



Warum gibt es kein europäisches *TikTok*?

1. Die Erfolgsgeschichte von *TikTok* und anderen sozialen Medien

Die Welt der sozialen Medien ist in den letzten zwei Jahrzehnten von einer Handvoll globaler Plattformen dominiert worden.

Facebook wurde 2004 von Mark Zuckerberg und den Studenten Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz und Chris Hughes gegründet. 2003 hatte Zuckerberg allerdings schon die *facemash.com* entworfen, die – und jetzt bitte festhalten - ungefragt Fotos von Studentinnen ins Internet stellte und Seitenbesucher aufforderte, von jeweils zwei zufällig ausgewählten Fotos das attraktivere zu wählen. Ja, so pubertär-sexistisch ging das los. Als *Facebook* entwickelte sich das Ding dann jedoch schnell zu einem weltumspannenden Netzwerk mit Milliarden von Nutzern. Es folgten andere Giganten wie *Twitter* (jetzt *X*), *Instagram* und *Snapchat*, die jeweils neue Ansätze und Funktionalitäten in die Welt der digitalen Kommunikation brachten.

TikTok, das 2016 von der chinesischen Firma *ByteDance* ins Leben gerufen wurde, revolutionierte die Branche durch kurze, hochgradig unterhaltsame Videoformate. Mit einer perfekten Kombination aus nutzerbasierten Inhalten, Künstlicher Intelligenz für personalisierte Empfehlungen und einfacher Bedienbarkeit stieg *TikTok* innerhalb weniger Jahre zu einer der meistgenutzten Plattformen weltweit auf. Heute steht *TikTok* als Symbol für Innovation und modernen Zeitgeist – und gleichzeitig als Vorbild für den massiven Einfluss von Algorithmen auf die Art und Weise, wie Inhalte konsumiert werden.

2. Die Kritik an sozialen Medien

Soziale Medien sind jedoch nicht nur Erfolgsgeschichten. In den letzten Jahren haben sie zunehmend Kritik auf sich gezogen. Datenschutzverletzungen, Manipulation durch Fake News und Desinformationskampagnen, algorithmisch verstärkte Radikalisierung und Monopolstrukturen stehen im Fokus der öffentlichen Debatte.

Facebook wurde beispielsweise durch den Cambridge-Analytica-Skandal erschüttert, bei dem man Daten von Millionen von Nutzern ohne deren Zustimmung für politische Zwecke nutzte. *TikTok* steht heute wegen seiner Verbindungen zur chinesischen Regierung im Kreuzfeuer und wird beschuldigt, Daten von Nutzern unsachgemäß zu speichern oder zu übermitteln. *X* wiederum sieht sich nach der Übernahme durch Elon Musk mit Vorwürfen konfrontiert, Desinformation nicht konsequent zu bekämpfen und rechtsradikale Inhalte zu fördern.

Darüber hinaus verstärken soziale Netzwerke durch ihre in der Regel intransparenten Algorithmen oft extreme Standpunkte oder Inhalte, die emotional aufwühlend sind. Dadurch soll die Nutzerbindung maximiert werden. Das hat soziale und politische Spannungen verschärft und den Ruf der Plattformen stark beeinträchtigt. Gleichzeitig werden Öffentlichkeitsräume zunehmend von privatwirtschaftlichen Akteuren kontrolliert, was Fragen zur digitalen Souveränität und Demokratie aufwirft.

3. Wo bleibt das europäische Pendant?

Angesichts dieser Probleme und der dominanten Rolle US-amerikanischer und chinesischer Anbieter stellt sich mir eine zentrale Frage:

Warum gibt es kein europäisches *TikTok*, *Facebook* oder *X*?

Europa hat mit dem Digital Services Act (DSA) und der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zwar einige der strengsten und fortschrittlichsten Regeln für den Umgang mit digitalen Plattformen geschaffen. Dennoch fehlt ein global wettbewerbsfähiger Anbieter, der "Made in Europe" ist.

Ein Grund hierfür mag die unterschiedliche Marktdynamik sein: In den USA und China gibt es oft mehr Risikokapital und ein unternehmerfreundlicheres Umfeld, das Startups ermöglicht, schnell zu wachsen und international zu expandieren. Europa hingegen hat eine fragmentierte Marktsituation mit unterschiedlichen Sprachen, Kulturen und rechtlichen Vorschriften. Während Innovation in der EU zweifelsohne existiert, fehlt es oft an den Bedingungen, um große Ideen global erfolgreich zu machen.

Ein weiterer und für mich entscheidender Faktor ist die häufig höhere regulatorische Belastung in Europa. Unternehmen müssen hier von Anfang an umfassende Compliance-Standards erfüllen, während in anderen Regionen oft schneller experimentiert und skaliert werden kann.

Ein Aufruf zur Handlung

Europa steht an einem Scheideweg. Es hat das Potenzial, ein Modell für verantwortungsvolle, transparente und innovative digitale soziale Medien-Plattformen zu schaffen.

Dass das technisch und von den Talenten her möglich ist, zeigen digitale Plattformen im Handel: *Zalando*, *Eventim*, *Hallo Fresh*, *Just Eat Takeaway (Lieferando)* oder *Delivery Hero* sind europäische Erfolgsgeschichten. Vier von ihnen kommen sogar aus Deutschland, drei davon aus Berlin.

Nur bei sozialen Medien tut sich nix. Meine Vermutung: Das liegt vor allem an der bürokratischen Datenschutz-Überregulierung, die bei uns vielleicht nicht jede, aber zu viel Initiative im Keim erstickt.

Das muss anders werden!

Eure Ina Borckmann

