



Freitag, 03. November 2017, 17:37 Uhr
~6 Minuten Lesezeit

Besser als Facebook?

Allein der Glaube an eine bessere und friedlichere Zukunft bewirkt noch keine Veränderung. Handeln ist gefragt.

von Marius Deniz Bielefeld
Foto: Vasin Lee/Shutterstock.com

Noch ist Facebook das mit Abstand beliebteste soziale Netzwerk. Das könnte sich in den kommenden Jahren drastisch ändern. Seit einigen Monaten kursiert im Netz die als gemeinnützig anerkannte Organisation „Human Connection“ mit ihrer gleichnamigen Social-Media-Plattform. Human Connection verspricht, in Zukunft eine bessere Alternative zu Facebook, Twitter und Co. bilden zu können. Doch wie wird der hochgelobte Newcomer im Vergleich zu den Netzwerk-Giganten tatsächlich abschneiden können?

„Das **gemeinnützige soziale Netzwerk, das jedermann jeden Tag** dazu einlädt, positiv zu denken und Gutes zu tun!“, so stellt sich Human Connection auf seiner Website vor. Das Geschäftsmodell von Human Connection ist einfach zu verstehen - es existiert keins! Der User soll durch gezieltes NetWorking möglichst wenig vor dem Computer verweilen, der „Action Button“ appelliert an ein lösungsorientiertes und zeiteffizientes Surfverhalten der Community.

Die werbefreie Nutzeroberfläche steht im Gegenteil zu den konventionellen Gemeinschaftsportalen. Deren Überlebensstrategie basiert auf intensiver Kundenbindung, um die Werbeeinnahmen beständig am Laufen zu halten. Die Finanzierung von Human Connection gestaltet sich wie bei anderen modernen Dienstleistern durch die Crowd selbst und geht dabei sogar noch einen Schritt weiter. Als anerkannt gemeinnützige Organisation verpflichten sich die Betreiber zu maximaler Transparenz. Das Netzwerk und dessen umfangreiche Tools „gehören“ gleichermaßen allen und niemandem: Lediglich der Datenschutz, die Qualitätssicherung und die rechtlichen Verpflichtungen liegen in den Händen des Providers.

Steht Human Connection dann überhaupt in Konkurrenz mit anderen Anbietern?

Facebook wirbt ebenfalls damit, dass die Nutzung kostenlos ist und bleibt. Das entspricht nur der halben Wahrheit: Kleinunternehmer, Selbstständige und Künstler werden systematisch zum Bewerben ihrer Pages „gezwungen“. Die organische Reichweite wurde in den letzten Jahren soweit gedrosselt, dass der durchschlagende Erfolg einer Seite nur noch mithilfe eigens „gesponserter“ Beiträge möglich erscheint. Schon lange wird an Facebook kritisiert, dass

diejenigen, die das Netzwerk mit spannenden Inhalten füllen und somit für einen hohen und langanhaltenden Traffic sorgen, nichts vom Gewinn der Werbeeinnahmen abbekommen, stattdessen jedoch immer drastischer zur Kasse gebeten werden.

Laut „The Guardian“ führte Facebook in den letzten Tagen testweise sogar einen Newsfeed in der Slowakei, Serbien und Sri Lanka ein, bei dem organische Posts nur noch zwischen 20 bis 40 Prozent der bisherigen Reichweite erlangten. Dieses Modell flächendeckend anzuwenden, sei allerdings nicht geplant, so Facebook. (1) Einen Plan verfolgt der blaue Riese hingegen bereits schon lange und zwar weltweit: Die Vormachtstellung im Videoclip-Sektor. Zunächst verbannte der Konzern Videos von Drittanbietern nahezu vollständig aus dem hauseigenen Newsfeed.

Des Weiteren übernimmt Facebook nun das Erfolgsrezept von YouTube, indem Bewegtbildinhalte künftig mit Mid-Roll-Ads (Werbeeinblendungen nach 20 Sekunden) versehen werden können. Das bedeutet insgesamt mehr Reklame für den User, aber auch erstmalig Einnahmen für die Bereitsteller beliebten Video-Contents: 45 Prozent der Einnahmen behält Facebook, 55 Prozent sollen beim Produzenten landen. (2)

Human Connection - der Revoluzzer unter den sozialen Netzwerken?

Die Freiheit, seinen digitalen Alltag mit professionell angelegten Sortierungen eigenhändig und ohne Einschränkungen gestalten zu können, wäre tatsächlich ein Novum unter den Social-Media-Anbietern. Die Benutzeroberfläche von Human Connection ist 100 Prozent werbefrei gestaltet. Gesponserte Beiträge, kommerzielle Veranstaltungen, das Bewerben von Produkten - all das findet in der innovativen Vision des Begründers Dennis Hack keinen Raum. Statt

stundenlang Werbung zu Gesicht zu bekommen und Anzeigen zu schalten, solle der User sich auf das Wesentliche konzentrieren können - was das genau ist, entscheidet dieser selbst: Katzenvideos am Morgen, eine Hardcore-Dröhnung ausgewählter Politik-News oder das nächstgelegene vegan, queer, blackpower, alle-Zellen-Deines-Körper-sind-glücklich Event. Die Möglichkeiten der individuellen Selektion verschiedener Themenbereiche fördern ein selbstbestimmtes Sozialleben und die bewusste Auseinandersetzung mit dem eigenen Konsumverhalten.

