

MOBILES POKERSPIEL

MIT DER STEIGENDEN NUTZUNG DES MOBILEN INTERNETS DURCH DIE EINFÜHRUNG VON FLAT RATES ERFÄHRT DAS MOBILE INTERNET DERZEIT EINEN BOOM. INTERESSANT WIRD SEIN, WIE SICH GOOGLE AN DIESEM MARKT BETEILIGEN WILL.

VON RA FRANK JOACHIM MAYER

Zur Erhaltung und zum weiteren Ausbau der marktbeherrschenden Stellung ist es für Google evident, von den Handyusern bereits auf der Eingangsseite als Suchmaschine genutzt zu werden. Bereits jetzt kristallisiert sich heraus, dass Google aufgrund seines Technologievorsprungs sein webbasiertes ISP-Geschäftsmodell auf den mobilen Internetmarkt übertragen kann und sich damit quasi im Alleingang den mobilen Werbemarkt erschließt, während die Mobilfunkunternehmen das Nachsehen haben. Darüber hinaus verfolgt Google auch beim mobilen Internet seine Expansionsstrategie, sich neben der Dominanz im Suchmaschinenmarkt auch den Inhaltemarkt zu erschließen und damit auch den Bereich M-Commerce zu dominieren.

› MASSIVE INVESTITIONEN FÜR MOBILE ANWENDUNGEN

Um dieses Ziel zu erreichen, investiert Google Anwendungen, die auf das mobile Format zugeschnitten sind. Hierbei drohen die Mobilfunkunternehmen mangels eigener funktionierender mobiler Internetportale zu virtuellen Speditionsfirmen zu verkommen, die sich auf den Transport der Bits und Bytes reduzieren.

Nach einer langjährigen Durststrecke gewinnt das mobile Internet in Deutschland nach Angaben der Bundesnetzagentur an Bedeutung. Nach Aussage des Bundesnetzagentur-Präsidenten Matthias Kurth ist mit 8,7 Millionen UMTS-fähigen Mobiltelefonen und einer Steigerung der Anzahl der regelmäßigen Nutzer um 263 Prozent von 2005 bis 2007 der Knoten geplatzt und das mobile Internet auf der Überholspur. Die entscheidende

Rolle spielt hierbei die Einführung von Flatrateangeboten der Netzbetreiber, die das mobile Surfen und die daraus resultierenden Interaktionsmedien nach vorne bringen. Hier stößt Google durch Entwicklung eigener mobiler Formate vor, um hierdurch nicht nur die Vormachtstellung bei der mobilen Google-Suche und dem mobilen Werbemarkt zu sichern, sondern auch in neue Geschäftsfelder des Inhaltemarktes zu expandieren. Der größte Teil des Kuchens am M-Commerce Markt wird damit an Google fallen. Hierbei greift Google auf seine Strategie zurück, alles neu zu entwickeln:

- Bereits jetzt steht oft auf der ersten Seite vieler mobilen Netzbetreiber, die Kunden eine Suche anbieten, die mobile Google-Suche.
- Schon jetzt enthält das I-Phone eine Verknüpfung mit der Google-Suchmaschine und Google Maps.
- Im Bereich des mobilen Suchmaschinenmarktes ist die Zielgenauigkeit ein Muss für erfolgreiche Handywerbung. Mit dem Produkt AdSense für Handys hat Google ein Programm entwickelt, das Werbeanzeigen kontextabhängig mit mobilen Web-Inhalten in Verbindung bringt. Mit dem Produkt Gadget-Anzeigen können Miniversionen der Website werbender Unternehmen in einem beliebigen Anzeigenformat mobil eingespielt werden.
- Ein cleveres Produkt ist die Anwendung von Google Map auf dem Handy, das dem Nutzer den genauen Aufenthaltsort anzeigt. Dies ermöglicht Google, von dem Handynutzer ein Bewegungsprofil zu erstellen, das zusammen mit einem Nutzerprofil für erhebliches Missbrauchspotenzial im



Rechtsanwalt Frank Joachim Mayer ist Seniorpartner der auf IT-, Telekommunikations- und Vertriebsrecht spezialisierten Rechtsanwaltskanzlei Lehner Dänekamp Mayer mit Sitz in Düsseldorf, Heidelberg und Hamburg.

Umgang mit persönlichen Daten führt. Denn der Nutzer gestattet Google im Rahmen der Lizenzbedingungen, unmittelbar auf Netzinformationen der von dem Handyuser genutzten Funkzelle zurückzugreifen.

- Unter der Patentnummer US 2007/0203836 hat Google auf eines der Merkmale des M-Commerce ein Patent angemeldet – der Zahlungsfunktion per SMS. Dieses Patent demonstriert Googles Ambitionen, Zahlungsvorgänge bei herkömmlichen Einkaufsvorgängen abzuwickeln und zu kontrollieren.

Diese Beispiele zeigen, dass Google bereits seine dominierende Position im Bereich des Suchmaschinenmarktes und seinen Technologievorsprung nutzt, um im Bereich des mobilen Internets und der Nutzung von M-Commerce die entscheidende Rolle zu übernehmen. Da im Gegensatz zu ortsfesten Internetanbindungen bei mobilen Internetanbindungen neben der Verknüpfung persönlicher Daten zu individuellen Nutzerprofilen auch genaue Bewegungsprofile erstellt werden können, droht Google zu einem Totalüberwacher der Informationsgesellschaft zu werden. ■

› **Kennziffer: ECM15720**