



Planet der Freundschaft

Kaum ein Jugendlicher kommt mehr ohne Facebook durchs Leben. Manche Eltern melden schon Neugeborene an. Gelingt dem Datensammler-Konzern die freundliche Übernahme einer ganzen Generation?

Als der kleine Louis auf Facebook zur Welt kam, war seit Tagen schon alles vorbereitet für das Ereignis: Der Vater hatte den Sohn im Netzwerk angemeldet, ein Online-Profil erstellt, die Personalien eingetragen.

Nur das Geburtsdatum fehlte noch. Bald darauf nahm die Mutter in einer Hamburger Gebärklinik ihren Neugeborenen in den Arm. Es war ein kühler, nebliger Herbsttag des Jahres 2010. Der Vater füllte feierlich das Datumsfeld aus.

Noch rasch ein Foto dazu, und der nunmehr jüngste Netzbürger begann sein Dasein auf dem Planeten Facebook. Die Eltern, beide Studenten, wollten ihren Jungen von Anfang an dabei haben im sozialen Netzwerk, im Kreis der Freunde, der Familie. Alle sollten Anteil nehmen können an seinem Leben, dem ersten Weihnachtsfest, dem ersten Tag in der Kita, dem lustigen Faschingsfoto, Louis im Piratenkostüm. „Die Oma schreibt immer fleißig Kommentare“, sagt die Mutter. „Auch zwei Tanten lesen mit.“

Louis ist jetzt anderthalb Jahre alt, und seine Chronik bei Facebook füllt sich stetig. Der Kleine wächst auf als Teil eines Netzwerks, das bereits 901 Millionen Nutzer umfasst. Er ist „on“ seit dem ersten Tag seines Lebens.

Wird er sich einmal vorstellen können, wie die Menschen früher zurechtkamen, ohne Facebook?

Vermutlich nicht – sehr zum Vorteil von Mark Zuckerberg. Der Gründer von Facebook wird sein Unternehmen voraussichtlich in der nächsten Woche an die Börse bringen. Der Marktwert wird auf 60 bis 96 Milliarden Dollar taxiert. In dieser Zahl steckt die Erwartung sagenhafter Gewinne (siehe Grafik Seite 127). Soll sie wahr werden, müssen noch mehr und immer mehr

Menschen ihr halbes Leben im sozialen Netz verbringen. Am besten von Geburt an, wie Louis.

Aber da gibt es auch noch Paul.

Keine drei Monate nach Louis' Geburt begann im hessischen Bad Soden eine andere Geschichte, nicht ganz so entzückend: Paul, 17 Jahre alt, war gerade in der Stadt unterwegs, als ihn eine Freundin ansprach: Wie er dazu komme, sie auf Facebook nach ihrer Körbchengröße zu fragen. Diese angebliche Wette mit den Kumpels, wer die meisten Mädchen schafft – das solle sie ihm abnehmen?

Wette? Körbchengrößen? Paul begriff gar nichts.

Zu Hause konnte der Junge sich plötzlich nicht mehr in sein eigenes Facebook-Profil einwählen, das Passwort sei falsch. Da ging ihm langsam auf, was geschehen war: Jemand hatte seinen Zugang gekapert, sich eingeschlichen und das Passwort umgestellt. Nun sabberte der Einbrecher, getarnt als Paul, die Mädchen in seinem Freundeskreis an.

Paul beschwerte sich bei Facebook – vergebens. „Ich bekam immer nur die gleiche vorgefertigte E-Mail“, sagt er. Was tun? Nach mehreren Anläufen gab er auf. Er legte ein neues Profil an, warnte die Freunde vor dem zweiten, dem falschen Paul. Er fing an, sich an eine ziemlich verrückte Vorstellung zu gewöhnen: das Leben mit einem Doppelgänger.

Im August vergangenen Jahres läuteten Polizisten bei Pauls Eltern. Die Mutter einer 14-Jährigen hatte Anzeige erstattet wegen eines Sexualdelikts. Paul habe ihre Tochter in einen anzüglichen Chat verwickelt.

Die Kripo präsentierte einen dicken Ordner: die Protokolle des Geplauders mit dem vermeintlichen Paul. Das Mädchen hatte ihm schließlich auch Nacktbilder von sich geschickt. Pauls Mutter erstattete Anzeige gegen unbekannt. Ge-

In einer anderen Liga

Vor dem Börsengang gibt es Zweifel, ob Facebook die hohen Erwartungen erfüllen kann.

Wenn Facebook wie geplant am 18. Mai an die Börse geht, dann ist das ein Zeichen seltener Selbstsicherheit. Jedes andere Unternehmen hätte es sich mindestens zweimal überlegt, ob ausgerechnet jetzt der richtige Moment für den Börsengang ist. Denn erstmals zeigen viele wirtschaftliche Daten des sozialen Netzwerks nicht steil nach oben – sondern eher in die gegenteilige Richtung.

Der Gewinn fiel im ersten Quartal gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 12 Prozent auf 205 Millionen Dollar. Die Gewinnmarge schrumpfte von 53 auf 36 Prozent. Das Umsatzwachstum sank von 154 Prozent im Jahr 2010 auf 88 Prozent im vergangenen Jahr auf nun 45 Prozent im ersten Quartal. Die Kosten dagegen haben sich mit 677 Millionen Dollar in den ersten drei Monaten fast verdoppelt.

Als Facebook diese Daten Mitte April verkündete, waren sich viele Beobachter an der Wall Street einig: Das soziale Netzwerk werde seine Premiere an der Technologiebörse Nasdaq sicher verschieben, bis es wieder bessere Wachstumsdaten zu verkünden gibt. Schließlich soll der Börsengang von Facebook der größte in der Geschichte des Internets werden, der über zehn Milliarden Dollar einbringen könnte. Und auch die Bewertung ist rekordverdächtig: Zwischen 60 und 96 Milliarden Dollar soll das acht Jahre alte Unternehmen wert sein.

Noch dazu hatte Facebook erst vor wenigen Wochen für eine Milliarde Dollar den Foto-App-Anbieter Instagram übernommen – für doppelt so viel, wie das 13-Mann-Unternehmen eigentlich bewertet wurde. Manche Beobachter werteten die teure Übernahme als Zeichen von Schwäche.

Aber die Unternehmensführung um Mark Zuckerberg hat sich vorgenommen, bei einer in dieser Woche stattfindenden Werbetour für Investoren alle Bedenken zu zerstreuen.

Die meisten Fragen wird Zuckerberg wohl zur Entwicklung der Werbeeinnahmen beantworten müssen. Denn damit macht Facebook den Großteil seines Umsatzes: gut drei Milliarden Dollar im vergangenen Jahr. Zum Vergleich: Google nahm mehr als 36 Milliarden Dollar mit Werbung ein. An der Börse ist Google mehr als das Vierfache seines Werbeumsatzes

Gleichzeitig kommen bei den Werbekunden Bedenken auf, ob all die Millionen wirklich gut investiert sind. Bei Facebook und anderen Netzwerken zu werben gelte als sexy, und deswegen hätten sich die Unternehmen ohne großes Nachdenken darauf gestürzt, sagte Martin Sorrell, Chef des weltgrößten Werbekonzerns WPP, im März. WPP-Kunden würden dieses Jahr für rund 400 Millionen Dollar bei Facebook werben. Doch mit steigendem Einsatz werde nun hinterfragt, was am Ende dabei rumkommt.

Die Marktforschungsfirma eMarketer etwa wies jüngst in einer Studie darauf hin, dass bislang weitgehend unklar sei, wie sich die Werbeeinsätze bei sozialen Medien für Unternehmen konkret auszahlten.

Für Facebook sprechen allerdings die Erfahrungen des US-Autobauers Ford. Der verzichtete bei der Markteinführung eines neuen Modells auf Fernsehspots während des Super Bowl 2010 und warb stattdessen auf Facebook. Die Nachfrage nach dem beworbenen Ford Explorer sei um 104 Prozent gestiegen, statt der üblichen 14 Prozent nach Super-Bowl-Werbung, so das Unternehmen.

