

# Facebook sucht neues Werbemodell

**schafft Wachstum**

**Berlin** Zuwanderung von Arbeitskräften aus anderen EU-Ländern hat in Deutschland in den vergangenen Jahren zu zusätzlichem Wirtschaftswachstum geführt. Die Besetzung von Stellen durch Zuwanderer erhöht die gesamtwirtschaftliche Beschäftigung und führt zu einer zusätzlichen Konsumnachfrage, heißt es in einer am Mittwoch in Berlin vorgestellten Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) in Berlin. Das Bruttoinlandsprodukt sei deshalb in den Jahren 2011 bis 2016 durchschnittlich 0,2 Prozentpunkte pro Jahr gestiegen, zum Höhepunkt der Zuwanderung im Jahr 2015 sogar um 0,3 Prozentpunkte.

Seidem sich die Wirtschaftslage in Ländern wie Spanien verbessert hat, lässt die Zuwanderung aus anderen EU-Staaten allerdings wieder nach. Seit dem Jahr 2011 seien aber jedes Jahr im Durchschnitt mehr als 720.000 Bürger aus anderen Ländern der EU nach Deutschland gezogen, heißt es in der Studie auf Grundlage von Zahlen des Statistischen Bundesamtes und Eurostat. Ein wesentlicher Grund für die Zuwanderung sei die Einführung der Arbeitnehmerfreizügigkeit für Bürger aller EU-Mitgliedsländer ab dem Jahr 2011 gewesen. Die in einigen südeuropäischen Ländern des Eurozonen – etwa Spanien, Italien und Griechenland – besonders ausgeprägte Wirtschaftskrise habe dazu geführt, dass viele Menschen ihr Glück in Deutschland gesucht hätten.

**Online-Netzwerk** Nutzer kommunizieren immer mehr im kleineren Freundeskreis auf Whatsapp und Messenger

Facebooks Werbegeschäft schien nicht aufzuhalten, doch jetzt bereitet Gründer und Chef Mark Zuckerberg Investoren auf ein langsames Wachstum vor. Und das hat tiefere Gründe als die Probleme in Europa oder die jüngeren Datenkaskade.

**Mento Park.** Facebook sieht ein Umbruch in seinem Werbegeschäft bevor, der die jahrelang auf Hochtour laufende Geldmaschine des Online-Netzwerks abbremsen wird. Die Mitglieder teilen ihre Beiträge verstärkt im kleineren Freundeskreis statt im Newsfeed, der bisher das Herzstück der Facebook-Nutzung war, wie Gründer und Chef Mark Zuckerberg am Dienstag erläuterte. Facebook muss deswegen sein Geschäft umbauen – und testet sich erst zu einer Lösung durch.

Denn aktuell kommen die Milliardengewinne des Online-Netzwerks fast ausschließlich aus dem Newsfeed, der viel Platz für Anzeigen bietet. Beim Geduldsverlust in seinen Chatsdiensten WhatsApp und Messenger sowie den neuen Formaten auf der Facebook-Plattform steht die Firma aber erst am Anfang und weiß zum Beispiel noch nicht, wie sich die Anzeigenpreise entwickeln werden. „Das ist eine Reise, die Jahre und nicht Quartale dauern wird“, sagte Finanzchef Dave Wehner.

Zu den neuen Formaten gehören zum Beispiel die sogenannten „Stories“, bei denen Nutzer ihre Fotos und Videos für einen Tag für ausgewählte Freunde veröffentlichen. „In nicht allzu ferner Zukunft werden die Leute mehr in Stories als in Feeds teilen“, prognostiziert Zuckerberg.

## Snapchat kopiert

Es hat eine gewisse Ironie, dass Facebook als „Stories“-Format hinter Snapchat beim Herausfordern kopiert. Facebook gelang es dadurch zwar, den Aufstieg von Snapchat zu stoppen – die Foto-Applikampfiert seitdem mit Nutzerschwindel. Doch jetzt muss Facebook selbst die wirtschaftlichen Konsequenzen des veränderten Nutzer-Verhaltens tragen. Der Wandel verleihe wenig geschäftlich als er es sich erlaubt habe, sagte Zuckerberg ein. Doch für Facebook spreche allein schon, dass täglich mehr als zwei Milliarden Menschen mindestens ein Produkt der



Im kalifornischen Menlo Park überwachen Facebook-Mitarbeiter Inhalte auf der Plattform. Foto: dpa

Firma nutzen. Dem Online-Netzwerk gehört auch die erfolgreiche Foto-Plattform Instagram.

