

# DAS ZUCKERBERG-WEB

Die Facebook-Story fußt fast ausschließlich auf der Vermarktung von Onlinewerbung. Dabei bietet das Netzwerk durchaus Chancen, diese Abhängigkeit zu reduzieren und neue Geschäftsfelder zu erschließen, wie der heutige Teil der FTD-Serie zeigt

## Facebook gewährt mehr Einblick in Nutzerdaten

Facebook will seinen Mitgliedern einen besseren Überblick geben, welche Angaben das weltgrößte Onlinenetzwerk über sie speichert. Das Unternehmen kündigte am Donnerstag an, eine Funktion zum Herunterladen dieser Informationen zu erweitern. Nutzer erhalten nun auch Zugriff auf Freundschaftsanfragen, Familienzugehörigkeit, alte und aktuelle Angaben zum Beziehungsstatus, Mobiltelefonnummern, Wohnorte sowie IP-Adressen der Computer, von denen man sich bei dem Netzwerk eingeloggt hat. Die Funktion gibt es bereits seit 2010, allerdings rügten sie Kritiker als zu kompliziert und lückenhaft. Die Hamburger Datenschutzbehörde – in Deutschland für Facebook zuständig – hält das überarbeitete Instrument für unzureichend. Auch das erweiterte Archiv umfasse nicht alle gespeicherten Informationen, etwa die Daten zur Identifikation von Gesichtern auf Fotos. Auch der Initiative Europe-versus-Facebook reicht die Funktion nicht aus: Das neue Tool solle 39 Datenkategorien enthalten, das Netzwerk speichere jedoch in mindestens 84 Kategorien Informationen über Nutzer. *DPA*

## Motorola unterliegt Microsoft vor Gericht

Motorola Mobility darf in Deutschland kein Verkaufsverbot von Microsoft-Produkten beantragen, bis das in den USA anhängige Verfahren geklärt ist. Das entschied am Mittwoch ein Richter im US-Bundesstaat Washington. Motorola Mobility wirft Microsoft in einer Klage vor dem Landgericht Mannheim vor, Patente für den Videokompressionsstandard H.264 verletzt zu haben. Gleichzeitig läuft in den USA ein Rechtsstreit, bei dem Microsoft wiederum Motorola vorwirft, sich nicht an Vertragspflichten gehalten zu haben. Bis das geklärt sei, dürfe der Konzern nach der aktuellen Entscheidung des US-Richters keine weiteren Schritte gegen Microsoft unternehmen, sagte Microsoft-Justiziar David Howard. *BLOOMBERG, FTD*

## France Telecom expandiert weiter

France Telecom übernimmt nahezu sämtliche Aktien am ägyptischen Telekommunikationsunternehmen Mobinil. Nach dem 1,5 Mrd. Euro schweren Geschäft besitzt France Telecom 95 Prozent der Anteile, allerdings verbleiben wichtige Positionen in Board und Geschäftsführung von Mobinil in ägyptischer Hand. 202,5 ägyptische Pfund pro Aktie bezahlt France Telecom dem ägyptischen Unternehmer Naguib Sawiris und bietet den verbliebenen Kleinaktionären dieselben Konditionen an. France Telecom war schon vor dem Geschäft Hauptaktionär von Mobinil. Ägypten spielt eine wichtige Rolle bei den Expansionsbemühungen des Unternehmens in den schnell wachsenden Ländern Afrikas und des Nahen Ostens. *REUTERS, FTD*

## Briten sind am längsten online

Russland und Deutschland haben absolut gesehen die meisten Internetnutzer in Europa, aber die Briten sind am längsten online. Das ist das Ergebnis einer Studie des Marktforschungsinstituts Comscore. Durchschnittlich waren die Nutzer in Europa 28,2 Stunden online. Spitzenreiter sind die Briten mit 36,7 Stunden, der durchschnittliche deutsche Nutzer verbrachte 26,5 Stunden im Internet. In Deutschland waren im Februar 2012 fast 51 Millionen Menschen online. In Russland, auf Platz eins der Statistik, waren es 54,6 Millionen. Danach folgen Frankreich (42,9 Millionen) und Großbritannien (37,4 Millionen). Beliebte sind Sportwebseiten, sie wurden von 45,8 Prozent der Nutzer in Europa aufgerufen. 58,7 Prozent davon waren Männer, die meisten zwischen 25 und 34 Jahre alt. *DPA*



**Trittbrettfahrer:** Geht es nach Facebook-Gründer Mark Zuckerberg, soll das Onlinenetzwerk die Plattform werden, an der Unternehmen andocken, und dadurch profitieren. Mustergültig ist das bislang vor allem der Videospielerbranche gelungen

me, Konzerte und Sportevents können gegen Bezahlung in dem Onlinenetzwerk angeschaut werden. Über die Plattform ist dann sogleich der Austausch mit den Freunden darüber möglich. So will etwa Milyoni, eine Agentur, die auf soziales Entertainment spezialisiert ist, 2012 etwa 1000 Filme über Facebook zugänglich machen. Milyoni zählt 15 Filmstudios zu seinen Kunden, darunter Namen wie Universal, Paramount und Lionsgate. Wer die Filme sehen will, muss mit Facebook Credits zahlen. Das Netzwerk würde also wieder mitkassieren.

