

Wie Facebook mit mir Geld verdient?

Werner Illsinger

facebook Community Update 1.27.2016

- 1.59 Billion on Facebook each month
- 900 Million on WhatsApp each month
- 800 Million on Messenger each month
- 400 Million on Instagram each month
- 950+ Million people notified by Safety Check in 2015
- 1 Billion people use Groups each month
- 500 Million people use Events each month
- 50 Million small businesses use Pages
- 19 Million people connected via Internet.org
- Shipped Samsung Gear VR with Oculus software



Facebook ist praktisch. Man kann verschollen geglaubte Schulfreunde wiederfinden, mit Ex-Kollegen in Kontakt bleiben und erfährt was die Freude den ganzen Tag über essen. Zudem ist Facebook gratis. Es kostet nichts. Wie kann es dann sein, dass Facebook 18 Milliarden Umsatz pro Jahr macht? Die Antwort ist den meisten bekannt – durch Werbung. Aber wie genau funktioniert das?

Vielen Benutzern ist auch nicht bekannt – oder zumindest bewusst, dass Facebook nicht nur aus der Online Applikation besteht, mit der man sich mit seinen Freunden vernetzen kann. Facebook ist mittlerweile weit mehr...

Der Konzern Facebook besteht mittlerweile zusätzlich aus WhatsApp – dem bekannten Messenger Dienst, Zusätzlich wurde der Facebook Messenger aus Facebook ausgelagert. Am Handy ist eine Kommunikation nur noch über diesen Möglich. Für Foto Enthusiasten gibt es Instagram. Soweit ist es vielen noch bewusst. Facebook stellt jedoch auch die Software für die Oculus Rift – Virtual Reality Brillen her, die von anderen Hardware Anbietern gebaut wird (z.B. Samsung Gear VR). In weniger entwickelten Ländern stellt Facebook auch über Internet.org – sehr eingeschränkte Internet Zugänge für die ärmsten Bevölkerungsschichten zur Verfügung. Facebook ist also schon lange nicht mehr nur das bekannte „Gesichter Buch“.

Der Zukauf von Whatsapp war Facebook immerhin satte 19 Milliarden Dollar wert. Zudem wird über Whatsapp ja nicht einmal Werbung verbreitet. Warum hat dann Facebook so viel Geld für dieses Unternehmen ausgegeben?

Einer der Gründe ist, dass Facebook für die junge Generation mittlerweile eher „uncool“ ist. Die Eltern und mittlerweile auch Großeltern treiben sich auf Facebook herum. Da ist es doch an der Zeit sich ein Fleckchen zu suchen, wo man nicht die ganze Zeit beobachtet wird.

Jugendliche haben Whatsapp als Kommunikationsplattform entdeckt. Sie sind den ganzen Tag über mit ihren Freunden in Kontakt. Telefoniert wird wenig, aber getippt ständig – und zwar vom Aufstehen bis zum Schlafen gehen. Hauptgrund dafür ist auch dass Whatsapp eben keine Werbung einspielt – was als „nervend“ empfunden wird.

Die Kommunikation läuft mittlerweile Ende zu Ende verschlüsselt, was heißt – das auch Facebook nicht mitlesen kann, was getippt wird. Was bringt Whatsapp für Facebook dann? Darüber lässt sich nur mutmaßen. Facebook kann noch immer Metadaten über die Kommunikation sammeln. Wenn man auch nicht weiß was zwei Kommunikationspartner schreiben, so weiß man dennoch dass man miteinander in Kontakt ist – und zwar, wann, wie lange und wie oft. Zusätzlich weiß Facebook natürlich auch den Standort (denn das Telefon muss diesen an die Applikation weitergeben). Mit dem Standort könnte Facebook natürlich auch Gewohnheiten erfahren (wie z.B. wo man einkaufen geht, oder wo man zum „chillen“ abhängt.). Diese Daten könnte Facebook für Werbung auf anderen Kanälen nutzen.

Facebook sagt, dass man Whatsapp auch weiterentwickeln möchte, dass die Nutzer Firmen freiwillig folgen, die dann über Whatsapp ihre Kunden über Spezialangebote informieren können, etc.

