

Miese Ernte bei Farmville

Facebook und Zynga beenden Joint-Venture

Den 45 Mitarbeitenden in Zyngas New Yorker Studio schwante am Montag, dass die überraschend einberufene Versammlung nichts Gutes versprach. Tatsächlich teilte ihnen die Personalchefin in bloss fünf Minuten mit, sie seien alle ab sofort ihre Jobs los. Kartonschachteln für persönliche Effekten standen bereit.

Das abrupte Ende habe die Spieleentwickler nicht überrascht, berichtet «Business Insider». Die jungen Programmierer waren auch nicht betrübt – im Gegenteil. In den Büros im Stadtteil Soho stieg alsbald eine Party; die Ex-Mitarbeiter ahnten, dass sie anderswo eine bessere Zukunft haben würden als bei Zynga.

Zynga hat kein erfolgreiches Spiel für mobile Plattformen

Die für das Sozialspiel Farmville bekannte Pionierfirma schasste am Montag insgesamt 520 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 18 Prozent der weltweiten Belegschaft von rund 3000. Neben New York wurden die Zweigbüros in Dallas und Los Angeles dichtgemacht. CEO Mark Pincus begründet vor Angestellten im Hauptquartier in San Francisco den Kahlschlag damit, dass das Unternehmen zu gross und zu langsam geworden sei. In seinem Blog



Sinkende Spielerzahlen: Facebook-Spiel Farmville von Zynga

schrieb er: «Indem wir heute unsere Kostenstruktur verringern, geben wir unseren Teams eine Startbahn, damit sie Risiken eingehen und neue soziale Erfahrungen entwickeln können.»

Analysten blieben skeptisch. Man könne sich nicht zum Erfolg sparen, sagte einer und verwies auf die sinkenden Spielerzahlen der Zynga-Games. Anleger waren auch nicht angetan: Am Montag brach der Aktienkurs der Firma um 12 Prozent ein.

Neben einem unsteten Management leidet Zynga vor allem am Übergang zur Mobilwelt. Die 2007 gegründete Firma florierte, weil sie wie ein siamesischer Zwilling mit Facebook verbunden war. Zynga nutzte das wachsende Sozialnetz, um ebenso schnell eine Gemeinschaft von Farmville-Süchtigen zu bilden. Im Gegenzug erhielt Facebook einen Teil der Erlöse vom Verkauf virtueller Farmtiere.

Doch das exklusive Joint Venture wird nächsten März zu Ende sein. Und bisher hat Zynga kein erfolgreiches neues Spiel für die immer dominanteren Mobilplattformen herausgebracht. Seine Handyspiele entstammen Zukäufen, und an allen ging das Interesse der Gamer jeweils rasch verloren. Kleinfirmen bringen viel eher neue Ideen für Spiele-Apps hervor. Doch selbst bei diesen lässt der Profit auf sich warten.

«Es war eine gute Zeit», sagte ein Gefuehrter in New York ohne Bedauern. Womöglich werden das bald viel mehr Zynga-Leute sagen.

MARTIN SUTER

VON BARNABY SKINNER

Ein Youtube-Filmchen der Zürcher Suchmaschinen-Marketingfirma Yourposition sorgt derzeit für Irritationen. Darin tragen Mitarbeiter die viel zitierte Google-Brille beim Einkaufen und fragen: «Okay Glass, wie viele Kalorien hat dieses Produkt?» Oder beim Spazieren: «Okay Glass, wo bin ich hier genau?» Bald 15 000-mal wurde das Video angeklickt.

Die Konkurrenz war entrüstet: Woher kommen diese Brillen? Warum wurde die Firma Yourposition von Google bevorzugt behandelt? Kunden von Yourposition, die die Brille unbedingt ausprobieren wollten, liefen Sturm.

Tatsächlich ist es derzeit fast unmöglich, Google Glass in die Finger zu bekommen. Weltweit sind erst 1500 Prototypen im Umlauf; wobei Google die Beta-Test-Geräte nicht verschenkt, sondern ausgewählten Softwareentwicklern für je 1500 Franken anbietet. In den freien Verkauf kommt die Google-Brille erst nächstes Jahr.