Dass sich Human Connection auch als Tool zum organisierten Arbeiten an Schulen eignet, wird im kommenden November an einer Schule getestet. So lassen sich die Werkzeuge zum Beispiel für das gemeinsame Erarbeiten der Hausaufgaben oder das Vernetzen der Schulen untereinander nutzen. Um das User-Interface auf seine Funktionalität zu überprüfen, wurde eine einmonatige Untersuchung an der Hochschule der Medien (HdM) Stuttgart durchgeführt.

„Wenn jemand anders die Idee von Human Connection klaut und besser umsetzt als mein Team und ich, dann bin ich der Erste, der sich feierlich bei dem neuen Netzwerk registriert.“ Dennis Hack

Bereits 450.000 Euro hat Dennis Hack, der junge Chef von Eurotramp, (eines der führenden Unternehmen im Sektor Trampolinherstellung) aus eigenen Mitteln in den Traum vom gemeinnützigen Netzwerk investiert, weitere 100.000 Euro sind bereits durch das aktuelle Crowdfunding zustande gekommen. Damit das Medium endlich ins Rennen gehen kann, sind noch weitere 250.000 Euro von Nöten. Das wären dann insgesamt 800.000 Euro - ein ganz schöner Batzen für ein „gemeinnütziges“ Projekt.

Doch im Unterschied zu Snapchat und Konsorten stellt Human Connection den Usern die Jahresberichte frei zugänglich und 100

Prozent transparent zur Verfügung. Sobald das Pferd richtig ins Laufen kommt, soll das System sogar auf „Open Source“ umgestellt werden, das heißt Programmierer aus aller Welt können die Javascript basierten Codes weiter optimieren und an die Bedürfnisse und Wünsche der User anpassen. Neben Freiheit ist Sicherheit ein wichtiger Grundbaustein von Human Connection.

SSL-verschlüsseltes Messaging garantiert, dass die Privatsphäre bestmöglich gewahrt bleibt. Eine dem deutschen Datenschutz unterstellte Serverlocation versichert zumindest: Wenn überhaupt könnten nur ausländische Geheimdienste auf die sensiblen Informationen der Community zugreifen. Human Connection selbst wird jedenfalls keinen Datenverkauf betreiben.

Crowdfinanziert - wie soll das funktionieren?

Es hat schon einen leicht ironischen Beigeschmack, wenn Werbeanzeigen von Human Connection um ein werbefreies Netzwerk ringen. Neben der Rechtsabteilung, dem Programmieren und Videoproduzieren kostet das Bekanntmachen von Human Connection Zeit, Raum und Nerven, sowohl offline als auch online.

Das Presskit wird analog zu der digitalen Aufbereitung regelmäßig an etliche Medienhäuser, Vereine und Unternehmen versendet. Mittlerweile existiert sogar eine hauseigene Mediathek mit animierten Erklärvideos zu den einzelnen Werkzeugen, beispielsweise zu Megaphon, Action Button und Versus Funktion. Es ist eine Herausforderung, sich auf einem Markt Gehör zu verschaffen, der vornehmlich auf Konkurrenz statt Kooperation beruht. Es leuchtet ein, dass Großkonzerne nicht gleich die Fahnen herausholen, denn in eine Zukunft zu investieren, in der Qualität über dem Marketing steht, rentiert sich für einen Großteil der

profitorientierten Unternehmen nicht.

Dass Human Connection bei den meisten Zeitungen und Zeitschriften, PolitikerInnen und KultusministerInnen bislang kaum Beachtung erfährt, lässt zu wünschen übrig. Die bisherigen Spendenerfolge setzen sich laut Dennis Hack hauptsächlich aus den Mitteln vieler Privatmenschen aus allen Gesellschaftsschichten zusammen. Diese würden die dringende Notwendigkeit und das Potential von Human Connection erkennen.

Allein der Glaube an eine bessere und friedlichere Zukunft oder diese zu versprechen, könne keine konkrete Veränderung in der Gegenwart bewirken. Es bedürfe einer gewissen Planungssicherheit: Im Unterschied zu den undurchsichtigen Algorithmen der „Konkurrenz“ scheint Human Connection diese Sicherheit bestmöglich garantieren zu können.

Quellen:

(1)

<https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/23/facebook-k-non-promoted-posts-news-feednew-trial-publishers/>
(<https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/23/facebook-k-non-promoted-posts-news-feednew-trial-publishers/>)

(2) <http://fortune.com/2015/07/01/facebook-video-monetization/> (<http://fortune.com/2015/07/01/facebook-video-monetization/>)

Weiterführende Links:

<https://humanconnection.org/> (<https://humanconnection.org/>)

<https://www.facebook.com/HumanConnectionOrg/>

(<https://www.facebook.com/HumanConnectionOrg/>)



Marius Deniz Bielefeld ist Komponist, Bandleader und Musiker. Weitere Informationen unter

www.pillmannmusic.com

(<https://www.pillmannmusic.com/>). Eine Zeit lang schrieb er darüber hinaus Artikel für den **Rubikon**.

Dieses Werk ist unter einer **Creative Commons-Lizenz (Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International**

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>) lizenziert.

Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen dürfen Sie es verbreiten und vervielfältigen.