

Zapp Spezial Sendetext 7. Juni 2006

Google – die Macht einer Suchmaschine

Ein Film von Julia Salden

Der erste deutsche Film über den amerikanischen Internet-Giganten

Die ABC-Straße in der Hamburger Innenstadt. Hier residiert eine Firma, die die Welt verändert hat: Google. Die deutsche Filiale einer Firma, die Milliarden verdient, mit Informationen. Die sich aber selbst abschottet, uns keine Interviews gibt, keine Filmaufnahmen gestattet. Googlen heißt, sich Informationen zu verschaffen, beruflich oder privat, jederzeit und überall. Google liefert, was der Nutzer sucht. Und Google weiß genau, was die Nutzer tun. Die Firma beobachtet, speichert und überwacht. Und kennt deshalb auch die beliebtesten Suchbegriffe, zum Beispiel das Internetlexikon Wikipedia oder Tokio Hotel, eine Teenieband. Oder schlicht, das Wetter. Nach der Eingabe immer sofort das Ergebnis, 31 Millionen 200.000 Treffer allein beim Suchbegriff Parfum. Alles Hinweise auf Informationen, in denen das Wort Parfum auftaucht. Eine Datenflut, die erschlägt und die abhängig macht. Dr. Wolfgang Sander-Beuermann, Leiter des Suchmaschinenlabors Hannover: „Jeder, der Informationen sucht oder Dienste um diese Information herum benötigt, wendet sich primär an Google. Damit spielt Google die Rolle des Zentralverteilers in der Informationsgesellschaft.“ David A. Vise, Buchautor „Die Google-Story“: „Google ist die revolutionärste Erfindung seit der Erfindung des Buchdrucks durch Gutenberg. Das hört sich gewaltig an, aber Google hat das Verhalten von Milliarden Menschen auf der Welt verändert, was den Zugang zu Information betrifft.“ Google als Informant. Um zu wissen, was passiert, wo man was findet, was es alles gibt. Und für immer mehr Menschen, ist Google unverzichtbar.

Auch für Milena aus Hamburg. Es ist sieben Uhr morgens. Die Journalistik Studentin will wissen, was es an Neuigkeiten gibt. Google News liefert ihr alles, was in rund 700 Zeitungen vermeldet wird. Innerhalb weniger Minuten werden die Nachrichten aktualisiert. Milena braucht nur ihren Laptop, Zeitungen und Zeitschriften sind bei ihr überflüssig. Sie bereitet sich auf ihren Arbeitstag vor. Sie muss nach Berlin. Google liefert ihr die Reisedaten. Milena gibt Hamburg und Berlin ein, der erste Treffer ist die Seite der Deutschen Bahn. Gezeigt werden die nächsten drei Abfahrtszeiten. Zwei Mausklicks weiter und sie hat ihre Fahrkarte gekauft. Google eine Suchmaschine für das Internet, einer Infrastruktur, die die Computer dieser Welt vernetzt. Wie es funktioniert, lässt sich nur durch solche Animationen darstellen. Nur so sind optische Einblicke in eine Welt möglich, die man nicht sieht, die aber unser Leben dramatisch verändert hat. Die weltweite Informationsflut auf der Datenautobahn. Hier kann jeder Informationen eingeben egal ob richtig oder falsch, sinnvoll oder nutzlos. Das Internet wimmelt deshalb von Abermilliarden Informationen, persönliche Briefe, offizielle Mitteilungen, private Dokumente oder intime Fotos, alles wird hier öffentlich. Mit Suchmaschinen kann daher jeder die Information finden, die er braucht. Marcel Machhill, Professor für Journalistik: „Es geht nicht mehr darum, dass wir keine Informationen hätten, sondern es geht darum, dass wir Mechanismen, Algorithmen, Suchmaschinen haben, mit denen wir an diese Informationen rankommen.“ Es sind sogenannte Crawler, die diese Informationen suchen. Ständig scannen sie die Inhalte nach Suchbegriffen. Was sie finden, wird im sogenannten Index der Suchmaschine gespeichert. Dieser Index ist vergleichbar mit einer Bibliothek. Sucht ein

Internetnutzer beispielsweise Informationen zur Vogelgrippe, liefert die Suchmaschine nur das, was sie zuvor gespeichert hat.