Doch Investoren und Börsenexperten beurteilen die Aussichten für Facebook zunehmend kritisch. „Wir sehen sich verlangsames Wachstum, und das ist niemals gut“, warnt Lou Kerner, Gründer des Investmentfonds Social Internet Fund, der in soziale Medien investiert.

Facebook habe nichts zu suchen in derselben Liga wie Apple, Google oder Amazon, warnt das an der Wall Street vielbeachtete Finanzblog „The Street“. Die Finanzexperten von Market Watch erwarten sogar eine „globale Bären-Attacke“ kritischer Investoren auf Facebook: Das soziale Netzwerk sei „völlig über-hyped“. Und nach der Aufregung des ersten Börsentags werde seine Aktie eine unter vielen sein.

Facebook habe nichts zu suchen in derselben Liga wie Apple, Google oder Amazon, warnt das an der Wall Street vielbeachtete Finanzblog „The Street“. Die Finanzexperten von Market Watch erwarten sogar eine „globale Bären-Attacke“ kritischer Investoren auf Facebook: Das soziale Netzwerk sei „völlig über-hyped“. Und nach der Aufregung des ersten Börsentags werde seine Aktie eine unter vielen sein.

THOMAS SCHULZ

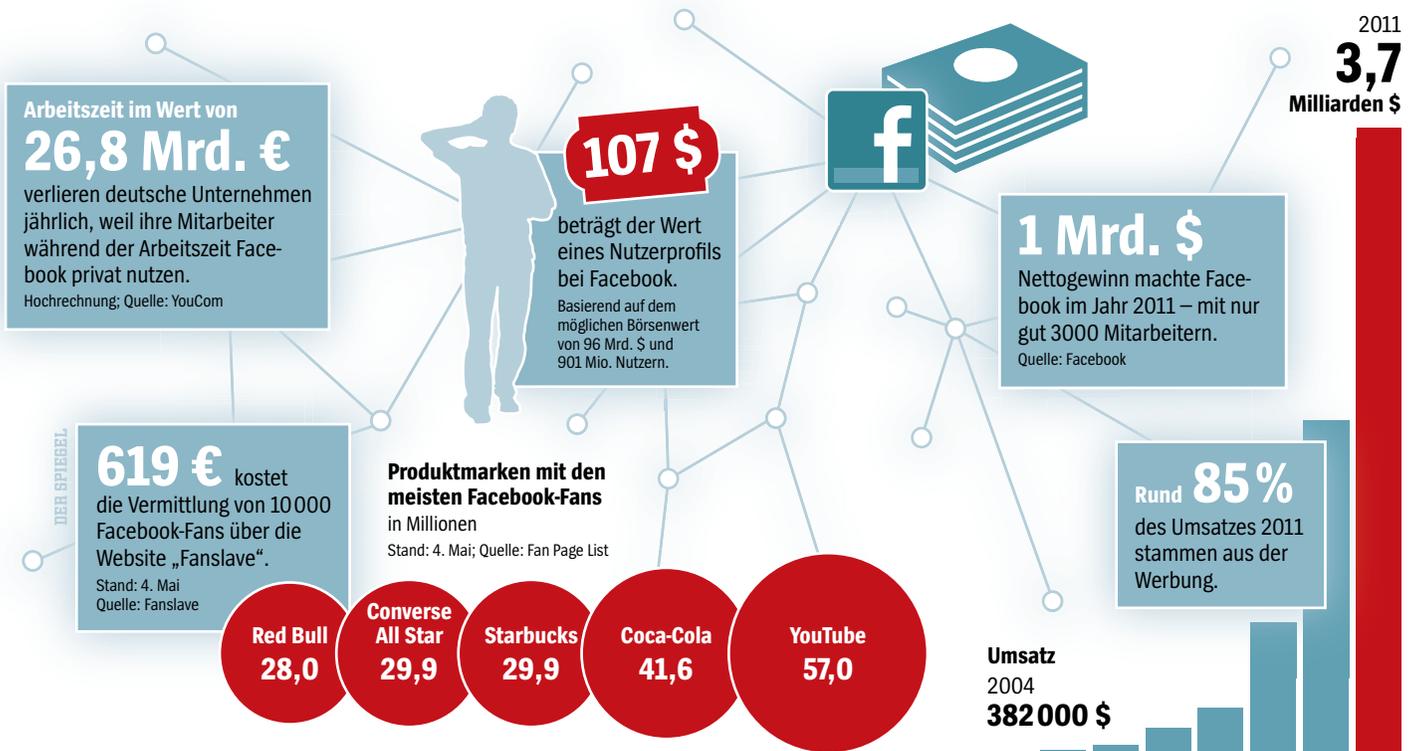


Gründer Zuckerberg: Rekordverdächtige Bewertung

wert. Sollte Facebook tatsächlich mit über 90 Milliarden bewertet werden, wäre es das 30fache der Werbeeinnahmen.

Bislang waren die Investoren davon ausgegangen, dass Facebook einfach so schnell wie bisher weiterwachsen werde, um dann schon irgendwann die hohen Erwartungen zu erfüllen: Nach Expertenberechnungen müsste das soziale Netzwerk bis 2022 jedes Jahr um 34 Prozent wachsen, um die Bewertung zu rechtfertigen. Doch in den ersten drei Monaten des Jahres ging der Werbeumsatz im Vergleich zum vorigen Quartal sogar um 7,5 Prozent zurück.

PAUL SAKUMA / DAPD



fasst ist der Doppelgänger bis heute nicht. Bei Facebook sei so etwas schwierig, sagt die Kripo.

Paul hält sich heute wohlweislich zurück mit dem Teilen und Mitteilen auf Facebook. Er macht dort nicht mehr als nötig: Er plaudert mit den Freunden, verabredet sich über die Chat-Funktion. Aber er nutzt kaum eine der zahllosen „Apps“, dieser kleinen eingebauten Programme, die dazu verlocken, noch mehr Zeit „on“ zu verleben.

Paul hat sein Netzwerk gesundgeschrumpft. Für ihn ist es fast wieder die alte Freundeszentrale, die Facebook mal war, ehe das ganz große Geld in Reichweite kam. Er ist, mit einem Wort, kein besonders ergiebiges Mitglied mehr.

Soll Facebook aber wirklich fast 100 Milliarden Dollar wert sein, wird jedes Mitglied seinen Teil beisteuern müssen: durch freizügiges Ausstellen seiner Vorlieben und Sorgen, seiner Absichten und Taten, möglichst rund um die Uhr und an jedem Tag des Jahres. Die Nutzer bezahlen nicht mit Geld, sondern mit der Datenspur ihres Lebens.

Stets deren Ausbeutung im Blick, ändert die Firma häufig das Kleingedruckte; meist ist es hinterher um die Privatsphäre der Nutzer wieder etwas schlechter bestellt. Bislang ist Facebook damit fast immer durchgekommen. Denn vor allem junge Menschen finden das Netzwerk unwiderstehlich praktisch.

Wer wissen will, warum die Menschen in Scharen zu Facebook ziehen, muss sich dementsprechend bei der Jugend umhören.

ren. Sie ist schon deshalb die Vorhut, weil in ihrer Lebensphase das Soziale im Vordergrund steht. Gerade Pubertierende schöpfen besonders begierig aus, was das Medium bietet.

Der Zauber aber wirkt, wenngleich etwas milder, auch auf die Älteren, das belegen die Zahlen. Pro Sekunde kommen bei Facebook schätzungsweise sieben neue Mitglieder hinzu; wenn es so weitergeht, ist im September die Milliarde voll.

Dennoch, die Firma muss damit rechnen, dass die Stimmung eines Tages kippt. Wenn es den Leuten zu mulmig wird, sind sie auch schnell wieder weg. Deshalb ist es gut, wahrscheinlich sogar entscheidend fürs Geschäft, wenn sie schon in jungen Jahren einsteigen.

