

Twitter & Trump - die Geister, die ich rief?



Die Sperrung des amerikanischen Präsidenten lenkt den Blick auf das rechtlich wie politisch ungelöste Spannungsfeld zwischen der Macht und Verantwortung der Unternehmen und dem Primat der Politik. Eine Kolumne.

Als Twitter, Facebook und andere Social Media Plattformen nach dem unfassbaren Sturm auf das amerikanische Kapitol beschlossen, die Konten des amerikanischen Präsidenten zu sperren, damit dieser seine Anhänger nicht zu weiteren Schandtaten anstacheln könne, empfand wohl beinahe jeder zunächst Erleichterung, der mit Schrecken das schmutzige Spiel beobachtet hatte, das der amerikanische Präsident mit der Demokratie des Landes spielt. Durch diese schlichte, aber äußerst effektive Entscheidung der Unternehmen wurde dem (immer noch amtierenden) Präsidenten der Vereinigten Staaten von Amerika quasi ein Maulkorb verpasst. Dies geschah vor dem Hintergrund der von zehn ehemaligen Verteidigungsministern sowie juristischen Experten öffentlich geäußerten Sorge, dass der Präsident seine Social Media Kanäle missbrauchen könnte, um einen Aufstand zu provozieren, der ihm sodann nach dem U.S. Insurrection Act erlauben würde, die Streitkräfte einzusetzen und den Machtwechsel zu torpedieren.

In den folgenden Tagen wurde jedoch aus zwei gegenläufigen Richtungen Kritik an dem Verhalten der Netzwerke laut. Einerseits hieß es, sie hätten Trumps Konten schon viel früher sperren können (und müssen), wenn sie ihre Verantwortung zur Unterbindung von Falschmeldungen, Hass und Hetze ernst genommen hätten; die Sperrung (erst) zum jetzigen Zeitpunkt erscheine daher vor allem opportunistisch motiviert. Andererseits wurde die Frage laut, ob es tatsächlich Ausdruck unternehmerischer Verantwortung ist, wenn Internet-Konzerne ihre technische und ökonomische Macht auf diese Weise einsetzen - oder ob es nicht vielmehr eine Ungeheuerlichkeit sei, dass eine Handvoll Silicon-Valley-Milliardäre ohne jede demokratische Legitimation die Meinungsfreiheit eines Mannes einschränken, der mit den Stimmen von 63 Millionen Amerikanern zum Präsidenten gewählt worden war.

Die Politik kann unternehmerische Verantwortung nicht zugleich einfordern und kritisieren

Angela Merkel ließ verlauten, sie halte dieses Vorgehen für "problematisch". Frankreichs Wirtschaftsminister Bruno Le Maire verlangte, solche Entscheidungen nicht länger Privatunternehmen zu überlassen. Die digitale Oligarchie sei eine Bedrohung von

Staaten und Demokratien. Aber wer hätte die Entscheidung in dieser Situation treffen sollen? Der Vorstandsvorsitzende von Twitter stand zu seiner Entscheidung, die er aufgrund der außerordentlichen Umstände zur Wahrung der öffentlichen Sicherheit als gerechtfertigt ansah. Er räumte jedoch ein, dass sie einen gefährlichen Präzedenzfall schaffe, der die enorme Macht zeige, die Einzelne oder Unternehmen über einen Teil des globalen öffentlichen Diskurses hätten. Bei aller Empörung macht man es sich von politischer Seite zu einfach, die Sperrung von Trumps Social Media Kanälen als einseitige Machtanmaßung der Konzerne zu brandmarken.

Schließlich hat die Politik diese Geister unter den Überschriften "Corporate Responsibility" und "Gatekeeper-Verantwortung" selbst gerufen. Es ist internationaler Konsens, auch der Bundesregierung, dass Unternehmen Verantwortung übernehmen sollen, wenn und soweit öffentliche Stellen nicht willens oder in der Lage sind, ihrer politischen Verantwortung nachzukommen, insbesondere für die Menschenrechte. Bei derartigen "weak governance zones" wird üblicherweise an Länder der Dritten Welt gedacht. Aber was, wenn in den Vereinigten Staaten ein Präsident Zustände wie in einer Bananenrepublik erzeugt, und wenn die Social-Media-Unternehmen (und womöglich nur sie) das entscheidende Mittel haben, um ein weiteres Aufwiegeln und Blutvergießen zu verhindern? Ist es dann nicht legitim und unter dem Gesichtspunkt unternehmerischer Verantwortung geradezu erforderlich, dass sie den Präsidenten unter Verweis auf die auch von ihm akzeptierte Nutzungsordnung ausschließen?

Wer soll die Regeln künftig (um)setzen?

Der Fall verdeutlicht ein rechtlich und politisch in mehrfacher Hinsicht ungelöstes Konfliktfeld: Unternehmerische Verantwortung und unternehmerische Macht sind zwei Seiten einer Medaille. Je weiter die Verantwortung in den Bereich des Ordre Public ausgedehnt wird, desto mehr werden Unternehmen zu Konkurrenten um politische Macht. Ursprünglich war Twitter nur eine Plattform, die Meinungsfreiheit unreglementiert zuließ. In dem Maße, in dem Social Media Dienste für die Inhalte ihrer Nutzer verantwortlich gemacht werden, bestimmen sie qua Nutzungsordnung über die Realisierung von Grundrechten, und damit über wesentliche Voraussetzungen eines demokratischen Gemeinwesens.

Eine zentrale Frage ist daher, von wem und in welchem Verfahren die Nutzungsordnungen künftig definiert werden sollen, insbesondere in Anbetracht der globalen Präsenz und Macht der Social Media Unternehmen. Trumps Sperrung zeigt, dass dies nicht den Unternehmen allein überlassen werden sollte. Die Verständigung auf europäischer Ebene über einen "Digital Services Act" und einen "Digital Markets Act" ist wichtig und richtig, aber europäische Gesetze hätten am Kapitol nichts geholfen. Der Vorstandsvorsitzende von Twitter fordert daher zu Recht, dass ein neuer Standard für Social Media entwickelt werden muss. Die Gesellschaft muss die Rahmenordnung vorgeben. Wer übernimmt die Führung?

HINWEIS:

Der Beitrag wurde zuerst veröffentlicht in F.A.Z. Einspruch!

16.01.2021

Die Autorin



Dr. Birgit Spiesshofer

Dr. Birgit Spiesshofer M.C.J. (NYU) ist Rechtsanwältin bei der internationalen Kanzlei Dentons und Privatdozentin an der Universität Bremen. Sie berät, forscht, publiziert und lehrt im Bereich Internationales Wirtschaftsrecht und Unternehmensethik, Compliance, Nachhaltigkeit und CSR. Sie ist u.a. Autorin des Grundlagenwerks 'Unternehmerische Verantwortung. Zur Entstehung einer globalen Wirtschaftsordnung' (engl Ausgabe.: 'Responsible Enterprise'). Sie ist Vorsitzende des Ausschusses 'Compliance und CSR' des Deutschen Anwaltverein und war Chair u.a. der CSR-Committees der International Bar Association und des Council of Bars and Law Societies of Europe. Sie ist u.a. Mitglied von gaemogroup 'Corporate Responsibility International' und der CSR and Anti-Corruption Commission sowie der Energy and Environment Commission der International Chamber of Commerce. Von 1995 bis 2010 war sie Partnerin der Kanzlei Hengeler Mueller.