Prof. Marcel Machhill: „Viele Menschen denken, wenn sie eine Suchmaschine aktivieren, dass dann das ganze Internet durchsucht würde. Das stimmt nicht. Jede Suchmaschine hat einen eigenen Index, das ist sozusagen, das, was sie im Köcher hat und nur das wird dann durchsucht, also längst nicht das ganze Internet.“ Und genau das macht Suchmaschinen so wichtig, gibt ihnen auch Macht. Prof. Hendrik Speck, Professor für Informatik und digitale Medien: „Sie entscheiden zwar nicht, welche Informationen im Netz sind, aber sie entscheiden, wie diese Informationen gefunden werden können.“ Und was einmal im Index gespeichert ist, bleibt erhalten. Selbst dann, wenn die ursprüngliche Information längst gelöscht ist. Prof. Hendrik Speck: „Also, das merken wir spätestens daran, wenn wir im jugendlichen Wahn, irgendwelche Äußerungen in irgendwelchen besonders lustigen, interessanten Foren hineinstellen und sie dort in irgendeiner Art und Weise exponieren. Und dann feststellen, dass es Dank dieser Technologie auch noch 20 Jahre später, für die eigenen Kinder zum Beispiel verfügbar sein wird und das muss nicht unbedingt der Zeitpunkt sein, wo wir noch 100%ig hinter dieser Meinung stehen.“ Er hat es erlebt. Der Programmierer Carsten Pauli hatte sich bei der Stuttgarter Medienagentur „Seitenblick“ beworben. Und deren Personalchef machte das, was heutzutage fast alle machen. Er googelte den Namen des Bewerbers. Ben Streubel, Agenturchef „Seitenblick“: „Ich habe den Namen des Bewerbers, Herrn Pauli, in eine Suchmaschine eingegeben und fand dann ein Bild, wo er mit Bierflasche in der Hand sich übergeben muss. Und diese Situation habe ich dann im Gespräch mit einem Beamer an die Wand geworfen und es wurde doch ein sehr amüsanter Gespräch.“ Der Personalchef entschied sich dennoch für Karsten Pauli. Karsten Pauli, Programmierer: „Es war schon eine peinliche Situation, man macht sich ja auch nicht wirklich Gedanken darüber, wenn man jetzt von sich solche Fotos von sich hat, das die da einem irgendwelche Steine in den Weg legen werden, oder so. Aber so war es jetzt halt und es ist ein gutes Beispiel.“

Milena ist mittlerweile in Berlin. Sie wartet auf ihren Gesprächspartner, googelt noch rasch seinen Namen: Oliver Schuhmacher. Er soll ihr etwas über Lobbyarbeit erzählen. Die Journalistikstudentin recherchiert für ihre Diplomarbeit. Das Oliver Schuhmacher Pressesprecher der „Deutschen Bahn“ ist, weiß sie. Aber jetzt erfährt sie noch mehr. Früher war er Redakteur bei der „Süddeutschen Zeitung“ und Sprecher einer Landesregierung. Und dazu sein Foto. Milena weiß, auch Oliver Schuhmacher wird ihren Namen googlen, alles über sie erfahren. Die Gründer von Google. Larry Page und Sergej Brin. Heute Milliardäre. Vor sieben Jahren waren sie noch ganze normale Studenten in Kalifornien. David A. Vise: „Eines Tages ging Larry Page zu seinem Professor und sagte: Ich werde das Internet herunterladen. Und ich werde es besser machen als Alta Vista. Das war die beste Suchmaschine zu der Zeit. Alta Vista war gut im Suchen, aber nicht gut im Ordnen der Ergebnisse nach Wichtigkeit. Sein Professor lachte und fragte: Du willst das Internet herunterladen? Er sagte, ja, ich kann das und er tat es.“ In der Garage dieses Hauses entstand ihre neue Internetseite. Sie nannten sie Google, weil sie Probleme mit der Rechtschreibung hatten. David A. Vise: „Alle Namen waren bereits vergeben. Irgendwann tippte Larry Page „Google.com“ in den Rechner. Er sagte, super, der Name ist noch frei. Also schrieb er an die Tafel: Google.com. Am nächsten Morgen kam eine Kollegin und sagte, ihr Dummköpfe, ihr Idioten. Falsch geschrieben. Also, Google ist das falsch geschriebene Wort für den mathematischen Ausdruck „Googol“. Das ist eine Zahl mit hundert Nullen.“ Google statt Googol, ein Schreibfehler, der die Welt verändert. Google ist