Am besten ist es, wenn sie, wie Louis, ihr Leben gleich als Mitglied beginnen. Dann sehen sie alles lockerer.

Der Kampf um die Jugend

Doch die Nutzer werden wachsamer. Längst sind sie nicht mehr so naiv wie in den wilden Urzeiten der sozialen Netzwerke. Ein gesundes Misstrauen geht um auf Facebook.

Das beobachtet auch Jennifer, die Mutter von Louis. Kürzlich zum Beispiel wollte ein Freund alle Bewerber für eine Lehrstelle erst einmal auf Facebook inspizieren – ganz der notorisch neugierige Personalchef also. Doch die Erkundungstour endete allseits vor verriegelten Profilen. Sämtliche Bewerber hatten ihre Daten auf privat gesetzt. „Ich kenne nieman-

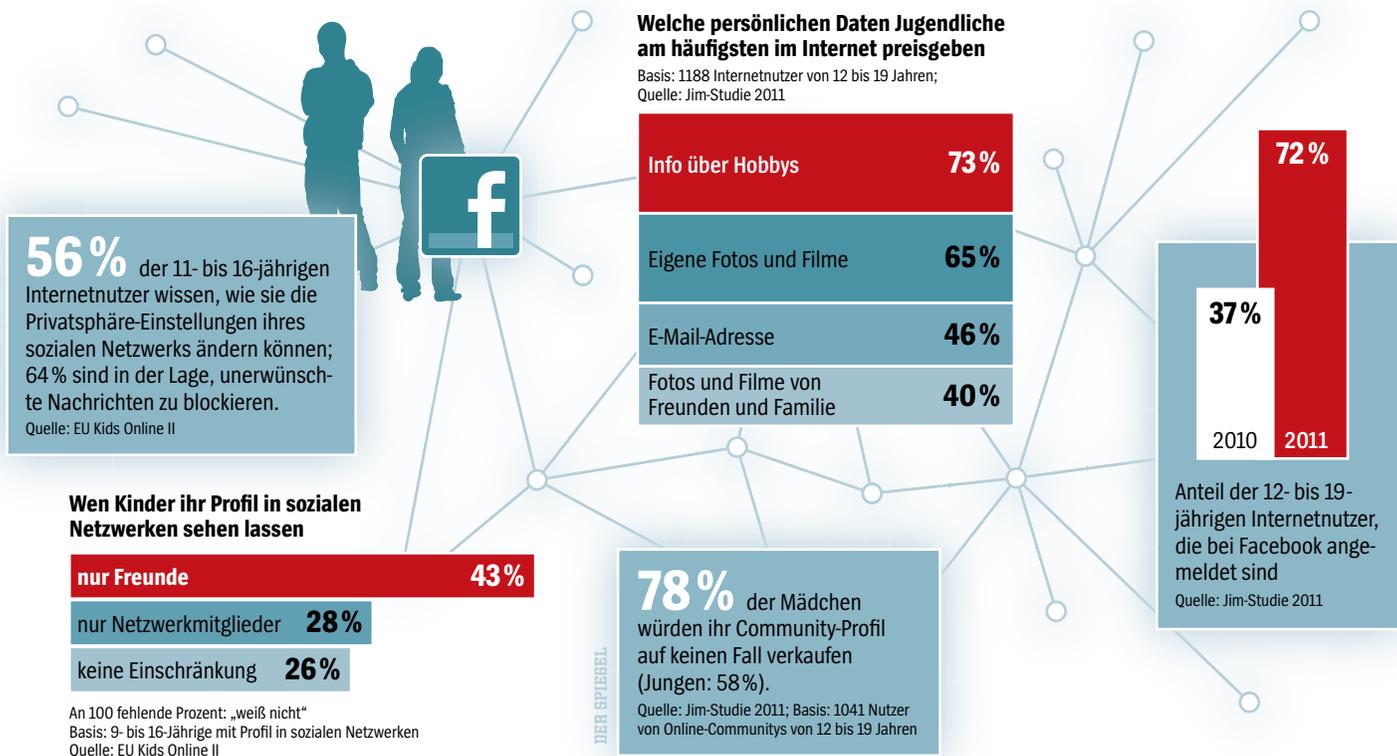
den“, sagt Jennifer, „der sein Profil noch frei zugänglich hält.“

Auch viele jüngere Mitglieder sind bereits erstaunlich gewitzt, wie die große Studie „EU Kids Online“ zeigt. Kinder aus 25 Ländern Europas nahmen daran teil, alle zwischen 9 und 16 Jahre alt. Der Befund: Fast drei Viertel der Befragten haben den Zugang zu ihrem Profil bei einem sozialen Netzwerk eingeschränkt. Knapp zwei Drittel der Kinder ab elf Jahren wissen obendrein, wie sie Leute aussperren, von denen sie mit Gehässigkeiten oder anzüglichen Bildern belästigt werden.

Gerade noch galt Facebook als Rummelplatz der Freizügigkeit und der Selbstentblößung. Und nun rasseln allenthalben die Rolläden herunter.

Paul war auch mal naiv, ein begeisterter Netzwerker, wie ihn sich Datensammler nur wünschen können. Er erinnert sich an ein Erlebnis, das zeigt, wie es um ihn stand: Paul saß bei seinem Freund Max; sie wollten einen gemeinsamen Bekannten besuchen. Nur leider ging der nicht ans Handy. Also schrieben sie ihm Nachrichten auf Facebook, vergebens, es kam keine Antwort. Es dauerte eine ganze Weile, bis ihnen einfiel: Der junge Mann wohnt ja im selben Haus, zwei Treppen tiefer. Warum nicht einfach an der Tür klingeln?

Die Jungs lebten damals wie in einem Traum: die Freunde stets am Bildschirm verfügbar, man sieht jederzeit, wer gerade „on“ ist – ein Klick, und die Verbindung steht. Die wirkliche Welt dagegen, die alte Welt der Dinge, schien



in eine irrealen Ferne entrückt. Niemand vermisste das finstere Offline-Zeitalter.

Dann aber kam der Tag, an dem Paul auf seinen Doppelgänger traf, und damit begann ein Bildungsroman, wie ihn so drastisch nicht jeder erlebt. Aber auch seine Freunde, sagt Paul, hätten viel gelernt in den vergangenen Jahren.

Auch sie beherrschen Facebook heute einigermaßen unfallfrei; sie achten auf ihre Einstellungen und passen auf, dass ihnen kein Zwist entgleist. Persönliche Dinge werden ohnehin kaum mehr vor Publikum besprochen. „Das ist bei uns inzwischen die Norm“, sagt Paul. „Wenn es privat wird, heißt es: runter von der Plattform!“

Sogar die kleine Melisa, 13 Jahre alt, Mittelschülerin in Augsburg, hat schon ihre Prinzipien. Melisa ist Mitglied seit ihrem zehnten Lebensjahr; sie weiß auswendig, dass sie 367 Freunde hat, und muss auch keine Sekunde überlegen, was sie morgens als Erstes macht: „Isch geh sofort Facebook.“

Dafür steht Melisa jeden Tag um sechs Uhr auf, eine Stunde früher als nötig. Am Computer öffnet sie ein Chat-Fenster, die Freundinnen sind auch schon zugange: Was machst du nach der Schule? Mit der Mama einkaufen? Wirklich? All das findet sie „so interessant“, sie kriegt nicht genug davon. Aber sie zieht eine klare Grenze: „Ich streite nicht auf Facebook“, sagt Melisa. „Da lesen ja alle mit.“

Das passt zu aktuellen Befunden der amerikanischen Sozialforscherin Danah Boyd. Seit sechs Jahren reist sie durch

die USA, um das Online-Leben der Teenager zu erforschen. 165 ausführliche Interviews hat sie geführt. Boyd fand heraus, dass viele Jugendliche heute Facebook verlassen, wenn sie mal unter sich sein wollen. Sie wechseln dann auf andere Kanäle: E-Mail, Textnachrichten, Skype. Facebook ist eher das Medium für das, was alle angeht. Eine Art Radio, das in die große Runde funkt.

