Freunde in Mandarin

Mao hat dich eingeladen, Sein Freund zu sein

VON BURKHARD SCHRÖDER

Das chinesische Online-Netzwerk Renren ist am 4. Mai an der New Yorker Börse gestartet. Der Wert der Unternehmens-Aktien stieg schon am ersten Tag um ein Drittel. Nur wenige Tage zuvor war auch Qihoo 360 Technology, das drittgrößte chinesische Internet-Unternehmen, erfolgreich an die Börse gegangen.

Die Strategie chinesischer Unternehmen, sich einen Platz in der ersten Reihe zu sichern, um auch ausländische Investoren zu gewinnen, ist verständlich, hat doch der Branchenprimus Facebook angekündigt, bald eine chinesische Version anzubieten. Facebook will mit der chinesischen Suchmaschine Baidu kooperieren. Mark Zuckerberg, der CEO Facebooks, hat sich mehrere Male mit Robin Li, dem Chef Baidus, getroffen. Die chinesische Version soll jedoch nicht in die US-amerikanische Website integriert werden, berichtete Sohu.com. Das wird die Konkurrenz, vor allem aber Renren, aufmerksam verfolgt haben.

Facebook und andere „social-network"-Unternehmen planen ebenfalls den Börsengang. Die Chinesen sind ihnen jetzt eine Nasenlänge voraus. Ob ihnen das von Nutzen sein wird, ist strittig. Der Kurs pendelte sich in den ersten Wochen auf sein Anfangsniveau ein, große Sprünge sind vorerst nicht zu erwarten.

Der Marktwert von Unternehmen, deren Geschäftsidee zum großen Teil aus Datenspionage und der kommerziellen Ausbreitung des Nutzer-Verhaltens besteht, ist mehr eine Spekulationsblase als von Fakten untermauert, was ihrer Attraktion bei Finanzjongleuren jedoch keinen Abbruch tut. Facebook und auch sein chinesisches Pendant machen Gewinne, weil sich Surfer naiv und sorglos verhalten und weil die Kulturtechnik, selbst über seine Daten zu bestimmen, noch nicht Teil des allgemeinen Wissens- und Bildungsstandards ist. Hier gibt es keinen kulturellen Unterschied zwischen Asien, Amerika und Europa. Der Börsenkurs eines virtuellen soziales Netzes ist nichts anderes als eine Wette darauf, das Nutzer weiterhin nichts dagegen haben, im Internet gläsern zu sein.

Renren ist das größte chinesische „social networking"-Unternehmen im Internet. Die Gründer waren Stundenten aus China, die auch an Universitäten in den USA ausgebildet wurden, wie Wang Xing, der Mark Zuckerberg Chinas, wie er genannt wird. Wang verkaufte sein Portal Xiaonei, das bei der Gründung 2005 vor allem für Studenten gedacht war und damals fast genauso aussah wie Facebook, schon nach einem Jahr an das chinesische Konsortium Oak Pacific Interactive. Vor zwei Jahren wurde Xiaonei (studentisches Netz) dann in Renren (Netz für alle) umbenannt.

Im April 2001 hatte Renren nach eigenen Angaben 31 Millionen aktive Nutzer. Allein sieben Millionen sollen im ersten Quartal des Jahres dazugekommen sein. Diese Angaben scheinen äußerst zweifelhaft, da der steile Anstieg der Nutzerzahlen, zufällig vor dem geplanten Börsengang, nicht zu der Entwicklung in der Vergangenheit passt und Renren seine eigenen Angaben schon mehrfach nach unten korrigiert hatte. Ein Experte der chinesischen Firma Analysys, die die Marktchancen von Unternehmen im Internet untersucht, hält zehn Millionen Nutzer bei Renren für wahrscheinlicher, da viele mehrere Accounts besäßen, ein Problem, das Facebook ebensowenig lösen kann – und auch nicht will.

Die Hälfte aller US-Bürger, die online sind, haben auch einen Account bei Facebook – mehr als 100 Millionen. In China sind zwischen 280 und 500 Millionen Menschen online – verlässliche Quellen gibt es nicht. Von denen sind aber weniger als zehn Prozent bei Renren. Der Bösengang lebt also auch vom Prinzip Hoffnung, die Dinge könnten sich in China ähnlich entwickeln wie in den USA.

> Facebook und sein chinesisches Pendant machen Gewinne, weil sich Surfer naiv und sorglos verhalten.

Facebook und Renren trennen zudem mehr Dinge als sie gemeinsam haben. Facebook erlaubt externen Firmen, mit ihren eigenen Zusatzangeboten – mittlerweile mehr als 100 000 – technisch anzudocken. Renren hingegen verhält sich sehr restriktiv und hat bisher nur rund 1 000 „Applications" zugelassen. Auch bei den Spielen, die das chinesische „Netz für al-

le" anbietet, setzt man primär auf eigene Entwicklungen. Ein wesentlicher Teil der Einnahmen von Facebook generiert sich über den Anteil an den Profiten der Drittanbieter, bei Renren sind es mehr die Einnahmen über die eigenen Online-Games.