Dann werden sich die Yourposition-Mitarbeiter auch in die Schlange stellen müssen. Denn, so löst Lukas Stuber, Co-Geschäftsführer von Yourposition, im Gespräch auf: «Die Brillen im selbst gedrehten Video sind Attrappen.» Yourposition habe sie mithilfe eines 3-D-Druckers selber angefertigt.

Die Aufregung um das Video zeigt, wie sehr die neueste Erfindung aus den Google-Labors Neugier weckt und die Fantasie anregt. Sie wirft Fragen auf wie: Laufen in Zukunft alle Menschen statt mit einem Smartphone mit einer solchen Brille herum?

Die Brille bedient auch Ängste wie: Wenn wir dereinst von Google-Brillen-Trägern umzingelt sind, haben wir dann überhaupt noch eine Privatsphäre? Und: Wird der Mensch damit nun zur halben Maschine, zum Cyborg?

Um Inhalte zu sehen, muss man die Augen verdrehen

Die SonntagsZeitung konnte die Brille kürzlich an der Entwickler-Konferenz von Google in San Francisco während mehrerer Stunden testen. Es ist gespensisch, wie schnell man sich an deren Bedienung gewöhnt.

Eigentlich gleicht die Brille ja eher einem Stirnband. Oberhalb des rechten Auges befindet sich eine kleine Glasoberfläche, auf die Internetinhalte projiziert werden: Bilder, kurze E-Mails, Facebook-Einträge (s. Grafik). Um Inhalte zu sehen, verdreht man die Augen leicht nach oben. Schon nach wenigen Augenblicken wird die unnatürliche Augenbewegung zur Gewohnheit.

Die rasche Vertrautheit hat auch mit der Sprachsteuerung zu tun. Sie ist erstaunlich ausgereift: «Okay Glass.» Den Startbefehl kann man sogar in einem lauten Konferenzraum flüsternd, das Minidisplay reagiert trotzdem. Das Richtmikrofon im Rahmen des Gerätes ist sensibel justiert.

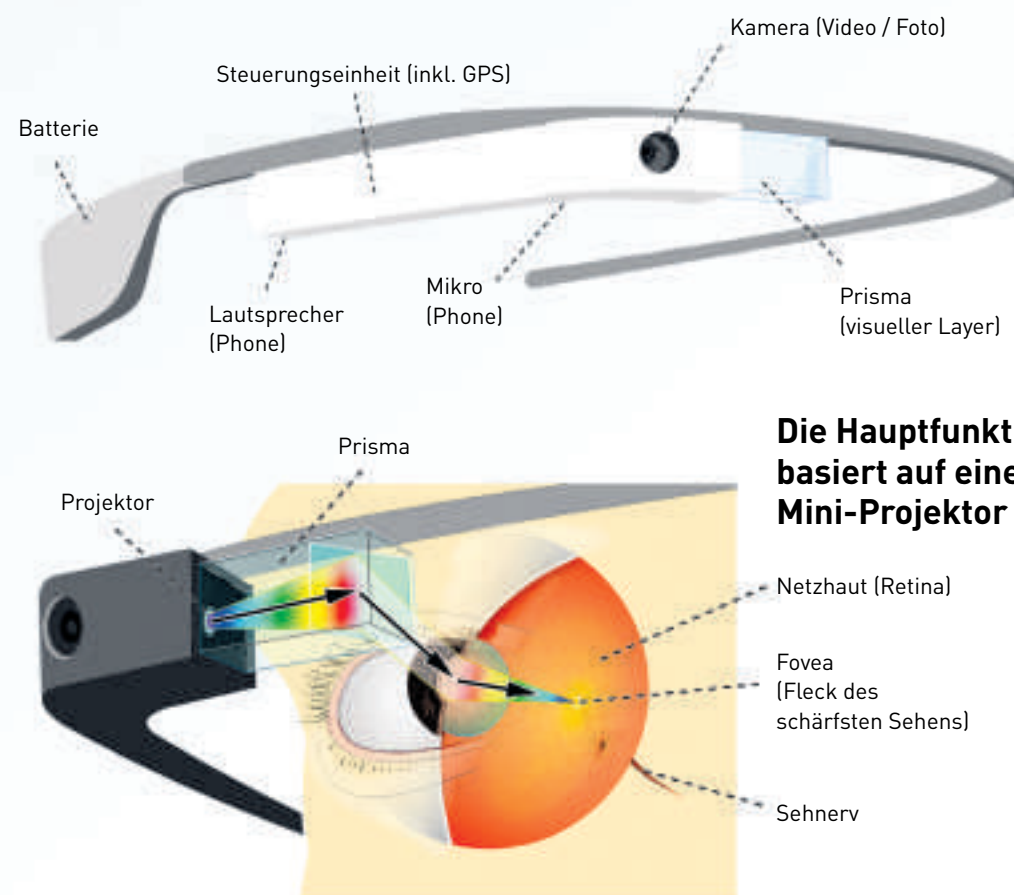
Nach der Aktivierung erscheint im Display eine Auswahl an Befehlen: «ein Foto schießen», «Video drehen» oder «eine E-Mail verschicken». Wir wählen die zweite Option: «Video drehen.» Alles, was in unserem Blickfeld ist, beginnt die Brille zu filmen. Um die Videoaufnahme zu beenden, streicht man mit dem Finger

