

Neue Zürcher Zeitung International / 26.04.2024

US-Ultimatum an Tiktok

# Eine plumpe und stumpfe Waffe

ANDRÉ MÜLLER

Das amerikanische Parlament setzt den Tiktok-Eigentümern die Pistole auf die Brust: Verkauft eure App in neun Monaten, oder löst euch auf! Mit dem neuen Gesetz gegen die beliebte Videoplattform fährt die Politik scharfes Geschütz auf – zu scharfes. Die Verkaufs- und Verbotsorder verstösst gegen zentrale Rechtsgrundsätze und wird die realen Probleme, welche Tiktok in den USA bereitet, nicht lösen.

Tatsächlich bringen die Befürworter des Verbots valable Argumente ein. Hinter Tiktok steckt ein chinesisches Unternehmen, das zumindest unter indirektem politischem Einfluss der Regierung in Peking steht. Es wäre blauäugig, zu glauben, dass die chinesische Führung soziale Netzwerke nicht als Vektor zum Erreichen politischer Ziele betrachtet. Nicht umsonst liess sie alle grossen amerikanischen Plattformen – Instagram, Facebook oder Youtube – in China selbst verbieten. Die fehlende Reziprozität ist stossend und spricht dafür, den Druck gegen China aufrechtzuerhalten, bis es westliche Plattformen zulässt.

Tiktok mag zwar ein sehr junges Unternehmen sein, hat aber tatsächlich Einfluss erlangt. Dass es seine amerikanischen Nutzer gegen den Bann zu

mobilisieren versucht hat, verdeutlichte das – und war insofern sehr ungeschickt.

Dass Aussenstehende kaum Einblick erhalten, wie der Empfehlungsalgorithmus im Herzen der App funktioniert, verschärft das Problem. Wer kann schon garantieren, dass Tiktok nicht im Geheimen darauf hinwirkt, dass amerikanische Nutzer mehr Panda-Videos aus China sehen und dafür weniger Beiträge über das Tiananmen-Massaker von 1989 oder die Unterdrückung der uigurischen Minderheit in Xinjiang? Oder dass Beiträge, die zeigen, wie der amerikanische Präsident Joe Biden von seinem Fahrrad fällt, in der entscheidenden Phase des Wahlkampfs im Herbst den Tiktok-Nutzern plötzlich öfter vor die Nase gesetzt werden?

Bei Tiktok treten zudem Probleme zutage, die auch andere soziale Netzwerke umtreiben. Es verdichten sich Hinweise aus der Forschung, dass diese sich negativ auf das Selbstwertgefühl und die psychische Gesundheit insbesondere von Jugendlichen auswirken. Verbringen sie weniger Zeit auf Tiktok, tut ihnen das gut.

Doch die jetzt beschlossene Verkaufsorder – die in einem Verbot in den USA münden kann – ist kein taugliches Mittel, um diese Probleme zu adressieren. Zunächst einmal handelt es sich, wie die Gegner des Verbots immer betonten, tatsäch-

lich um eine Einschränkung der in den USA sonst hoch gewichteten Redefreiheit und um einen starken Eingriff in die freie Wirtschaftsordnung. Es braucht schon sehr gute Gründe, um solche Eingriffe zu rechtfertigen.

Die genannten Gründe sind nicht gut genug. Erstens ist die Macht von Tiktok beschränkt und temporär. Der Markt für soziale Netzwerke ist, wie die letzten 25 Jahre zeigten, sehr dynamisch. Auf dem einstigen Super-Netzwerk Facebook ist heute kaum mehr jemand unter fünfzig Jahren unterwegs, auch einstige Überflieger wie Twitter oder Snapchat stiessen an Grenzen. Tiktok hat insofern kein stabiles Monopol auf die Bildschirmzeit und die Aufmerksamkeit junger Amerikaner.

Die Nutzerdaten von Tiktok werden vom amerikanischen Unternehmen Oracle gespeichert, und China hat keinen direkten Zugriff auf die App. Um zu verhindern, dass die kommunistische Partei Chinas via Tiktok die amerikanischen Wahlen beeinflusst, braucht es eine straffe Regulierung und wachsame Aufseher. Ähnlich lässt sich auch dem Problem beikommen, dass Social Media Jugendliche abhängig machen. In der EU sind Bestrebungen in Gang, gewisse «Belohnungsprogramme» bei Tiktok einzuschränken, damit die App Jugendliche nicht mehr derart stark in den Bann zieht.

Letztlich ist ein Tiktok-Verbot auch im Handelskrieg zwischen den USA und China eine plumpe und ziemlich stumpfe Waffe. Es gibt zielgerichtete Massnahmen, um sich gegen die enormen Subventionen zu wehren, mit denen China etwa seine Solar- oder seine Elektroauto-Branche hochzucht.

Das Ad-hoc-Vorgehen der amerikanischen Politik im Fall Tiktok ist per se ein Problem. Die Grenze dessen, was als «strategische Technologie» zu gelten hat, ist schon schwammig genug, das Tiktok-Gesetz verwischt sie weiter. Profitieren werden amerikanische Konzerne wie Meta oder Alphabet. Das wird Nachahmer dies- und jenseits des Atlantiks anspornen, politischen Schutz für sich zu reklamieren und ausländische Konkurrenten anzuschwärzen.

Das Vorgehen gegen Tiktok öffnet die Tür für noch mehr transaktionale Kraftmeier-Politik, wie sie die USA unter Donald Trump und unter Joe Biden zusehends verfolgt haben. Für Trump, der in Bezug auf Tiktok laviert, könnte sich das Verbot noch als nützlich erweisen. Das Ultimatum endet kurz nach der Inauguration des nächsten amerikanischen Präsidenten. Sollte Trump erneut ins Weisse Haus einziehen, könnte er das drohende Verbot nutzen, um China zu einem neuen «Deal» zu bewegen, der vor allem ihm selbst nützt. Ob das die USA voranbringt, erscheint sehr zweifelhaft.