Viele junge Mitglieder verwalten dort riesige Freundeskreise, etliche hundert Köpfe stark, darunter oft die halbe Schule. Kein Wunder, dass sich das Bedürfnis nach kuscheligen Kleingruppen und Cliquen dann andere Nischen suchen muss. Facebook ist nicht mehr das Refugium des unbehelligten Herumhängens. Obendrein sind viele Eltern ja auch schon da – und, schlimmer noch, die Lehrer.

Martin Kurz unterrichtet an der Gesamtschule im hessischen Langen. Auf Facebook ist er seit Jahren zugange, und er bekommt da einiges mit von seinen Schülern – manchmal auch mehr, als denen lieb ist. „Wenn einer online jammert, im Unterricht sei es gerade so langweilig, bitte ich ihn natürlich am nächsten Tag zu mir ins Büro“, sagt Kurz.

So lernen die Jugendlichen, dass sie die Plattform nicht für sich haben. „Im Grunde finden sie das ja auch gut“, glaubt Kurz. Beweis: Mehr als 600 Schüler haben ihm bereits ihre Facebook-Freundschaft angetragen. „Vor zwei Jahren“, sagt er, „wäre das noch undenkbar gewesen.“

Wer die ungestümen Anfangszeiten des Netzwerks kennengelernt hat, erlebt

nun staunend, wie sich Regeln und Sitten bilden und die Vorsicht zur ersten Tugend wird – ganz wie es sich gehört für einen halböffentlichen Raum. Lehrer Kurz deutet das so: „Der Neugierkeitseffekt ist vorbei, Facebook ist Alltag.“

Die Jugend, so scheint es, bekommt die Sache allmählich in den Griff. Viele wissen jetzt, wo sie ihre Häkchen setzen müssen, um Späher und unerwünschte Mitleser auszusperrten. Sie fühlen sich sicher.

Ebenfalls aber sei ein fataler Trugschluss, glaubt Netzforscherin Boyd; sie spricht von einer „Kontrollillusion“. Die Mitglieder sperren ja nur ihresgleichen aus, nicht aber den großen, unsichtbaren Mitleser im Hintergrund, die Firma Facebook.

Die Jüngsten verstehen ohnehin noch nicht, was daran heikel sein soll. Und die Älteren? Ihnen wird irgendwann klar, dass sie sich einer Datensammelmaschine ausliefern. Aber darum auf Facebook verzichten? Schafft das noch jemand?

Angst vorm Abschalten

Teresa, 18, besucht gerade ein internationales College im britischen Bournemouth. Nach der Schule schaltet sie als Erstes den Computer ein, Startseite Facebook. Sie guckt, was es Neues gibt im Freundeskreis, dann schreibt sie vielleicht etwas ins Chat-Fenster. So geht das bis zur Schlafenszeit, meist nebenher, während sie andere Dinge tut – ein lebensbegleitendes Programm. In der nächsten Zeit jedoch muss Teresa aufpassen, denn bald beginnen die Abschlussprüfungen.



CARSTEN KOALL / DER SPIEGEL

Facebook-Nutzerin Gloria (r.), Freundin: „Du bist so schön, ich will dich kennenlernen“

Sie wird ihr Facebook-Passwort dann einem Freund verraten. Der soll es ändern und erst zwei Monate später herausrücken. Es ist wie bei einem Alkoholiker, der den Schlüssel zum Schnapschrank abgibt. „So machen es jetzt viele“, sagt Teresa.

Sharon aus Bad Soden, eine Freundin von Paul, erprobte gerade den Entzug aus eigener Kraft. Sie nutzte dafür die Fastenzeit: 40 Tage ohne Facebook. Sharon, 16 Jahre alt, hatte es satt, dass selbst Alltägliches ohne Facebook nicht mehr machbar schien: das Referat mit dem Mitschüler, die Treffen der Tanzgruppe – alle Absprachen liefen über die Plattform.

Und siehe da, mit ein bisschen Planung und ein paar Telefonaten ging es auch anders. „Eigentlich brauche ich Facebook gar nicht“, sagt Sharon. An der Schule erregte ihre Aktion Aufsehen, als hätte sie gesagt, sie gedenke, zum Mond zu fliegen. Einige Mitschüler, spontan beschwingt, schlossen sich an.

Aber nach ein paar Tagen waren alle außer Sharon wieder rückfällig geworden.

Auch Arijana, Realschülerin in Augsburg, kämpft hin und wieder gegen den Sog ins Netz. Am Wochenende versucht sie, möglichst wenig vorm Computer zu sitzen. Sie geht in die Stadt, unternimmt etwas mit den Freundinnen. „Ich will mich ablenken von Facebook“, sagt sie.

Einmal besuchte Arijana eine Freundin, die musste nur noch eben auf dem Handy ein paar Textnachrichten beantworten. Dann noch an den PC, nur eine Minute, schnell was auf Facebook nachsehen.

Aber da lief gerade ein Chat, ein Wort gab das andere, und am Ende wurde es der Besucherin zu dumm: „Ich saß da zwei Stunden lang unbeachtet herum. Die hat mich einfach vergessen.“

Erwachsenen erschließt sich der Reiz des Online-Geplauders nur schwer: „Na, was machst du gerade?“ – „Ich sitze am PC und chatte mit dir!“ Was kann daran so unwiderstehlich sein?

Jugendliche aber lieben den schriftlichen Austausch so sehr, dass sie sich das früher epidemische Telefonieren fast schon abgewöhnt haben. „Telefonieren ist nicht mehr so in“, sagt Arijana. Zu lästig, dieses Klingeln, das zu sofortiger Reaktion zwingt. Sogar die SMS, lange Jahre liebstes Medium der Jugend für den schnellen Austausch, hat an Bedeutung verloren. Arijana brachte es früher leicht auf 2000 SMS im Monat, jetzt sind es „vielleicht noch 400“.

Das Chat-Fenster auf Facebook ist angenehmer. Bei Arijana steht es immer offen. Sie sieht dort, wer gerade gesprächsbereit ist; sie kann aber auch einfach dem steten Strom der Konversation zusehen, ab und zu ein paar Worte hineinwerfen.

Es ist wie beim Herumhängen vor der Eisdielen. Man ist zusammen, jeder kann etwas sagen, niemand muss. Aber jederzeit könnte sich alles Mögliche ergeben: ein witziger Schlagabtausch über die letzte Party oder ein kleines, gehässiges Drama zwischen Rivalen, von dem am folgenden Tag die halbe Schulklasse spricht. In jedem Fall gilt: Wer nicht zugeschaltet ist, kriegt es nicht mit.

Nie mehr allein

Früher war es leichter, mal allein zu sein; denn die anderen waren es die meiste Zeit auch. Man traf sich, dann kam etwas in Gang oder auch nicht. In der Zwischenzeit versäumte man nicht viel. Heute gluckten ununterbrochen irgendwelche Freunde im Chat-Fenster von Facebook zusammen. Das hat, fast rund um die Uhr, einen Wettlauf um die Zugehörigkeit ausgelöst: Entweder ich bin auch dabei, oder es läuft ohne mich.

Das Problem ist nur, dass anderswo vielleicht sogar noch mehr los ist. Stets nagt die Angst, etwas zu versäumen. Paul findet das ziemlich befremdlich: „Man sitzt in einer Runde zusammen, fünf oder sechs Leute, und jeder Zweite guckt auf sein Handy.“

Viele Jugendliche – in Pauls Klasse fast die Hälfte – besitzen heute schon ein Smartphone mitsamt Datenvertrag. Das heißt, sie haben Facebook unterwegs überall dabei, und sie haben stets vor Augen, was sich in ihrem umfangreichen Freundeskreis gerade tut.

