

Die Facebook Erfolgsgeschichte



In diesem Kapitel ...

- ▶ Wie alles begann
- ▶ Wie kam es zu dem Namen »Gesichtsbuch«?
- ▶ Vom Studentenprojekt zur Weltmarke

An den Universitäten in den USA erhalten die meisten Erstsemester ein dünnes Büchlein überreicht, in dem die Namen und Gesichter aller Personen, die sich zur selben Zeit eingeschrieben haben, abgebildet sind. Diese Jahrbücher oder auch *Gesichtsbücher* eignen sich gut, um den Studenten, die man auf dem Campus gesehen hatte, die richtigen Namen zuzuordnen oder um Freunden bestimmte Leute zu zeigen. Doch die Gesichtsbücher weisen einige Schwachstellen auf. Falls jemand kein Foto eingereicht hatte, gibt es dort eine Lücke. Die Büchlein sind nach den ersten paar Jahren veraltet, denn viele Studenten veränderten in dieser Zeit ihr Aussehen drastisch. Außerdem sind diejenigen nicht enthalten, die an diese Hochschule gewechselt oder sich in einem anderen Jahr eingeschrieben haben. Und zudem sind darin auch nur wenige Informationen über den Einzelnen zu finden.

Im Februar 2004 startete Mark Zuckerberg als Student im 2. Studienjahr an der Harvard University die Online-Version eines »Buches«, in dem Studenten ihre Fotos und persönlichen Daten hochladen konnten. Dadurch wurden viele der Nachteile der gedruckten Gesichtsbücher gelöst. Die Fotos sind immer aktuell und es können mehr persönliche Informationen veröffentlicht werden. In einer früheren Version der Webseite namens www.facemash.com stand ein Bewertungssystem für das Aussehen der Studenten im Vordergrund. Teilweise wurden auch Bilder ohne Genehmigung der jeweiligen Studenten und Studentinnen hochgeladen. Dies wurde zwar nach Beschwerden geändert. Allerdings steht Facebook seit dieser Gründungszeit immer wieder in der Kritik von Datenschützern.

Innerhalb von nur einem Monat hatte mehr als die Hälfte der Harvard-Studenten ein eigenes Profil erstellt. Danach tat sich Mark Zuckerberg mit Dustin Moskovitz, Chris Hughes und anderen zusammen, die ihm dabei halfen, die Website

auch auf weitere Hochschulen auszudehnen. Eine der Autorinnen dieses Buches, Carolyn Abram, war die erste Studentin außerhalb von Harvard, die ein Konto bekam. Im Sommer des gleichen Jahres zogen Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz und Andrew McCollum, ein weiterer Mitarbeiter, mit der Firma nach Palo Alto in Kalifornien um, wo sowohl die Website als auch das Unternehmen stetig wuchs. Im Dezember 2004 hatten sich auf der Website bereits über eine Million Studenten registriert. Jedes Mal, wenn Facebook für eine neue Bevölkerungsschicht freigegeben wurde – zunächst für Oberstufenschüler, dann Mitglieder von beruflichen Netzwerken und schließlich für jeden –, stieg der Anteil derer immer weiter, die sich auf der Website registrierten. Ende 2006 konnte Facebook mehr als zehn Millionen Nutzer verzeichnen. Das Jahr 2007 klang mit mehr als 50 Millionen aktiven Nutzern aus (*Aktive Nutzer* werden definiert als sogenannte »unique accounts«, die innerhalb der letzten 30 Tage auf ihr Facebook-Konto zugegriffen haben). Facebook gehört inzwischen zu den fünf am häufigsten besuchten Websites der Welt. In Deutschland liegt die Facebook Website sogar auf dem zweiten Rang, gleich hinter Google. Mehr als eine Milliarde Menschen weltweit und über 25 Millionen Deutsche nutzen inzwischen Facebook. Keine andere Website hat innerhalb von so kurzer Zeit derart viele Menschen erreicht. Bei aller ernstzunehmenden Kritik, die gerade auch in Deutschland an Facebook geübt wird, so muss man Mark Zuckerberg zugestehen, dass er mit Facebook ein Phänomen geschaffen hat, das aus der Internetwelt nicht mehr wegzudenken ist.

Im Februar 2012 ging Facebook an die Börse. Die Erwartungen der Marktteilnehmer waren sehr hoch. Nach dem Börsengang verlor die Aktie gegenüber dem Ausgabekurs deutlich an Wert, was sich auf die weitere Verbreitung von Facebook allerdings nicht negativ auswirkte. Einen schnellen Gewinn konnten die Erstkäufer der Aktie allerdings nicht machen.

Die Facebook Geschichte ist inzwischen sogar verfilmt worden. Am 24. September 2010 feierte der Film »The Social Network« Premiere. Im Mittelpunkt dieser filmischen Darstellung der Geschichte von Facebook stehen Mark Zuckerberg und seine Mitgründer in der Anfangsphase. Wenn Sie sich mit der Geschichte von Facebook auf unterhaltsame Weise beschäftigen möchten, sollten Sie diesen Film anschauen. Allerdings hält sich der Film nur eingeschränkt an die Wahrheit. Mark Zuckerberg selbst hat nicht an dem Film mitgewirkt. Er fühlte sich in der Geschichte zu sehr als jemand dargestellt, dem es nur darauf ankam, Frauen kennenzulernen.

