

## Welchen Preis haben Gratis-Dienste im Internet?

Mit dem ständig wachsenden Angebot im World Wide Web haben sich die Nutzer von Suchdiensten wie Google oder sozialen Netzwerken daran gewöhnt, dass diese Dienstleistungen gratis zur Verfügung stehen.

Und nachdem Politik, Medien und einige Konsumentenschutzorganisationen seit Jahrzehnten die Konsumenten dazu erziehen, immer weniger für Waren und Dienste zu zahlen, passt das Internet bestens in diese Gratis-Landschaft. Auch Fragen zur Ernährung, Informationen zu Produkten und Anbietern, ja sogar Rechtsauskünfte bei Problemfällen lassen sich ohne Aufwand finden.

Die Grenzen werden dann erreicht, wenn sich diese Dienstleistungen für seriöse Anbieter nicht mehr finanzieren lassen, da mit Gratisdienstleistungen keine Einnahmen generiert werden können.

Das kommt Vielen erst wieder in den Sinn, wenn sie im Internet auf sachlich falsche Informationen gestossen sind und sich jetzt unsicher fühlen. Denn das, was für Papier sprichwörtlich gilt, nämlich, dass es sehr geduldig ist, trifft für das Internet in noch viel grösserem Umfang zu.

### Illusion der Gratisdienste

Gratis – eine Ableitung aus dem Lateinischen «gratia», Dank, besagt, dass man etwas nur um des Dankes Willen bekommt. Das können sich Riesen wie Google und Facebook weder erlauben noch wollen sie es. Beide haben astronomische Kosten Monat für Monat für Strom, Mieten für Server, Bandbreiten, Räumlichkeiten und Personal zu zahlen. Verbrauchte Google nach eigenen Angaben 2010 etwa mehr als 2,2 Milliarden Kilowattstunden Strom – so viel wie

eine Stadt mit 200'000 Einwohnern benötigt – so belaufen sich die monatlichen Fixkosten bei Facebook auf etwa 20 Mio. Dollar. Da geht nichts mehr um des Dankes willen!

Jemand muss die Kosten zahlen und da die internationale Konkurrenzsituation das Durchsetzen von Bezahlssystemen verhindert, bleibt ein einziger gangbarer Weg, diese Ausgaben zu finanzieren. Der Nutzer muss zahlen – wenn auch im Stillen und unbemerkt.

### Der Internet-Nutzer als Ware

Sowohl Google wie Facebook machen das Geschäft durch den Verkauf von Kundendaten. 2010 verdiente Facebook mit Werbung, welche sie aufgrund von Kundendaten verkaufen konnte, etwa 2 Milliarden Dollar. Das ist ein beachtlicher Erfolg. Google hingegen operiert schon lange in der Gewinnzone. Mag sich der Nutzer als Surfer gewissermassen als König fühlen nach dem Motto – der Kunde ist König – und sich ein Recht auf Gratisdienste einbilden – «Geiz ist geil» – so ist er in Tat und Wahrheit schon längst nur zur Ware für Suchdienste und Netzwerke degradiert worden. Die globale Gemeinschaft der Internetnutzer als handelbare Ware. Und die Konsumenten verschwenden meist nicht einen Gedanken daran, wer das Gratisparadies denn zahlen soll. Vielleicht sollte man doch einmal bedenken, dass das Herunterladen genau dieses Berichts Spuren in den unendlichen Tiefen des www hinterlässt, welche für jemanden wirtschaftlich interessant sind. Wie viel Dollars sind Sie jetzt gerade wert?

■ Text: Red.

Quelle: [www.presstext.com](http://www.presstext.com) (Wien)