Sie führen ein Leben, wie es auch der Urmensch kannte, der noch durch Step-pen zog: fast immer in Reichweite der Horde. Die Technik bringt, so gesehen, die Zeitgenossen wieder näher an ihre Stammesgeschichte heran – nur dass die Horden heute riesig sind und übers ganze Land verstreut. Und irgendwer ist da immer „on“, rund um die Uhr.

Der Psychologin Sherry Turkle macht das Sorgen. Sie gibt zu bedenken, dass Momente des Alleinseins gerade für



Die Netzwerk-Mutter

Jennifer, 25, richtete für ihren Säugling Louis ein Profil bei Facebook ein.



Der Ernüchterte

Paul, 17, hatte plötzlich auf Facebook einen Mädchen anbaggernden Doppelgänger.



Die Geprüfte

Arijana, 15, saß zwei Stunden lang unbeachtet auf dem Sofa ihrer Freundin.

Heranwachsende wichtig sind. Irgendwann, meist im Alter zwischen 11 und 14 Jahren, wagen sich Kinder zum ersten Mal unbegleitet in eine fremde Umgebung. Sie fahren mit dem Zug zum Opa, oder sie streunen durch ein unbekanntes Stadtviertel. Den Anflug von Verlorenheit, der sie dann vielleicht anweht, müssen sie aushalten. Das stärkt ihr Selbstgefühl.

Was aber, fragt sich Turkle, wenn die Kinder heute immer und überall in Verbindung mit ihrer Horde stehen? Wenn sie keine Anwendung von Mulmigkeit mehr ertragen, ohne ihre Freunde virtuell herbeizuzaubern? Wenn sie nie mehr getrennt sind von der Mitwelt und deren Überangebot an Kurzweil und Anschluss?

In Wahrheit wird es jeden Tag schwerer, sich auszuklinken. Wer wissen will, was los ist, kann sich das kaum mehr leisten. Denn die Jugend koordiniert auch ihre Verabredungen mehr und mehr übers Internet.

Unter der Rubrik „Veranstaltungen“ lassen sich auch Partys oder größere Treffen planen. Anfänger scheitern damit gelegentlich spektakulär, indem sie als Empfängerkreis „öffentlich“ wählen – damit ist leicht mal ein tausendköpfiger Mob herbeibeschworen. Beschränkt auf den Freundeskreis, ist das aber ein Werkzeug, das viel Arbeit spart: Jeder trägt selbst ein, ob er kommt und was er mitbringt.

Triumph der Nützlichkeit

Neulich in Darmstadt luden Physikstudenten zu einem Ausflug in die Kneipe.

Über 50 Kommilitonen meldeten sich an, es wurde ein lustiger Abend. Mit dabei: Benjamin Pampel, 19 Jahre, Anhänger der Piratenpartei.

Pampel ist weltanschaulich nicht übermäßig festgelegt: nennt sich linkslibertär, gehört aber auch der Burschenschaft Rheino-Markomannia an; er wohnt sogar in deren Haus, weil er die Leute nett findet. In der Netzpartei ist er als Schatzmeister des Jugendverbands, der Jungen Piraten, engagiert.

Pampel findet Facebook praktisch, obwohl er weiß, „dass da nichts geheim bleibt und nichts je wirklich gelöscht wird“. Da müsse man eben aufpassen und nichts Privates ausplaudern.

Für die politische Arbeit, glaubt er, habe Facebook allerdings nur begrenzten Wert. Zu leicht ist es für Querulanten und vagabundierende Blödler, jegliche Debatten zu ruinieren. Ernsthaft diskutieren lässt sich nur dort, wo nicht jeder beliebig herumlärmern kann.

Dagegen ist die Plattform gut für die schnelle Kampagne zwischendurch. Wer einfach nur viele Leute erreichen will und zufrieden ist, wenn sie auf den „Gefällt mir“-Knopf klicken, kann mit wenig Aufwand einiges bewirken. Der Berliner Fridtjof Vieth, 17, hat das gerade ausprobiert; er ist Pressesprecher von „Jugend gegen Aids“. Die jüngste Aktion der Bewegung richtete sich gegen das Kondomverbot der katholischen Kirche. Leitspruch: „Gott sei Dank – Kondome schützen!“

Die Aktivisten hatten dafür eine präparierte Madonnenstatue in einer Ham-

burger Galerie quasi an Facebook angeschlossen: Jedes Mal, wenn im Netzwerk jemand den „Gefällt mir“-Knopf drückte, quoll der Madonna eine Träne aus dem Auge und tropfte in einen Behälter – zu sehends stieg der Füllstand, gedacht als Zeichen der Trauer um die Aidsopfer.

Fridtjof ist ein gläubiger Katholik, und doch gefiel es ihm, dass sie die Kirche in dieser Sache nachzählbar ärgern konnten: Fast 10 000 Tränen tropften der weinenden Facebook-Madonna vom Antlitz – das sind ebenso viele wertvolle Adressen, die man für künftige Aktionen rekrutieren kann. Denn jeder, der geklickt hat, ist nun bei den Veranstaltern aktenkundig.

Kritiker machen sich gern über die Politik mittels „Gefällt mir“-Knopf lustig. So ein Klick sei zu billig, um etwas zu bedeuten. Man ziehe mit solchen Kampagnen nur stimmungsgeladene Massen an, unberechenbar wie Fischschwärme: heute hier, morgen dort.

Und doch ist Facebook inzwischen für viele Jugendliche das organisierende Zentrum, die Warte, von der aus sie gemeinsam auf die Welt schauen. Das gilt in fast jeder Lebenslage: Die Generation Facebook will die Musik der Freunde mithören, die Nachrichten mitlesen, die Politik mitklicken.

Sie vertraut auch längst darauf, dass alles, was wirklich wichtig ist, sich rechtzeitig auf Facebook herumspricht. Dafür werden schon die Freunde sorgen und die Freunde der Freunde. Die Wahrnehmung und das Denken, das alles wird auf

FOTOS: JULIAN BALIWANN / DER SPIEGEL



JULIAN BAUMANN / DER SPIEGEL

Der Pirat

Benjamin, 19, nutzt Facebook für die schnelle Kampagne zwischendurch.



AMIN AKHTAR / DER SPIEGEL

Der Aktivist

Fridtjof, 17, entlockte mittels Facebook einer Madonna 10 000 Tränen.



JULIAN BAUMANN / DER SPIEGEL

Der Frischling

Frank, 12, änderte für 40 „Gefällt mir“-Klicks seinen Facebook-Namen.

dieser Plattform freundschaftlich sozialisiert – sogar das Gedächtnis.

Manche Eltern mag noch ein seltsames Gefühl beschleichen, wenn sie ihr Kind nach den Hausaufgaben fragen und die Antwort lautet: „Da muss ich mal eben auf Facebook gucken.“ Tatsächlich haben dort viele Lehrer, begleitend zum Unterricht, geschlossene Facebook-Gruppen eingerichtet. Was sich früher der einzelne Schüler merken musste, wird jetzt ausgelagert ins Kollektiv.

Auch Gesamtschullehrer Kurz im hessischen Langen nutzt Facebook für den Unterricht. In seinen Gruppen geht es vor allem um Organisatorisches: die Hausaufgaben, das Geld für die Klassenfahrt, den Stoffplan für die nächste Arbeit.

Aber sie sollen auch mit der Plattform umgehen lernen, findet der Lehrer. Die Gesamtschule in Langen, wo Kurz den Realschulzweig leitet, hat deshalb gerade ein Experiment in Medienpädagogik begonnen. 15 Schüler aus den oberen Klassen bekamen eine kleine Fortbildung, und nun dürfen sie sich Medien-Scouts nennen. Jetzt bringen sie den Kleinen bei, was Datensparsamkeit heißt und was sie tun können, wenn sie im Internet jemand attackiert.