heute die erfolgreichste Suchmaschine, an der Börse ist das Unternehmen mehr wert als die „Deutsche Bank“ und „Daimler Chrysler“ zusammen.

Doch die Erfinder leben in ihrer eigenen Welt. David A. Vise: „Immer wieder hörte ich an der Börse, diese Typen sind unmöglich. Sie trauen uns nicht. Und das ist tatsächlich so. Die Jungs wollen alles unter Kontrolle behalten.“ Kontrollieren will Google auch die Journalisten. Was sich hier in der kalifornischen Firmenzentrale abspielt, keiner darf es zeigen. Interviews gibt es auch keine. Stattdessen liefert Google lieber selbstgemachte, nichtssagende Fotos über das Innenleben dieser ganz besonderen Firma. Ihr Motto lautet: „Don` t be evil“ – „Tu nichts Böses“. David A. Vise: „Journalisten haben es schwer, Google will alles kontrollieren.“ All das interessiert Milena nur wenig. Für sie ist goglen vor allem praktisch. Nach ihrem Gespräch hat sie noch Zeit zum Shoppen. Mit „Google Froogle“ sucht sie nach einem DVD-Player. Nachdem sie sich entschieden hat, rechnet sie mit Hilfe von Google ihren Einkauf zusammen. Die Suchmaschine rechnet auch Währungen um, zum Beispiel von Dollar in Euro. Taschenrechner und Währungstabellen, das war gestern. Google ist längst mehr als nur eine Suchmaschine, Google besitzt einen E-Mailservice, den Telefonsdienst „talk“. „Picasa“ zum Bearbeiten von Fotos, dazu die Kontaktbörse „orkut“. „Blogger“ hilft beim Erstellen einer Webseite und „Google Desktop“ durchsucht den eigenen Computer mit der Google-Suchmethode. Dr. Wolfgang Sander-Beuermann: „Google ist ein großes Medienunternehmen geworden, und zwar nicht nur im Bereich Suchmaschine mittlerweile, sondern mit allen Diensten, die es drum herum gibt, strahlt es auf die gesamte Onlinewirtschaft. Google ist mittlerweile sogar mehr als ein Medienmonopol, sondern ist dabei, sich zu einem Onlinemonopol schlechthin zu entwickeln.“ Grundlage von Googles Erfolg ist der geheime Suchalgorithmus. Er entscheidet welche Internetseite in den Suchergebnissen von Google ganz oben steht. Entscheidend ist die Anzahl der Links, die auf eine Webseite verweisen. ZAPP erhöht durch diesen Link, zum Beispiel, die Bedeutung der Webseite von Stiftung Warentest. Klingt alles ganz einfach, ist aber ziemlich kompliziert.