Inspirierend, irritierend

Zwei Stunden mit der Google-Brille lassen tief blicken und machen mitunter einsam

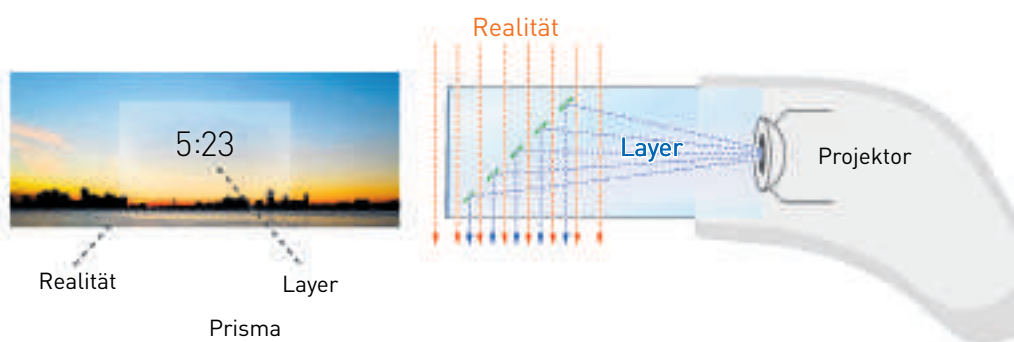
Wie Google Glass funktioniert

Warum kann man damit ein scharfes Bild sehen?



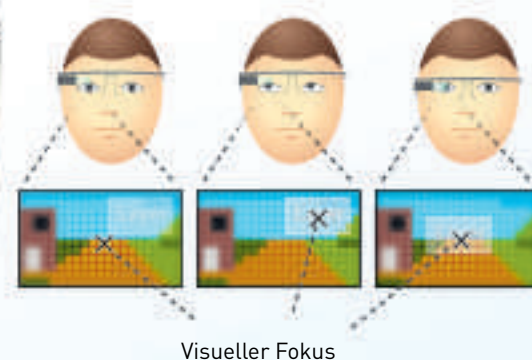
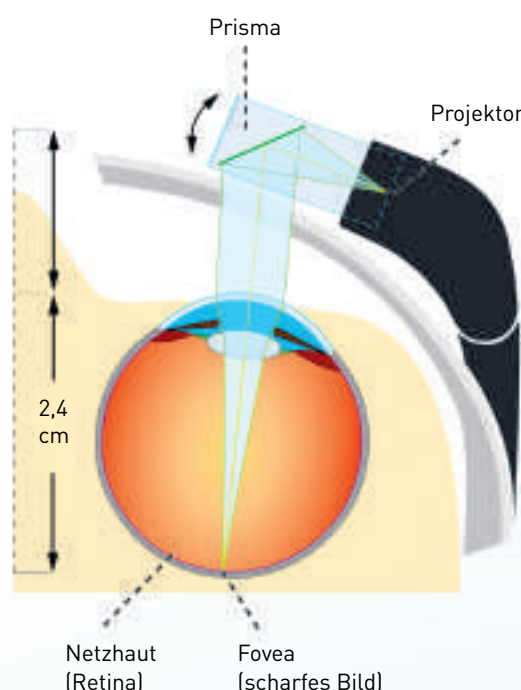
Die Hauptfunktion basiert auf einem Mini-Projektor

Ein Prisma projiziert den Layer über die Realität



Das Prisma fokussiert das Bild direkt auf die Netzhaut

Die Position des Layers hängt davon ab, wie man die Google-Brille trägt



Herausforderung: Was, wenn man eine normale Brille trägt?

