



2012/18 dschungel

<https://www.jungle.world/artikel/2012/18/gesucht-gefunden>

Gesucht, gefunden

Von **Elke Wittich und Boris Mayer**

<none>

Damals, als das Internet noch ganz neu war und man an einer Universität immatrikuliert oder Abonnent bei einer Dial-in-Mailbox sein musste, um Zugriff auf dieses sagenhafte Internet zu haben, war es schwer, im späteren Netz der Netze überhaupt etwas zu finden. Google, Lycos oder Altavista gab es noch nicht. Man bewegte sich auf ausgetretenen Pfaden durch das Netz und setzte überall dort Bookmarks, wo man etwas Interessantes fand. Neue Seiten fand man meistens über nette Menschen, die ihre Bookmarks auf der eigenen Seite veröffentlichten, oftmals nach Themen sortiert in inzwischen fast ausgestorbenen und fast nur noch zur Manipulation von Suchergebnissen eingesetzten Linklisten. Als die ersten brauchbaren Suchmaschinen ans Netz gingen, wurde eine neue Idee für das Verteilen von Inhalten populär: Man suchte und fand Texte und Bilder, wann man wollte und zu dem Thema, das gerade von Interesse war. Man musste nicht mehr wie beim Fernsehen und Radio schauen, wann was laufen würde, man konnte einfach hingehen und schauen, wann man wollte. Im Verlauf von zwei Jahrzehnten wurde daraus das Modell, einfach alles »on demand« zu verbreiten. Allerdings gibt es einige Indizien dafür, dass der Mensch nicht wirklich für »on demand« gemacht ist. Der Suchmaschinengigant Google stellt zum Beispiel fest, dass die Anzahl der Suchanfragen langsam zurückgeht – man verbringt lieber Zeit auf Angeboten, die einem von Freunden bei Facebook, Twitter und Co. gemacht werden, als selbst nach etwas zu suchen, was interessant sein könnte. Menschen lehnen sich einfach gerne zurück und konsumieren, was ihnen vorgesetzt wird – sonst würde Werbung nicht funktionieren. Der beste Beweis dafür aber ist man selbst. Wann hat man sich zuletzt einen Film mit Werbeunterbrechungen angesehen, obwohl die DVD des Top-Movies im Regal neben dem Fernseher steht?