Facebook durchläuft bereits ein ähnliches Umbruch, als Nutzer vom PC auf Smartphones wechseln. Damals hatte das Online-Netzwerk zunächst kein Geschäftsmodell für das Handy und Anleger zwifeln an den Zukunftsaussichten der Firma. Doch die Newsfeed-Anzeigen als Lösung für das Problem erwiesen sich als eine Goldgrube. Zuckerberg und Geschäftsführerin Sheryl Sandberg erinnern jetzt daran, um besorgte Investoren zu beruhigen. Das klappte ganz gut: Die Aktie, die nach Zuckerbergs Warnungen erst fast zwei Prozent verlor, stieg in den vergangenen Handel am Mittwoch mit einem Plus von rund sechs Prozent.

Schon die Zahlen für das vergangene Quartal offenbaren einige Probleme. So verlor das Online-Netzwerk im zweiten Vierteljahr in Folge eine Million Nutzer in

Europa und hat dort noch 375 Millionen mindestens einmal im Monat aktive Mitglieder. Facebook hat teils bereits gemutet, dass die Regelungen der seit Ende Mai gültigen Datenschutz-Grundverordnung das Geschäft in Europa erschweren werden.

Weltweit gesehen gibt das Wachstum des Online-Netzwerks weiser. Die Zahl monatlich aktiver Facebook-Nutzer legte binnen drei Monaten von 223 auf 237 Millionen zu. Und auch die Werbeeinnahmen wuchsen noch deutlich: Der Quartalsumsatz stieg im Jahresvergleich um rund ein Drittel auf 13,7 Milliarden Dollar. Der Gewinn kletterte um neun Prozent auf knapp 5,14 Milliarden Dollar.

Doch ein genauere Blick in die Facebook-Zahlen zeigt, dass die Nutzer-Zuwächse in allem aus Regionen kommen, die für das Online-Netzwerk bisher weniger lukrativ sind. In den USA und Kanada kommt Facebook nun auf

242 Millionen monatlich aktive Nutzer – gerade einmal eine Million mehr als vor drei Monaten. Es ist aber der mit Abstand profitabelste Markt für das Online-Netzwerk. Hier machte Facebook im vergangenen Quartal einen Umsatz von 27,61 Dollar pro Nutzer. In Europa sind es 8,82 Dollar pro Nutzer und im weltweiten Durchschnitt 6,09 Dollar.

## Hohe Sicherheitskosten

Zugleich dürften die Ausgaben in diesem Jahr um über 30 Prozent steigen und 2019 um weitere 40 bis 50 Prozent. Das sei unter anderem für die Sicherheit und den Kampf gegen Hass und Hetze nötig, sagt Zuckerberg. So stelle Facebook mehr Mitarbeiter für seine Löschzentren ein, die verbotene Inhalte entfernen. Vor allem dadurch stieg die Zahl der Beschäftigten binnen eines Jahres um 45 Prozent auf gut 35.000.

Zuckerberg, der sonst Werbepre-

werber selten erwähnt, räumt ein, dass Facebook bei Video hinter Googles Plattform YouTube zu rückliege. Das Online-Netzwerk habe aber bisher die Zeit, die Nutzer mit dem Ansehen von Videos verbringen können, bewusst reduziert, Facebook stecke in einem Dilemma: „Die Leute wollen sich Videos anschauen“, sagt Zuckerberg. Zugleich erwarten sie von Facebook aber auch soziale Kontakte mit Freunden und Familie. Deswegen habe Facebook die Ausbreitung sogenannter „viraler“ Unterhaltungsvideos gehemmt.

Facebook wurde in diesem Jahr von dem Datenkandall um Cambridge Analytica in eine Krise gesetzt. Zuletzt sorgte ein Hacker-Angriff von dem rund 20 Millionen Nutzer betroffen waren, für neue Negativ-Schlagzeilen. Diese Taktiken scheinen das Geschäft des Online-Netzwerks jedoch bisher kaum beeinflusst zu haben.

