

EXHIBIT 26

unfehlbar

« [Warnblinker](#)
[Gegenzeichnungspflicht für Realakte?](#) »

[StudiVZ - Ein Plagiat als Möchtegern-YouTube?](#)

Es klang zunächst wie eine Erfolgsstory aus dem Bilderbuch des e-commerce: Zwei Studenten aus Berlin, die mit einer genialen Idee und unter kühnem Eigenaufwand das Web 2.0 für die deutsche Unikultur geschaffen haben.

Schnell indes wurde jedoch klar, dass die “Idee” so neu doch eigentlich gar nicht war. Vielmehr noch [wiesen bald die ersten Blogger darauf hin](#), dass das [StudiVZ](#) nicht nur eine verblüffende optische Ähnlichkeit zu dem in den USA [beliebten](#) Angebot “[facebook.com](#)” aufweist, sondern auch inhaltlich ein nahezu 100%iges Plagiat dieser Seite ist.



Bedenkt man, dass das [StudiVZ](#) die Grund-Idee einschließlich aller Funktionen eins zu eins von [facelook.com](#) übernommen hat, der CSS-Quelltext für die Seitendarstellung in einzelnen Teilen eine exakte Kopie darstellt und sogar komplette Grafikdateien dieselben wie im amerikanischen Original sind, wirkt die folgende Passage aus den [“Rechtlichen Hinweisen”](#) des [Studi-VZ](#) geradezu zynisch:

Alle Texte, Bilder, Grafiken sowie das gesamte Design inklusive Layout-, Schrift- und Farbgestaltung sind mit allen Rechten der [studivz.net](#) vorbehalten. Die Vervielfältigung von Informationen oder Daten, die Verwendung von Texten, Textteilen oder Bildmaterial sowie jegliche Art von Kopie oder Reproduktion bedarf der schriftlichen Zustimmung der [studivz.net](#). Zuwiderhandlungen werden strafrechtlich verfolgt.

Zugute halten muss man den Betreibern des [StudiVZ](#) allerdings, dass sie jedenfalls auf der [Impressumsseite](#) in eigener schöpferischer Leistung eine Anpassung für den spezifisch deutschen Markt

vorgenommen haben: Nämlich die Einfügung des [überflüssigen und Inkompetenz-indizierenden berechtigten LG-Hamburg-Dicclaimers](#).

Finanziell hinter den geschäftstüchtigen Kopierern steht - neben der Leipziger Firma [Spreadshirt](#) - kein anderer als Jamba-Gründer und Klingelton-Millionär [Oliver Samwer](#), der bereits den [YouTube-Klon "myvideo.de"](#) aus der Taufe gehoben hat.

Und dieses Engagement erklärt sich mitnichten durch Nächstenliebe oder gar ein höheres Ziel der ["Förderung der Netzkultur an europäischen Hochschulen"](#), wie es so schön im Impressum formuliert ist: Die Betreiber des [StudiVZ](#) peilen vielmehr [nach eigenen Aussagen eine Rendite von satten 25%](#) an.

Hat die Nutzeranzahl des momentan noch neutral wirkenden Verzeichnis erst einmal die kritische Masse erreicht, sollen nach und nach subtile Formen von Werbung implementiert werden. So wie Google sich einst durch den Einsatz simpler, nichtstörender Text-Werbung gegenüber seinen mit blinkenden Werbebannern übersähten Konkurrenten profilierte, [will man gezielt über "alternative Werbemethoden" im Studi-VZ nachdenken](#). Die [Unmengen persönlicher Daten](#), welche die Studi-VZ-Nutzer freigiebig zur Verfügung stellen, dürften dies ungemein erleichtern.

Neben der eigentlichen Rendite lockt freilich ein noch viel größeres Ziel - nämlich die Plattform eines Tages samt Kundenstamm und Nutzerdaten an einen Branchenriesen wie [Google](#), [Yahoo](#) oder [Microsoft](#) verkaufen zu können. [YouTube](#) hat es vorgemacht. Obwohl [Google](#) schon seit langem ein eigenes, praktisch identisches Angebot namens ["Google Video"](#) betrieben hatte, kaufte der Internetkonzern den Neuling [YouTube](#) am 9. Oktober diesen Jahres zum Preis von umgerechnet 1,3 Milliarden Euro auf.