Renren muss sich daher weniger vor Facebook als vor Konkurrenten aus dem eigenen Land fürchten, wie etwa Kaixin, das ebenfalls in diesem Jahr den Gang an die Börse plant. Kaixin ist vor allem deshalb in China populär, weil es ein internes Spiel anbietet, das dem Browser-Spiel FarmVille von Zynga gleicht, einer virtuellen Baue(r)nhof-Simulation in Echtzeit. Facebook hat FarmVille mittlerweile integriert und damit ein Vielfaches an Nutzern gewonnen als etwa die technische anspruchsvollere 3D-Welt Second Life. Das chinesische FarmVille bei Kaixin war aber eher da als die US-amerikanische Variante – wer hier vom wem abgekupfert hat, kann nicht mehr festgestellt werden.

An virtuellen Netzen lässt sich gut demonstrieren, wie die Pole privat und öffentlich bei unterschiedlichen kulturellen Traditionen zueinander stehen. Single-Börsen und Sex als der große Motor im Netz spielen in China eine weniger große Rolle als etwa in den USA. Das kleinste gemeinschaftliche Vielfache ist nur, dass man ohne technische Barrieren gefühlt viele Leute gefahrlos trifft, somit theoretisch die Wahrscheinlichkeit erhöht, auch in der Realität mehr Freunde zu haben. Das zweite Motiv, für das sowohl Renren als auch Facebook ein Beispiel sind: Freizeit, Unterhaltung und Zerstreuung sind virtuell billiger und einfacher zu haben.

Der Börsengang Renrens macht vor allem aber ökonomisch Sinn – vor dem Hintergrund der massiven Internet-Zensur in China. Der Zugang zu Facebook ist den Chinesen versperrt. US-amerikanische Investoren interessieren sich jedoch für den riesigen chinesischen Markt, den sie daher nur über ein chinesischen social network erreichen können. Ein Portal mit mehrjähriger Erfahrung, das jeweilige Verhalten der Nutzer ausgiebig zu beobachten, zu protokollieren und auszuwerten, hat einen uneinholbaren Vorsprung und kann die Angebote von Drittanbietern zielgenau auf die Eigenarten der Menschen ausrichten.

> Renren muss sich weniger vor Facebook als vor Konkurrenten aus dem eigenen Land fürchten.

Die Internet-Zensur hat für den Markt in China die Funktion von Schutzzöllen. Moralische Argumente sind immer zweitrangig. Da sich der Profit auch im kapitalistischen China um Moral nicht schert, kann sich die chinesische Regierung langfristig darauf verlassen, dass ausländische Unternehmen in chinesische Internet-Unternehmen investieren werden, nicht trotz, sondern gerade wegen der Zensur.

Dieses Modell muss aber nicht automatisch funktionieren. Nach dem Hype um die 3D-Welt Second Life im Frühjahr 2007 hatte China sofort seine eigene Version HiPiHI angeboten, Avatare, die in Mandarin chatten. Während die Nutzerzahlen von Second Life seitdem langsam aber stetig stiegen, dümpelt HiPiHi, bei dem zudem Cybersex verboten ist, erfolglos vor sich hin.

Die Technik der Datenspionage wenden beide Seiten gleichermaßen an, Unternehmen wie Regierungen: Facebook und Renren, weil sie den Nutzern das Geld aus der Tasche ziehen wollen, die chinesische Regierung, weil sie kontrollieren will, wer was macht, um, wenn es ihrem eigenen Interesse politisch widerspricht, restriktiv einzugreifen.

Soziale Netze und die Zensur-Lobby aller Länder sind daher natürliche Verbündete, ohne das gemeinsam geplant zu haben: Die Nutzer eines privaten Internet-Unternehmens haben keine Chance, sich gegen Willkür zu wehren. Das mussten zum Beispiel die User bei Flickr.com erfahren, dem größten Foto-Portal der Welt, das Nutzern aus Deutschland, Singapur, Korea und Hongkong vor vier Jahren ohne Vorwarnung verwehrte, bestimmte Fotos zu sehen, die nach US-amerikanischen Normen als anstößig galten. Tausende kündigten und protestierten. Genützt hat es nichts, was zu erwarten war, und deutsche Medien hat das Thema Zensur im Internet ohnehin nie besonders interessiert. Nur so lässt sich die unstrittige Tatsache erklären, dass Deutschland – pro Kopf der Bevölkerung gerechnet – bei der nachträglichen Zensur von Suchergebnissen von Suchmaschinen weltweit auf dem Spitzenplatz liegt. Niemand protestiert. Nirgendwo werden Google-Suchergebnisse mehr gelöscht, gesperrt, bereinigt und gefiltert als hierzulande. Wer Renren kritisiert, sollte zuerst vor der eigenen Tür kehren. □

Burkhard Schröder
lebt als Schriftsteller und Journalist in Berlin-Neukölln. Von 2005–2007 war er Chefredakteur von „Berliner Journalisten." Letzte Buchveröffentlichung: „Die Online-Durchsuchung", dpunkt.verlag/Telepolis 2008
www.burks.de