Skandals befragt, was ungefähr gleichen Gruppengrößen entspricht.

Alle nachfolgenden Tests wurden mit unterschiedlichen Cut-Off-Zeitpunkten wiederholt, die entweder zeitlich nach vorne (bevor der Skandal im Fernsehen behandelt wurde), aber auch nach hinten (nach dem Höhepunkt der Berichterstattung) verschoben wurden. Die Verschiebung des Zeitpunkts führte in keinem Fall zu einer Veränderung der Ergebnisse.

Ergebnisse des Gruppenvergleichs

Zunächst wurde getestet, ob der ‚Facebook-Skandal‘ zu einer Zunahme der *Privatheitsbedenken* (Privacy Concerns) geführt hat. Dabei zeigt sich: Personen, die vor Bekanntwerden des Skandals befragt wurden ($M=3.83$, $SE=0.04$), unterscheiden sich kaum von Personen, die danach befragt wurden ($M=3.78$, $SE=0.04$). Der gemessene Unterschied von 0,05 Skalenpunkten ist weder substantiell noch statistisch signifikant ($\Delta M=0.06$, BCa 95% CI [-0.056, 0.162], $t(1045)=1.00$, $p = .319$). Bei allen Befragten liegen die Sorgen um die Privatsphäre knapp 0,8 Punkte über dem Skalenmittelpunkt. Es ist also nicht so, dass den Menschen ihre Privatheit im Netz nicht wichtig wäre, diesbezügliche Bedenken gibt es vor und nach dem ‚Facebook-Skandal‘, sie sind aber durch das Ereignis überraschender Weise nicht größer geworden.

Für die generelle *Einstellung zur Digitalisierung* konnte ebenfalls kein signifikanter Unterschied zwischen den beiden Gruppen festgestellt werden ($\Delta M=-.001$, BCa 95% CI [-0.113, 0.110], $t(1024)=-0.026$, $p=.979$). Im Durchschnitt aller Befragten liegen die Antworten einen halben Punkt oberhalb des Skalenmittelpunkts, was auf eine weit verbreitete positive Haltung gegenüber der Digitalisierung hinweist. Darauf hatte der ‚Facebook-Skandal‘ keinen messbaren Einfluss: wir messen vor und nach dessen Veröffentlichung einen bis auf die zweite Nachkommastelle identischen Wert (vorher: $M=3.53$, $SE=.04$; nachher: $M=3.53$, $SE=.04$).

Die Fragen zu wahrgenommenem Nutzen und potentiellen Gefahren der Digitalisierung beziehen sich auf eine breite Palette digitalisierter Lebensberei-

che (siehe oben). Es steht zu erwarten, dass der Schock des ‚Facebook-Skandals‘ die Einschätzung der Gefahren zumindest in einzelnen Bereichen beeinflusst haben könnte. Um dies zu prüfen, wurden weitere t-Tests gerechnet. Dabei zeigt sich, dass die Mittelwerte für Nutzen und Schaden in keinem der genannten Bereiche zwischen den beiden Gruppen signifikant voneinander abweichen. Beispielsweise sehen die Befragten nach Bekanntwerden des Datenlecks bei Facebook weder mehr Risiken für die Demokratie, noch fürchten sie mehr um ihre Sicherheit (wozu auch die Datensicherheit gehört) oder um das Ausmaß ihrer Selbstbestimmung.

Auch mit Blick auf die Digitalisierungsbereitschaft konnten keine Effekte des Skandals festgestellt werden. Nutzer, die vor dem Skandal befragt wurden ($M=2.92$, $SE=.04$) unterschieden sich mit Blick auf ihre Bereitschaft, digitale Anwendungen zu nutzen kaum von den Befragten, die nach dem Bekanntwerden befragt wurden ($M=2.99$, $SE=.04$). Auch hier ist der Unterschied statistisch nicht signifikant ($\Delta M=-.070$, BCa 95% CI [-0.181, 0.055], $t(1043)=-1.191$, $p=.234$). Eine Zurückhaltung, die sich in größerer Vorsicht bei der Nutzung von digitalen Anwendungen äußert, ist nicht ersichtlich.

Insgesamt lässt sich insoweit feststellen, dass das Bekanntwerden des ‚Facebook-Skandals‘ Mitte März 2018 überraschender Weise keinen nachweisbaren Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung der Digitalisierung in Deutschland hatte.

Der ‚Facebook-Skandal‘ 2018 — Was bleibt?

Laut einer repräsentativen Umfrage von infratest dimap im Auftrag der ARD im April 2018, berichteten 27 Prozent der deutschen Internetnutzer, dass sie Facebook im Zuge des Skandals um Cambridge Analytica „unverändert weiter“ nutzen würden. Nur 12 Prozent gaben an „weniger“ Facebook zu nutzen und nur zwei Prozent haben ihren Account bei Facebook gar gelöscht. Die restlichen 59 Prozent gaben an, überhaupt kein Facebook zu nutzen.

Das hier berichtete Quasi-Experiment erhärtet den Eindruck, den solchen Zahlen nahelegen. Das Bekanntwerden des ‚Facebook-Skandals‘ um Cambridge Analytica und den Verlust großer Datenmengen an persönlichen Nutzerinformationen sowie der Vorwurf hierdurch Einfluss auf den US-amerikanischen Wahlkampf genommen zu haben, schlägt sich

in der durchweg positiven Haltung der deutschen Bevölkerung gegenüber der Digitalisierung nicht nieder.

Die Bereitschaft zum Digitalisierungsoptimismus erscheint insoweit unerschütterlich, jedenfalls solange nichts Schlimmeres passiert. Aber was sollte das sein? Die Frage muss hier unbeantwortet bleiben. Das vermeintliche „Schlüsselereignis“ im Frühjahr 2018, das die Risiken der Digitalisierung für die Privatsphäre aller Nutzer hat deutlicher werden lassen als selbst der NSA-Skandal und darüber hinaus einen höchstpopulären Dienst betrifft, war jedenfalls keines.

Verweise

¹ Eine Zusammenfassung zum Ablauf der Ereignisse rund um Facebook und Cambridge Analytica findet sich unter folgenden Links: <https://www.dailydot.com/debug/facebook-cambridge-analytica-timeline/> und <https://www.cnbc.com/2018/04/10/facebook-cambridge-analytica-a-timeline-of-the-data-hijacking-scandal.html>.

² Während zunächst von 50 Millionen betroffenen Nutzern berichtet wurde, erhöhte sich die Zahl später auf 87 Millionen. Zudem wurde bekannt, dass rund 300.000 deutsche Nutzer betroffen waren. Diese Informationen erreichten allerdings erst Anfang April 2018 und somit nach Ende der Feldzeit am 28. März 2018 die Öffentlichkeit. Siehe hierzu: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/facebook-daten-cambridge-analytica-103.html>

³ Um mögliche Unterschiede zwischen den einzelnen Frageitems des Konstrukts „Digitalisierungsbereitschaft“ auszuschließen, wurden die einzelnen Indikatoren separat analysiert. Die Ergebnisse zeigen, dass es keine Unterschiede zwischen den Gruppen mit Blick auf die einzelnen Frageitems gibt.

⁴ Unter Verwendung des Suchworts „Cambridge Analytica“.