

Google

Google Inc. ist einer der weltweit größten Internetkonzerne und mit der Suchmaschine Google Marktführer. Google entwickelt Software und bietet ein breit gefächertes Angebot an Internetdienstleistungen an. Die Haupteinnahmequelle ist Werbung im Zusammenhang mit Nutzerinformationen. In den letzten Jahren gerät der Konzern vermehrt in politische und juristische Auseinandersetzungen zu Themen wie Datenschutz, Urheberrechten oder Fragen von Wettbewerb und Marktmacht. Google hat deshalb seine Lobbyarbeit massiv ausgeweitet und 2011 in den USA etwa [Microsoft](#) beim Lobby-Etat überholt.^[1]

Google Inc.	
Branche	
Hauptsitz	1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, USA
Lobbybüro	Unter den Linden 21, 10117
Deutschland	Berlin
Lobbybüro	Google Belgium, Chaussée d'Etterbeek 180, 1040 Brussels
EU	
Webadresse	google.com

Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte	1
2 Struktur, Geschäftsfelder und Finanzen	1
3 Lobbyarbeit: Struktur und Strategien	2
3.1 Lobbyarbeit in den USA	2
3.2 Lobbyarbeit auf EU-Ebene	2
3.3 Deep Lobbying	3
4 Fallbeispiele und Kritik	3
4.1 Datenschutz	3
4.2 Urheberrecht und Patentstreitigkeiten	4
4.3 Wissenschaftsfinanzierung	4
5 Weiterführende Informationen	4
6 Einzelnachweise	4

Kurzdarstellung und Geschichte

Google Inc. wurde am 4. September 1998 von Larry Page und Sergey Brin gegründet und ging am 19. August 2004 an die Börse. Derzeit beträgt der Börsenwert des Internetkonzerns rund 187,1 Mrd. US-Dollar.^[2]

Struktur, Geschäftsfelder und Finanzen

Googles Hauptstandbein ist die Vermittlung von Informationen, sei es durch seine Suchmaschine oder seine vielen anderen Dienstleistungen, wie Google Earth, Google Maps, et cetera.^[3] Hierbei vermittelt der Internetkonzern nicht nur Informationen, sondern sammelt auch Nutzerdaten, die dann wiederum Grundstein für das zweite Hauptgeschäftsfeld - die personalisierte Werbung - sind.^[4]

Google sieht seine beiden Hauptstandbeine - durch verschärfte Datenschutzbestimmungen sowie durch Urheberrechtsstreitigkeiten, die die freie Vermittlung von Netzinhalten einschränken würde - gefährdet. Diese Themen stehen so im Fokus der Lobbyarbeit des Internetkonzerns.

Lobbyarbeit: Struktur und Strategien

Lobbyarbeit in den USA

Im ersten Quartal 2012 hat Google laut Informationen der New York Times [Under Scrutiny, Google Spends Record Amount on Lobbying](#), nytimes.com vom 23. April 2012, abgerufen am 26. April 2012 und des Lobbying Reports [LOBBYING REPORT](#), senate.gov, abgerufen am 26. April 2012 5.030.000 US-Dollar für Lobbyarbeit ausgegeben. Laut New York Times mehr als Apple, Facebook, Amazon und Microsoft im gleichen Zeitraum zusammen. Im zweiten Quartal gab Google weitere 3.920.000 US-Dollar für Lobbyaktivitäten aus. [LOBBYING REPORT](#), senate.gov, abgerufen am 23. Juli 2012

2011 gab Google in den USA rund 9.680.000 US-Dollar für Lobbyarbeit aus. [Google Inc: Summary](#) OpenSecrets, aufgerufen am 03.04.2012 Hier sind die Google-Tochterunternehmen nicht mit inbegriffen. Motorola, das Google übernommen hat gab beispielsweise weitere 1.740.000 US-Dollar für Lobbyaktivitäten aus. [Google Inc: Summary](#) OpenSecrets, aufgerufen am 03.04.2012 Seit 2003 steigen die Lobbyausgaben des Internetkonzerns rasant an.