Dr. Wolfgang Sander-Beuermann: „Wie sieht so ein Rankingalgorithmus aus? Ich habe hier mal das Beispiel eines Rankingalgorithmus einer freien Suchmaschinensoftware. Das ist in derselben Sprache programmiert, in der auch Google programmiert, den „c“ und „c++“. Das kann jeder nachvollziehen, der in der Lage ist, dieses kryptische Geschreibsel zu verstehen.“ Dieses „Geschreibsel“ ist das Kapital jeder Suchmaschine, und genau deshalb hält Google seinen Algorithmus streng geheim. Dr. Wolfgang Sander-Beuermann: „Den Algorithmus von Google hier zu projizieren, auf den Bildschirm zu kriegen, das hat noch kein Hacker je geschafft, das ist eine echte Herausforderung. Und das wird wahrscheinlich auch niemandem gelingen.“ Prof. Hendrik Speck: „Google entspricht damit einer Bibliothekarin, die unkontrollierbar, nach welchen Kriterien auch immer, nach eigenem Gutdünken, ihnen als Nutzer, Bücher zuteilt oder entsprechend vorenthält. Und ihnen dafür natürlich keine Rechenschaft in irgendeiner Art und Weise ablegt.“ Milena ist mittlerweile wieder zu Hause, plant ihren Urlaub. Mit Hilfe von „Google Earth“ zoomt sie sich an ihre Traumstadt San Francisco. „Google Earth“ zeigt ihr die Hotels im Stadtzentrum, mit Telefonnummer und Adresse. Während des Urlaubs möchte sie auch ihre Tante besuchen. Die wohnt 600 km weiter südlich, in Santa Monica. Milena sucht das Haus ihrer Tante Betty und entdeckt dabei, dass sie einen Swimmingpool im Garten hat. Von ihrem Schreibtisch in Hamburg sucht Milena sich jetzt schon mal schöne Restaurants in der Nähe von Tante Betty aus. Der Urlaub kann beginnen.

Doch welche Infos Google liefert, welche Bilder gezeigt werden, hängt auch davon ab, in welchem Land sich der Nutzer befindet. Prof. Hendrik Speck: „Google, und das ist auch ein offen eingeständenes Betriebsgeheimnis von Google, zensiert. Google muss bestimmte Informationen zurückhalten. Oder hält bestimmte Informationen zurück.“ Ein Beispiel, Google, das Unternehmen, das nichts Böses tun will, akzeptiert die Zensur in China. Wer Tiananmen Platz in China eingibt, erhält Propagandafotos der chinesischen Regierung. Gibt man den gleichen Begriff in Deutschland ein, erscheinen Fotos vom Massaker. Prof. Hendrik Speck: „Der Hintergrund dafür ist relativ banal. Google bewegt sich innerhalb seiner Geschäftsaktivitäten, innerhalb von bestimmten Ländern und damit auch politischen Systemen.“ Google opfert das eigene Motto um Geschäfte zu machen. Für die Fans der Suchmaschine ist das eine große Enttäuschung. Unter dem Motto „NO LUV 4 Google!“ – „Keine Liebe mehr für Google“, gibt es weltweit Proteste. Millionen Nutzer erinnern Google an das eigene Motto „Tu nichts Böses“ – „Don` t be evil“! Milena freut sich auf ihren Urlaub in San Francisco. Über „Google Book Search“ sucht sie nach Literatur über die Stadt. Mit Hilfe der Suchmaschine blättert sie schon mal in den ersten Seiten des Reiseführers. Und Google plant noch viel mehr, das bisher größte Projekt im digitalen Zeitalter. Alle Bücher dieser Welt sollen im Internet verfügbar sein. Doch Goethe, Platon und Rousseau vermarktet ausgerechnet von einem amerikanischen Unternehmen? Die Europäer wehren sich. Vor allem für die Franzosen ist Googles Plan unerträglich. Jean-Noël Jeanneney, Präsident der französischen Nationalbibliothek: „Vorsicht! Es ist ein angelsächsisches Unternehmen. Das hat automatisch Auswirkungen auf die Auswahl und Rangfolge der Bücher, die digitalisiert werden. Wir dürfen nicht zulassen, dass sich hier ein Monopol herausbildet. Wir müssen dafür sorgen, dass auch in Europa, als Ergänzung zu Google, eine anspruchsvolle digitale Bibliothek aufgebaut wird.“ Ulrich Wickert, Journalist und Buchautor: „Ich bin der Meinung, wenn dies aus Amerika gemacht wird, zentral für die ganze Welt, dann verarmen wir kulturell. Und deswegen bin ich der Meinung, ist es wichtig, dass wir uns klarmachen: Mensch, wir müssen da selber mal rangehen!“