Whatsapp ist übrigens die am schnellsten wachsende App überhaupt. Innerhalb von 4 Jahren hatte Whatsapp ungefähr 4x so viele Nutzer wie Facebook, Skype, Twitter oder auch G-Mail geschafft haben:

Instagram ist ein kostenloser online Dienst, mit dem Benutzer Fotos und Videos – mit Filtern versehen können und mit anderen Benutzern ausgetauscht und auch an andere Online Dienste versenden werden können. Instagram Fotos waren zu Beginn in Anlehnung an die Kodak Instamatic sowie Polaroid Fotos quadratisch.

Mit Instagram verhält es sich ähnlich wie mit Facebook. Instagram wird von wesentlich mehr jugendlichen Nutzern verwendet. So haben 2013 – 43% der 18-29-jährigen Instagram genutzt. Es benutzen mehr weibliche Nutzer Instagram.

Instagram erlaubt es Firmen spezielle Werbekampagnen auch auf Instagram zu schalten. Instagram ist auch in den Facebook Werbemanager integriert.

Facebook wächst noch immer relativ stark, wenngleich auch in den USA und Europa eine Sättigung eingetreten ist. Ende 2015 haben immerhin knappe 1,6 Milliarden Menschen Facebook genutzt:

Die Umsätze wachsen jedoch bedeutend stärker. So legt Facebook jährlich fast um 1/3 zu.

Die Umsätze kommen mittlerweile zum weitaus größten Teil (etwa 4x so viel) aus mobiler Werbung (also Werbung auf Smartphones). Die Werbung auf PCs stagniert hingegen:

Spannend ist nun, wenn man den Umsatz durch die Anzahl der jeweiligen Nutzer in der jeweiligen Geographie dividiert. Dann erhält man den durchschnittlichen Umsatz pro Benutzer (Average Revenue Per User = ARPU). Dieser Wert gibt an wieviel jeder einzelne von uns, der Facebook benutzt für Facebook Wert ist:

In Europa liegt dieser Wert bei ca. 3 EUR – in den USA mittlerweile bei fast 10 USD. Facebook nimmt also an Werbeeinnahmen pro Quartal zirka diesen Betrag ein. Das sind also unsere Daten Wert.

Wir könnten uns jetzt einmal fragen, ob es uns nicht auch 3 EUR wert wäre, wenn Facebook unsere Daten nicht für Werbung verwenden würde?

Daten

Der ehemalige CEO des Business-Netzwerkes Xing, Stefan Gross-Selbeck, bringt es auf den Punkt: "Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts."

Facebook nutzt unsere Daten um Werbung zu betreiben. Facebook ist also keine Social Media App – Facebook ist ein Werbeunternehmen. Genauso wie Google keine Suchmaschine ist, sondern ebenfalls ein Werbeunternehmen.

Wenn ein Nutzer Facebook beitrifft, dann schließt er einen Vertrag ab, und stimmt damit zwei Vertragsbestandteilen zu (nein das Widersprechen in der Timeline hilft nicht ;-)):

1. Nutzungsbedingungen

Rechte und Pflichten des Benutzers. Einräumen von Rechten gegenüber Facebook. Zustimmung zu Verarbeitung der Daten in USA.
<https://www.facebook.com/terms>

2. Datenrichtlinie

Erhebung und Verarbeitung durch Facebook. Erhebung durch Dritte, Weitergabe an Dritte.
<https://www.facebook.com/privacy/explanation>

Diese beiden Dokumente regeln, welche Daten Facebook erheben darf und was Facebook damit anstellen darf. Welche Daten werden also durch Facebook selbst erhoben:

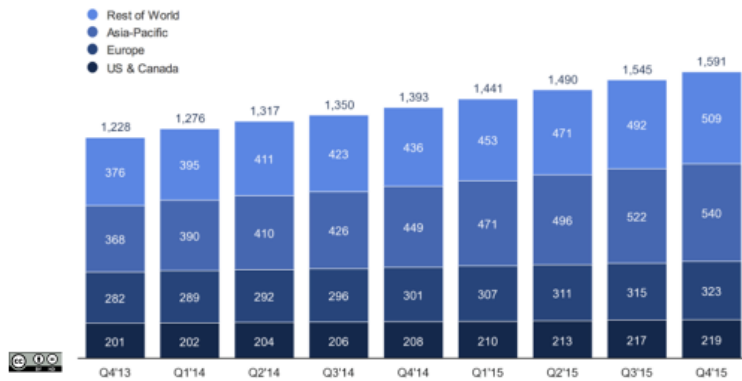
- Daten zur Person
 - Name
 - Adresse
 - Email
 - Geburtstag
 - Verwandtschaftsverhältnisse
 - etc.
- Standorte (aus Fotos, mobiler Nutzung, ...)
 - Kommunikation durch Nachrichten
 - Metadaten aus Fotos (Ort, Datum)
 - Interaktion mit der Benutzeroberfläche
 - Daten von anderen Benutzern (Kontakte)
 - Geräteinformationen (Betriebssystem, Einstellungen, Software, WAN, IP-Adresse etc.)

