

# Die Kraft der Klicks

Mit dem Online-Portal Change.org schuf Ben Rattray ein soziales Netzwerk für Gutmenschen – und machte aus der Plattform ein florierendes globales Geschäft.

Er trägt Dreitagebart und das dunkle Haar cool geschoren, ganz wie auf seinem Foto in der „New York Times“-Liste der begehrtesten Junggesellen im Silicon Valley. Ben Rattray, 32, mag ein Internet-Freak sein wie Mark Zuckerberg. Anders als der scheue Facebook-Gründer sieht Rattray aber aus, als wäre er schon vor seiner ersten Million zu jeder Party eingeladen worden.

Seine Programmierer arbeiten in einem hellen Büroloft mitten in San Francisco an einem sozialen Netzwerk für Gutmenschen: Change.org bietet sozialen Aktivisten eine Online-Plattform. „Time“ kürte Rattray zu einem der einflussreichsten Menschen der Welt.

Rattray klickt seine Website an, auf der drei simple Fragen erscheinen: „An wen soll sich die Petition richten? Was soll diese Organisation oder Person tun? Warum ist Ihre Petition wichtig?“ Jeder Nutzer kann seinen Appell kostenlos posten, solange dieser nicht zu Gewalt oder Hass aufruft. So soll per Mausclick gesellschaftlicher Wandel beginnen – wie ihn Molly Katchpole erreichte, deren Foto neben Rattrays Schreibtisch hängt.

Die junge Frau ärgerte sich im vergangenen Jahr darüber, dass die Bank of America fünf Dollar pro Monat zu verlangen begann, bloß damit Kunden ihre Bankkarte nutzen können. Sie veröffentlichte eine Petition an die Bank, die Gebühr zu kippen, bald hatten 300 000 weitere Kunden unterschrieben und über soziale Netzwerke ihren Frust verbreitet. Die Bank of America knickte rasch ein.

„Unsere Plattform gibt Leuten mehr Macht als je zuvor“, sagt Rattray, der ursprünglich Investmentbanker werden wollte und Wirtschaft in Stanford studiert hatte. Doch als seinen Bruder die gemischten Reaktionen auf dessen homosexuelles Coming-out beinahe verzweifeln ließen, kam Rattray sein kapitalistischer Karriereplan auf einmal leicht vor. Er gründete Diskussionsgruppen, wie soziales Engagement im 21. Jahrhundert aussehen könnte. Daraus entstand 2007 die Idee für Change.org.



SUSANNAH IRELAND / EYEVINE / PICTURE PRESS

**Gründer Rattray:** „Mehr Macht als je zuvor“

Dass das Netz auch und gerade für soziale, ethische und moralische Themen eine ideale Mobilisierungsplattform ist, haben auch andere erkannt, teils sogar früher: Schon 2004 gründeten einige Deutsche in Verden an der Aller die Kampagnenplattform Campact, der amerikanische Vorläufer MoveOn.org stammt aus dem Jahr 1998. Und der Bundestag bringt gerade sein überarbeitetes Petitionsportal auf den Weg.

Doch niemand machte aus der Idee ein vergleichbar florierendes, globales Geschäft: Rattray zählt heute 145 Mitarbeiter und mehr als 17 Millionen Nutzer, die bislang nach eigenen Angaben 230 000 Petitionen posteten. 18 Auslandsbüros existieren bereits, darunter eines in Berlin.

Change.org-Nutzer forderten, die Pussy-Riot-Aktivistinnen freizulassen; von den Herausgebern der „Teen Vogue“ ver-

langten sie, keine magersüchtigen Models mehr abzubilden; oder von US-Richtern, einen Mann in Virginia zu verurteilen, der seinen kleinen Hund vom Balkon geschleudert hatte.

Und als im Februar in Florida der hellhäutige George Zimmerman den unbewaffneten schwarzen Jungen Trayvon Martin erschoss, überzeugten Change.org-Mitarbeiter Martins Eltern, einen Appell zu posten: „Klagen Sie den Mörder unseres 17 Jahre alten Sohnes Trayvon Martin an“, lautete die Botschaft. Mehr als zwei Millionen Menschen unterstützten ihr Anliegen binnen wenigen Tagen online. Todesstrafe für Zimmerman landete vor Gericht.

Internetexperten erkennen solche Erfolge an, zweifeln aber an der Nachhaltigkeit virtueller Protestnetzwerke. „Sie wirken nur effektiv im Verbund mit traditionellem Aktivismus“, sagte Jillian

York von der Electronic Frontier Foundation der „New York Times“. Digitale Unterschriften allein seien zu flüchtig, um dauerhafte Veränderungen auszulösen.

Rattray aber glaubt an die Kraft der Klicks. Er berichtet von einer lesbischen Frau in Südafrika, deren Freundin von Männern vergewaltigt wurde, die ihre Neigung „heilen“ wollten. Die Frau loggte sich in einem Internetcafé bei Change.org ein und forderte in einer Online-Petition härtere Gesetze gegen so brutale Verbrechen. Über 170 000 Menschen aus aller Welt unterschrieben, so viele, dass die Server der südafrikanischen Regierung kollabierten – worauf deren Vertreter die verlangte Gesetzesänderung einleiteten.

Die vielen Klicks zahlen sich aber auch für Rattray aus, Change.org ist nämlich keineswegs gemeinnützig. Rund 15 Millionen Dollar im Jahr zahlen Kunden wie Greenpeace oder Amnesty International, um etwa für Spendenaufrufe Zugang zu der riesigen E-Mail-Datenbank des Unternehmens zu erhalten.

Rattray mag nicht ausschließen, künftig sogar Honorar von umstrittenen Großkonzernen anzunehmen, „wenn sie ein gutes Projekt anstoßen wollen“. Er klingt auch ähnlich geschäftstüchtig wie Facebooks Zuckerberg, wenn er über globale Expansionspläne spricht. Seine Seite, so Rattray, solle weltweit eine Marke für Online-Aktivisten werden wie Amazon für Buchbestellungen.

Das würde den Marktwert von Change.org weiter steigern, sollte es doch einmal zum Börsengang kommen. Rattray sagt: „Ich sehe mich als sozialen Aktivisten – und als Unternehmer.“

GREGOR PETER SCHMITZ

## Mobilisierte Masse

Ausgewählte Petitionen bei change.org



Frühjahr 2012  
Strafverfolgung von George Zimmerman,  
dem mutmaßlichen Mörder  
des 17-jährigen Trayvon Martin

Unterzeichner..... **2278000**



Herbst 2011  
Abschaffung einer 5-Dollar-  
Kontogebühr der Bank of America

Unterzeichner..... **307000**



Frühjahr 2012  
Freiheit für Pussy Riot

Unterzeichner..... **144000**