Eins komma drei Milliarden Euro als Preis für nicht mehr als den Markennamen.

Ähnlich wie im Video-Segment hat Google auch auf dem Gebiet des ["Internet Social Networking"](#), also der virtuellen Abbildung realer zwischenmenschlicher Beziehungen, längst ein eigenes Angebot am Markt. Doch ist der Service namens [Orkut](#) allein schon im Vergleich zur US-amerikanischen Konkurrenz ein Winzling - mehr noch als einst [Google Video](#) im Vergleich zu [YouTube](#). Und bereits jetzt dürfte der Markt sowohl in den USA als auch in Deutschland unter allen Bewerbern so weit aufgeteilt sein, dass Wachstum nur noch durch Akquisitionen, also durch den Kauf von Konkurrenten, möglich ist.

Zu dem finanzspekulativen Verdrängungswettbewerb, dessen Instrument das Klungebilde [StudiVZ](#) ist, meint Projektmitbegründer und selbsternannter "Erfinder des Gruschelns" (korrekt ist: Übersetzer der [facebook-Funktion "poke"](#)) [Ehssan Dariani \("552 Freunde"\)](#) in der [Süddeutschen Zeitung](#):

Momentan fragt man uns noch nach der Konkurrenz. In ein paar Monaten wird das nicht mehr der Fall sein, dann wird es nämlich keine mehr geben.

Nachtrag:

Die Betreiber des StudiVZ reagieren offenbar empfindlich auf Darstellungen, die nicht ins gewünschte Selbstbild passen. Im [StudiVZ-Infoblog](#) heißt es heute jedenfalls, dass Leser-Kommentare sowie [Trackbacks](#) von anderen Blogs [zur Vermeidung "absurder Spekulationen" zensiert](#) werden.

Hingewiesen sei an dieser Stelle auch auf die folgenden beiden lesenswerten Artikel:

- [Buch Blog: Verletzlichkeit der Geschäftsmodelle im Web 2.0](#)
- [Basic Thinking Blog: Das Wachstumsgeheimnis von StudiVZ](#)

Nachtrag II (01.11.06):

Die [Öffentlichkeitsarbeit des StudiVZ mag man bestenfalls als unklug bezeichnen](#). Doch versuchen die Jungs, diese Schwäche im Kampf um die meisten Studenten auf anderen Ebenen auszugleichen. Konkret etwa dadurch, dass sie sich nun Domains mit den Namen von [Mitbewerbern](#) sichern. Ein Auszug aus den [WHOIS-Daten der NIC.AT](#):

domain: unister.at


personname: Dennis Bemmann
 organization: Studivz Ltd.
 street address: Voigtstr. 38
 postal code: 10247
 city: Berlin
 country: Deutschland

Das bislang nur unter moralischen Gesichtspunkten umstrittene Verhalten des StudiVZ-Managements beginnt damit nun [auch rechtlich interessant](#) zu werden.

Nachtrag III (02.11.06):

Mit der [Domain StudyLounge.co.uk](#) ist eine weitere [Konkurrenzadresse](#) von den StudiVZ-Gründern registriert worden. Mit dem Hinweis auf die von den Fehlermeldungen des StudiVZ offengelegten Verzeichnisstrukturen mit dem schamlosen offenen Namen “fakebook” ruft Blogger [Oliver Thylmann](#) Tatsachen in Erinnerung, die zeigen, dass das StudiVZ eben doch etwas mehr ist als lediglich eine “Anlehnung” an facebook (so bezeichnet es sinngemäß [Ehssan Dariani in einem nicht-anonymen Kommentar](#)).