Damit endet jedoch die Datenerhebung durch Facebook noch nicht. Facebook nutzt auch Daten von Dritten:

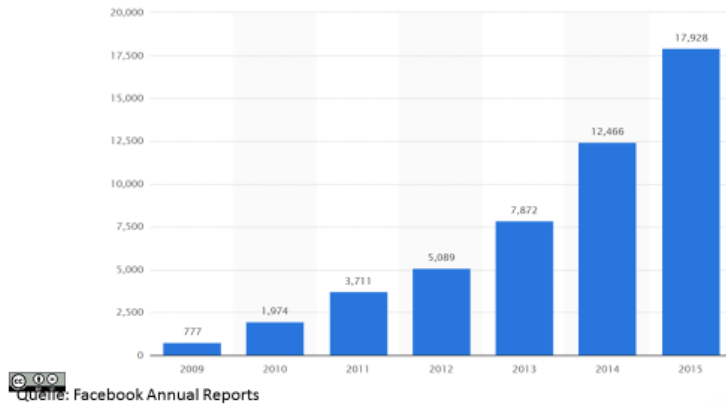
- Durch Cookies oder andere Tracker: Atlas (Facebook), DoubleClick (Google), Flashtalking u. a.
- Webseiten mit „Like-Button“ oder andere Facebook Plugins
- Datenbestände aus anderen Unternehmen der Facebook Inc.: WhatsApp, Instagram, Oculus
- Frei zugängliche Datenbestände und Register: (in den USA z.B. Automobilzulassungen)

All diese Daten werden miteinander vernetzt und es wird über jeden einzelnen Nutzer ein Profil aufgebaut. Das Profil

Monatl. Aktive Benutzer (in Millionen)

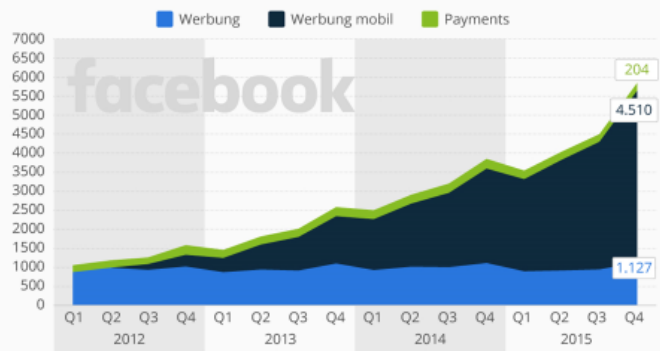


Facebook jährlicher Umsatz (in Mio)



Mobile Werbung treibt Facebooks Wachstum

Umsatz von Facebook nach Segmenten (in Millionen US-Dollar)



Average Revenue per User (ARPU)



Datenauszug herunterladen

The screenshot shows the 'Allgemeine Kontoeinstellungen' (General Account Settings) page on Facebook. A red circle highlights the 'Lade eine Kopie deiner Facebook-Daten herunter' (Download a copy of your Facebook data) link. A red arrow points from this link to the right-hand page.



Datenauszug von Max Schrems



Foto: Foto: Dominik Steinmair / europe-v-facebook.org



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. It displays two campaign views for 'Kampagne: DigitalSociety.at - „Gefällt mir“-Angaben für eine Seite'. The left view shows performance metrics: 51 results, 3903 people reached, and a cost of 79.93 €. The right view shows audience demographics: 51 results, 3903 people reached, and a cost of 1.74 €. The audience is split by gender (47% women, 53% men) and age groups.

dient dazu möglichst gut vorhersagen zu können, welche Vorlieben jemand hat. (und was er nicht mag). Zusätzlich im Profil enthalten sind aber auch Aufenthaltsorte und das persönliche Netzwerk jedes einzelnen von uns.

