

GENAU DICH!

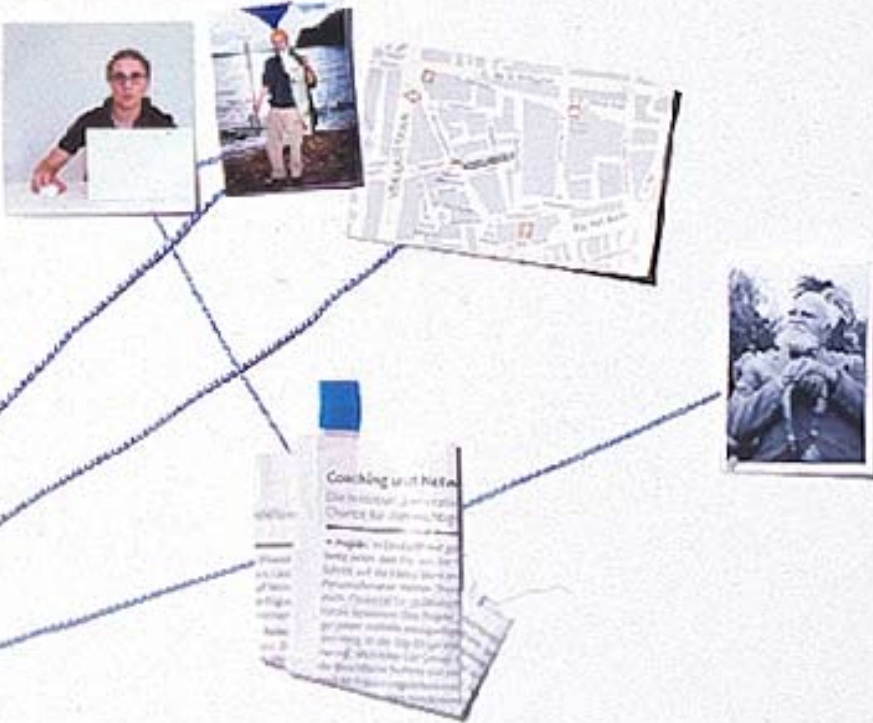
■ Text: Maximilian Gaub, Illustration: Dorothee Germer

Jeder sechste Deutsche tummelt sich im Internet auf großen Netzwerkportalen wie StudiVZ oder MySpace. **Jetzt greifen spezialisierte Online-Gemeinschaften die Marktführer an.** Ihr Vorteil: Dort treffen sich Menschen mit genau den gleichen Interessen

Anna Tomfeah vermisst ihre Freunde. Seit die 20-Jährige aus München zum Studieren nach Frankfurt zog, sieht sie ihre ehemaligen Schulkameraden nicht mehr. Zumindest nicht live. Aber wenigstens online. Anna sitzt nun täglich am Computer, eingeloggt unter dem Pseudonym „Asana“ auf lokalisten.de, um zu erkunden, wer noch von der Isar

an den Main zieht. Und um sich mit besten Freundinnen aus München auszutauschen: wie sie den Tag der Einschreibung fast verschlafen hätte und warum Larissa mit ihrem neuen Kerl nicht in Urlaub fährt. Per Direktnachricht, Forum oder Tagebuch deckt Anna über das soziale Netzwerk ihren Bedarf an Kommunikation ab, den „ich sonst mit täglich 100 SMS nicht schaffen würde“.

Das Massenmedium funktioniert, weil auch Annas 207 Bekanntschaften täglich mit dieser Community verbunden sind. Und deren Freunde. Und die Freunde der Freunde. Bei Lokalisten tummeln sich zurzeit rund 850 000 Nutzer, die sich täglich etwa zwei Millionen Nachrichten schicken und im Monat über 70 Millionen Suchen starten – zum Beispiel nach ehemaligen Mitsülern. Auch Annas



DAS STUDENTENHEIM



www.studivz.net

WEN MAN HIER TRIFFT: Angehende, gegenwärtige und ehemalige Hochschul-er.

WANN MAN ES BRAUCHT: Auch der strebsamste Hochschul-er verschläft mal eine Vorlesung. Egal, heute reicht ein Eintrag auf dem Portal: Wer war dort? Und: Die Unterlagen bitte per E-Mail schicken.