Doch mit dem rasanten Tempo der digitalen Welt kann Europas Kulturbürokratie nicht mithalten. Google hat bereits Verträge mit zahlreichen Universitäten. In sechs Jahren werden 15 Millionen Bücher digitalisiert sein. Prof. Marcel Machhill: „Ich denke, wir haben da in Europa die technische Entwicklung in den vergangenen vier, fünf Jahren etwas verschlafen. Wenn wir uns anschauen: Google, Yahoo, Microsoft. Die größten Suchmaschinen sind alle wiederum amerikanische Unternehmen. Und da sollten wir ein bisschen vorsichtig sein eben in Europa und eigene Suchmaschinentechnologie fördern. Es wird ja jetzt auch langsam gemacht. Spät, aber immerhin.“ Dr. Wolfgang Sander-Beuermann: „Jede Suchmaschinenentwicklung dieser Größenordnung wird auf die Probleme stoßen, die Google alle schon gelöst hat, nämlich Zehntausende von Rechnern weltweit in vielen verschiedenen Rechenzentren zu betreiben, optimal zu betreiben, das kann bisher niemand auf der Welt außer Google.“ Und Google hat nur wenige Konkurrenten. „Yahoo“, „MSN“ und „Lycos“, sie geben sich kämpferisch, immerhin. Volker Glaeser, „Yahoo“-Sprecher: „Suche ist wichtig, ein zentrales Geschäft für uns.“ Rolf Kersten, „MSN“-Sprecher: „Wir möchten und wir werden die Nummer eins werden.“ Thomas Servatius, „Lycos“-Sprecher: „Gerade mein Ziel als Verantwortlicher für die Suche ist natürlich, die Nutzerschaft für unsere Suchprodukte wieder zu steigern.“ Volker Glaeser: „Wir bauen beständig an den Produkten in unserem Portal. Wir haben einen Blumenstrauß an vielen Produkten, die von vielen, vielen Usern, auch im deutschen Markt, sehr intensiv genutzt werden.“ Thomas Servatius: „Was Lycos IQ, im Gegensatz zu jeder anderen Suchmaschine macht, ist den Menschen in Mittelpunkt zu stellen, anstatt, wie Google es tut, nur auf Technologie zu beruhen.“ Rolf Kersten: „Durch den Willen zu Gewinnen und

dadurch, dass wir den User in den Mittelpunkt stellen, und genau rauskriegen, was will er, was braucht er, sind wir guter Dinge, auch innerhalb der nächsten zwei, drei Jahre, in Suche die Nummer eins zu werden.“ Das könnte länger dauern, sehr viel länger. Denn Google ist weltweit Marktführer, beantwortet allein in Deutschland rund 80 Prozent aller Suchanfragen. Und Google tut alles um Konkurrenz auf diesem milliardenschweren Markt der Suchmaschinen zu verhindern. Prof. Hendrik Speck: „Google hat kein einziges Entwicklungs- und Forschungszentrum in Europa. Google hat kein Interesse in Europa irgendetwas aufzubauen. Google betrachtet Europa, einschließlich Deutschland, noch nicht mal als verlängerte Werkbank. Was wir sind, ist ein Wühltisch, wo Werbung verkauft wird.“

