Redaktioneller Artikel

**Alles verbunden**

Nach dem Motto „connect your world“ will das Grazer Start-up e.com mit seiner App connect ein datensicheres soziales Netzwerk auf den Markt bringen. Konkurrenz zu Facebook und Co.? Wir haben die neue Plattform unter die Lupe genommen.

Mit rund 1,86 Milliarden monatlich aktiven Nutzern führt Facebook weltweit die Statistik der beliebtesten sozialen Netzwerke an. Mit über 80 % Marktanteil ist das von Mark Zuckerberg gegründete Netzwerk auch unangefochtener Marktführer. Der Zenit scheint jedoch schon erreicht bzw. schon überschritten worden sein: Im heurigen Jahr verzeichnet das Unternehmen zwar nach wie vor ein Plus, allerdings sinken die direkten Facebook-Zugriffe – User weichen verstärkt auf andere Dienste aus. So hat beispielsweise WhatsApp den Facebook-Messenger als beliebtesten Nachrichtendienst abgelöst; auch Instagram verzeichnete im vergangenen Jahr einen starken Zuwachs. Kein Problem für Facebook – gehören doch sowohl Instagram als auch WhatsApp zu seinem Imperium.

**Zunehmende Vorsicht vor Facebook**

Gerade für jüngere Zielgruppen scheint diese Form der sozialen Netzwerke jedoch nicht mehr richtig interessant zu sein. Nur noch rund 30 % aller 11- bis 20-Jährigen verfügen über einen Facebook-Account. Auch ältere Generationen stehen dem Social-Media-Giganten aufgrund der regelmäßigen Schlagzeilen über Datenmissbrauch zunehmend skeptisch gegenüber. So kommt es, dass Facebook langsam, aber sicher zur Werbewüste wird, in welcher persönliche Informationen nur noch spärlich preisgegeben werden.

**Marktlücke Datenschutz**

Datenschutz ist bei allen großen sozialen Netzwerken ein Thema, denn auch Netzwerke wie LinkedIn und Xing, die auf berufliche Kontakte abzielen, sammeln Daten, werten diese aus und verkaufen sie zu Werbezwecken weiter. Immer wieder versuchen Unternehmen, die Marktlücke „Sicheres soziales Netzwerk“ für sich zu beanspruchen; beispielsweise das Berliner Start-up Whispeer. Finanziert werden sollen end-to-end-verschlüsselte Kommunikationsplattformen großteils durch Kooperationen, im Fall von Whispeer beispielsweise durch Unternehmen, die eine datengeschützte interne Kommunikation bevorzugen. Manche Anbieter verlangen auch einmalige oder monatliche Gebühren bzw. bieten kostenpflichtige Zusatzfunktionen an. Der große Erfolg lässt aber bei vielen solcher Anbieter trotz des Datenschutzversprechens noch auf sich warten – unter anderem deswegen, weil neue soziale Netzwerke alle unter demselben großen Problem leiden: Sie sind anfangs leer. Und ein soziales Netzwerk ohne soziale Kontakte funktioniert, nun ja, eben eher bescheiden.

**Von Anfang an vernetzt**

Das Grazer Start-up e.com hat ebenfalls den Plan gefasst, ein datensicheres soziales Netzwerk auf den Markt zu bringen: Die ab Sommer 2017 downloadbare, kostenlose App „connect“ soll aber nicht nur end-to-end-verschlüsselte Kommunikation, sondern auch Virtual Reality, Multimediafunktionen und zahlreiche weitere Extras bieten. Die anfangs gähnende Leere der Plattform umgeht man mit dem Multimessenger, der Nachrichten verschiedener Nachrichtendienste bündelt. „So stellen wir von Anfang an sicher, dass jeder über connect all seine Kontakte erreichen kann. Datengeschützt sind aber aus technischen Gründen nur Nachrichten, die zwischen zwei connect-Usern über die App verschickt werden“, fasst e.com-Geschäftsführer Michael Schöggl zusammen. Dienste wie der Facebook-Messenger, SMS oder Mails werden in connect übersichtlich zusammengefasst, wodurch der User gleichzeitig auch Zeit spart, da er nicht alle Nachrichten in verschiedenen Apps öffnen und beantworten muss.

**Zahlreiche Möglichkeiten**

Nicht nur durch den Datenschutz will man sich von Facebook und Co. abgrenzen: Die App ist völlig anders aufgebaut als bekannte Social-Media-Plattformen. In einem virtuellen Loft, das mit einer 3D-Brille auch in Virtual Reality erlebt werden kann, steht ein Schreibtisch für Kommunikations- und Unterhaltungsfunktionen zur Verfügung; eine Leseecke sorgt dank Kooperationen mit Medien aus aller Welt für Informationsnachschub und wer möchte, kann sich auch ein virtuelles Haustier zulegen. Bekannte Funktionen wie das Verschicken von Fotos, Videotelefonie, Streamen von Fernseh- und Radiosendungen und kleinere Online-Spiele werden durch innovativere Möglichkeiten wie alternative 3D-Umgebungen (z. B. das Oval Office als exklusive Kickstarter-Belohnung), Flugzeug-Botschaften und Suchspiele ergänzt.