Anders sieht das aus, wenn etwa ein Netzwerkfreund, der laut Facebook-Status gerade vom Kings-of-Leon-Konzert nach Hause kommt, seine Eintrittskarte online gekauft hat. Der Ticketshop Eventbrite bekommt schon heute mehr Besucher über Facebook, als über Google. „Im Durchschnitt bringt es etwa elf Menschen auf unsere Seite, wenn jemand uns auf Facebook erwähnt“, sagt Tamar Mendelsohn, Marketingmanagerin bei Eventbrite, der FTD. In diesem Fall beweist es immerhin, welche Wirkung das Netzwerk haben kann.

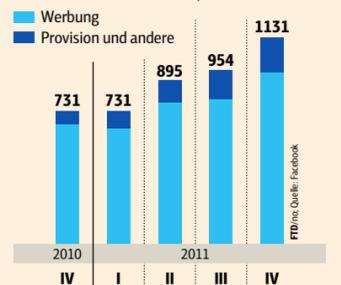
An dieser durchschlagenden Wirkung zweifeln viele E-Commerce-Plattformen indes. Bislang ist Handel auf Facebook, genannt F-Commerce, für manch großes Unternehmen eher ein Experiment als ein Weg, den Umsatz zu steigern. Nur wenige Firmen haben so ihre Erlöse erhöhen können. Die US-Kleidungsketten Gap und JC Penney schlossen deswegen vor Kurzem ihre Dependancen in dem Netzwerk nach nur einem Jahr still und leise wieder. „Handel ist auf Facebook unwahrscheinlich, denn Menschen suchen das Netzwerk auf, um ihre Freunde zu kontaktieren – nicht um Dinge zu kaufen“, sagt Forrester-Analystin Sucharita Mulpuru.

Dennoch lockt die Aussicht, die 845 Millionen Facebook-Nutzer als Kunden zu gewinnen, viele Onlinehändler. Die internationalen Strategieberatung Booz & Company rechnet damit, dass sich bis 2015 der Umsatz von F-Commerce auf 30 Mrd. Dollar versechsfacht. Risikokapitalgeber lassen sich von solchen Prognosen leiten. Sie pumpen derzeit Millionen in Startups, die über Facebook ihre Waren loswerden wollen. Immerhin müssen sie dabei dem Netzwerk nicht 30 Prozent des Umsatzes überlassen, die kassiert es nur für virtuelle Güter. Facebook profitiert, weil das Angebot attraktiver wird, was die Nutzerzahlen nach oben treiben kann. Je mehr Nutzer und je mehr Unternehmen Facebook an sich binden kann, desto mehr könnte Googles Geschäftsmodell langfristig leiden. „Offensichtlich war unsere Mission, die Informationen dieser Welt zu organisieren und sie von überall zugänglich zu machen. Aber ich glaube, wir haben dabei wohl die Menschen weniger beachtet, als wir hätten sollen“, sagt Google-Chef Larry Page. Gerade deshalb stürzt sich der Konzern mit aller Macht auf das eigene Netzwerk Google Plus. Einen von Facebooks Trittbrettfahrern hat Page übrigens bereits anlocken können. Zynga betreibt seine Spiele nun auch über Google Plus. Partnerschaften sind schön – eine zu große Abhängigkeit aber auch gefährlich.

Essay: Seite 30

## Werbung über alles

Umsatz von Facebook nach Sparten in Mio. \$



# Plattform zum Andocken

Onlinespielehersteller Zynga erlöst dank Facebook mehr als 1 Mrd. Dollar Umsatz. Auch andere Branchen suchen im Netzwerk nach einer neuen Geldquelle. Manch Experiment endet jedoch jäh

Daniela Leistikow, Hamburg

Dong, es ist es passiert. Der kleine Mark Pincus blickt grinsend umher. Stolz steht er in der Zentrale seines Unternehmens in San Francisco. Die Börsenglocke an der Wall Street hat er soeben per Knopfdruck in Schwingung versetzt. Um Pincus herum versammeln sich ebenso glückliche Menschen, alle umrahmt von knallig roten Werbebanner, Zynga und Nasdaq steht darauf. Es ist der 16. Dezember vergangenen Jahres und mit dem Onlinespielehersteller geht das erste Unternehmen an die Börse, das allein vom Hype um Facebook zehrt.

