

# AUS FÜNF MACH VIER?



**Google, Amazon, Facebook, Apple** und **Microsoft** gelten als die „**Big Five**“ des

Digitalen. Doch die wichtigsten und wertvollsten

Konzerne der Welt beherrschen den Markt nicht mehr uneingeschränkt. Die **Newcomer** holen auf. Welche Resonanz erzielen die „alten“ und die „neuen“ Digitalkonzerne? Und in welchen Wirkungsbereichen werden sie in Print, Online und Social Media erwähnt? Das hat pressrelations für das prmagazin untersucht.

**N**icht wenige bezeichnen die großen Digitalkonzerne als „**Frightful Five**“: Google, Amazon, Facebook, Apple und Microsoft – die sogenannten GAFAM. Die Börsen-Hochkaräter haben großen Einfluss auf den Alltag der User, denn sie verfügen über entscheidende Features und Strukturen: hoch professionelles Datenmanagement, Innovationskraft und Beweglichkeit. Mit ihrem Handeln, ihrer Vernetzung und ihren Innovationen beherrschen sie den Tech-Markt.

Doch das Thema ist komplexer. Die neuen „Ambitious Four“ stehen parat: Alibaba, Airbnb, Netflix und Uber könnten für einen Generationswechsel sorgen. Zwar erweitern die „alten“ Player permanent ihre Geschäftsfelder. Etwa die Alphabet-Tochter Google: Gmail, Google Maps, Google Play und YouTube gehören als Ausgründungen oder Zukäufe zur komplexen Infrastruktur der Netzdienste, die weit hinausweisen über Google als meistgenutzte Suchmaschine der Welt. Doch die „Neuen“ schaffen sich mit Online-Vermittlungstätigkeiten (Airbnb und Uber), neuen Unterhaltungskanälen und Bewegtbildproduktionen (Netflix) oder Finanzdienstleistungen, Handelsplattformen und Bezahlleistungen (Alibaba) ihre neuen Geschäftsfelder selbst.

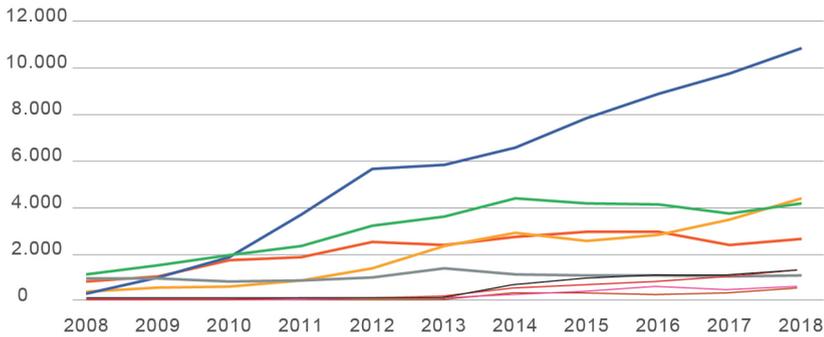
**Und so dürfte sich die Ära der „Frightful Five“ dem Ende zuneigen**, die Wachstumsfelder in „erdrückender“ Weise kontrollierten, wie Ökonom David Horn meint: „Sie beherrschen die wichtigsten Zukunftsmärkte mit Marktanteilen von teilweise mehr als 90 Prozent. Amazon kontrolliert zwei Drittel des Online-Buchhandels, Google 90 Prozent des Suchmaschinenmarkts, Facebook 75 Prozent der mobilen Kommunikation“ (sueddeutsche.de, 3. August 2018).

Der Aufkauf potenzieller Konkurrenten und deren Integration ins eigene Ökosystem gehört weiterhin zum Geschäft. Facebook schluckte WhatsApp und Instagram. Anschließend schickte der Kon- >

**Der relevanteste Digitalkonzern ist für die User (noch) Facebook, das wichtigste Thema ist derzeit Datenschutz.**

# THE BIG FIVE AND THE AMBITIOUS FOUR

## Nennungen in deutschen Medien



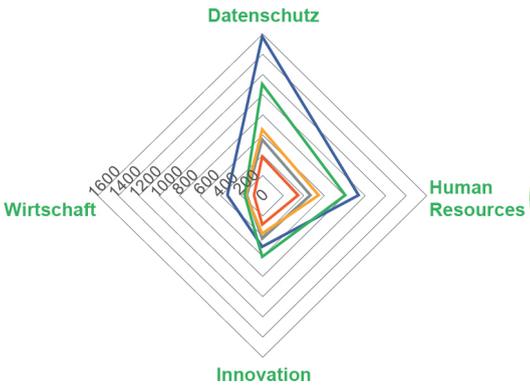
### Big Five

- f
- a
- G
- M
- Apple

### Ambitious Four

- NETFLIX
- UBER
- 阿里巴巴 Alibaba.com
- airbnb

## Wirkungsbereiche der Big Five



## Hashtags

- #whatsapp #windows10 #usa
- #finanzen #bigdata #io19 #kunden #privacy
- #pressefreiheit #digitalisierung
- #socialmedia #privatsphäre #alexa
- #dsgvo #aufsichtsbehörden
- #datenschutz**
- #gewinnspiel #Zuckerberg
- #meinungsfreiheit #theempirestrikesback
- #sicherheit #Instagram #cloud
- #datensicherheit #diewahrheitliegtaufderandereiseite
- #api #itsec #tippspie #inclusion
- #lauschgriff

Nennungen im Zeitverlauf: Ausgewähltes deutsches Print- und Online-Medienset | Beobachtungszeitraum seit 2008  
 Wirkungsbereiche und Hashtags: Facebook, Foren, Twitter, Verbraucherportale, Blogs | Beobachtungszeitraum 24.04. – 14.05.2019  
 Icons: Designed by Freepik from www.flaticon.com

Erarbeitet und zur Verfügung gestellt von:  
**pressrelations**

zern mit der Implementierung von Instagram Stories den Konkurrenten Snapchat in die Bedeutungslosigkeit.

