

# Facebook hat ein Problem

Überraschend stark schrumpft der Wert des Konzerns – Nutzer werden untreu

VON FRANK-THOMAS WENZEL

**MENLO PARK.** Ein Schock für Facebook-Aktionäre. Der Wert des Konzerns ist in der Nacht auf Donnerstag um rund 200 Milliarden Dollar geschrumpft.

Ausgelöst haben das vor allem zwei Faktoren: Das Unternehmen, das jahrelang immer steigende Nutzerzahlen melden konnte, musste nun einräumen, dass im Schlussquartal von 2021 rund eine Million Menschen weniger als in den drei Monaten zuvor täglich auf den Plattformen aktiv waren – insgesamt waren es noch 1,9 Milliarden.

Fachleute gehen davon aus, dass es insbesondere junge Leute sind, die sich nun anderswo tummeln. Etwa bei Snapchat oder der chinesischen Videoplattform Tiktok, deren Manager ihr Unternehmen als das weltweit am schnellsten wachsende soziale Netzwerk sehen. „Die Leute haben jede Menge Auswahl, wie sie ihre Zeit verbringen wollen – und Apps wie Tiktok wachsen sehr schnell“, räumt Zuckerberg ein. Nun werde hart daran gearbeitet, die Nutzung von Reels so schnell wie möglich zu steigern. Aber kurzfristig müsse man mit einem Wachstum rechnen, das geringer ausfalle, „als wir es gewollt haben“.

Dabei sind Tiktok und Co. längst nicht Zuckerbergs einziges Problem: Für das Unternehmen, das offiziell jetzt Meta heißt, gilt das Prinzip, dass die Nutzenden nicht Kunden, sondern das Produkt sind. Das wertvollste Gut der Meta-Plattformen (Facebook,



Facebook-Gründer Mark Zuckerberg sagt der Video-App Tiktok den Kampf an.

FOTO: META/DPA

Instagram, Whatsapp) sind die Menschen, die diese Netzwerke täglich nutzen. Mit jedem Mausklick entstehen neue Daten, die gesammelt und analysiert werden. Daraus entstehen präzise Profile über Gewohnheiten und Vorlieben.

Meta vermarktet den Datenschatz, indem Werbung zielgenau auf die Accounts von Nutzenden gestellt wird, die für die jeweiligen Reklamebotschaften empfänglich sind. Firmen, die Konsumgüter herstellen, sind bereit, für diese Art von Marketinghilfe viel auszugeben. Meta verdient fast ausschließlich damit sein Geld.

Jahrelang hat dieses Geschäftsmodell steigende Gewinne gebracht. Doch nun funkt ein anderer Techriese dazwischen: Apple. Der hat für sein Betriebssystem iOS, das in iPhones und iPads wer-

kelt, neue Einstellungen eingeführt. Es wird nun ausdrücklich nach einer Erlaubnis gefragt, um das Verhalten der Nutzenden beim Surfen nachzuverfolgen. Viele sagen: Nein. Die Folge: Facebook, Instagram und Whatsapp sammeln weniger Daten, die Werbung kann nicht mehr so präzise ausgespielt werden, deshalb sinken die Einnahmen. Meta-Finanzchef David Wehner betonte bei der Präsentation aktueller Geschäftszahlen, dass Apples neue Privatsphäre-Einstellungen in diesem Jahr „ökonomische Auswirkungen“ in Höhe von etwa 10 Milliarden Dollar haben würden.

Hinzu kommt, dass viele Unternehmen ihre Werbebudgets zusammengestrichen haben, weil sie sich mit steigenden Kosten und Lieferengpässen herumschlagen müssen. Ferner drohen in vie-

len Ländern weitere rechtliche Restriktionen beim Datensammeln. So basteln die EU-Kommission und das Europaparlament an Richtlinien, um unter anderem Werbung zu verbieten, die aufgrund sensibler Daten geschaltet wird. Zudem hat der Konzern auch noch Ärger, weil er Hasskommentare und Aufrufe zu Gewalt nicht in den Griff kriegt.

Langfristig setzt Meta indes auf eine neue virtuelle Welt – das Metaverse. Es wird aber noch Jahre dauern, bis all die dafür notwendigen Programme laufen. Aktuell wird immens investiert. Was zu einem Verlust in der dafür zuständigen Sparte Reality Labs von rund 10 Milliarden Dollar führte. Der Gewinn des gesamten Konzerns schrumpfte im vierten Quartal um 8 Prozent auf rund 10 Milliarden Dollar.