Facebook muss nach den geltenden Gesetzen erlauben, dass man sich die Daten die Facebook über jemanden speichert selbst herunterladen kann. Das funktioniert so:

Bevor diese Funktion bestand hat Max Schrems – der österreichische Jurist, der Facebook wegen Datenschutzverletzungen verklagt hat und noch immer mit ihnen im Clinch liegt eine Anfrage an Facebook gestellt – und folgende Antwort erhalten:

Der Ausdruck der Daten die über Max Schrems gespeichert wurden, waren 1.222 Seiten. Wenn man also die 1.222 Seiten ansieht, und die Daten die man sich selbst von Facebook herunterladen kann, wird man zum Entschluss kommen, dass vermutlich Facebook nicht alles vollständig zur Verfügung stellt, wenn man die Daten selbst herunterlädt. (Oder Facebook ist seit der Diskussion mit Max braver geworden – was ich eher für unwahrscheinlich halte).

Wozu nutzt Facebook diese Daten? Für Facebook ist es enorm wichtig Werbung an die richtige Zielgruppe zu senden. Wenn ich also weiß, dass jemand sehr gerne Hamburger isst, dann macht es vermutlich Sinn Mc Donalds Werbung an diese Person zu senden. Hingegen würde für jemanden der sich Vegan ernährt die Wer-

bung eher sinnlos sein, bzw. vielleicht auch negative Reaktionen hervorrufen.

Henry Ford sagte einmal „Ich weiß, die Hälfte meiner Werbung ist hinausgeworfenes Geld. Ich weiß nur nicht, welche Hälfte.“ – genau dieses Problem löst Facebook indem man Firmen die Möglichkeit zur Verfügung stellt zielgenaue Werbung zu schalten – und nur noch Werbung an Personen zu senden, die an meinen Produkten interessiert sein könnten.

Wenn man in Facebook eine Werbekampagne schaltet, kann man punktgenau aussuchen – an wen die Werbung gesendet werden soll. So wollen wir – wenn wir z.B. für die Digital Society werben – Personen erreichen, die im Großraum Wien wohnen, sich für technische Entwicklungen und gesellschaftliche Themen interessieren. All das kann man punktgenau einstellen.

Facebook bietet dann den Werbekunden auch Auswertungen wo man punktgenau sehen kann – wen man mit seiner Werbung erreicht – und wieviel eine Reaktion kostet (z.B. ein Like für eine Seite, Eine Veranstaltungsanmeldung, etc.)

In diesem Beispiel sehen wir, dass wir 79,93 € ausgegeben habe, und 51 gefällt mir angabe hat uns also 1,57 € gekostet. (was etwas teuer ist und noch weiter optimiert werden kann).

Auch sieht man, dass wir mit unserer Werbung vorwiegend jüngere Männer erreicht haben. Die meisten likes von jüngeren Männern, aber auch älteren Frauen gekommen sind. Auch mit diesen Daten kann man die Werbung optimieren. Beispiels-

weise kann man Werbungen mit unterschiedlichen Texten und Bildern ausprobieren und durch die Messungen dann herausfinden wer sich hier besser angesprochen fühlt.

Zusammenfassung

- Facebook sammelt Daten, um Werbung zu verkaufen
- Facebook verkauft keine Daten. Das wäre widersinnig, denn man würdensch selbst schaden.
- Vorteil für Firmen: Zielgenaue Werbung. Perfekte Auswertungen und Messbarkeit.
- Facebook kommt aus den USA (dort gibt es keine Datenschutzgesetze) und nimmt es in Europa nicht so genau mit den Gesetzen (siehe Europe vs. Facebook).

Probleme die auftreten können:

- Benutzer müssen sich gut überlegen was sie auf Facebook posten
 - Fotos von „Besäufnissen“
 - Leicht bekleidete Fotos
 - Schmähungen des Chefs
 - Check Ins im Krankenstand
 - Abfällige Bemerkungen, etc.
- Jugendliche müssen den Umgang mit Medien erst erlernen (und oft Eltern auch).