- Grösserer Abstand notwendig
- individuelle Anfertigung ist erheblich aufwendiger

Fazit: Die Google-Brille ist eine technische Meisterleistung. Mit Hilfe eines Projektors und eines cleveren Prismas wird ein Layer-Bild direkt auf die Netzhaut projiziert.

über den berührungssensitiven Rahmen. Das Filmchen schauen wir im Minidisplay an und verdrehen dafür die Augen nach rechts oben.

Nun wird die Frage eingeblendet: «Auf Google+ posten?» Mit einer Berührung auf den Brillenrahmen wird das Filmchen auf Googles sozialem Onlinenetzwerk veröffentlicht. Würde jeder mit einer Brille herumlaufen, wäre es wohl tatsächlich nicht mehr weit her mit der Privatsphäre. Google tut deshalb gut daran, die Befürchtungen vieler Menschen ernst zu nehmen. In einer Umfrage in Grossbritannien sprachen sich jüngst 69 Prozent der Befragten dafür aus, die Nutzung von Google Glass gesetzlich zu reglementieren, um Datenschutzverletzungen zu vermeiden.

Eingeschlossen in der eigenen Virtualität

Die kurze Angewöhnungszeit lässt auch Schlüsse darauf zu, wie Google Glass unser Kommunikationsverhalten verändern könnte. Die folgende Szene konnte an der Google-Entwicklerkonferenz, wo jeder Zehnte der 6000 Besucher eine Google-Brille trug, massenhaft beobachtet werden: Mitten in der Konversation rollt ein Gesprächspartner seine Augen nach oben, um auf das Minidisplay von Google Glass zu sehen. Vielleicht um ein E-Mail zu checken oder weil jemand einen Eintrag auf Twitter bewertet hat. (Twitter hat wie Tumblr, Facebook und ein Dutzend anderer Internetunternehmen bereits eigene Applikationen für Google Glass entwickelt.) Das Gespräch wird jäh unterbrochen, bis der Brillenutzer seine Augen wieder in seine Normalposition bringt und sein Gegenüber anschaut. Meist gefolgt von einer weiteren peinlichen Pause.

Das ist das Unbehaglichste an der Google-Brille: Sie bringt einem das Internet zwar näher, doch sie schliesst Menschen in der unmittelbaren Umgebung aus. Die Google-Brille zu tragen, bedeutet deshalb auch immer, etwas einsam zu sein. Da mag einer noch so viele Freunde auf Facebook oder Follower bei Twitter haben; mit Google Glass kann er das Erlebte immer nur mit sich selber und nicht mit den Menschen um ihn herum teilen. Google Glass sperrt den Träger gewissermassen in seiner eigenen Virtualität ein.

Kann ein solches Gerät zum Massengerät werden? Es gibt etwas, das durchaus Parallelen zu Google Glass aufweist: das Headset fürs Telefonieren; den Ohrbügel, den Vieltelefonierer gar nicht mehr abzulegen brauchen. Doch ausser bei männlichen, besonders wichtigen Mittvierzigern hat sich das Handy-Accessoire nie so richtig durchgesetzt.

Auf der anderen Seite ist es bei der Lancierung der ersten Ohrknöpfe keinem Hersteller annähernd gelungen, die Fantasie so anzuregen, wie Google das mit Glass schafft. Die Brille ist ein klassisches Produkt des 21. Jahrhunderts. Google hat sie entwickelt, ohne genau zu wissen, was sie genau soll. Es ist an den Entwicklern und Nutzern selber, das herauszufinden. Was ihnen bisher eingefallen ist, zeigt dieses Video einer Umfrage an Googles Entwicklerkonferenz Mitte Mai: <http://soz.li/MA9E>.