

Quelle: Die Zeit

© Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG

WIRTSCHAFT, POST AUS PALO ALTO IV.

Die neue »Welle« von Google

POST AUS PALO ALTO IV

... soll Facebook, Twitter und E-Mails ersetzen. Sie könnte bald wieder versickern, höhnen die Kritiker

Josef Joffe

Wird Google zum zweiten Mal danebenhauen? Das erste Mal war es mit Chrome, einem Browser, der Explorer und Firefox das Fürchten lehren sollte, aber zu langsam und nicht sehr handlich war. Nun kommt Wave, das seit Mai gehypt wird und zurzeit in der Vorversion von 100000 Freiwilligen getestet wird.

Der Hype klingt so: »Wie würde das E-Mails aussehen, wenn es heute erfunden würde?«, fragt Prospect, ein britisches Intelligenzija-Magazin in seiner aktuellen Ausgabe. Wave sei ein »neues Werkzeug für die persönliche Kommunikation und Zusammenarbeit«. Etwas konkreter: »Es soll E-Mails durch eine Mischung aus E-Mail, Chat und Blogs ersetzen.«

Den ganzen Sommer lang hatten die Blogger gejubelt, Wave würde ALLES verändern - was immer das Problem, das neue Tool sei die Lösung. Doch jetzt höhnt Chris O'Brien, ein prominenter Hightech-Kommentator: Die Google-Entwickler hätten »die Probleme nicht gelöst, sondern verschlimmert«.

Eigentlich war es höchste Zeit, etwas zu erfinden, das das Informationschaos im Netz bändigen könnte. E-Mails ist in der

Tat von gestern: einloggen, checken, schreiben, ausloggen... Dann kam »instant messaging« (sorry, Englisch ist nun mal Geek Speak), das eine digitale Unterhaltung in Echtzeit erlaubte. Dann kamen Facebook und Twitter. Hier muss man niemanden anschreiben und auf die Antwort warten. Die Information ist schon da, sei's auf dem Laptop oder auf dem Handy: »Ich sitze hier gerade in der Sonne und trinke einen Decaf-Latte. Mit Kevin habe ich Schluss gemacht.« Diese Sozialen Online-Netzwerke oder »Gemeinschaften« wachsen schneller als die Kommunikation per E-Mail. Das E-Mail-Aufkommen, so der Branchendienst Nielsen, sei zuletzt um 21 Prozent jährlich gewachsen, das von Twitter und Co. aber um 31 Prozent. Natürlich will Google in diesen Markt eindringen.

Bloß, so O'Brien, sei Wave »tausendmal komplizierter als das E-Mails«. Es funktioniert so: Man startet eine »Welle« oder tritt ihr bei. Sie kann privat bleiben oder publik werden, wenn man seine Mail-Adresse eingibt. Man tippt, und schon tippt einer (oder ein ganzer Haufen) zurück. Während man noch liest, schreibt schon wieder jemand. Man gibt ein Bild oder eine Datei

ein. Schon fängt ein anderer an, das eigene Produkt zu redigieren.

Dann kann man ein Dutzend anderer einladen, das ebenfalls zu tun. Und schon rauscht der Kopf.

AUFHÖREN! Diese Welle ist zu lang!

Am besten funktioniert Wave, wenn man an einem Projekt sitzt, an dem viele beteiligt sind - nebenan oder in Timbuktu. Alles, was alle sagen, fließt in einem einzigen Dokument zusammen. Kevin Marks vom Webdienst Ribbit urteilt aber: »Die Leute versuchen noch immer herauszufinden, was Wave ist und was man damit machen kann.«

Google muss das nicht grämen. Die Firma hat fürs dritte Quartal den höchsten Umsatz aller Zeiten gemeldet - und das beste Ergebnis: 1,64 Milliarden Dollar. Bescheiden fügt Google-Chef Eric Schmidt hinzu: »Uns ist es Cash-mäßig das ganze Jahr lang sehr gut gegangen.« Daran hängt eine gute Nachricht für das gesamte Silicon Valley: Google stellt wieder Leute ein. JOSEF JOFFE