Das ist ein Problem an fast allen Schulen. Einzelne Schüler werden verspottet, schikaniert, gedemütigt. „Dieses Mobbing fängt fast immer in der Offline-Welt an, auf dem Pausenhof oder im Klassenzimmer“, sagt Kurz. „In vielleicht einem Drittel der Fälle schwappt es dann über ins Internet.“

Zu ähnlichen Ergebnissen kommt die Studie „EU Kids Online“: Eines von 20 Kindern wurde schon einmal im Internet bedrängt – offline kommt das aber mehr als dreimal so oft vor. Dennoch setzt von allen Risiken der Online-Welt das Mobbing den Kindern am meisten zu. Drei Viertel der Verfolgten holen sich irgendwann Hilfe bei Eltern, Lehrern oder Freunden. Sechs von zehn wissen sich auch online zu wehren: Sie löschen verletzendes Nachrichten oder blockieren den Verfolger.

Wer die Tricks kennt, verliert nicht so leicht die Kontrolle über sein Leben. Die Netzforscherin Boyd stellte bei ihren Interviews fest, dass viele Teenager den Begriff „Mobbing“ (englisch: „Cyber-Bullying“) nicht mögen. Denn er unterstellt Opfer, die sich herumschubsen lassen.

Die Netzzugend spricht lieber von „Dramen“. Darunter fällt das Kesseltreiben auf Außenseiter ebenso wie das mutwillige Anzetteln von Zwistigkeiten: alles nur Theater, irgendwie.

Dramen der Pubertät

In der Tat ist Facebook eine große Bühne, die schon vieles gesehen hat, neben Schurkenstücken auch die ergreifenden Seifenopern der Pubertät. Vor allem die jüngeren, weniger geübten Nutzer lassen sich noch leicht entflammen. Es genügt eine sarkastische Bemerkung zum Foto von den neuen Klamotten, und schon kommt ein Scharmützel in Gang, das leicht außer Kontrolle gerät.

Früher kam so etwas selten über den kleinen Kreis der Streithähne hinaus. In

den sozialen Netzwerken aber steht nun jederzeit ein großes Publikum bereit, ein Reservoir von Schaulustigen, deren Beifall jede Mühe wert scheint. „Konflikte werden öffentlich ausgetragen“, schreibt Boyd, „um Unterstützer für die eine oder andere Seite zu mobilisieren.“

So bekommt jetzt auch nichtiges Alltagsgezänk, da es sich vor Hunderten Zuschauern abspielt, gelegentlich die Wucht antiker Schauspiele. Chöre von Unterstützern sammeln sich auf den Seiten der Streitparteien, zahllose Kommentatoren bestärken ihre jeweiligen Favoriten, stille Mitleser hämmern unentwegt auf den „Gefällt mir“-Knopf.

Jungs geben zwar oft den Anlass, halten sich auf der Bühne aber eher zurück. Wenn sie mal in Streit geraten, prügeln sie sich lieber kurz und vergessen die Sache. Ein Kampf unter Mädchen aber kann sich auf offener Bühne dahinschleppen bis zur Erschöpfung. Heidemarie Brosche, Mittelschullehrerin in Augsburg, merkt schon morgens im Unterricht, wenn es mal wieder Krieg gab. „Die ganze Klasse ist dann angespannt“, sagt sie.

Oft ähneln sich die Drehbücher der Dramen: Wenn etwa ein Paar sich trennt, setzen beide in der Regel, oft fast simultan, ihren Beziehungsstatus auf „Single“. Nicht selten folgt auf den Krach dann noch ein Austausch von Gehässigkeiten auf Facebook, an dem, wenn es dumm läuft, bald die ganze Klasse teilnimmt.

Wenn so ein Konflikt Kreise zieht, merkt so mancher Kombattant: Alles, was

er je bei Facebook geäußert hat, kann gegen ihn verwendet werden – kleine Gemeinheiten, unbedachte Schwüre, längst vergessene Klatschgeschichten. Alles bleibt nachlesbar, und so geht den Gegnern nie die Munition aus.

Vielen Jugendlichen mache das schwer zu schaffen, sagt Sozialforscherin Boyd. Sie seien aber auch sehr erfinderisch, wenn es um Lösungen gehe. Zwei Freundinnen, Mikalah, 18, und Shamika, 17, haben Boyd besonders beeindruckt.

Shamika hatte es satt, dass bei Streitereien alte Wortmeldungen und Kommentare hervorgeholt wurden: Aber damals hast du noch! Oder: Du warst doch immer schon! Shamika beschloss, kurzen Prozess zu machen. Täglich leert sie nun ihr Facebook-Profil. Sie löscht alle Kommentare ihrer Freunde mitsamt ihren eigenen Status-Updates und Mitteilungen vom Vortag. Nichts findet Gnade, was älter ist als 48 Stunden.

Mikalalah kam auf eine andere, nicht minder radikale Lösung: Jeden Tag, sobald sie mit Herumstöbern und Schreiben auf Facebook fertig ist, legt sie ihren Zugang still. Anderntags meldet sie sich wieder an – stets aufs Neue. In der Zwischenzeit, das ist der Sinn des Hin und Her, kann niemand hinter ihrem Rücken Ärger machen. Auf diese Weise sichert Mikalah sich die Oberaufsicht – sie ist die Gastgeberin und Facebook ihr Salon.

Die Kontrolle über ihre Privatsphäre, ihr eigenes Reich in der Online-Welt, bedeutet den Jugendlichen viel. Viele haben schon erlebt, dass Sachen, die sie sicher verwahrt wähten, ihnen dann doch entglitten. Freunde kopieren ihre Statusmeldungen oder Fotos, Eltern spähen ihnen unbemerkt über die Schulter.

Auch die 14-Jährige, die Nacktfotos an Pauls Doppelgänger schickte, fühlte sich un beobachtet. Sie kann wahrscheinlich noch froh sein, dass die Mutter ihr beizeiten auf die Schliche kam. Hin und wieder kommt es aber auch zur schlimmsten Form von Kontrollverlust: Ein freizügiges Foto gerät in die Öffentlichkeit.

Entblößung wider Willen

Im Herbst 2009 ging der Fall Hope Witsell durch die Medien. Hope, 13 Jahre alt, ein Mädchen aus dem ländlichen Amerika, schickte ihrem Schwarm ein Foto aufs Handy, das sie oben ohne zeigte. Eines Tages kursierte die Aufnahme im Internet, Mitschüler zeigten sie feixend herum. Die Schule suspendierte das Mädchen vorübergehend; die Eltern verhängten Hausarrest. Wenig später erhängte Hope sich in ihrem Zimmer.

Seltsam, dass sich damals kaum jemand über die Leute aufregte, die das Bild rechtswidrig verteilt hatten. Nicola Döring, Netzforscherin an der TU Ilmenau, hat den Brauch des Nacktfototauschs, genannt „Sexting“, untersucht. Und stets



Gesamtschullehrer Kurz: „Der Neuigkeitseffekt ist vorbei, Facebook ist Alltag“

stieß sie auf ein ähnliches Schema: Wenn so etwas auffliegt, zeigen alle auf das Mädchen. Die Schule, die Eltern, die Mitschüler tadeln seinen Leichtsinns. Auf Facebook sammeln sich die Lästermäuler: Ist es nicht billig, dumm und irgendwie schlampenhaft, sich unverhüllt zu zeigen? Hat sie es nicht sogar auf den Skandal angelegt?

Die Hamburger Sexualforscherin Silja Matthiesen sieht darin einen Rückfall in alte Zeiten. „Das moderne Bild der sexuell aktiven, selbstbewussten Frau kann offenbar schnell kippen“, sagt sie. „Es ist nicht so fest verankert, wie wir dachten.“

Die meisten Jugendlichen – über 80 Prozent – lehnen Sexting ab. Sie halten es für riskant und peinlich. Eine Minderheit probiert es dennoch: Partner schicken einander freizügige Fotos, gemeint als Geschenk, als Liebesbotschaft oder auch als Geste nach einem Streit. „Fast immer geht das an den festen Freund oder die feste Freundin“, sagt Matthiesen.

