

Interview / Archiv | Beitrag vom 10.09.2014

Mehr Gefühlssache als "eine rationale Geschichte"

Unternehmensberater warnt Anleger vor möglicher Vergänglichkeit von Facebook

Peter Kruse im Gespräch mit Gabi Wuttke



"Da kann auch ganz schnell wieder etwas runtergehen, was hochgegangen ist", so Kruse. (picture alliance / dpa / Jan-Philipp Strobel)

Der Psychologe und Netzwerkforscher Peter Kruse warnt Anleger vor der möglichen Vergänglichkeit des Facebook-Phänomens. Facebook sei kein klassisches Unternehmen, sondern ein soziales Phänomen. Mark Zuckerberg habe den aktuellen "Rückenwind auf seine Art intelligent genutzt".

Gabi Wuttke: Wer sich zu sehr aufpumpt, der wird zwangsläufig platzen! - Ob sich dieses physikalische Phänomen auch bei Facebook bestätigen wird? Mark Zuckerberg will heute endlich tun, was er schon vor Monaten ankündigte und immer wieder verschoben hat: sein Internetnetzwerk an die Börse in New York zu bringen.

Schon immer wohl mit allen Wassern gewaschen, hat der gerade mal 28 Jahre alt gewordene Amerikaner es geschafft, den Wert von Facebook vorab auf den Wert von 104 Milliarden Dollar hochzutrommeln, die Aktie geht mit 38 Dollar ins Rennen. Doch es gibt mehr als ein aber.

Professor Peter Kruse ist Netzwerkforscher, Organisationspsychologe und selbst Facebook-Nutzer, schönen guten Morgen!

Peter Kruse: Guten Morgen, grüße Sie!

Wuttke: Warum würden Sie keine Facebook-Aktien kaufen?

Kruse: Also, erst mal muss man sagen, ich glaube, jeder warnt im Moment. Aber ich denke mal, neben der Tatsache, dass das heftig zu hoch gegriffen ist, was da an Preisen im Raum ist - das ist ja die betriebswirtschaftliche Seite -, muss man sich einfach mal der Frage öffnen, was ist Facebook denn eigentlich?

Ist Facebook wirklich ein klassisches Unternehmen? Eigentlich ist Facebook ein soziales Phänomen, und wenn man genauer hinguckt, dann sind die Produkte, die dort sind, eigentlich die User. Und diese Produkte haben Beine und einen eigenen Willen. Das heißt, da kann auch ganz schnell wieder etwas runtergehen, was hochgegangen ist.

Wuttke: Wenn wir mal beim eigenen Willen bleiben: Wie erklären Sie sich denn selbst in diesem Massenphänomen?

Kruse: Ja gut, das ist eine hochgradig emotionale Geschichte. Das heißt, hier ist ein Teil der Kultur geworden, ein Teil auch ganz stark der Jugendkultur. Und ich glaube mal, das, was der Herr Zuckerberg da macht, ist eigentlich die Flucht nach vorne. Er muss die Leute zu Eignern machen, weil das die einzige Form von Bindung ist, die darauf geht. Ich meine, da lädt sich ein Unternehmen mit unglaublich viel Geld voll und damit mit einer Riesenerwartungshaltung, und die Frage ist, wie kann das Management diese Erwartungshaltung auf Dauer erfüllen?

Es ist absolut kein Zufall, dass bei N24 am Mittwoch die Erfolgsgeschichte von Facebook gezeigt wurde und dann die Erfolgsgeschichte von Apple. Nur, die große Frage ist: Ist Mark Zuckerberg gleich Steve Jobs, haben wir es hier mit einem genau so kreativen Unternehmer zu tun oder ist das nicht ein zeitgebundenes Phänomen, was dort stattfindet?

Wuttke: Darauf kommen wir gleich noch mal zu sprechen, aber erst mal interessiert mich, ob das, was Sie gerade gesagt haben, heißt, es gibt in den Gruppen gerade der jungen Leute, die vor allem Facebook nutzen, keinen Druck, Mitglied sein zu müssen, um dazuzugehören, wenn Sie sagen, es geht sozusagen um den Menschen, seinen Willen, und der ist nicht lenkbar?

Wuttke: Darauf kommen wir gleich noch mal zu sprechen, aber erst mal interessiert mich, ob das, was Sie gerade gesagt haben, heißt, es gibt in den Gruppen gerade der jungen Leute, die vor allem Facebook nutzen, keinen Druck, Mitglied sein zu müssen, um dazuzugehören, wenn Sie sagen, es geht sozusagen um den Menschen, seinen Willen, und der ist nicht lenkbar?

Kruse: Ja, das eigentlich Interessante ist doch das Internet dahinter. Das heißt, die Vernetzungssituation ist über das Internet geschaffen worden, Facebook ist ein Dienstleister. Und wenn wir ein bisschen zurückdenken, dann war AOL auch mal ein Dienstleister und dann irgendwann zieht die Karawane weiter.

Das heißt, Facebook hat eigentlich nur die Chance, eben zu einem sehr, sehr starken emotionalen Bestandteil der Jugendkultur geworden zu sein und damit eine gewisse Nachhaltigkeit zu haben. Ansonsten ist das nur ein Dienstleister unter vielen. Und wenn die Leute sich dann bewusst machen, dass sie dort mit ihrer eigenen Kreativität jemandem anders die Taschen füllen, dann mag das irgendwann auch kippen.

