

bei 60 000 Euro bekommen haben, plus Erfolgsbeteiligung für Bettina Wulff, falls es das Werk auf die Bestseller-Listen schafft.

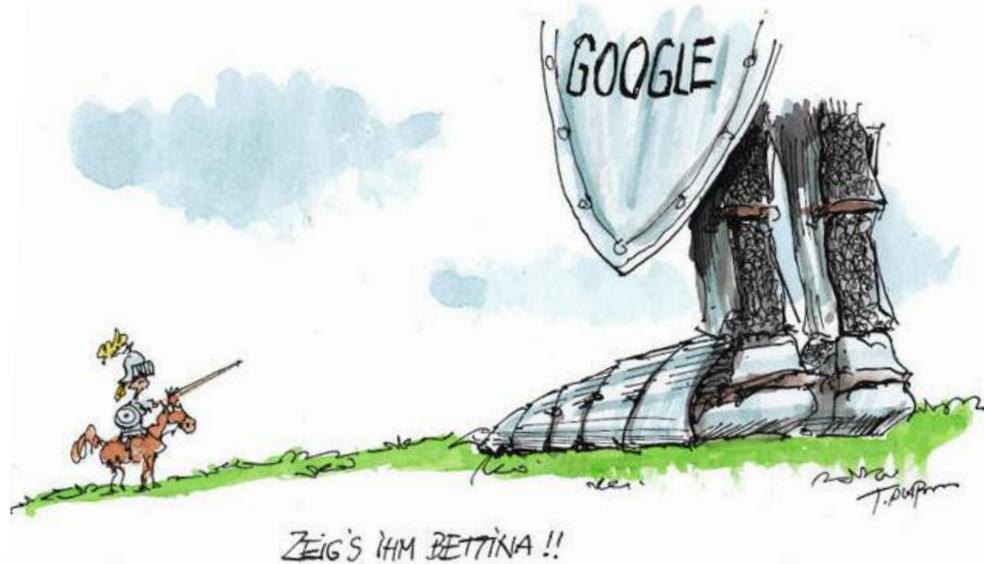
Dafür lässt sich Bettina Wulff in einer genau durchgetakteten Werbekampagne bis zur Penetranz vermarkten. Als der SPIEGEL bereits Ende August meldete, dass sie dem „Stern“ und der „Berliner Zeitung“ untersagen ließ, Gerüchte über ihre Vergangenheit zu kolportieren, war ihr Anwalt über den Zeitpunkt offenbar nicht erfreut. Das war wohl zu früh. Eine große Reportage in der „Süddeutschen Zeitung“ am 8. September, eine halbe Woche vor Verkaufsstart, passte da schon besser. Sie handelte von diesen Rotlicht-Gerüchten, die seit Jahren über Bettina Wulff umherlaufen – ein Thema, das auch im Buch breiten Raum einnimmt. Wenn Zeitpunkt und Sujet der Geschichte nicht abgestimmt gewesen sein sollten, dann war es für Bettina Wulff ein schöner Zufall. Geradezu perfekt. Am Montag schrieb so gut wie jede Zeitung im Land die Geschichte nach.

Die Rotlicht-Gerüchte gehören tatsächlich zum Schmutzigsten, was in der deutschen Politik in den vergangenen Jahren kursierte, und es steht außer Frage, dass Bettina Wulff hier zum Opfer geworden ist. Denn keiner, der die Gerüchte anheizte, lieferte einen Beleg dazu. Sie waren deshalb bodenlos, sie sind es bis heute.

Weitererzählt wurden sie trotzdem, unter der Hand, sie gingen umher wie eine Partydroge, erregend, enthemmend, aufputschend; sie grassierten wie ein Infekt, ansteckend, schädlich. Überträger waren neben vielen Journalisten unter anderen ein Ex-Minister der SPD, zwei amtierende Minister der CDU, der Manager eines Energiekonzerns, der Chef eines Handelskonzerns, der Lobbyist einer Unternehmensberatung, sogar der Repräsentant einer Glaubensgemeinschaft. Die meisten von ihnen kamen aus Hannover, einer Stadt, in der sich Gerüchte wie auch jenes um die Promillefahrt der Ex-Bischöfin Margot Käßmann besonders gut vermehren. Aber auch im geschwätzigen Berlin gab es genug, die behaupteten, ganz genau zu wissen, was sie allenfalls erzählt bekommen hatten.

Deshalb hat jeder, der so etwas weitertrug, Bettina Wulff die Ehre abgeschnitten. Nun hat sie klargestellt: Sie hat sich nie prostituiert, nie ihren Körper verkauft. Dass sie das in diesem Buch sagen wollte, obwohl sich für diese Gerüchte kaum noch einer interessierte, hat jeder zu respektieren.

