

Wolfgang Storz

# Google 1984

**MONOPOL** ■ *Google sieht nur neben Microsoft richtig gut aus. Denn am demokratischen Internet interessiert den Konzern zuerst der eigene Profit*

Oder schaffen es die Konzerne, aus dem Web 2.0 eine Goldmine zu machen, die für die Werbeindustrie oder wen auch immer ausgeplündert wird?

Der Börsenwert von Google liegt bei etwa 110 Milliarden Euro. Das Unternehmen beschäftigt rund 16 000 Mitarbeiter und beherrscht das Such- und Anzeigengeschäft im Internet; weit abgeschlagen sind Yahoo, Microsoft und andere Konkurrenten. In Deutschland hat Google nach Zahlen des Altbayerischen Instituts jede Woche knapp 28 Millionen Nutzer und macht mit ihnen im Jahr etwa eine Milliarde Euro Umsatz. Mit Hilfe von Google steht die Werbeindustrie kurz vor ihrem Ziel. Heißt dort ein Bonmot: 50 Prozent der Werbeausgaben wirken, die anderen 50 Prozent seien rausgeworfenes Geld, nur wisse man leider nicht, welches die unnütze Hälfte ist – so hilft Google weiter: Jede Anfrage gibt Informationen über den Anfrager preis. Wer schon mehrfach Bücher über die italienische Küche bestellt oder nachgefragt hat und via Handy beispielsweise in Köln den Stadtplan aufruft, der wird geortet und erhält Werbung aller entsprechenden Geschäfte und Restaurants in diesem Stadtgebiet. Die Werbetreibenden sagen, der Verbraucher erhalte so nur noch Werbung, die ihn interessiere. Und viele Verbraucher sehen dies auch so. Den meisten ist es vermutlich egal. Und für Google ist es das Geschäft. Denn Online-Werbung erfreut sich – von einem relativ niedrigen Niveau aus – enorm hoher Zuwächse. Der Konzern ist inzwischen so stark, dass sich auch so genannte Global Player der Zusammenarbeit mit ihm nicht mehr entziehen können. Viele Medien-, Festnetz- und Mobilfunkkonzerne kooperieren mit dem Unternehmen, integrieren die Suchmaschine in ihre Portale und kassieren dafür einen Teil der Werbeeinnahmen. So sitzt Google im neuen iPhone von Apple; Ebay, Amazon und TUI machen ihre Anzeigenbuchungen bei Google. Mit »Google Buchsuche« arbeiten Bibliotheken an der Digitalisierung ihrer Bestände, denn – privater Reichtum, öffentliche

Armut – der Staat hat meist kein Geld, um das zu finanzieren.

Nun machen Profit viele und unter denen, die Profit machen, sind die Google-Leute nicht die unsympathischsten. Aber das ist nicht der entscheidende Punkt. Der liegt hier: Google bestimmt im Geheimverfahren, was in dieser Internet-Welt wichtig ist und was nicht. Systematisch kauft sich das Unternehmen das Wissen der Welt zusammen und keiner weiß, wie dieser Konzern es sichtet und wertet. Daniel Leisegang stellt die entscheidende Frage: »Nach welchen Kriterien sortiert Google beispielsweise die Ergebnisse, wenn man 'Irakkrieg' in das Suchfeld eingibt – bevorzugt es die Website des Weißen Hauses oder den viel gelesenen Blog eines Friedensaktivisten?« Wer und was steht vorne

**Was für Google**

**objektiv ist,**

**bleibt Betriebs-**

**geheimnis.**

**Das mag beim**

**Rezept von**

**Coca Cola**

**akzeptabel sein.**

**Aber nicht,**

**wenn es um**

**Wissen und**

**Inhalte geht**

um Wissen und Inhalte geht.