**Die heutigen Rivalen entwickeln sich in anderen Weltgegenden**, wo sie nicht nur neue On- und Offline-Produkte erschaffen, sondern Märkte und Absatzkanäle gleich mit. Alibaba, Baidu, Tencent und Ximao sind solche neuen Giganten in China, die von demografischen und politischen Bedingungen profitieren und ihre eigenen Tech-Entwicklungen vorantreiben.

Xiamo etwa gilt als größter Anbieter für Smart-Home-Anwendungen, Internet der Dinge und Smart Wearables. So schaffen sich die Angreifer neue Einnahmequellen jenseits der „alten Welt“ im Westen, deren Konzerne sich oft über werbefinanzierte Erlösmodelle finanzieren – und stören die Konkurrenten, wie die britische Zeitung *The Telegraph* den „Big Asian Four“ schon im Oktober 2017 bescheinigte.

Aber auch die „alten“ Giganten im Westen werden in ihren Handlungsspielräumen ausgebremst. Google schränkte jüngst den Verkauf von Android-Produkten an Huawei ein, weil diese für das China-Geschäft ab sofort zu lizenzieren sind. Die US-Regierung hatte den chinesischen Smartphone-Hersteller und Netzanbieter zuvor wegen des Verdachts



## Die neuen „Ambitious Four“ stehen parat. Die Zeiten der „Frightful Five“ dürften sich dem Ende zuneigen.

zu großer Regierungsnähe auf eine schwarze Liste gesetzt. Die politisch gewollte Regulierung durch die Trump-Regierung behindert die Geschäfte von Google. Allerdings dürfte Huawei deutlich stärker betroffen sein. Der Export von Android-Smartphones wird damit erheblich eingeschränkt.

Den Usern in Deutschland ist ein Thema ganz besonders wichtig: der Datenschutz. Der für die Nutzer relevanteste Digitalkonzern ist (noch) Facebook mit mehr als 10.800 Nennungen innerhalb eines ausgewählten Mediensets im Jahr 2018. Ama-

zon und Google liegen deutlich abgeschlagen dahinter auf Platz zwei und drei (jeweils um die 4.300 Nennungen 2018). Google steigt von einer insgesamt höheren Basis ab. Amazon legte dagegen seit 2016 noch einmal deutlich zu.

**Die Diamant-Grafik und die benachbarte Wordcloud zeigen auf**, welche Themenfelder die Social-Media-User in Bezug auf die „Big Five“ am meisten bewegen und welche Hashtags sie am häufigsten nutzen. Facebook und Google sind die Auslöser für einen starken Ausschlag in der Diamant-Grafik und für die Dominanz des Hashtags #datenschutz, flankiert von #dsgvo und #aufsichtsbehörden. @gtorges etwa fragt sich am 13. Mai auf Twitter: „Durchsucht Facebook die Nachrichten von WhatsApp-Nutzern auf mögliche Stichworte für Werbung? Gestern sprach ich per Direktchat mit jemandem über eine bestimmte Software, heute bekomme ich Werbung dafür angezeigt.“

Uferlos und geradezu „Klassiker“ der Datenschutzdiskussion sind die Praktiken und Sicherheitslücken der Messenger-Dienste. Bezeichnend dafür ist ein Tweet von @AndreaWoe am 10. Mai: „Misstrauen gegenüber dem Datenschutz bei Facebook und Zweifel an der Fairness dieser Datenkrake haben dazu geführt, dass zahlreiche Unternehmen ihren Mitarbeitern inzwischen den dienstlichen Gebrauch von WhatsApp verbieten.“ Der Cambridge-Analytica-Skandal von Facebook wirkt ebenso nach: „@facebook hat aus Cambridge Analytica nichts gelernt. Kundendaten an Dritte offenzulegen zeigt, wie es dort um den Datenschutz bestellt ist“, konstatiert Twitterer @daiseco\_de am 12. Mai.

**Selbst Apple, dessen Geschäftsmodell nicht grundsätzlich auf Datenverkauf** und Werbung basiert, kommt schlecht weg, wenn es um den Messenger FaceTime geht. @Mac\_Cop kritisiert am 13. April bei Twitter: „FaceTime als Spionagewerkzeug: Apple gewinnt erstes Verfahren, Klage abgewiesen <http://bit.ly/2Q00xSd> Wenn ein Unternehmen wie Apple besonders stark auf die Karten Datenschutz und Privatsphäre setzt, ist eine Panne auf diesem Feld umso peinlicher.“

Fast harmlos muten dagegen die Pläne von Apple an, eine eigene Mastercard-Kreditkarte für Mitarbeiter einzuführen. Darüber berichtete das Online-Fachjournal [apefleimer.de](http://apefleimer.de) am 13. Mai. Die „Big Five“ mögen bereits auf dem absteigenden Ast sein, was ihre Dominanz in der Börsen- und Tech-Welt angeht. Stoff für Kritik und kontroverse Diskussionen werden sie sicher noch lange bieten. ◀