Milena nutzt diesen Wühltisch. Ruft ihre Freundin an, mit der sie verreisen will. Milena: „Anne, wie geht's?“ Über „Google Talk“ kann Milena kostenlos mit Anne telefonieren. Milena: „Du, ich hab gerade gebucht. Ja, cool, ne? Ich hab eben ihr Haus gesehen, die hat sich einen Pool bauen lassen.“ Anschließend schickt Milena eine Mail an ihre Tante Betty. Sie nutzt dazu „Google Mail“, ein kostenloser E-Mail-Dienst, der jedem Nutzer ein Gigabyte Speicher einräumt. Doch mit jeder G-Mail gibt der Absender auch ein Stück Privatsphäre ab. Google scannt jede Mail seiner Nutzer und speichert die Daten. Der Nutzer wird darüber beim Anmelden bei G-Mail informiert, nicht aber der, der auf eine G-Mail antwortet. Prof. Hendrik Speck: „Der Haken der G-Mail-Lösung besteht darin, dass sie damit gleichzeitig die Nutzerinteressen, d.h. die Privatsphäre all ihrer E-Mail Partner im Grunde genommen verkaufen, da genau diese natürlich auch beliebig erfassbar, profilierbar sind usw., obwohl die niemals eine Geschäftsbeziehung mit Google eingegangen sind.“ Daten sind kostbar, sie geben Aufschluss über die Vorlieben und das Kaufverhalten von Menschen. Google sammelt diese Daten. Wer sich bei Google Mail anmeldet, muss von einem anderen Nutzer eingeladen werden, das hat Folgen. Dr. Wolfgang Sander-Beuermann: „Google weiß nicht nur, wer ich bin, sondern Google kennt meine Soziostruktur. Google weiß, wer mich empfohlen hat und Google weiß, wer den empfohlen, d.h. Google kennt das ganze soziale Netz dahinter. Und wenn ich dann Weitere empfehle, dann kennt Google auch meine Freunde.“ Google kennt nicht nur die privaten Mails seiner Kunden. Google weiß auch, wofür sich die Nutzer interessieren. Prof. Hendrik Speck: „Google als Suchmaschine beispielsweise, kann ohne Probleme nachvollziehen, was sie gerade suchen, was sie jemals gesucht haben und kann das über mehrere Dutzend Jahre hinweg abspeichern und weiter erfassen.“ Wer zusätzlich noch „Google Desktop“ installiert, um den eigenen Rechner zu durchsuchen, verrät noch mehr. Prof. Hendrik Speck: „Das bedeutet, dass Google ganz genau kontrollieren kann, was haben sie auf ihrem Rechner drauf? Wie viele Files haben sie heruntergeladen und dann vielleicht doch vergessen zu bezahlen? Wie vielen Leuten haben sie E-Mails geschrieben? Und wie viele bildliche Darstellungen haben sie auf Ihrer Festplatte, bei denen sie nicht wünschen, dass ihre Kinder, oder ihre Frau die irgendwann findet?“ David A. Vise: „Jeder muss wissen, wenn er mit Google etwas sucht oder das E-Mail Programm von Google nutzt, was ja auch in Deutschland existiert, wird jede E-Mail und jede Suche gespeichert. Und alles kann bis zum Nutzer zurückverfolgt werden. So häuft Google auf seinen Computern die größte Sammlung privater Daten in der Welt an.“ Wo genau all diese Daten lagern, ist ein großes Geheimnis. Denn Google weigert sich, die Standorte seiner Server bekannt zu geben. Nicht nur für Datenschützer ein Alptraum. Dr. Wolfgang Sander-Beuermann: „Diejenigen, die diese Server unter Kontrolle haben, die können damit machen und lesen und tun, was immer sie für richtig befinden.“ Vise: „Wenn Sie ein Geheimnis für sich behalten wollen, wie vielen Leuten würden Sie davon erzählen? Wie vielen Leuten können Sie davon erzählen, ohne das es rauskommt? Vielleicht einem vertrauenswürdigen Freund? Google möchte

dieser vertrauenswürdige Freund sein. Aber lassen sie die Finger davon, denn diese Daten sind Goldminen für Ermittler, Strafverfolger und Rechtsanwälte.“