Google arbeitet nicht nur für die Werbeindustrie. Das Unternehmen arbeitet auch mit Diktaturen zusammen. So stellt es beispielsweise in China für User keine regimiekritischen Informationen zur Verfügung. Der Grund: Geschäfte. Google ist unter anderem an der zweitgrößten Suchmaschine in China beteiligt. Und wenn Google notfalls Diktatu-

ren mag, dann erst recht Demokratien, mit denen zusammenzuarbeiten nicht nur Pflicht, sondern auch Ehre ist. Während Google sammelt und sammelt, perfektionieren die Sicherheitsapparate von demokratischen Staaten, wegen tatsächlicher und angeblicher Terrorgefahr, die Überwachung ihrer Bürger: von Videokameras über Onlinedurchsuchung, von Vorratsdatenspeicherung bis zu den Fingerabdrücken eines jeden neuen Reisepass-Besitzers. In den so genannten sozialen Netzen bewegen sich in den westlichen Industrienationen laut Schätzungen bis zu 400 Millionen Nutzer. Da sich in diesen Netzen viele entblößen und alles gespeichert wird, sind sie zu »riesigen Datenbanken des Geschmacks, der Gefühle und des gesellschaftlichen Status« geworden, wie Götz Hamann in der *Zeit* schreibt. Eine Fundgrube für Staatsschützer und Sicherheitsfanatiker. Und prächtige Kombinationsmöglichkeiten: Schäuble und Google – ein unschlagbares Team.

Die Technik wird schnell weiterentwickelt. Niemand weiß, welche Bedürfnisse die neuen Techniken erzeugen werden. Und niemand weiß, welche Eigendynamiken und Bedürfnisse wiederum die neuen Techniken entwickeln werden. In einer solchen Phase ist es gefährlich, wenn es faktische Monopolisten wie Google gibt, die solche Techniken nicht nur einsetzen, sondern die sie zuvor von Tausenden Wissenschaftlern und Ingenieuren nach ihren Kriterien und Interessen haben erfinden lassen. Politische Initiativen, beispielsweise die deutsch-französische, eine eigene Suchmaschine zu entwickeln und Google damit eine europäische Antwort entgegenzustellen, sind im Begriff zu scheitern. Es bleibt davon etwa die Suchmaschine Exalead als wenig beachtete Alternative. Zwar gibt es noch Wikipedia und den nach denselben transparenten Kriterien arbeitenden Suchdienst WikiaSearch. Google wäre also wegzuklicken. Wenn, ja wenn Google nicht länger als dieses coole, hilfsbereite, chice Unternehmen wahrgenommen würde, sondern als das, was es ist: ein alter Datenmonopolist. Google 1984. ■

Mit dem richtigen Gegner sind die eigenen Mängel leicht zu überdecken. Google, das hilfreiche Unternehmen mit dem Firmenmotto »Tue nichts Böses«, ist dabei, die wirtschaftlich schwächelnde Suchmaschine Yahoo aus den Klauen des bösen, bösen Monopolisten Microsoft zu retten; Microsoft quält die Menschheit mit vergleichsweise teurer und wenig innovativer Bürosoftware und entsprechendem Betriebssystem bereits seit Jahren. Steve Ballmer, der Vorstandsvorsitzende von Microsoft, will den Internet-Anbieter Yahoo für 45 Milliarden US-Dollar kaufen, um Google das Online-Werbesgeschäft streitig machen zu können. Ob das gelingt – Yahoo will mindestens 10 Milliarden mehr – oder ob am Ende eine Zusammenarbeit von Google und Yahoo steht, das ist offen. Eines steht jedoch fest: Microsoft ist böse und Google gut. So hat David Drummond, Vize-Präsident von Google, gewarnt, dass das geplante Bündnis das Internet gefährde.

Das Internet ist ein Segen. Es ist demokratisch. Es ist interaktiv und überwindet die Trennung von Mediennutzer und Medienproduzent. Es kennt keine Grenzen. Es bietet weitgehend kostenlos eine unglaubliche Fülle an Wissen. Und ausgerechnet in diesem Netz, welches das Handwerkszeug einer besseren, demokratischeren und wissensgesättigten aufgeklärten Gesellschaft sein könnte, machen sich die alten Mächte breit: Manipulation und Monopole. Und die finsterste unter den alten Mächten ist diejenige, die so locker, cool und mit den purzelig-bunten Buchstaben daherkommt: Google.