WAS MAN HIER MACHT: Schüler erkundigen sich, welches Studium sich lohnt. Debütanten wollen wissen, welcher Professor bei Prüfungen ein Auge zudrückt. Erfahrene Hasen tauschen Lernstoff aus – und Absolventen beleben alte Kontakte neu.

WAS NOCH AUFFÄLLT: Der digitale Gruß. „Bernd Beispiel hat dich gegruschelt“. Das Kunstwort „gruscheln“ haben sich die Macher beim Patentamt sichern lassen. StudiVZ kam Ende 2006 wegen Sicherheitslücken ins Gerede, die inzwischen angeblich behoben sind.

START: Oktober 2005

MITGLIEDER: 3 000 000 im deutschsprachigen Raum (Stand: Juni 2007)

KOSTEN: Keine

ALTERNATIVE: www.unister.de

Gymnasium gehört zu den 70 000 registrierten Schulen. Vor allem die Zwanzigjährigen sind im Netzwerkfieber. Laut Internet-Marktforschungsunternehmen Nielsen NetRatings wächst die Zahl dieser Online-Kontakter in der Republik. Im Februar 2007 stellte sich jeder sechste Deutsche über eine Community im Internet zur Schau – Tendenz steigend. Im Juni 2007 verzeichnete zum Beispiel das Studentennetzwerk

Im Kommen sind Netzwerke für besondere Interessen. Hendrik Lesser etwa interessieren ehemalige Banknachbarn oder Mitstudenten kaum – außer sie werden neue Geschäftspartner. Der 30-jährige Unternehmer aus der Videospiele-Branche nützt die Business-Community Xing, um frische und bestehende Geschäftskontakte zu pflegen, neue Projekte an Land zu ziehen oder Mitarbeiter zu suchen. Einmal pro Woche prüft er, wer sich für ihn und seine Firma ML Enterprises interessiert – als Premiummitglied sieht er, wer vor kurzem auf sein Profil mit den 389 Kontakten geklickt hat.

Für Hendriks Firma ist es allerdings wichtiger, dass das Netzwerk authentisch bleibt. Dass seine Kompetenz, Leute zusammenzubringen, deutlich wird. Daher nützt er LinkedIn, das Vorbild von Xing aus den USA, noch intensiver als die deutsche Kopie. „Hier kenne ich 302 Menschen, ausschließlich geschäftlich“, sagt er. Zudem bietet LinkedIn die Möglichkeit, eine Bewertung zu hinterlassen: „Hendrik war ein fähiger Mann.“ Hendrik Lesser ist sich sicher: „Eine glaubwürdigere Referenz gibt es nicht.“

Dass der Bochumer Industriekaufmann Jan-Philipp Goll Mitglied der exklusiven

Online-Gemeinschaft Schwarze Karte ist, hat einen anderen Grund: „Ich feiere gerne“, sagt er. Über interne Foren der Seite und eine laufend aktualisierte Party-Datenbank plant er seine Wochenenden. Wo ist die nächste In-Fete in Hamburg oder Bremen, wer setzt mich auf die Gästeliste und wo kann ich übernachten? Oder: bei wem? Denn seine Anfrage landet nicht in der Unendlichkeit des Internets. Zur Schwarzen Karte durften bis Juli 2007 nur Freunde von Freunden, Informationen werden im kleinen Kreis ausgetauscht. Seitdem herrscht ein Aufnahmestopp. Vorteil der geschlossenen Gemeinschaft:

Alleine MySpace hat inzwischen über 180 Millionen Mitglieder

StudiVZ 2,8 Milliarden Klicks – so viele wie keine andere deutsche Seite. Auch global ziehen soziale Netzwerke Menschen in den Bann: 180 Millionen Mitglieder hat etwa MySpace, die größte Plattform der Welt.

Aber das Internet entwickelt sich so schnell, dass der Trend von gestern heute schon wieder überholt ist. Reine Massengemeinschaften mit Millionen von Mitgliedern gelten jetzt bereits als überholt, obwohl es sie erst seit ein paar Jahren gibt.



DIE SHOW-BÜHNE



www.myspace.com

WEN MAN HIER TRIFFT: Echte oder vermeintliche Musikstars, Newcomer und Fans.

WANN MAN ES BRAUCHT: Im Radio wird zu viel geredet, die Batterien des iPod sind leer. Hier präsentieren vor allem Musiker ihre Lieder – und manchmal auch sich selbst.