Kein anderes Unternehmen hat bislang derart vom Erfolg des weltweit größten Onlinenetzwerks profitiert. Pincus' Geschäft ist der Verkauf von virtuellen Welten. Mit „Farmville“ gelang ihm der Durchbruch. Millionen von Nutzer bauen sich im Onlinespiel auf Facebook virtuell einen Bauernhof auf. Ob Traktoren, Tiere oder Häuser, in „Farmville“ kaufen Surfer mit echtem Geld sogenannte Facebook Credits und bezahlen damit ihre virtuellen Güter. Im Jahr 2009 kamen so 19,4 Mio. Dollar zusammen, 2011 erlöste Zynga bereits 1,14 Mrd. Dollar. Ein Verlust von 404 Mio. Dollar, nach einem Gewinn von 127 Mio. Dollar im Vorjahr, trübte allerdings die Bilanz. Dennoch gilt Zynga als Musterbeispiel, wie andere

Unternehmen zum Trittbrettfahrer des Facebook-Hypes werden können und dem Netzwerk zugleich einen Schub verleihen.

„Wir bauen eine Plattform auf, über die sich Menschen vernetzen können, und wir ermöglichen all den verschiedenen Firmen, großen und kleinen, dort anzudocken“, sagte Facebook-Gründer Mark Zuckerberg im November im US-Fernsehen. Das Netzwerk sei ein Partnerunternehmen, so die Botschaft. Facebook will wie Google sein, eine Website, auf der der Nutzer alles finden kann, nur eben als geschlossene Gesellschaft: zum Spielen, Musikhören, Filmeansetzen und Shoppen soll der Nutzer das Netzwerk nicht verlassen. Und über Abo- und Provisionsmodelle will es zusätzlich zur Werbung Geld verdienen. Immerhin behält das Unternehmen für virtuelle Güter, die mittels Facebook Credits verkauft werden 30 Prozent der Umsatzerlöse als Provision.

Mit dem Börsengang steigt für das Netzwerk der Druck, sich neben Werbung eine weitere Einkommensquelle zu erschließen. Von den 3,7 Mrd. Dollar Umsatz im vergangenen Jahr kamen 85 Prozent durch Werbung zustande, der Rest durch Facebook Credits. Google erlöst gar mehr als 90 Prozent durch Werbung. Doch das Unternehmen liegt in der Gunst der Werbetreibenden noch vor Facebook.

Allein kann sich Facebook bislang kein zweites Standbein schaffen.

## Die Serie im Überblick

**Problem Facebook-Muffel** Das Netzwerk ist nur fast ein globales Phänomen. Einige Länder widersetzen sich: Dienstag, 10. April

**Trend Lokalanzeigen** Wer das Geschäft mit Onlinewerbung dominieren will, muss in diesem Marktsegment punkten: Mittwoch, 11. April

**Risiko Datenschutz** Facebook entblößt die Nutzer vor der Werbeindustrie. Härtere Gesetze erschweren das Geschäft: Donnerstag, 12. April

**Chance Neugeschäft** Womit Facebook neben Onlinewerbung sonst noch Geld verdienen kann: Freitag, 13. April

**Das nächste große Ding** Die Jagd der Risikokapitalgeber auf das nächste Startup mit Milliardenpotenzial: Montag, 16. April

Alle bisher erschienenen Teile unter: [www.ftd.de/facebook](http://www.ftd.de/facebook)

Damit es den Nutzern ein Rundum-Wohlfühlpaket bieten kann, können Unternehmen für Facebook Spiele oder Miniprogramme entwerfen. Das nennt Zuckerberg „andocken“. Diese Partnerschaften haben aber auch eine Schattenseite, wie im Falle Zyngas. Bei Erfolg können sie die Nutzungsdauer von Facebook steigern, bei Misserfolg aber auch schnell zum Gegenteil führen. „Wenn die Nutzer weniger Zynga-Spiele anwenden, wenn Zynga-Spiele auf anderen, rivalisierende Plattformen starten, dann könnten wir Zynga als bedeutenden Plattformentwickler verlieren, und es könnte unsere Finanzergebnisse nachteilig beeinflussen“, warnt Facebook im Börsenprospekt.

Im Jahr 2011 erzielte das Netzwerk zwölf Prozent seines Umsatzes allein über Zynga – rund 445 Mio. Dollar. Denn jedes Mal, wenn jemand in Zyngas Bauernhofsimulation „Farmville“ etwa einen Traktor erwirbt, dann verdient Facebook mit. Verlagert Zynga sein Geschäft, muss Mark Zuckerberg hoffen, dass Spiele anderer Hersteller ebenso große Hits werden wie „Farmville“. Bis 2015 hat sich Zynga eng an Facebook gebunden, doch der Spielehersteller sucht bereits jetzt mehr Unabhängigkeit.

Geht es nach Zuckerberg, sollen Onlinespielhersteller ohnehin nicht die Einzigen sein, die sich an die Plattform hängen. Facebook soll auch für andere Bereiche Potenzial haben. Fil-