

# Dossier *New Kids*

## Neues Spiel, neues Glück

Die Kids des 21. Jahrhunderts bekommen den Computer in die Wiege gelegt. Es ist nicht die Technologie, die sie interessiert, sondern das Ergebnis, das sie damit erzielen können – oft aus rein kindlichem Pragmatismus heraus.

Die Erfolgsgeschichten, nach denen das Silicon Valley lechzt, kehren wieder. Marc Zuckerberg ist 23 Jahre alt. Zarte 15 Lenze zählte er, als 1999 die New-Economy-Blase platzte und binnen weniger Wochen die Pläne etlicher Jungunternehmer zunichtemachte. Ganze Mrd. US-Dollar wurden so beiläufig in den Sand gesetzt. Zuckerberg ist Studienabbrecher, lebte bis vor Kurzem in einer Mietwohnung, und neuerdings ist er Milliardär – Multimilliardär. „Facebook“ heißt das Werk, das derzeit den etablierten Internet-Werbern schlicht ausgedrückt den Kopf verdreht. Und Facebook-Gründer Zuckerberg verblüfft überdies selbst ausgebuffte Manager mit einer Kaltschnäuzigkeit, die ihresgleichen sucht. Der Junge ist ein harter Knochen.

Facebook wurde vor drei Jahren gegründet. Es handelt sich dabei um eine Netzwerk-Website, die bereits 50 Mio. Nutzer regelmäßig frequentieren. Facebook ist mehr als nur eine Video-, Foto- und Community-Seite à la You Tube oder My Space. Zuckerberg baut an einer Art Parallelwelt, in der jeder Entwickler seine Programme via Facebook zur Verfügung stellen kann. Die Krux: Einmal auf Facebook.com eingeloggt, braucht der Nutzer nicht mehr auszustiegen und kann von dort aus bereits jetzt 6600 Programme verwenden, etwa chatten, im Internet surfen, Bilder hin- und herschicken, Videos einstellen, Blogs, Jobbörse und vieles mehr handhaben, ohne die Plattform je verlassen zu müssen.

Ein Aspekt, der die Online-Werbebranche auf den Plan ruft, dieses Terrain werbeteknisch für sich abzustecken. Auch daran hat Facebook gedacht und eine eigene Rubrik

für Advertiser, also Werber, eingerichtet. Die Idee und Umsetzung ist der Konkurrenz wie Google, Yahoo und Microsoft nicht entgangen. Yahoo hat vor wenigen Monaten sogar eine Mrd. US-Dollar (680 Mio. Euro) geboten, sollte Zuckerberg sein Werk verkaufen. Der Jungunternehmer winkte ab. Erst als Microsoft kürzlich für eine Beteiligung von nur 1,6 Prozent 240 Mio. US-Dollar bezahlen wollte, griff er zu. Dadurch ist Facebook, hochgerechnet auf den aktuellen Unternehmenswert, zumindest buchhalterisch satte 15 Mrd. US-Dollar schwer. Zuckerbergs 20-Prozent-Anteil alleine beträgt derzeit drei Mrd. US-Dollar.

Im Gegensatz zum Großteil der Internet-Companys Ende der 1990er Jahre, die nur Verluste und kaum Umsätze verzeichnen konnten, verdient Zuckerberg mit seinem Unternehmen so richtig Geld. 30 Mio. US-Dollar wird das 300 Mitarbeiter zählende Facebook im Jahr 2007 als Gewinn aufweisen. Und die Zahl der Nutzer soll sich demnach „bald auf 200 bis 300 Millionen“ vervier- oder versechsfachen, so das Kalkül von Microsoft, das an den Werbeumsätzen interessiert ist und deswegen eingestiegen ist.

Google hat inzwischen reagiert und sich mit My Space verbündet, das eigenen Angaben zufolge auch bald 200 Mio. Nutzer zählen wird. Über diese Plattform sollen Programmierer ebenso für das Mitmach-Internet, im Jargon auch Web 2.0 genannt, animiert werden.

### Yahoo und Co zu wenig sexy

Derartige Storys sind derzeit kein Einzelfall. Die Jungunternehmer haben offenbar aus den Pleiten der Dotcom-Ära gelernt, obwohl viele Anzeichen darauf hindeuten, dass



Illustration: Michaela Pass

erstens die Geschäftsmodelle der späten 1990er etwas nachjustiert wurden und die Gegenwerte – hauptsächlich immaterielles Vermögen – sich kaum von den Geschäftsmodellen der 1990er unterscheiden.

Dass die Internet-Ökonomie neue Ikonen braucht und sich diese sehlichst wünscht, bestätigt auch Karim Taga, Geschäftsführer des Beratungsunternehmens Arthur D. Little Austria. Auf einer Konferenz in Seoul präsentierte Catherine Cook

ihre Web 2.0-Company. 200.000 US-Dollar hatte ihr Bruder vor drei Jahren der damals 15-Jährigen als Gründungskapital vorgestreckt, um ihre Idee vorantreiben zu können. Cooks Idee: Die Schülerplattform Myyearbook.com sollte die Kommunikationsplattform der Teenager an den High Schools werden, was sich dann auch tatsächlich bewahrheitet hat. Binnen weniger Tage war die High School, die Cook besuchte, bereits auf ihrem Portal unterwegs. Und

auch die Risikokapitalgeber standen bei dem Teenager als bald Schlange.

„Die junge Dame hat den mächtigen Incumbants wie Yahoo und Orange, die einfach nicht mehr sexy genug sind, einfach die Show gestohlen“, erklärte Taga anlässlich der Konferenz in der südkoreanischen Metropole zur Zukunft von Medienkonsum und Konsumentenverhalten, die er leitete.

Fortsetzung auf Seite 26