Milena lädt vor dem Schlafengehen über „Google Video“ noch einen Film herunter. Google weiß alles über Milena. Über ihren geplanten Urlaub in den USA, das Thema ihrer Diplomarbeit, die Inhalte ihrer Mails, ihre Hobbies, die Namen und Adressen ihrer Freunde. Diese persönlichen Daten sind das Kapital von Google. Denn mehr als 90 Prozent seines Umsatzes macht Google mit Werbung. Und Unternehmen, die werben, wollen ihre Kunden ganz genau kennen. Wenn der Nutzer einen Begriff eingibt, hier zum Beispiel New York, erscheinen links auf dem Bildschirm die Suchergebnisse und rechts die Werbung. Passend zum Suchbegriff New York zum Beispiel Angebote von Fluglinien. Google verdient Geld, sobald ein Nutzer die Anzeige anklickt. Google vermittelt auch Anzeigen auf fremden Webseiten. Immer wenn irgendjemand auf der Welt auf eine solche Anzeige klickt, fließt Geld. Ein Teil davon zahlt Google an den Betreiber der Webseite, den Rest behält das Unternehmen für sich. Ein Riesengeschäft. Vergangenes Jahr verdiente Google 1,5 Milliarden Dollar. Auch die Künstlerinitiative „Übermorgen.com“ hat Webseiten, auf denen Google Werbung schaltet. Die Wiener Künstlertruppe nutzt dieses System jedoch auf ihre Art. Jeder Betrachter ihrer Webseite „Übermorgen.com“ aktiviert ganz spezielle Helfer. Hans Bernhard, Künstlerinitiative „Übermorgen.com“: „Dann löst es automatisch ein System von Robotern aus und ab und zu einen Klick.“ Google merkt nicht, dass Roboter statt Menschen auf die Anzeigen klicken. Ahnungslos überweist das Unternehmen deshalb jeden Monat 1.000 bis 2.000 Dollar an die Künstler. Hans Bernhard: „Das Geld, dass wir verdienen, reinvestieren wir sofort in Google Aktien und schließen so den Mechanismus. Deshalb heißt es auch „Google will eat itself.“ „Google frisst sich selbst“, ein Kunstprojekt. Doch es zeigt, dass der Internetriese verwundbar ist. Hans Bernhard: „Es gibt mittlerweile frei downloadbare Programme, die so was machen. Da kann jeder, jeder, der sich auch technisch nicht auskennt, kann so genannte „Klickrobotersysteme“ runterladen und die aktivieren.“

Google verdient an jedem Klick, auch wenn ein Roboter klickt. Die Geschädigten sind die Werbekunden. Analysten warnen deshalb, dass massenhafter Klickbetrug den Kurs der Aktie gefährden könnte. David A. Vise: „ Der Finanzchef von Google sagt, Klickbetrug ist die größte Gefahr für die Internetwirtschaft und das Geschäftsmodell von Google. Google ist gerade dabei 90 Million Dollar zu bezahlen, um einen Streit in Zusammenhang mit Klickbetrug beizulegen.“ 20 bis 30 Prozent aller Klicks sind Betrug, schätzen Experten. Das Problem betrifft auch andere Suchmaschinen, doch Google gilt als besonders kontraproduktiv bei der Aufdeckung. David A. Vise: „Google schickt jeden Monat Schecks, um die Werbekunden zu entschädigen. Aber sie geben keine Daten heraus, um den Kunden bei der Aufdeckung des Betrugs zu helfen. Schon wieder sollen wir Google vertrauen, ein gefährliches Spiel.“ Ein gefährliches Spiel, aber Google schweigt, verweigert sich den Fragen. Noch ist das Ende der Erfolgsgeschichte nicht absehbar. Und noch ist Google für Millionen von Menschen nur Eines, eine Suchmaschine. Noch!