Notice: Undefined index: l in /usr/www/users/fakebook/inc1.php on line 1209
 Notice: Undefined index: s in /usr/www/users/fakebook/inc1.php on line 1210
 Notice: Undefined index: invitation in /usr/www/users/fakebook/inc1.php on line 1265
 Notice: Undefined index: studivzivi in /usr/www/users/fakebook/inc1.php on line 1231
 Notice: Undefined index: studivzivs in /usr/www/users/fakebook/inc1.php on line 1232



The screenshot shows a website interface with a red header bar containing the text 'STUDIVERZEICHNIS' and links for 'einloggen', 'immatrikulieren', and 'hilfe'. On the left side, there is a login form with fields for 'E-mail:' and 'Passwort:', a red 'Einloggen' button, and a link for 'Immatrikulieren'. The main content area contains several 'Notice' messages and a red banner that says 'Bist Du schon drin?'. Below this, there is a section titled 'Jetzt kostenlos anmelden!' with a list of bullet points: 'Finde andere Studenten an Deiner Hochschule!', 'Finde alte Freunde wieder!', 'Finde heraus, wer wen, über wen kennt!', 'Finde Partner für Sport, Lernen und Freizeit!', and 'Finde heraus, was für Leute in Deinen Lehrveranstaltungen sitzen!'. A cartoon illustration of a woman's face is visible in the bottom right corner of the screenshot.

In Anlehnung an den [“Online Star 2006” -Award, über den sich das StudiVZ-Team kürzlich freuen durfte](#), schlägt [Basic Thinking](#) einen weiteren Preis vor: Den “Dark Star 2006” .

Nachtrag IV (06.11.06):

Ein sehr gut recherchierter, aktueller Artikel mit Weitblick zum Thema:

[StudiVZ - The glamor is fading \(or a chronic on how lack of PR can ruin a good idea\)](#)

Popularity: 100% [?]

Der Beitrag wurde am Donnerstag, den 26. Oktober 2006 um 01:27 Uhr von SuitCase veröffentlicht und wurde unter [Gesellschaft](#), [Internet](#), [Juristisches](#), [Medien](#), [Uni](#) abgelegt. Du kannst die Kommentare zu diesen Eintrag durch den [RSS 2.0](#) Feed verfolgen. Du kannst einen [Kommentar schreiben](#), oder einen [Trackback](#) auf deiner Seite einrichten.

34 Reaktionen zu “StudiVZ - Ein Plagiat als Mochtegern-YouTube?”

1. *bambi*

[Am 26. Oktober 2006 um 13:21 Uhr](#)

was wohl passiert wenn ich den text in meinem studivz-profil verlinke?

2. *on the run*

[Am 26. Oktober 2006 um 15:11 Uhr](#)

während sich alle so aufregen.....

... keimt bei mir gerade die idee ein blog nur bezogen aufs studiverzeichnis zu errichten, allerdings im kritischen sinne. genug stoff wäre ja wahrscheinlich da. eben weil auch mir die methoden so verdammt missfallen.

.....

3. *Iustinianus*

[Am 26. Oktober 2006 um 15:39 Uhr](#)

Alles zutreffend. Elende Kopierfritzen. Elende erfolgreiche Kopierfritzen.

Kurze Anmerkung: “poke” hätte ich mit anstupsen übersetzt, was bekanntlich geschützter “unister” (R)-Slogan ist. “Poke” selbst kann man im Englischen -zu Recht- auch mit “poppen” übersetzen. Witziger als das gruselige “gruscheln” hätte ich andere Varianten wie “anpuffen”, “anbumsen” oder “anvögeln” empfunden. Stellen wir uns allen die lustigen T-Shirts vor, die mit “Bums mich an!” bedruckt werden...Eine echte Befreiung der Studentenwelt (R) aus ihrer selbstverschuldeten sexuelle Spießigkeit. Denn “StudiVauZett”, in knalliger deutsch-militärischer Abkü.-Trad., ist nichts anderes als eine große “Bums mich an!”-Kontaktbörse. Wie dem auch sei, ich bin natürlich angemeldet. Man will doch dabeisein, wenn die Revolution ausbricht.

Gruß Peter

4. *Iustinianus*