WAS MAN HIER MACHT: Versuchen, ein Freund von Beyoncé zu werden, Robbie Williams kennenzulernen oder ein Rendezvous mit Shakira zu vereinbaren. Oder den eigenen Auftritt multimedial aufdrehen.

WAS NOCH AUFFÄLLT: Die Originalität. MySpace gilt als die Mutter der sozialen Netzwerke. Mit 180 Millionen Nutzern weltweit ist das Portal das größte seiner Art – allerdings mit starker Ausrichtung auf die USA. Nachteil der Popularität: Das Portal ist eine Goldgrube für die Versender von Spam-Mails.

START: August 2003

MITGLIEDER: 4 068 000 in Deutschland (Stand: Mai 2007)

KOSTEN: Keine

ALTERNATIVE: www.bloomstreet.net

Es entsteht online ein Vertrauen, das offline ausgelebt wird. Freundschaften pflegen, Geschäftskontakte knüpfen, sich selbst darstellen, Freizeit organisieren: Die Gründe, weshalb Menschen Teil einer virtuellen Gemeinschaft sein möchten, unterscheiden sich stark. Die Interessensgruppen werden zunehmend kleiner und spezieller. Freizeitsportler organisieren sich auf meinsport.de, Hypochonder leiden gemeinsam auf der Gesundheitsplattform imedo.de und Online-Spieler erzählen sich auf xchar.de von ihren Erlebnissen in der Fantasywelt von World of Warcraft. Ein Boom, der Medienwissenschaftler wie Bernad Batinic nicht überrascht. „Der Trend geht zu spezialisierten Gemeinschaften“, bestätigt der Forscher von der Johannes-Kepler-Universität Linz. Viele Menschen sammeln ihre ersten Erfahrungen mit Online-Communitys bei den großen Netzwerken wie StudiVZ oder MySpace. Berauscht von den neuen Möglichkeiten, übertreiben es vor allem Neueinsteiger zu Beginn und knüpfen wie wild Kontakte. „Wie Kinder, die an Weihnachten ausschließlich mit den neuen Geschenken spielen“, erklärt Batinic.

DER BAUKASTEN



www.unddu.de

WEN MAN HIER TRIFFT: Alle – in vielen, ganz verschiedenen Rollen.

WANN MAN ES BRAUCHT: Sie sind Bankangestellter, spielen gerne Fußball und züchten Zwerghasen? Für jede Rolle können Sie hier eine eigene Seite erstellen und einer eigenen Gemeinschaft beitreten. Ein Rechtesystem legt genau fest, wer was von einem sehen kann.

WAS MAN HIER MACHT: Eine neue Seite an sich entdecken und diese online stellen. Noch ist die Zahl der Webseiten pro User nicht begrenzt. So kann man seiner Frau per Video mitteilen, wie sehr man sie liebt. Und gleichzeitig mit der Affäre ein Tagebuch führen.

WAS NOCH AUFFÄLLT: Der Mitmach-Charakter. Die Plattform befindet sich noch in der Testphase.

START: April 2007

MITGLIEDER: ????

KOSTEN: Keine

ALTERNATIVE: Noch keine

DAS SEPREE



schwarzekarte®

www.schwarzekarte.de

WEN MAN HIER TRIFFT: Nicht irgendwen. Hier sind alle mindestens reich und schön.

WANN MAN ES BRAUCHT: Sie wollen über das Wochenende wegfahren. Aber wo trinken Sie bei Ihrer Spritztour nach St. Moritz den besten Prosecco? Der zuständige Stadtbotschafter des Portals wird höflich helfen.

WAS MAN HIER MACHT: Unter sich bleiben. Chance auf Einlass nur durch Einladung. Dann entscheiden geheime Kriterien über einen exklusiven Zugang zu Gästelisten der Schwarzekarte-Partys und zu Insider-Infos über teure Internate.

WAS NOCH AUFFÄLLT: Das eigene Magazin. Der Styleguide skIN erscheint monatlich. Das interne Online-Blatt spricht mit bekannten Mitgliedern wie Ariane Sommer und berichtet von VIP-Events.