Internationale Expansion

Facebook wurde in den USA zunächst an Universitäten gestartet und später auf weiterführende Schulen des Landes ausgeweitet. Von daher gab es bis zum Herbst 2006 (als Facebook bereits für die Allgemeinheit freigegeben worden war) auch keine Websites in anderen Ländern. Als Facebook sich schließlich nach Kanada und Großbritannien vorwagte, legte es dort ein sehr schnelles Wachstum hin. Viele sehen den Grund für die sofortige Beliebtheit in diesen Ländern darin, dass Kanadier und Briten (und hier und da auch einige Norweger) nicht dieselbe vorgefasste Meinung wie US-Amerikaner hatten: Facebook – das ist doch bloß was für Studenten. In den USA hatte man den Hype um Facebook bereits zwei Jahre lang beobachtet, ein Zeitraum, in dem es Studenten vorbehalten war. Dieser Mangel erwies sich als enorme Hürde für Facebook beim erwünschten Wachstum bei älteren US-amerikanischen Bevölkerungsschichten. In den letzten Jahren ließ sich allerdings bei den Facebook-Nutzern aus der Gruppe der über 35-Jährigen das schnellste Wachstum feststellen, und die Vorstellung, Facebook sei doch nur etwas für Jugendliche und Studenten, gehört inzwischen der Geschichte an.

Den nächsten großen Sprung in Sachen Wachstum machte Facebook Anfang 2008, als sich Facebook auch für andere Sprachen öffnete. Zur Einführung von weiteren Sprachversionen nutzte Facebook zu dieser Zeit vor allem die eigenen Nutzer. Daher führte das Unternehmen die Anwendung FACEBOOK TRANSLATION APPLICATION ein. Dort kann jeder Nutzer, der zwei Sprachen (Englisch und eine andere) spricht, sich freiwillig melden, um Facebook in andere Sprachen zu übersetzen. Den Freiwilligen werden verschiedene englische Texte von der Website gezeigt und sie können dann entweder eine Übersetzung dazu liefern oder über von anderen vorgeschlagene Übersetzungen abstimmen.

Sobald für eine vorgeschlagene Übersetzung genügend Stimmen eingegangen sind, wird sie als Text online gestellt, den andere in dieser Fremdsprache bei der Benutzung sehen. Sie können sich auf der Website registrieren und dann die Sprache auf Deutsch umstellen. Anstatt dann die kompletten Texte auf Englisch vorzufinden, sehen Sie all die Texte, die die Deutsch sprechenden Freiwilligen vorgeschlagen und für gut befunden haben. Mit diesem System ist Facebook innerhalb von zwei Jahren bereits in 100 Sprachen übersetzt worden.

Die Datenschutzthematik

In Deutschland und Europa steht Facebook immer wieder in der Kritik aufgrund des zu lasch verfolgten Schutzes der persönlichen Daten. Dies liegt zum einen an den in der Europäischen Union herrschenden strengen Datenschutzrichtlinien

im Vergleich zu denen der USA. Aber auch an dem höheren Sicherheitsbedürfnis der Menschen hier bei uns. Dies hat zu viel öffentlichem Druck auf die Verantwortlichen bei Facebook geführt. Medien und Politiker haben sich – auch in den USA – immer wieder dem Thema angenommen und Facebook teilweise auch zu Veränderungen bewegt.

Die Datenschützer in Schleswig-Holstein allerdings waren mit Ihrer Klage gegen die sogenannte »Klarnamenpflicht« allerdings nicht erfolgreich. Nach der Meinung der Datenschützer verstößt der Zwang seinen echten Namen bei Facebook anzugeben gegen das deutsche Telemediengesetz. Das Gericht fühlte sich allerdings nicht zuständig, weil das Unternehmen Facebook in Irland angemeldet ist und nicht in Deutschland. Auf europäischer Ebene wird nun versucht, eine rechtlich bindende Regelung zu definieren. Hier wird sicherlich weiterhin viel und kontrovers diskutiert werden.

Offen ist auch die Frage, inwieweit Facebook auf Webseiten von Unternehmen eingebunden werden darf. Hier wird unter anderem beanstandet, dass die Daten der Webseitenbesucher ohne deren Zustimmung an Facebook weiter gegeben werden können. Wenn Sie die weiteren Entwicklungen der Datenschutz-Diskussion verfolgen möchten, finden Sie auf der Webseite www.netzpolitik.org regelmäßig aktualisierte Informationen.

Sie sollten sich bei der Frage, ob und wie Sie Facebook nutzen wollen, über Ihre persönlichen Datenschutz-Präferenzen im Klaren sein. Wenn Sie grundsätzlich keine Informationen über sich im Internet veröffentlichen wollen, ist Facebook sicher nicht für Sie geeignet. Die Grundmotivation ist aber bei den meisten Menschen der Austausch mit Freunden und Familie. Sie können bei Facebook selbst bestimmen, wer welche Informationen, Texte und Fotos von Ihnen sieht. Im Kapitel 11 werden Sie lernen, Ihr Profil genau nach Ihren Präferenzen einzustellen.

Es gibt viele unterschiedliche Möglichkeiten, Facebook zu nutzen. So gibt es beispielsweise viele Menschen, die nur die Pflichtangaben bei Facebook machen, keine Fotos hochladen und nur zuschauen, was ihre Freunde schreiben. Andere wiederum hinterlegen in Ihrem Profil alle ihre Präferenzen, Interessen und ihren vollständigen Lebenslauf und dokumentieren alle wichtigen Ereignisse in ihrem Leben mit Fotos und Kommentaren.

Was hier deutlich werden soll: Es gibt keine richtige oder falsche Nutzung von Facebook. Jeder sollte seine eigene Antwort auf die Datenschutz-Fragen finden.