Für alles andere gilt: Eine Frau kann sich auch verkaufen, ohne ihren Körper zu verkaufen. Sie kann ihr Privatleben verkaufen, das ihrer Familie. Das Ansehen des höchsten Staatsamtes. Die eigene Würde. Indem sie so ein Buch schreibt. Dafür sollte jeder Respekt fehlen.



INTERNET

## Der Verleumdungs-Automat

Suchmaschinen versuchen zu erraten, was ihre Nutzer finden wollen. Nicht nur bei der Eingabe von „Bettina W.“ wirken die Vorschläge als Gerüchteschleuder. *Von Stefan Niggemeier*

**D**as Elend beginnt mit der amerikanischen Servicementalität. Vermutlich muss man sich Google wie eine etwas übereifrige Bedienung vorstellen. „Gönnen Sie Ihren Fingern eine Pause“, sagt der freundliche Suchmaschinenanbieter. Ab dem ersten Buchstaben, den wir ins Suchfenster tippen, errät er mit großer Eilfertigkeit, was wir wohl meinen. „S“: „Spiegel“? „Samsung“? „Sparkasse“? „Skype“?

Es ist die pure Hilfsbereitschaft, aber für Bettina Wulff ist es der Horror. Die Ehefrau des früheren Bundespräsidenten will, dass die Suchmaschine während der Eingabe ihres Namens keine Begriffe mehr vorschlägt, die sie als verleumderisch empfindet. Es geht in diesem Fall nicht um die Suchergebnisse, sondern um die Vervollständigungsfunktion, die Google und auch Konkurrenten wie Bing und Yahoo anbieten. Bei Bettina Wulff genügt es inzwischen, die ersten Buchstaben ihres Namens einzugeben, um Suchvorschläge wie „bettina wulff prostituierte“, „bettina wulff escort“ und „wulff rotlichtmilieu“ zu erhalten.

Google tut so, als wäre das unvermeidlich. „Die bei der Google-Autovervollständigung sichtbaren Suchbegriffe spiegeln die tatsächlichen Suchbegriffe aller Nutzer wider“, sagte ein Sprecher. Andererseits sprach er vom „algorithmisch

erzeugten Resultat mehrerer objektiver Faktoren, inklusive der Popularität der eingegebenen Suchbegriffe“, was ungleich komplexer und typisch vage klingt, aber immer noch auf dasselbe Schulterzucken hinausläuft: Einem Automatismus kann man keine Verleumdung vorwerfen. Die Maschine bildet nur ab, was ist. Es ist nicht ihre Schuld, wenn jemandem das Rechenergebnis nicht passt.

Google beeinflusst zunehmend, wie wir die Welt wahrnehmen. Wovor haben wir mehr Angst: dass dahinter die Rechenprozesse einer gnadenlosen Maschine stehen? Oder die undurchsichtigen, willkürlichen Entscheidungen eines amerikanischen Großkonzerns?

Beides ist zum Fürchten. Und im Fall von Google kommt beides zusammen.

Die Anzeige der Vorschläge beruht nämlich keineswegs, wie der Google-Sprecher suggeriert, allein auf objektiven Berechnungen. Selbst wenn es so wäre: Dass die Maschine es nicht böse meint, bedeutet nicht, dass sie nicht Böses bewirkt.

Die Vervollständigungsfunktion, deren Nützlichkeit Google so treuherzig als Fingerschonung anpreist, trägt unbestreitbar dazu bei, Gerüchte zu verbreiten.

Angenommen, jemand beginnt ahnungslos nach „Bettina Wulff“ zu suchen und bekäme dann als Ergänzung die Be-

griffe „Prostituierte“, „Hannover“ und „Kleid“ angeboten – worauf würde er wohl, unabhängig von seinem eigentlichen Suchinteresse, klicken?

Und jeder, der auf den am aufregendsten klingenden Vorschlag klickt, vergrößert die Beliebtheit dieser Anfrage und damit die Wahrscheinlichkeit, dass auch andere in Zukunft diesen Vorschlag sehen.

Vielleicht ist das ein Grund, warum uns diese Maschine und ihre Algorithmen unheimlich sind: weil sie menschliches Verhalten so gnadenlos sichtbar machen. Dass Google eine Gerüchteschleuder ist, liegt daran, dass Menschen Gerüchteschleudern sind. Wenn wir erfahren, dass es ein Gerücht über Bettina Wulff gibt, wollen wir es kennen.