In den weitaus meisten Fällen sind die Partner vorsichtig genug, um keinen Ärger auszulösen. Aber schiefgehen kann es natürlich. „Die Frage ist immer: Wie kann ich die Aufmerksamkeit erregen, die ich will, und zugleich diejenige vermeiden, die ich nicht will?“, sagt Matthiesen. „Mit dieser Gratwanderung müssen sich heutige Jugendliche sehr früh im Leben auseinandersetzen.“

Das gilt auch schon für die ganz normale Selbstdarstellung im Netz. Facebook ist die Bühne, auf der die Jugend-

lichen ihre Wirkung erproben. Wichtiges Mittel: das Profilbild. Man zeigt sich in wechselnden Posen, wartet bang auf die ersten Kommentare, zählt die „Gefällt mir“-Klicks der Freunde. Aber nicht jeder Zuspruch ist erwünscht. Die Berlinerin Gloria, 15, ist seit drei Jahren auf Facebook. Viermal schrieben ihr schon fremde Männer: „Du bist so schön, ich will dich kennenlernen.“ Sie hat sich daran gewöhnt.

Alles für den Status

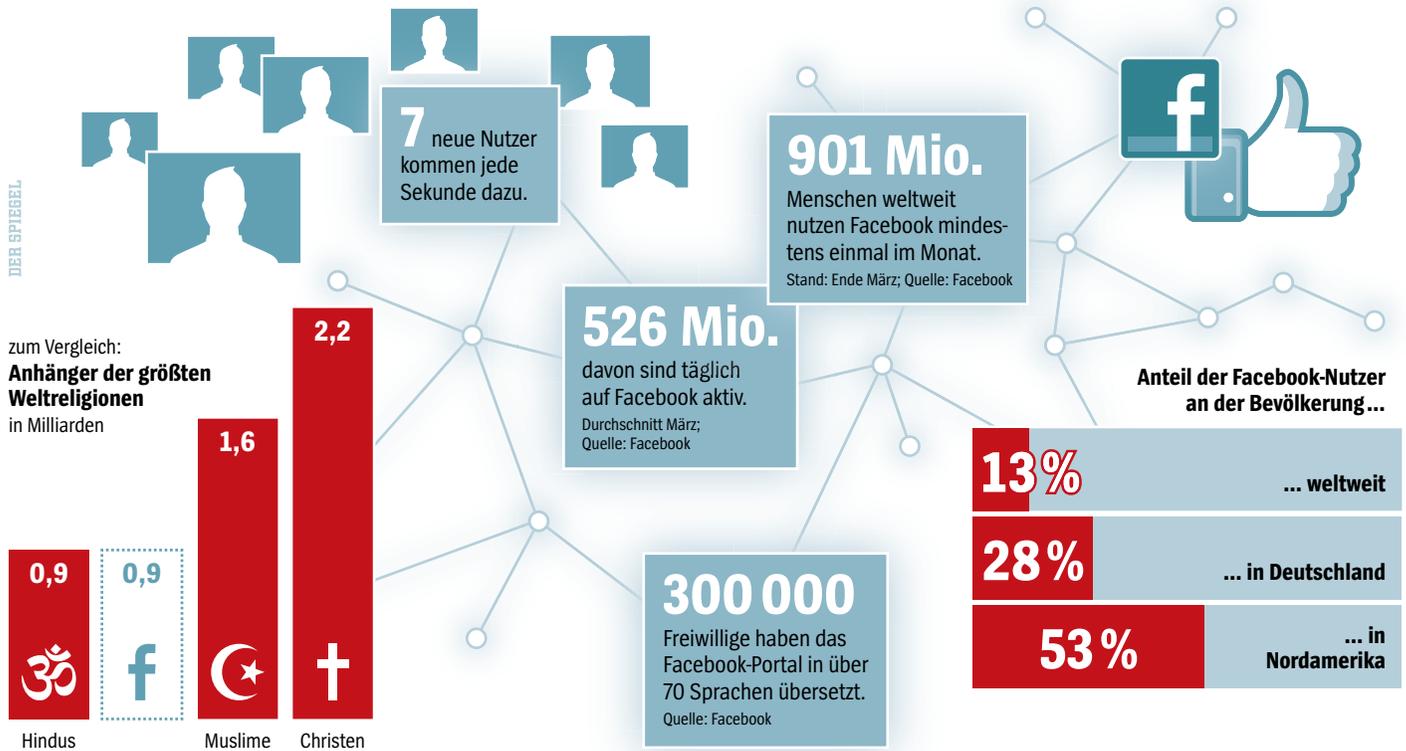
Für ein hübsches Mädchen ist es auf Facebook der Normalzustand, umschwärmt zu sein. In der Regel beschränkt sich das aber auf den Freundeskreis: Dieser bekommt häufig neue Profilbilder präsentiert und tritt dann zur Parade der Huldigungen an: „wie ein Moddel“ – „Wundeeerhüüübsch“ – „sehr schön :)“ – „selber:)“ – „Schönes Mädchen“ – „hüpschee“ – „Wie hübsch du bist“ – „Danke schön :)“ – „Schöneee“.

Das Liebetue unter Mädchen ist epidemisch: Lang und länger werden die Ketten der Kommentare, immer noch eine „Hüpschee!“ und zwölf Herzchen dazu.

Bei den Jungs geht es anders zu. Dort gibt es Kommentarfolgen wie „Scheiß Dortmund!“ – „xy yeess babyyy“ – „! Da bin ich geboren!“ – „Dortmund ist geil!“ – „Ich mein die Fußballmannschaft Beno Bär!“ – „Die ist auch geil :D“ – „hahahah eben :D!“ – „Geht scheißen“ – „DOOOOORTMUND !!!!!!!!!!!!!“.

Jungs filmen einander auch nicht beim Shoppen; da sind die Stereotype noch

DER SPIEGEL



ziemlich intakt. Ihre Fotos und Videos handeln oft von Streichen oder Albereien: wie Max in Frauenkleidern durch die Schule läuft. Oder: wie wir gestern fünf Bänke im Stadtpark gestapelt haben.

Doch arbeitet auch die männliche Netzjugend mit feiner Ästhetik, wenn es um die Selbstdarstellung geht: Auf den Profilbildern zeigen Jungen sich gern von schräg unten, wie zufällig aus der Hüfte geknipst, damit nicht auffällt, wie sorgsam sie vorher die Haare zerwuschelt haben.

Immer ist das Publikum im Blick: Wird es applaudieren? Bekomme ich auch genügend „Gefällt mir“-Klicks? 30 dieser „Likes“ sollten es schon sein, ab 100 kann man sich was einbilden.

Likes sind die neue Nahrung der Aufmerksamkeit. Sie verkörpern, sichtbar für alle, Zuspruch, Status und Begehrlichkeitsfaktor. Und sie ermöglichen, bitter für viele, den direkten Vergleich: Was finden die alle an dem Typen? Schon nach einer halben Stunde 50 Likes für nichts?

Facebook macht vieles abzählbar; das heizt den Wettbewerb um das coolste Bild und den witzigsten Kommentar an. Den beliebten Typen schreibt jeder gern was auf die Pinnwand. Auf Bennos Profil ist zu lesen: „125 Freunde haben in Bennos Chronik etwas zu seinem Geburtstag gepostet.“ Und dann gibt es welche, da stehen drei Kommentare und zwei Geburtstagswünsche, mehr nicht.

„Vielen Erwachsenen mag diese Obsession der Teens für Status und Beliebtheit unreif erscheinen, doch betrachtet man

ihr Leben, macht das durchaus Sinn“, resümiert Netzforscherin Boyd. Sie haben ja sonst nichts: Heranwachsende ohne echte Aufgaben, an denen sie sich bewähren könnten. Da ist es kein Wunder, wenn sie sich in inhaltslosen Statuswettbewerben aufreiben. Teenager haben nur eine wirkliche Macht, sagt der US-Soziologe Murray Milner: „Sie können eine soziale Parallelwelt schaffen, in der sie sich gegenseitig evaluieren.“

Schon bei den Kleinen sind die Likes wichtig. Sie verstehen noch kaum, was das soll, aber sie spielen eifrig mit. „Man guckt da schon drauf“, sagt Frank, zwölf Jahre, Mittelschüler in Augsburg. Einer aus seiner Klasse fragte ihn neulich: Wo bleiben deine Likes für mein Profilbild? Er selbst, zum Glück, liege recht verlässlich über dem Durchschnitt.