**Nach dem Baukastenprinzip**

Was nach Verwirrung und zu vielen Möglichkeiten klingt, wurde von e.com kreativ gelöst. Michael Schöggl erklärt: „Unsere App ist nach dem Baukastenprinzip individualisierbar. Jeder kann sich genau jene Funktionen einrichten, die er benötigt. Wer z. B. ein älteres Smartphone hat oder weniger Speicher verbrauchen möchte, wählt die abgespeckte Version, bei der nur der Schreibtisch zu sehen ist.“ Vereinfacht wird die Bedienung durch fotorealistische Objekte, die für die jeweiligen Funktionen stehen: etwa die Kamera für die Fotofunktion, der Fernseher für das Streamen von Filmen und das Adressbuch – richtig geraten – für die Kontaktliste. Damit wollen sich die Entwickler der App auch an ältere Menschen richten, die eine intuitive Bedienung bevorzugen.

**Für Jung und Alt**

Mit virtuellen Haustieren, kleinen In-App-Spielen und Spielereien wie etwa Wetteränderungen vor dem Fenster des virtuellen Lofts wird man dagegen wohl eher die jüngere Zielgruppe ansprechen, die derzeit vor allem auf Snapchat aktiv ist. Allein in den USA sind Statistiken zufolge über 40 % der 18- bis 34-Jährigen täglich auf dieser App zu finden. Auch wenn Snapchat nicht einmal ansatzweise die Nutzerzahlen von Facebook aufweisen kann, übertrifft das Netzwerk mit dem Geist-Logo das blaue „f“ in puncto Jugendlichkeit bei weitem. Das liegt nicht zuletzt an den spielerischen Möglichkeiten, die Snapchat bietet – und an den Storys, die sich nach 24 Stunden automatisch wieder löschen. Hier knüpft auch connect an: Inhalte können für begrenzte Zeiträume gepostet werden, versendete Nachrichten wieder gelöscht werden oder nur für eine bestimmte Zielgruppe lesbar sein. „Bei uns kann jeder User selbst entscheiden, was er wem von sich preisgeben möchte“, so Michael Schöggl. Eine Form der „Hasenohren-Funktion“ von Snapchat wird es bei connect zumindest vorerst nicht geben, dafür können die Nutzer auf andere spielerische Art und Weise miteinander in Kontakt treten und sich z. B. gegenseitig – je nach Stimmung – schönes Wetter, Regen oder Gewitter, virtuelle Haustiere oder Accessoires für das virtuelle Loft schicken.

**Finanzierung durch Product Placement**

Das virtuelle Loft selbst kann nach Lust und Laune gestaltet werden. Und hier kommt die Finanzierung der kostenlosen App ins Spiel: Geplant sind Kooperationen mit Unternehmen, die ihre Produkte in der App präsentieren und für diese Präsenz zahlen. Die User können dann ihr Loft beispielsweise mit Möbeln aus verschiedenen realen Möbelhäusern einrichten – und im Fall eines Umzugs im wirklichen Leben ihr Lieblingsstück aus der App dann auch tatsächlich in die reale Wohnung stellen. „Wir haben unsere Geschäftsidee bereits mehreren Unternehmen vorgestellt, die allesamt begeistert waren“, zeigt sich Michael Schöggl zuversichtlich, dass der Plan aufgehen wird. Neben Einrichtungsgegenständen sind auch Produktplatzierungen wie z. B. Getränkedosen, Bücher oder elektronische Geräte möglich. „Alle Markenprodukte müssen aber immer einen funktionellen oder zumindest spielerischen Wert für die User haben, damit sie von uns in die Auswahl mitaufgenommen werden“, verspricht der Jungunternehmer.

**Virtuelles Zuhause als Start in die neue VR-Welt**

Auch die User können Inhalte in die App hochladen und festlegen, für wen sie zugänglich sein sollen – nur für den Besitzer, für einen ausgewählten Freundeskreis oder für alle. Dadurch lässt sich das virtuelle Zuhause mit Kunstwerken und Fotografien an den Wänden, der eigenen Handschrift oder einem 360°-Foto als alternativem Fensterausblick verschönern. „Zudem streben wir Kooperationen mit Filmstudios und Spieleherstellern an, um komplett neue, fotorealistische 3D-Szenarien mit coolen Funktionen oder spielerischen Inhalten anbieten zu können – z. B. ein Raumschiff, ein Archäologen-Camp, ein Kinderzimmer samt Spielzeug und das Inneren eines Walmagens – die Möglichkeiten sind grenzenlos“, fährt Michael Schöggl fort.

**Große Vision mit europäischen Werten**

Das Ziel sei es, die Lücke zwischen sozialem Netzwerk, Medien, Spielen und Virtual Reality zu schließen, damit connect sich zum „Digital Life Network“ entwickelt, das alle Bereiche des digitalen Lebens in einer einzigen Software auf intuitive, individualisierbare und geräteunabhängige Art und Weise miteinander verbindet.

Hohe Ziele also für das junge Grazer Start-up, das mit dieser Vision gegen Kontrahenten wie Facebook, Google und Co in den Ring steigt. Beim Kampf zwischen David und Goliath bleibt es abzuwarten, ob der technische Vorsprung und das Argument der Datensicherheit ausreichen werden, um gegen die übermächtige Konkurrenz aus dem Silicon Valley bestehen zu können. Ob die Welt für ein international erfolgreiches soziales Netzwerk aus dem Herzen Europas bereit ist, wird sich frühestens beim Kickstarter-Release im Juli zeigen. Wer nicht so lange warten möchte, kann sich bereits jetzt einen ersten Eindruck von der Homepage der App holen: 4connect-e.com.

<https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20170315_OTS0025/jugend-internet-monitor-2017-das-sind-die-beliebtesten-sozialen-netzwerke-von-jugendlichen-bild>

<http://socialmedia-institute.com/uebersicht-aktueller-social-media-nutzerzahlen/>