## Euro-Inflation steigt kräftig

**Luxemburg.** Die Inflation in der Eurozone hat im Oktober das höchste Wert seit Ende 2012 erreicht. Die nach europäischem Standard berechneten Verbraucherpreise (HVI) stiegen um 2,3 Prozent zum entsprechenden Vorjahresmonat gestiegen, sagte das Statistikamt Eurostat am Mittwoch in Luxemburg mit. Dies ist die höchste Rate seit Dezember 2012. Im September hatte die Jahresinflationsrate noch bei 2,1 Prozent gelegen. Ohne die schwankungsfälligen Preise für Energie sowie Lebensmittel und Gemüseriefel die Tendenz deutlich niedriger aus. Die sogenannte Kernrate stieg von 0,9 Prozent im Vorjahr auf 1,4 Prozent an.

In Deutschland war die Inflationsrate gemessen am HVI im Oktober von 2,2 Prozent im Vorjahr auf 2,4 Prozent angestiegen.

## Netzagentur stoppt Post

**Regulierung** Konzern muss Portoerhöhung verschieben

**Bonn.** Die Deutsche Post muss mit der ursprünglich zum Jahreswechsel geplanten Erhöhung des Briefportos warten. Weil sie nicht alle notwendigen Daten eingereicht hat, legte die Bundesnetzagentur am Mittwoch ein Genehmigungsverfahren für die Preisänderung auf Eis. „Eine endgültige Entscheidung ist wegen der aktuellen Unklarheit bei der Deutschen Post AG nicht möglich“, begründete der Chef der Netzagentur, Jochen Homann, den Schritt. Die derzeit gültigen Preise bleiben daher vorerst in Kraft. Eine Entscheidung über das künftige Postporto kommt die Netzagentur für das erste Halbjahr kommenden Jahres an.

Das Post für Standardbriefe war zuletzt 2016 von 62 auf 70 Cent gestiegen. Fernichte, die Post strebe eine Erhöhung auf 80 Cent an, hatte das Unternehmen als Spekulation bezeichnet. Preisänderungen im lizenzierten Briefgeschäft müssen von der Bundesnetzagentur genehmigt werden.

Hintergrund für den vorläufigen Stopp des Verfahrens ist die Gewinnwarnung der Post aus dem vergangenen Sommer. Vorstandschef Frank Appel hat im Juni wegen anhaltender Probleme im heimischen Brief- und Paketsgeschäft ein umfangreiches Kostensenkungsprogramm angekündigt, zu dem unter anderem neue Werbe-

standards gelangen für Beamte und zusätzliche Investitionen gehören. Kurz darauf trennte sich die Post von einem für das Geschäftsfeld zuständigen Vorstandsmitglied Jürgen Gerdes.

Die Bundesnetzagentur bemängelte, dass die Post die Kosten und künftigen Einsparungen des Programms nicht ausreichend nachgewiesen habe. „Unsere Entscheidung für die kommenden Jahre ist nur belastbar, wenn wir die Konsistenz und Umsatzentwicklung beurteilen können“, sagt Homann. Die Post wolle die geplanten Angaben bis zum 30. November nachliefern, sagte eine Sprecherin der Bundesnetzagentur.

## Heimkindern Mut machen

**Bildung** Start-up kämpft mit Kalender gegen Benachteiligung

**Frankfurt.** Wohlhabens Oberbürgermeister Sven Geiselt (43) hat zwölf Jahre seiner Kindheit und Jugend im Kinderheim der Internat Mission in Wiesbaden verbracht. Er blickt auf „eine weitgehend sehr schöne Jugend in der Einrichtung“ zurück. „Man hat sich damals mit viel gesundem Menschenverstand viel angetan und um uns herum und um uns auf das Erwachsenenleben vorbereitet.“ Er habe gelernt, „sich durch eigene Leistung zu bewähren“.

Nach Mitternachts-Rufe und Schreie wurde er laienmännlicher Lehrkräfte beim TV-Breitband – und wechselte schließlich in die Politik. 2009 wurde er, mittlerweile vom Inhaber einer Druckerei adaptiert,

SPD-Fraktionschef in der Stadtverordnetenversammlung, 2013 OB der Landeshauptstadt. Noch heute trifft er sich gelegentlich mit Mitarbeitern des Heims auf einen Kaffee.