Wer hat eigentlich die einschlägigen Begriffe durch eifrige Suche so populär gemacht, dass sie überhaupt zum ersten Mal in den Vervollständigungsver-schlängen auftauchten? Denn dafür reicht es ja nicht aus, dass diese haltlosen Gerüchte auf einer obskuren Seite in irgendeiner dunklen Ecke des Netzes stehen. Womöglich waren es die Politiker und Journalisten, die sich die Geschichten über das angebliche Vorleben von Frau Wulff über viele Monate hinter vorgehaltener Hand erzählt und dabei so lange nach Details im Internet gesucht haben, bis die Algorithmen von Google und den anderen Suchmaschinen daraus schlossen, dass es hilfreich wäre, Leuten, die nach „Bettina Wulff“ suchen, „Prostituierte“ vorzuschlagen, so wie es Leuten, die „iph“ eintippen, „iphone 5“ empfiehlt.

Wer nach „Angela Merkel“ sucht, bekommt je nach eigenem Standort als Ergänzung „Zeuthen“ angezeigt und landet, wenn er den ersten Ergebnissen dazu folgt, bei halb-skeptischen Zeitungsartikeln über das Gerücht, dass die Kanzlerin in diesen Ort südöstlich von Berlin ziehen wolle.

Wer aber bis vor kurzem den Suchvorschlägen zu Bettina Wulff folgte, fand keine Zeitungsartikel, keine professionellen Recherchen oder Dementis, sondern nur das Gerücht selbst. Wer wollte –

und im Internet gibt es genug Leute, die dazu neigen –, konnte in dem dröhnenden Schweigen der klassischen Medien über das, von dem das Internet voll zu sein schien, eine Verschwörung sehen. Dass über die Sache nicht berichtet wurde, ließ das Gerücht für seine Verbreiter noch plausibler erscheinen.

Tatsächlich gab es offenbar eine stillschweigende Übereinkunft von Journalisten, abgesehen von vereinzelt Geräune, nicht über das Gerücht zu berichten, obwohl so viele es kannten. Auch eine kritische Erörterung mit dem Ziel, es zu widerlegen, war tabu – sicherlich auch aufgrund der Sorge, dass Frau Wulff dagegen vorgehen würde.

Der Fall zeigt, wie gefährlich es in Zeiten des Internets sein kann, wenn klassische Medien über ein Thema nicht berichten – und sei es mit den besten Absichten. Das Gerücht über die Vorge-

schichte von Frau Wulff bekam nämlich dann eine besondere Brisanz und scheinbare Glaubwürdigkeit, als bekannt wurde, dass ihr Mann, der Bundespräsident, sich vom „Bild“-Chefredakteur unter Druck gesetzt fühlte. Wer das Gerücht schon einmal gehört hatte, meinte plötzlich ahnen zu dürfen, dass es Wulff gar nicht nur um die Berichterstattung über den Hauskredit gegangen sein könnte, sondern um die vermeintliche Rotlichtvergangenheit seiner Frau. Das ließ sich nicht dementieren, weil ja das Gerücht schon tabu war.

Google wirbt für seinen Browser Chrome mit dem Slogan: „The web is what you make of it“ – das Netz ist, was wir daraus machen. Das beschreibt treffend den Effekt der Vervollständigungs-funktion: Je mehr wir nach dunklen Geheimnissen suchen, umso mehr dunkle Geheimnisse werden auch andere entdecken.

Andererseits wäre es falsch, in den Vorschlägen eine Tatsachenbehauptung zu sehen und in jeder inhaltlich falschen Verknüpfung etwas Negatives. Wer nach „Jogi Löw“ sucht, bekommt von Google zwar „schwul“ als Ergänzung vorgeschlagen. Die ersten Suchergebnisse aber führen zu Texten, in



**Automatische Vervollständigung bei Suchmaschinen**  
*Den Fingern eine Pause*

denen Löw diesem Gerücht widerspricht. Ist es gut oder schlecht, dass Google auf diese Weise zur Verbreitung sowohl eines Gerüchts als auch seines Dementis beiträgt?

Und welche Begriffe dürften Suchmaschinen im Zusammenhang mit dem Namen Bettina Wulff nicht mehr vorschlagen, um nicht Ahnungslose auf eine Verleumdung zu stoßen und sich, wie Wulff vor Gericht argumentiert, einer falschen Tatsachenbehauptung schuldig zu machen? Auf der Tabuwörterliste, die ihr Anwalt vorgelegt hat, steht nicht nur der konkrete Name eines Bordells, sondern auch die Formulierung „wildes Vorleben“. Es erscheint unmöglich, sämtliche Begriffe zu erfassen, die jedes mögliche Wort, das indirekt wieder auf das inkriminierte Gerücht hinweist, ausschließt.

