

## Freund und Filter

*Wie funktionieren Internet-basierte Kontaktbörsen? Nicolas Berg, Investor bei Redalpine Venture Partners, mehrfacher Gründer und Country Manager von Xing, hilft bei der Suche nach Antworten.*

*Bevor es das Internet gab, gab es schon Pausenplätze, Telefonbücher, Offizierskantinen. Was ist neu an Internet-Kontaktbörsen?*

**Nicolas Berg:** Social Networking Sites ermöglichen es, herauszufinden, wer die Freunde meiner Freunde sind. Meine Freunde dienen mir so als Türöffner oder als Referenz, wenn ich bestimmte Leute kontaktieren will. Das war vorher nicht möglich. Weiter ist bei funktionierenden Social Networking Sites die Datenqualität besser als bei Auskunfteien oder privaten Adressbüchern, weil sie ja von den Leuten selber gepflegt wird. Und wenn einer das mal vergisst oder übertreibt und sich selber zu gut darstellt, dann wird er durch Leute aus seinem Umfeld zurückgepfiffen, die soziale Kontrolle spielt.

*Was sind die Erfolgsfaktoren dieses Geschäfts?*

Ein wichtiger Faktor für den Erfolg ist, dass die Start-Community, die erste Zelle, für weitere Leute attraktiv ist. Sie muss genügend heterogen sein, es dürfen nicht nur Bauern aus dem Berner Oberland dabei sein oder nur Filmstars aus Tadschikistan, es braucht eine gute Mischung. Es gibt Netzwerke, die trotz guter Technik keinen Erfolg haben, weil die Mitgliederstruktur nicht attraktiv ist. Ein weiterer Erfolgsfaktor ist ein Gleichgewicht zwischen Relevanz im realen und im virtuellen Leben. Online Bildli anschauen und online flirten wird irgendwann langweilig. Es muss sich eine Verbindung herstellen lassen zum realen Leben.

*Gibt es Marktchancen auch für kleine Kontaktbörsen, gibt es noch Platz für Neugründungen?*

Die Hauptthemen – Flirten und professionelles Networking – sind besetzt, aber es wird immer Nischen geben, neue Themen, wo noch alles offen ist. Es gibt beispielsweise die Netmoms, ein Social Network nur für Mütter, das in Deutschland erfolgreich ist. Als Investor bin ich Mitinitiant des Projekts Quevita, bei dem es um präventives Gesundheitsmanagement geht.

*Wie werden sich diese Netzwerke verändern? Welche Geschäftsmodelle werden dominieren?*

Gängig waren bisher Abonnemente und klassische Werbung. Künftig sehe ich vermehrt Marktplatzfunktionen und zielgenaue Werbung. Diese lässt sich auf die Profile der Nutzer, deren aktuellen Aufenthaltsort oder Kontext masschneidern und wird so auch besser angenommen. Die Werbung ist hier zwar teurer als über herkömmliche Kanäle, aber eben auch erfolgreicher. Darum versuchen viele grosse Medienkonzerne, Beteiligungen und Kooperationen einzugehen mit Social Networks.



«Social Networking Sites ermöglichen es, herauszufinden, wer die Freunde meiner Freunde sind.»

Nicolas Berg

*Kann ein grosses Netzwerk auch wieder zerfallen?*

Es gibt auch dafür Beispiele. Gerade bei jungen Zielgruppen kann es schnell passieren, dass ein Network seine Attraktivität verliert.

*Wie werden diese Kontaktbörsen das Wirtschaftsleben verändern?*

So wie Fax oder E-Mail bringen die Social Networks Veränderungen mit sich, aber nicht grundlegende. Mit dem Fax verschwand die Sorgfalt beim Schreiben von Geschäftsbriefen, aber ich glaube nicht, dass solche Änderungen bei der Geschäftskorrespondenz einen wirtschaftlichen Umbruch bedeuten. E-Mail, das elektronische Adressbuch, die grosse Zahl der gespeicherten Kontakte, die Internet-Revolution, Mobiltelefone, die ständige Erreichbarkeit, die Informationsüberflutung haben dazu geführt, dass das, was wir vor noch zwanzig Jahren eher abschätzig als Klügelwirtschaft bezeichneten, nun mit dem englischen Begriff Networking plötzlich wieder positiv besetzt ist. Beim Networking geht es darum, Vertrauensbeziehungen aufzubauen. Menschen unseres Vertrauens helfen uns, Relevantes von Nichtrelevantem zu unterscheiden.

*Social Networking Sites als Filter?*

Ein berühmter Genfer Investor schreibt auf seiner Homepage, man solle ihm bitte keine Geschäftspläne schicken. Wer von ihm Geld wolle, müsse imstande sein, jemanden zu überzeugen, der bereits das Vertrauen des Investors geniesse. Dieser werde dann den Geschäftsplan weiterreichen. So nutzt dieser Investor, der von Anfragen überhäuft wird, Vertrauenspersonen für die Vorselektion. Die Freunde bilden so einen Schutz gegen die Informationsüberflutung.

*Interview: S. B.*