Diese Geschichte schildert er im neuen „Mutmacher“-Kalender 2019 des gemeinnützigen Start-ups „Klickskinder“ aus Frankfurt. Die Firma unterstützt Kinder und Jugendliche in der stationären Jugendhilfe – auch mit den Erböten des Kalenders. Im Handel gibt es ihn zum Beispiel bei Hugobuch in Frankfurt zum Preis von 8,50 Euro. Entwürfe und Illustrationen können ihn auf der „Klickskinder“-Webseite kostenlos bestellen.

andere Interessenten können ihn online kaufen oder spenden.

Der Kalender stellt monatlich ein ehemaliges Heim oder Pflegekind vor, das sich im Leben durchgesetzt hat – allen Widrigkeiten zum Trotz. Denn trotz aller Fürsorge haben die Betroffenen welche Bildungschancen, wie „Klickskinder“-Geschichtsführer Diana Klümann befragt. Fast ein Drittel erreicht keinen Schulabschluss – oder beide keine Ausbildung. In Deutschland leben 140.000 Kinder und Jugendliche in Heimen oder bei Pflegefamilien. Neben dem Kalender vermittelt die Firma „Perspektiven-Perspektiven“ und bietet ein Mentorenprogramm an.

## Airbus kappt Lieferziel für Flugzeuge

**Industrie** Dem Luftfahrt- und Rüstungskonzern machen auch Probleme bei Rolls-Royce zu schaffen

**Licht und Schatten bei Airbus** Dem Flugzeugbauer machen Engpässe in der Produktion zu schaffen. Gleichzeitig steigt der Gewinn.

**München.** Der europäische Flugzeugbauer Airbus hat die massiven Anlaufschwierigkeiten mit der Modellfamilie A320neo Tolbat. Das französisch-deutsche Unternehmen macht am Mittwoch Abschnitte an seinem Ziel, in diesem Jahr 800 Verkehrsflugzeuge auszuliefern – vor allem weil die Triebwerklieferanten technische Probleme mit den neuartigen Flugzeugmotoren haben. Um die Zahl doch noch zu erreichen, zählt Airbus nun auch die ersten 18 A220-Maschinen hinzu. Airbus hat zum 1. Juli die „C-Series“-Flugzeugfamilie des kanadischen Rivalen Bombardier übernommen und in A220 umgekauft. Von A320 und A330 wurden wegen der Triebwerkprobleme dagegen rund 20 weniger ausgeliefert.

Dank der Tuschel mit dem Langstrecken-Gesamtkaufvertrag A350 lief es in den ersten neun Monaten bei Airbus trotzdem besser als erwartet. Der Umsatz stieg um sechs Prozent auf 40,4 Milliarden Euro. Das bereinigte operative Ergebnis (Ebit) hat sich auf 2,74 (2017: 1,21) Milliarden Euro sogar mehr als verdoppelt, wie Airbus in Telexen mitteilte. Bis zum Jahresende sei ein bereinigtes Ebit von rund fünf Milliarden Euro weiterhin in Sicht, sagte Finanzvorstand Harald Wilhelm – auch weil der A220 weniger Verlust erwirtschaftet als befürchtet. Der Nettogewinn lag trotz ungünstiger Wechselkurse und höherer Steuern Ende September mit 1,45 (1,40) Milliarden Euro leicht über Vorjahr.

## 300 Auslieferungen fehlen

In den ersten neun Monaten wurden 503 (454) Airbus-Maschinen an Fluggesellschaften oder Leasingfirmen übergeben. Damit fehlen im

September noch fast 300 Auslieferungen zum Erreichen des Ziels. „Wir konnten zwar mehr Flugzeuge ausliefern als im Vorjahr. Allerdings liegt noch viel Arbeit vor uns, um unsere Zielvorgaben zu erreichen“, sagte der scheidende Vorstandschef Tom Enders. „Unser Hauptaugenmerk im operativen Bereich liegt weiterhin auf den Auslieferungen und damit, den Produktionshochlauf bei der A320neo sicherzustellen.“ Bis Ende September wurden 222 A320neo ausgeliefert, ein Jahr zuvor waren es 90 gewesen.

## Verzögerungen in Hamburg

Airbus kämpft seit dem vergangenen Jahr mit dem Hochlauf beim A320neo. Die neuen, spritzgepressten Triebwerke von Pratt & Whitney machen Probleme, und auch beim zweiten Anbieter CFM Luft ist es nicht rund. Zuletzt kam es in der Montage in Hamburg zudem zu Verzögerungen bei der Verkabelung der Kabine des A321neo.

