Der magische Google-Saft

Autor(en): **Löpfe, Philipp**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus**

Band (Jahr): **103 (2009)**

Heft 7-8

PDF erstellt am: **23.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-390072

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Philipp Löpfe

Der magische Google-Saft

San Francisco wird bald die die erste Grossstadt ohne bezahlte Tageszeitung sein. In Zürich entlässt der «Tages-Anzeiger» einen Viertel seiner Belegschaft. Können sich Bürger tatsächlich «erstmals in der Geschichte der modernen Gesellschaft auch ohne die klassischen Medien lückenlos informieren», wie Kurt W. Zimmermann in der «Weltwoche» schreibt? Eine Schlüsselrolle in der Beantwortung dieser Frage spielt Google, denn Google ist mehr als eine raffinierte Suchmaschine. Die Firma wird zu einem gutmütigen Monster, das uns sanft auf den richtigen Weg schubst.

Zu den Vertretern dieser These gehört Jeff Jarvis, Medienprofessor, Internetspezialist und Blogger. Er schreibt in seinem Buch «What Would Google Do?»: «Wenn Google dich nicht finden kann, dann existierst du nicht.» Tatsächlich hat der Such-Algorithmus von Google eine unglaubliche Eigendynamik entwickelt. Man kann inzwischen alles und jeden googeln. Und man kann sich ohne lästige Journalisten auf der Welt zurecht finden, wie Zimmermann am Beispiel der Gesundheitskosten demonstriert. «Im Netz finden wir alles, was wir wissen müssen. Wir erfahren die Position von Pascal Couchepin genauso wie jene von Economiesuisse, Preisüberwacher, Gewerkschaften, Parteien, Krankenkassen- und Spitalverbänden. Wir kennen danach alle Fakten und Meinungen, ohne dass sich je ein Journalist zwischen uns und die Information gedrängt hätte.»

Als Journalist kann nur überleben, wem es mit gelingt, «Google-Saft» zu erhalten. Das bedeutet konkret: Wer mit einem Blog genügend LeserInnen mobilisieren kann, wird von Google mit Werbung bedient und erhält dafür einen Teil der Einnahmen. Jarvis ist überzeugt, dass dieses Prinzip bald die gesamte Gesellschaft erfassen wird. In Restaurants werden wir so bald auf der elektronischen Menükarte erfahren, welche Gerichte heute besonders gefragt sind. Aber auch Banken, Autohersteller, Elektrizitätswerke, Versicherungen und Universitäten, ja selbst Spitäler werden in einen permanenten Dialog mit ihre Kunden treten und sich veränderten Wünschen blitzschnell anpassen. Google-Saft kettet Kunden und Anbieter aneinander und schaltet dabei lästige Zwischenhändler aus. Das Resultat ist eine bisher nie gekannte Macht des Konsumenten und die perfekte Demokratie, denn selbstverständlich kann sich auch die Politik Google und dem magischen Saft nicht entziehen. Wer könnte da etwas zu meckern haben?

Jeder, der sich einmal selbst im Internet umschaut. Es mag ja sein, dass man da alles über das Schweizer Gesundheitswesen erfahren kann. Aber der einzige, der sich dafür interessierten dürfte, ist ein inzwischen entlassener Bundeshausjournalist. Von den Massen gefragt sind unsäglich banale und pornografische Stoffe. So kommt der Internet-Kritiker Andrew Keen in seinem Buch «The Cult of the Amateur» zum Schluss: «Was die Web 2.0 Revolution wirklich bringt, sind oberflächliche Beobachtungen statt Analyse und schrille Meinungen statt ausgewogener Beurteilung.»

Die Vorstellung, dass uns Google und Internet die perfekte Demokratie bringen werden, ist eine gefährliche Illusion. Im Journalismus erleben wir gerade, wie kompetente Fachkräfte verschwinden und ersetzt werden durch billige Hilfskräfte. Als direkt Betroffener gebe ich zu: Mir wird diese Entwicklung unheimlich. Das hat nichts mit Nostalgie oder Romantik zu tun. In meinem Berufsleben musste ich mich jahrelang durch den «Bannwald der Demokratie» – wie sich die Presse gerne selbst rühmt – kämpfen und habe dabei nicht nur die hehren Seiten kennengelernt. Doch heute ist selbst eine «New York Times» in ihrer Existenz bedroht. Können wir uns das wirklich leisten? •

Credo und Credit. In der einen Hand die Bibel, in der anderen den Wirtschaftsteil der Tageszeitung. So bieten die Neuen Wege im monatlichen Wechsel Orientierung im Dschungel der kapitalistischen Religion. Die Bibel mit Dick Boer, die Wirtschaft mit Philipp Löpfe, freier Autor und Kolumnist in der SonntagsZeitung (philipp.loepfe@bluewin.ch).