



Vom Saulus zum Paulus

In der digitalen Welt haben die Geschichten nicht selten einen braven Anfang. So erinnere ich mich an meine Facebook-Geburt mit einem milden Lächeln nostalgischer Verträumtheit. Eine ehemalige, liebe Kollegin schickte mir aus dem fernen Australien eine Einladung und da Open-BC, heute unter dem Namen Xing bekannt, nur ein nationales Netzwerk bot, meldete ich mich der Freundschaft halber, ohne großes Nachdenken an.

Da Facebook zum damaligen Zeitpunkt den Charme einer Kommandozeile mit Farbe hatte, schlummerte der Account ohne Beachtung monatelang vor sich hin, um seine Wiedererweckung in England zu erfahren. Heute denke ich, dass das weder Zufall, noch Schicksal war, sondern eine gezielte Aktivierung durch den MI6. Immerhin habe ich alle James-Bond-Filme gesehen und weiß daher, was mit moderner Technik so möglich ist.

Es geschah an einem sonnigen Tag in der Abbey Road. Meine Familie und ich besuchten die Kultstätte der legendären Beatles im Londoner Stadtteil Westminster. Natürlich konnten wir die weihevollen Stätte nicht ohne Gänsemarsch über den vermutlich berühmtesten Zebrastreifen Englands verlassen. Nach diversen Probeläufen hatten wir die Musiker offensichtlich so authentisch imitiert, dass kurz darauf ein junges Paar aufgeregt mit der Kamera auf uns zu kam. Auf dem Display des Fotoapparats war ein makelloser Abbey-Road-Crossing mit uns als Protagonisten zu sehen. Smartphones waren noch nicht erfunden und so gestaltete sich der Datenaustausch unterwegs schwierig. Gerade als wir unsere E-Mail-Adressen austauschen wollten, lancierte die charmante Fotografin den folgenreichen Satz: „Are you on Facebook?“

„Sure“, antworte ich weltmännisch und ging im Geist meine Passwörter durch. Unser Big-Picture kam ein paar Wochen später via Facebook bei mir an, nachdem das australische Paar seine Weltreise beendet hatte. Wieder Australien, dachte ich, aber die grenzüberschreitenden Möglichkeiten der Plattform hatten mich betört.

Aktuell hat Facebook 1,3 Milliarden Nutzer und erwirtschaftet einen Gewinn von 600 Millionen Dollar. Für sparsame 20 Milliarden Dollar wurde kürzlich WhatsApp übernommen. Aus dem einstigen „Schwarzen Brett“ für persönliche Nachrichten ist eine Datenkrake geworden, der selbst Google nicht in allen Belangen das Wasser reichen kann. Facebook erstellt so detaillierte Persönlichkeits- und Bewegungsprofile, dass selbst die Geheimdienste die Plattform mit Freude als Arbeitserleichterung nutzen. So warnen nicht ohne Grund die Datenschützer vor der Nutzung und viele Firmen sperren den Zugriff komplett, denn sie trauen dem sozialen Netzwerk nicht über den Weg.

Laut Financial Times plant Facebook nun eine Charme-Offensive, um das verlorene Vertrauen zurückzuerobern. Mit „Facebook at work“ wollen die Amerikaner ein kostenloses Business-Social-Network anbieten, das neben der bekannten Kommunikation auch den sicheren Austausch von Dokumenten und Dateien für Firmen ermöglicht. Was hier nach einem Vermarktungstrick aussieht, dürfte ein Großangriff auf Microsoft Google und die Betreiber von anerkannten Karriereportalen sein.

Sollte nämlich Facebook das Vertrauen der Unternehmen tatsächlich wiedergewinnen können, so hätten die Betreiber Zugriff auf Firmeninterna und die Möglichkeit, Werbung noch gezielter einzusetzen. In letzter Konsequenz weiß Facebook dann zuerst von ihrer Kündigung und die Headhunter könnten in Sekunden schnelle ihre Jobangebote in ihr Profil einblenden. Für mich wird es langsam Zeit, das Abbey-Road-Foto zu sichern und den Lösch-Button in der Konfiguration auffindig zu machen.

Oliver Block