



## Das Web wird im Browser entschieden

*Im Rennen um die eindrucklichsten Werbefotos haben sich die Marketingspezialisten der großen Elektronikwarenhäuser diesmal selbst übertrumpft. Weihnachten wurde zur sportlichen Disziplin erklärt, wobei der Ort unter dem Weihnachtsbaum kurzerhand als Zieleinlauf des Einkaufsrennens eine neue Bedeutung erfuhr. Man muss den Slogan „Weihnachten wird unter dem Baum entschieden“ nicht unbedingt mögen, aber die Interpretation, dass das Weihnachtsfest durchaus Facetten einer Einkaufsrallye mit einschließt, dürfte gemessen an der praktischen Umsetzung zulässig sein. Die Geschenke lassen als faktisches Resultat Rückschlüsse auf die Entscheidung des Kunden für eine bestimmte Einkaufsquelle zu. Nimmt man dabei die Schnäppchenmentalität als Äußerung des Zeitgeists beim Shopping hinzu, offenbaren sich die Weihnachtsgaben als klarer Beleg für den erfolgreichen Endspurt des preiswertesten Anbieters. Der Slogan nimmt also implizit das Resultat mit der Paraphrase „Kauf beim Gewinner und du gewinnst selbst“ vorweg.*

*Schelmisch möchte man erwidern: „Gut, dass wir verglichen haben“. Und im Grunde ist das auch so, denn wer kauft heute schon blindlings ohne Preisrecherchen ein. Die allgemeine Verfügbarkeit von Informationen über das Internet machen jeden Vergleich zum Kinderspiel und über die Apps der Smartphones lassen sich günstige Preise sogar auf dem Fuße folgend ermitteln. Die Techniken und Hilfsmittel sind dabei so annehmlich geworden, dass die Frage nach dem Ursprung der Daten nahezu verblasst ist. Nur noch selten reflektieren wir auf den Anbieter oder hinterfragen gar die Quellen selbst. Vor einigen Jahren haben wir uns noch gegen die Allmacht des Internet-Explorers gewehrt und dem Softwareriesen Microsoft über die sture Verwendung von Firefox die virtuellen Zähne gezeigt. Heute hingegen verliert der besagte Explorer kontinuierlich an Bedeutung, während Firefox zum „Fatfox“ mutiert und selbst Skeptiker wegen der suggerierten hohen Verarbeitungsgeschwindigkeit zu Googles Browser Chrome greifen. Offensichtlich verwundert es auch nicht mehr, dass selbst im Internet-Explorer penetrant auf die Verwendung von Chrome hingewiesen wird. Komischerweise funktionieren auch die freien Google-Dienste unter anderen Browsern nur noch mit kosmetischen Einschränkungen. Unter Opera werden diese gar unbrauchbar.*

*Muss man an dieser Stelle nicht langsam fragen, ob nicht auch Google der Versuchung unterliegen könnte, wie einst Microsoft, seine Macht als Inhaltsanbieter zunehmend für sich zu gebrauchen? Mit steigenden Marktanteilen des eigenen Browsers gewinnt Google proportional an Einfluss, wie andere Anbieter ihn verlieren. Parallel sollte man sich vor Augen führen, dass das Firefox-Projekt zum Großteil über Google-Weiterleitungen finanziert wird. Allerdings geht es hier schon lange nicht mehr um die Frage nach einem freien Browser, sondern vielmehr um die Beherrschung der Nutzer via Internet. Und dabei führen die Spuren unübersehbar über Apps, iTunes, Chrome und Windows zu den Protagonisten Apple, Microsoft und Google. Insofern hatten die Werber schon Recht mit ihrem Slogan. Ob sie sich in diesem Zusammenhang aber selbst als Hauptdarsteller oder nur als Vehikel begriffen haben, wird ungeklärt bleiben. Fakt ist allerdings, dass der Einfluss eines Oligopols auf die freie Verfügbarkeit von Informationen scharf beobachtet werden muss. Immerhin wird dieses wiederum über das Internet und schlussendlich durch die Brille des Browsers geschehen..*

**Oliver Block**