

KOMMENTAR

Google: Hochmut kommt vor dem Fall

Google – das war doch mal die kultige Suchmaschine aus Kalifornien, die innerhalb kürzester Zeit ohne jegliches Marketing zum Marktführer und Sympathieträger aufstieg. Die Zeiten haben sich geändert. Was Suchmaschinen-Experten heute in Internet-Foren über Google berichten, dürfte selbst skandalerprobten PR-Managern ehemaliger Staatskonzernen die Schamesröte ins Gesicht treiben: Da wird dem Suchmaschinen-Giganten vorgeworfen, Kritik grundsätzlich zu ignorieren, technische Probleme wie Klickbetrug und Hijacking (siehe Seite 18) zu vertuschen oder auszusetzen, und kleine und mittlere Werbekunden wie den letzten Dreck zu behandeln. Dazu kommen Anschuldigungen wie Realitätsferne, Arroganz und Ausnutzung einer Quasi-Monopolstellung. Kurzum: Der Branche läuft die Google-Galle über. Man bedenke: Google ist erst sieben Jahre alt. Wie soll das erst werden, wenn der einstige New-Economy-Star in die Jahre kommt?

Mit einem Mangel an Geld oder Personal lassen sich diese Missstände sicherlich nicht erklären. Google hat durch den Börsengang 1,2 Milliarden Dollar eingenommen. Davon sollen 500 Millionen Dollar noch in diesem Jahr investiert werden. Zudem will Google

die 2004 bereits verdoppelte Mitarbeiterzahl weiter erhöhen. Auch ist es recht unwahrscheinlich, dass Google technisches Know-how eingebüßt hat. Schließlich bringt der US-Konzern seit dem Börsengang 2004 fast im Wochentakt innovative Produkte wie Lokale Suche via Handy, Taxi-Suche, Video-Suche oder

Routenplaner mit Satellitenbildern auf den Markt.

Es muss also etwas damit zu tun haben, wie Google mit seinen Nutzern und Werbekunden umgeht. Noch traut sich hier zu Lande kaum ein Betroffener, offen das Wort gegen den Internet-Giganten zu erheben. Zu groß ist die Angst, zur Strafe als Wer-

bekunde ausgeschlossen zu werden, was sich aufgrund der Marktdominanz von Google keiner leisten kann.

Doch das Heer der Google-Gegner wächst täglich, darunter die Initiative SUMA, die – mit Unterstützung der Grünen – ein dezentrales Netz vieler kleiner Suchmaschinen plant, um das Google-Monopol aufzuweichen. Derweil holen die Google-Konkurrenten Yahoo und MSN weiter auf. Die vielen verärgerten Werbekunden und User, die aus Protest auf andere Suchmaschinen als Werbeträger oder Recherchequelle wechseln, könnten den wankenden Riesen dann endgültig vom Thron stoßen.



Bert Rösch
ist Redakteur von
ONEtoONE