Airbus spricht von „einigen internen industriellen Herausforderungen“. Auch die Produktionspläne für das Mittelbereichsflugzeug A330neo müssten gekürzt werden. Hier geht es um verspätet gelieferte Triebwerke von Rolls-Royce – was Wilhelm „reziertes“ nennt. Die

ersten Maschinen sollen aber noch 2018 die Werkshallen verlassen. Auch beim Modell A350 mit den konventionellen Triebwerken und beim Großraumflugzeug A380 gebe es noch „kommerzielle Herausforderungen“ zu lösen, erklärte Airbus.



Airbus-Beschäftigte arbeiten in Hamburg-Finkenwerder in der Endmontagehalle des Airbus A320neo. Foto: dpa

## Sanofi blickt zuversichtlicher in die Zukunft

**Pans.** Ein starkes Geschäft mit Medikamenten gegen seltene Krankheiten und Impfstoffen gibt Sanofi Schuß. Für 2018 rechnet der französische Pharmakonzern nun mit einem Anstieg des Gewinns je Aktie von vier bis fünf Prozent statt wie bislang von drei bis fünf Prozent, wie Sanofi am Mittwoch mitteilte. „Sanofi ist im dritten Quartal in eine neue Wachstumsphase eingetreten“, zeigte sich Vorstandschef Olivier Bardouin zuversichtlich. Im vergangenen Jahresresultat schaut das Unternehmen besser als von Analysten erwartet ab und steigerte seinen Nettogewinn um 7,6 Prozent auf 2,3 Milliarden Euro. Der Umsatz legte um fast vier Prozent auf 9,4 Milliarden zu. Ein Plus von gut sechs Prozent bei Sanofi, die Medikamenten-Sparte Genzyme, die Medikamenten gegen seltene Krankheiten herstellt, steigerte im dritten Quartal ihren Umsatz um rund 56 Prozent.



# Heimkindern Mut machen

**Bildung** Start-up kämpft mit Kalender gegen Benachteiligung

**Frankfurt.** Wiesbadens Oberbürgermeister Sven Gerich (43) hat zwölf Jahre seiner Kindheit und Jugend im Kinderheim der Inneren Mission in Wiesbaden verbracht. Er blickt auf „eine weitestgehend sehr schöne Jugend in der Einrichtung“ zurück: „Man hat sich damals mit viel gesundem Menschenverstand um uns gekümmert und uns auf das Erwachsenwerden vorbereitet.“ Er habe gelernt, „sich durch eigene Leistung zu bewähren“.

Nach Mittlerer Reife und Schreinerlehre wurde er hauptamtlicher Turnlehrer beim TV Biebrich – und wechselte schließlich in die Politik. 2009 wurde er, mittlerweile vom Inhaber einer Druckerei adoptiert,

SPD-Fraktionschef in der Stadtverordnetenversammlung, 2013 OB der Landeshauptstadt. Noch heute treffe er sich gelegentlich mit Mitarbeitern des Heims auf einen Kaffee.

Diese Geschichte schildert er im neuen „Mutmacher“-Kalender 2019 des gemeinnützigen Start-ups „Klückskinder“ aus Frankfurt. Die Firma unterstützt Kinder und Jugendliche in der stationären Jugendhilfe – auch mit den Erlösen des Kalenders. Im Handel gibt es ihn zum Beispiel bei Hugendubel in Frankfurt zum Preis von 8,50 Euro. Einrichtungen der stationären Jugendhilfe und Pflegefamilien können ihn auf der „Klückskinder“-Website kostenlos bestellen,

andere Interessenten können ihn online kaufen oder sponsern.

Der Kalender stellt monatlich ein ehemaliges Heim- oder Pflegekind vor, das sich im Leben durchgesetzt hat – allen Widrigkeiten zum Trotz: Denn trotz aller Fürsorge haben die Betroffenen schlechte Bildungschancen, wie „Klückskinder“-Geschäftsführerin Diana Klückmann beklagt. Fast ein Drittel erreiche keinen Schulabschluss oder beende keine Ausbildung. In Deutschland leben 160 000 Kinder und Jugendliche in Heimen oder bei Pflegefamilien. Neben dem Kalender vermittelt die Firma „Perspektiven-Botschafter“ und bietet ein Mentorenprogramm an. *tba*