Wer und was ist Google? Den Menschen zu helfen, »das tägliche Leben zu organisieren«, das sei das Ziel, sagt Eric Schmidt, der Vorstandsvorsitzende. Das Unternehmen gibt sich wie ein unauffälliger, angenehmer, nie störender und zu allen Diensten bereiter Mitbewohner in einer WG. Und er ist aufmerksam, sehr aufmerksam, zu allen Menschen. Mit Interesse und Wohlwollen nimmt er alle ihre Daten in Empfang, die sie ihm millionenfach entgegenrecken: Wer bin ich? Woher komme ich? Wohin will ich? Wer kauft mein Auto? Wer teilt meine Musikvorlieben? Es gibt nichts, was Menschen im Netz nicht preisgeben. Sie haben nur eine Sorge: Nimmt mich jemand wahr? Google ist so nett. Google hortet mit seinen Programmen und Techniken alles: Informationswünsche, Stile, Adressen, Gefühle, Computer-Zugänge, Gewohnheiten, Profile – und wechselt alles ein in die Währung der werbetreibenden Industrie. Die Bilanz des Publizisten Daniel Leisegang: »Vieles spricht dafür, dass der Konzern heute über mehr Wissen über die Bürgerinnen und Bürger verfügt als irgendeine Institution zuvor in der Menschheitsgeschichte.« Der Konzern lässt nicht nach, sondern investiert, investiert und investiert, um mehr und mehr und mehr Daten zu horten: Seit Jahren digitalisiert er in Zusammenarbeit mit großen Bibliotheken Millionen von Büchern, um sie im Internet kostenlos zugänglich zu machen. Er kaufte die Videoplattform YouTube. Er will unbedingt den Werbevermarkter DoubleClick; die EU prüft noch, ob sie die Übernahme verbieten kann. Er rief jüngst die Initiative OpenSocial ins Leben, um die sozialen Netzwerke des Web 2.0 wie MySpace oder Xing mit ihren Abermillionen Nutzern zu vernetzen. Ähnlich agiert Google beim mobilen Internet: Das Unternehmen rief die Fachwelt auf, sich an der Entwicklung eines Betriebssystems namens Android für mobile Endgeräte zu beteiligen. Mit beiden Initiativen verkehrt Google den Sinn von Web 2.0 und den von Open-Source-Software wie Linux und Firefox in sein Gegenteil. Google nimmt den Gedanken des demokratischen Internets auf, ruft die Wissenden dieser Welt auf, ihre Kompetenzen in ein Projekt zu stecken und widmet diese Energien allein für sich um, so dass die gemeinsame Arbeit nicht allen nützt, sondern nur dem Unternehmen selbst. Auf dem neuen Android-Handy werden nur die zahlreichen Google-Dienste vorinstalliert sein. Dabei wollte Open-Source frei zugängliche Software schaffen, um der Kommerzialisierung Grenzen zu setzen. Arno Rolf, Wissenschaftler und Internetspezialist: »Die Strategie (der Internet-Konzerne, d.R.) des kostenlosen und freiwilligen Abschöpfens von Kopfarbeit hat im Web 2.0 ein ideales interaktives Medium gefunden.«

Im Prinzip erfüllt das Web 2.0 die Voraussetzungen, die der Philosoph Jürgen Habermas mit einem herrschaftsfreien Diskurs verband: Die Beteiligten sind in ihrem Status gleich, die Themenwahl ist frei ebenso wie der Zugang. So ist die Kernfrage: Werden diese Möglichkeiten genutzt, um die Wissensgesellschaft und die Partizipation zu fördern?

**Google ist so nett. Google hortet alles: Informationswünsche, Stile, Adressen, Gefühle, Computer-Zugänge, Gewohnheiten, Profile**