START: Frühjahr 2005

MITGLIEDER: Fast 100 000 (Stand: Juli 2007)

KOSTEN: Keine

ALTERNATIVE: www.asmallworld.net

Danach folgt oft genauso schnell die Ernüchterung. Viele Netzwerker erkennen, dass Online-Gemeinschaften einen Nutzen für sie haben müssen und hinterfragen den Sinn der Plattformen: Was brauche ich wirklich? „Davon profitieren die neuen Spezial-Netzwerke“, ist Batinic überzeugt. Denn je differenzierter die Gemeinschaft, desto größer ist der Nutzen für ihre Mitglieder.

Die großen Portale werden darunter nicht leiden, glaubt Lars Hinrichs, Gründer von Xing. „Wir profitieren von der zunehmenden Zahl von Internetnutzern – im Jahr 2010 werden es weltweit geschätzte 1,8 Milliarden sein.“ Außerdem versuchen auch die großen Communitys, sich

DER STAMMTISCH



www.lokalisten.de

WEN MAN HIER TRIFFT: Freunde, Freundesfreunde, künftige Freunde.

WANN MAN ES BRAUCHT: Der Joggingpartner fährt lieber Fahrrad, ein Klassentreffen muss organisiert werden: Hier lassen sich leicht neue Freunde finden – oder alte Bekannte reaktivieren.

WAS MAN HIER MACHT: Lokalisten pflegen in erster Linie ihren realen Freundeskreis – und treffen sich hier, wenn sie weder Lust auf Daheimbleiben noch auf Weggehen haben.

WAS NOCH AUFFÄLLT: Die freundschaftliche Atmosphäre. Stuttgarter, die zur Kieler Woche wollen, finden schnell einen privaten Platz zum Übernachten – Stadtführung inklusive. Möglich macht dieses Ambiente die „Petze“-Funktion: Per Knopfdruck werden schwarze Schafe gemeldet.

START: Mai 2005

MITGLIEDER: Rund 850 000 im deutschsprachigen Raum (Stand: Juni 2007)

KOSTEN: Keine

ALTERNATIVE: www.friendster.com

„Der Trend geht zu spezialisierten Gemeinschaften“

zu spezialisieren: StudiVZ etwa hat vor kurzem den Ableger SchülerVZ gegründet. Die Vorteile einer großen und die Vorteile einer spezialisierten Plattform möchte die neue Webseite unddu.de kombinieren. Die Macher wollen zwar ebenfalls viele Menschen erreichen, bieten aber individuelle Räume für Gruppen jeder Art: Freundeskreis, Kollegentreff, Arbeitsmarkt. So sind Gemeinschaften in der Gemeinschaft möglich.

DIE BUSINESS-LOUNGE



www.xing.com

WEN MAN HIER TRIFFT: Potenzielle Geschäftspartner, Arbeitgeber und (Ex-)Kollegen.

WANN MAN ES BRAUCHT: Sie sind selbstständig und suchen Aufträge oder Sie wollen den Job wechseln und vorher schon Kontakte knüpfen. Aber Vorsicht: Personalabteilungen schauen sich hier auch gerne zur Kontrolle die Profile ihrer eigenen Mitarbeiter an.

WAS MAN HIER MACHT: Virtuell Visitenkarten austauschen. Premiumkunden suchen konkret nach Mitgliedern, die suchen, was sie bieten oder – umgekehrt – präsentieren, was sie brauchen. Seit kurzem gibt es eine Jobbörse.

WAS NOCH AUFFÄLLT: Die Teil-Netzwerke. Bei Xing gibt es zurzeit 6 500 Interessensgemeinschaften. Zum Beispiel die eBay-Gruppe mit 2100 Mitgliedern: www.xing.com/net/ebay.

START: November 2003

MITGLIEDER: 1 200 000 in Deutschland, insgesamt 2 000 000 (Stand: März 2007)

KOSTEN: Keine für die Basis-Version, Premium-Variante: 5,95 Euro im Monat

ALTERNATIVE: www.linkedin.com

Echte Kommunikations-Junkies können ihr Online-Netzwerk auch bald mit dem Mobiltelefon überall hin mitnehmen. Xing lässt sich schon vom Handy aus aufrufen, MySpace plant einen ähnlichen Dienst. Sitzt Anna dann in Frankfurt in einem Café, kann sie per Knopfdruck herausfinden, ob sich eine Freundin in der Nähe aufhält. Oder ein Bekannter einer Freundin. Und ob der gerade Lust auf einen Kaffee hat. ■