Für die Suchmaschinen ist das nicht nur eine Frage der Praktikabilität, sondern eine des Prinzips. Sie bestreiten, dass eine Begriffskombination, die der Algorithmus als Vorschlag generiert, eine Tatsachenbehauptung darstellt. Und vor

## Google will keine Verantwortung für das übernehmen, was die Leute suchen oder finden.

allem bestreiten sie, dass sie für die Wortkombinationen, die sich ergeben, verantwortlich sind. Die Inhalte, die sie anzeigen, sind die Inhalte von anderen – in diesem Fall von anderen Nutzern der Suchmaschine.

Google will keine Verantwortung für das übernehmen, was die Leute suchen, und für das, was sie finden.

Trotzdem können die Suchmaschinen redaktionell eingreifen in den Mechanismus und tun es auch schon. Bei der automatischen Vervollständigung gelten „strenge Richtlinien hinsichtlich der Entfernung von Pornografie, Gewalt, Hassreden und Begriffen, die häufig für die Suche nach Inhalten verwendet werden, die gegen Urheberrechte verstoßen“, heißt es auf der Hilfe-Seite dazu. Wörter wie „Bombe“, „Porno“ oder „Torrent“ (ein Begriff zur Suche von Inhalten in Tauschbörsen) schlägt Google zur Vervollständigung grundsätzlich nicht vor, egal wie beliebt sie sind. Bing und Yahoo haben abweichende Kriterien, aber schließen ebenfalls Vorschläge aus.

Die Anbieter von Suchmaschinen erkennen also offenkundig an, dass es problematisch sein kann, ihren Nutzern bestimmte Begriffe nahezu legen, und ziehen daraus sogar entsprechende Konsequenzen. Die Kriterien, wann sie das opportun finden, bleiben aber im Verborgenen.

Warum sollten etwa die Interessen der Filmindustrie, die niemanden auf den Gedanken bringen will, nach „Torrents“ von ihren Werken zu suchen, schwerer wiegen als die Persönlichkeitsrechte von Frau Wulff?

Andererseits sind die Vorschläge, die der Google-Algorithmus macht, oft gerade dann im Interesse der Nutzer, wenn sie nicht im Interesse des Betroffenen sind. Ein Anbieter, der mit dubiosen Methoden Unternehmer dazu bringt, sich für viel Geld in ein Branchenbuch eintragen zu lassen, klagte gegen Google, weil hinter seinem Namen Suchvorschläge wie „Abzocke“ und „Betrug“ auftauchten. Das Oberlandesgericht München entschied, dass die Vorschläge keine eigenen Inhalte von Google darstellen, sondern bloß „fremde Inhalte, nämlich Suchanfragen zeitlich vorangehender Nutzer der Suchmaschine“, und wies die Klage zurück. Ähnliche Fälle in Frankreich und Italien hat Google allerdings verloren.

Die Auseinandersetzung ähnelt dem juristischen Streit zwischen Max Mosley und Google (SPIEGEL 35/2012). Der frühere Präsident des Weltmotorsportverbands will, dass Google illegale Fotos von ihm im Netz nicht mehr auffindbar macht: Sie sollen automatisch aus den Suchergebnissen gelöscht werden. Schon dieser Fall führt in ein komplexes Dilemma, ob es gut ist, wenn Google seine Suchergebnisse kontrollieren muss – gut für den Konzern, gut für die Betroffenen, gut für die Gesellschaft? Den Film „Unschuld der Muslime“, der in der islamischen Welt für Zorn und Gewalt gesorgt hat, hat die Google-Tochter YouTube aus eigener Entscheidung in Ägypten und Libyen gesperrt (siehe Seite 102).

Der Streit um die Vervollständigungsfunktion basiert auf demselben Grundkonflikt. Sie verschärft ihn aber noch, weil der einzelne Nutzer nicht aktiv nach möglicherweise justitiablen Inhalten suchen muss, sondern durch Google überhaupt erst darauf gebracht wird.

Wenn aus der passiven Suchmaschine eine aktive Hinweismaschine wird, macht das die heikle Rolle von Google als Medium, durch das die Wirklichkeit wahrgenommen und bestimmt wird, noch komplexer. Ein Gesetz oder eine Rechtsprechung, die die damit verbundenen Konflikte gerecht und praktikabel lösen, sind schwer vorstellbar.

Dabei scheinen die Probleme, die die Vervollständigungsfunktion den Betroffenen, aber letztlich auch Google bringt, in keinem Verhältnis zu stehen zu dem Vorteil, den sie den Nutzern verschaffen: ein bisschen Bequemlichkeit, Geschwindigkeit, eine „Pause für die Finger“.

Google könnte dieses Angebot einfach abschalten, ohne seine Funktionalität als Suchmaschine ernsthaft zu beeinträchtigen. Aber sich dem zu verweigern ist natürlich auch: eine Frage des Prinzips. ♦