Neulich bot Frank dem Freundeskreis an, für 40 Likes seinen Facebook-Namen zu ändern. Der Tauschhandel gelang. So was machen die Kleinen gern: „Für fünf Likes zähle ich die fünf schönsten Mädchen der Klasse auf.“ Oder: „Für zwanzig Likes lasse ich mir die Haare schneiden.“

Frank chattet für sein Leben gern. Sein Profil mitsamt Freundesliste, Fotos und allem, was er je mitgeteilt hat, ist für alle sichtbar. Schließlich will er erkannt und gefunden werden.

Eigentlich hat Frank bei Facebook noch gar nichts zu suchen. Die Firma hat in den Nutzungsbedingungen das Mindestalter auf 13 Jahre festgelegt. Aber das wird nicht überprüft. Millionen Kinder sind schon unter dieser Schwelle hin-

durchgeschlüpft. Der jüngste Nutzer, den Frank kennt, ist neun Jahre alt.

Invasion der Knirpse

Allein in den USA finden sich unter den aktiven Facebook-Mitgliedern rund 7,5 Millionen, die jünger als 13 sind. Das meldete vor knapp einem Jahr das Magazin „Consumer Reports“. Die Aufregung war groß, denn die Altersgrenze hat dort praktische Gesetzeskraft. Websites dürfen keine Daten von Kindern unter 13 Jahren sammeln, ohne dass die Eltern zugestimmt haben.

Facebook-Chef Zuckerberg sah die Gelegenheit für eine lobbyistische Offensive: Facebook sei doch auch für kleine Kinder schon überaus nützlich, das Gesetz müsse also geändert werden. „Das ist ein Kampf“, sagte er, „den wir zu gegebener Zeit aufnehmen werden.“

Datenschützer hörten das gar nicht ungerne. Würden Kinder zugelassen, so ihr Kalkül, müsste die Firma in Sachen Datenschutz und Transparenz erheblich nachbessern – was letztlich auch den älteren Mitgliedern zugutekäme. Wenig später ruderte Zuckerberg zurück: Es sei technisch zu aufwendig, Kinder besonders zu schützen. Die Altersfrage werde bis auf weiteres vertagt.

Der Facebook-Chef kann sich Gelassenheit leisten. Das Einstiegsalter sinkt auch so, auch in Europa. Luka und Kiet zum Beispiel gehen in die siebte Klasse eines Gymnasiums im Berliner Stadtteil Prenzlauer Berg. Kiet hat rund 350 Freunde, fast alle sind unter 13. Von den 31



Flashmob vor dem Hauptbahnhof in Hannover im Juli 2011: Leicht lässt sich eine tausendköpfige Meute herbeibeschwören

Klassenkameraden sind mehr als 20 bei Facebook aktiv, viele davon täglich.

Die Eltern haben den beiden täglich eine Stunde im Internet genehmigt. Das Pensum verbrauchen Luka und Kiet fast vollständig für Facebook. Halten sie sich an das Limit? Luka lächelt schelmisch. Auf ihrem neuen Handy, einem Smartphone, hat sie Facebook auch unterwegs dabei – außer Reichweite der Eltern.

Kinder finden es toll, durch dasselbe Netzwerk wie die Großen zu stolchen. Kiet verteilt seine „Gefällt mir“-Klicks gern an Fan-Seiten für „Das Leben ist kein Ponyhof“ oder den rothaarigen Troll Pumuckl. Es gebe aber auch „böse Fallen“ in der Online-Welt, weiß Luka.

Sie ist selbst schon zweimal in eine getappt. Einmal klickte sie auf das nette Angebot, auf ihrem Smartphone das blaue Facebook-Logo rosa umzufärben. Das „Geschenk“ war freilich eine Ab-falle, Luka sollte dafür monatlich bezahlen.

Viele Eltern sehen mit Sorge, wie zügig Facebook von ihrem Nachwuchs Besitz ergreift. Aber was tun? Ganz verbieten? Die Zeit beschränken? Wenn die Kinder nur lange genug betteln, geben die Eltern am Ende doch lieber nach: Wer wollte den eigenen Nachwuchs ausschließen, wenn die Freunde alle drin sind?

Die Altersgrenze von 13 Jahren spielt bei der Abwägung offenbar kaum eine Rolle: Die Netzforscherin Danah Boyd hat ermittelt, dass in den USA rund zwei Drittel der Eltern sogar beim Einrichten des Zugangs halfen.

Christine Feil, Soziologin am Deutschen Jugendinstitut in München, ist von dieser Entwicklung nicht begeistert. „Die Eltern geben damit Informationen preis, deren Tragweite das Kind nicht absehen kann“, sagt sie. „Man muss sie da schon an ihre Erziehungsaufgabe erinnern. Facebook ist keineswegs für Kinder gedacht, die gehören da einfach nicht hin.“

Nicht nur, dass die Kleinen bedenkenlos auf Geschenkangebote klicken, auch die Weisheit der Zurückhaltung ist ihnen schwer zu vermitteln. Sie verstehen nicht, warum sie ihr Profil verriegeln sollten – sie wollen ja gesehen und gefunden werden. Sie finden es auch toll, ungebremst Freunde zu sammeln, mit denen sie dann eifrig chatten. „Natürlich nur Banalkram“, sagt Feil. „Wo wohnst du? Hast du Geschwister? Dadurch steigen die Nutzungszeiten.“

Die Zeit sei jedoch gar nicht das Problem: „Das Internet ist ja kein Fernsehen, die Kinder können da nicht einfach einschalten und zugucken, sie müssen lesen und schreiben, das macht in dem Alter noch schnell müde.“ Deshalb hält Feil auch wenig von einem Zeitlimit, von Medienerziehung mit der Zeitschaltuhr, wie manche Eltern das machen. Für die Soziologin ist wichtiger, dass die Kinder hochwertige Angebote im Internet bekommen. „Wir brauchen dringend eine kindgerechte Alternative zu Facebook“, sagt Feil. Ein behütetes Netzwerk also, mit ausgebildetem Personal, das jeden Beitrag liest, bevor es ihn freischaltet für alle – wäre das nicht eine schöne Aufgabe für

den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, eine Art Kinderkanal für die Online-Welt?

Das Einstiegsalter bei Facebook sinkt unterdessen zügig gegen null. Der überzeugte Netzbürger meldet sein Kind schon bei der Geburt an, wie es Jennifer und ihr Mann mit Louis getan haben.

Eine Altersgrenze für soziale Netzwerke findet Jennifer abwegig. „Viele von Louis' Freunden können doch schon die iPhones ihrer Eltern entsperren“, sagt sie. „Dann patschen sie so lange darauf herum, bis sie bei den Spielen sind.“ Louis selbst ist noch nicht so weit; er trägt nur Mutters iPhone sehr gern herum, und wenn es klingelt, kommt er damit gelaufen.

Jennifer findet, ihr Sohn sei auf Facebook gut aufgehoben. Alle Einstellungen hat sie auf maximalen Schutz der Privatsphäre gesetzt. Und sollte Louis später mal Anstoß nehmen an den vielen süßen Babyfotos, kann er sie ja löschen.

Sie wüsste wirklich nicht, worum sie sich da groß sorgen sollte. Und bei aller Abwägung, am Ende ist es wie immer bei Facebook: Die Vorteile überwiegen. „Wenn wir uns mit Freunden treffen, müssen wir nicht erst lang und breit über das Kind reden.“

MANFRED DWORSCHAK, MARCEL ROSENBACH, HILMAR SCHMUNDT



Video: So optimieren Sie Ihr Facebook-Profil

Für Smartphone-Benutzer: Bildcode scannen, etwa mit der App „Scanlife“.