Wuttke: Das heißt für Sie, soziales Netzwerk und Aktie sind zwei Dinge, die überhaupt gar nicht zum Image passen?

Kruse: Ja, sagen wir mal so: Man muss, wann immer man irgendwo investiert, sich klar machen, in was man investiert. Jede Form von Aktie ist immer eine Frage der persönlichen Risiko-Nutzen-Einschätzung. Und da würde ich hier in diesem Zusammenhang sagen, ich müsste schon fürchterlich emotional mit Facebook sein, um dort zu investieren.

Dann würde ich im Prinzip fast in so etwas wie ein Kunstobjekt oder so investieren, also mehr in eine Gefühlssache als in eine rationale Geschichte. Jetzt, wenn ich darauf meine Rente basieren lassen sollten, dann würde ich schon schwer ins Zucken geraten.

Wuttke: Nun muss man aber sagen, die Welt ist an und für sich nicht felsenfest berechenbar und das gilt natürlich auch für Facebook.

Kruse: Das ist richtig, aber wir müssen uns schon klar machen, dass wir gerade über 3000 Angestellte bei Facebook zu Millionären machen. Ist einfach Fakt. Ich glaube, in Silicon Valley laufen im Moment die Verkäufer von Luxusautos zu Höchstformen auf und die guten Uhren werden wieder auf den Markt geschmissen und so weiter.

Das heißt, die Frage ist immer, in was investiere ich da? Ist tatsächlich Facebook in der Lage, hinterher zu dem zu werden, was sie werden müssen, nämlich eine Rendite generierende Firma, die das mit einigermaßen Sicherheit auch tut, oder laufen wir gemeinschaftlich nicht in ein gigantisches Risiko, wenn man dort beteiligt ist?

Wuttke: Wie schätzen Sie denn jetzt Mark Zuckerberg ein? Ist er für Sie ein ehrgeiziger Stratege oder ist er Ihnen auch vielleicht ein bisschen unheimlich?

Kruse: Nein, unheimlich ist er mir nicht. Das ist einfach so, da darf man die Person nicht überbewerten. Immer dann, wenn sozusagen ein großer Megatrend einen Wind erzeugt und jemand hat sein Segel gerade richtig aufgestellt, dann bläst ihn dieser Wind nach vorne. Wir haben zurzeit in der Bevölkerung und allgemein den Megatrend vom Ich zum Wir. Das heißt, die Menschen entdecken den sozialen Teil neu, hat eine Menge mit der Situation zu tun, in der wir weltweit sind. Und auf diesem Megatrend baut Facebook ja eigentlich auf. Das heißt, hier existiert ein gigantischer Rückenwind und man darf, glaube ich, die Einzelperson Mark Zuckerberg da nicht überschätzen. Der hat einfach zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Punkt gesessen und hat diesen Rückenwind auf seine Art intelligent genutzt.

Wuttke: Noch eine kurze Frage habe ich: Wenn Sie jetzt so vom vielen Wind sprechen, könnte der eben auch so stark sein, dass diese ganze Blase über kurz oder lang platzt?

Kruse: Ja, das Problem ist einfach, man muss sich bewusst machen, was da läuft. Stellen Sie sich vor, Sie werden sozusagen von einem Menschen zu einer Party eingeladen, gehen auf die Party und der Gastgeber veranstaltet dann neckische Spiele nach dem Motto Wir komponieren einen Song, wir drehen einen Film. Und dann merken Sie hinterher, dass das gar keine Party ist, sondern dass der die dort erzeugten Filme und Songs ausnutzt, um damit sein eigenes Geschäft machen.

Das kann schon zu fürchterlichen Enttäuschungen führen. Und Mark Zuckerberg hat auch schon mal einmal heftig in die Mistkiste gegriffen, als er dort einen Zusatzdienst "Beacon" aufgebracht hat, der sozusagen dann zu weit gegangen ist. Da musste er heftig zurückrudern, um die User wieder zu befrieden.

Das kann schon zu fürchterlichen Enttäuschungen führen. Und Mark Zuckerberg hat auch schon mal einmal heftig in die Mistkiste gegriffen, als er dort einen Zusatzdienst "Beacon" aufgebracht hat, der sozusagen dann zu weit gegangen ist. Da musste er heftig zurückrudern, um die User wieder zu befrieden.

Wenn das irgendwann Mal nicht mehr gelingt, weil er unter dem Druck dieser Rendite steht, dann wird es natürlich sehr hart und dann kann sein, dass da ganz schnell auch sich selbst aufschaukelnde Gegenbewegung entsteht, und jemand anders, der das dann ein bisschen anders macht, hat dann plötzlich den Rückenwind, der jetzt in die Segel von Mark Zuckerberg bläst.

Wuttke: Sagt Professor Peter Kruse, bevor Facebook heute in New York an die Börse geht. Er ist netzwerkforscher und Organisationspsychologe und auch Ihnen sage ich herzlichen Dank und schönen Tag!

Kruse: Sehr gern!

Äußerungen unserer Gesprächspartner geben deren eigene Auffassungen wieder. Deutschlandradio macht sich Äußerungen seiner Gesprächspartner in Interviews und Diskussionen nicht zu eigen.