Ferner spielen Parteispenden eine wichtige Rolle in der Lobbyarbeit von Google. So sammelt und spendet der Konzern über ein sogenanntes *Political Action Committee* (PACs) Geld für die einzelnen Parteien. Interessant hierbei ist, dass Google Inc. die Spenden relativ ausgeglichen an Republikaner und Demokraten verteilt - in den letzten Jahren mit nur leichtem Vorteil für letztere. [PACs Google Inc Summary](#) OpenSecrets, aufgerufen am 03.04.2012 Wie viel das Google PAC gesammelt und gespendet hat, ist bei [OpenSecrets](#) einsehbar.

Im Juli 2012 kündigten führende US-amerikanische Internetkonzerne, u.a. Google, [Facebook](#), Ebay und Amazon, an einen eigenen Lobbyverband zu gründen. Die so genannte [Internet Association](#) soll sich im Namen der Konzerne für ein "offenes, innovatives und freies Internet" einzusetzen. Sitz der Lobbyorganisation wird Washington sein. Dort wird diese im September 2012 ihre Arbeit aufnehmen, um den IT-Konzernen "eine Stimme in Washington" zu geben. ^[5]

Als Präsident und Vorsitzender des Lobbyverbandes wurde der langjährige stellvertretende Personalchef des *Energie- und Handelskomitees* im US-Kongress und persönliche Chefberater des Komiteevorsitzenden, [Michael Beckerman](#), benannt. Das *Energie- und Handelskomitee* ist in den USA für die Telekommunikations- und Internetgesetzgebung zuständig. ^[6]

Die US-Regierung steht für Google Inc. (und andere US-Großkonzerne) in zweierlei Hinsicht im Fokus der Lobbyarbeit steht. Einerseits als Adressat für die Regulierung in den USA. Zum anderen übt die US-Regierung in vielerlei Hinsicht Druck auf die EU und nationale Regierungen aus, wenn von politischen Entscheidungen US-Konzerne betroffen sind. So geschehen beispielsweise in den Datenschutzvorschriften, bzw. der geplanten Datenschutzverordnung der EU. [Die USA möchten bei EU-Datenschutzreform mitreden](#), Datenschutzbeauftragter Info vom 01.03.2012, abgerufen am 21.3.2012

Lobbyarbeit auf EU-Ebene

Auch die Lobbyausgaben von Google in der EU steigen stetig an. So brachte der Konzern 2010 laut dem EU-Transparenzregister 450.000 € bis 500.000 € und 2011 zwischen 600.000 € und 700.000 € für Lobbyarbeit auf. ^[7]

Indirekt betreibt Google auch über Denkfabriken und Verbände Lobbyarbeit. So ist der Internetkonzern Unterstützer des [Lisbon Council](#)^[8], einer neoliberalen Denkfabrik, die oft als unabhängig angesehen wird und vor allem den freien Markt propagiert. Das Lisbon Council und Google kooperieren etwa bei der Initiative "Single Market Entrepreneurs". Ein Imagefilm der Initiative zeigt zahlreiche kleine und mittelgroße Unternehmer, die Google-Dienste verwenden (insbesondere Adwords).^[9] Google folgt damit einer Strategie, die [Microsoft](#) bereits intensiv eingesetzt hat, und spannt die Firmen in die Lobbyarbeit ein, die Google-Dienste nutzen. Diese Strategie zielt u.a. darauf, die eigene ökonomische Bedeutung zu erhöhen und den Eindruck zu erwecken, dass die eigenen politischen Ziele nicht nur im Interesse eines Großkonzerns sind, sondern von vielen kleinen und mittleren Unternehmen geteilt werden. Auch in Deutschland verfolgt Google diese Strategie und hat dazu z.B. im April 2012 eine Auftragsstudie vorgestellt, die den Nutzen von Google für Unternehmensgründer belegen soll.^[10]

Ferner unterstützt Google die Denkfabrik [European Centre for International Political Economy](#) (ECIPE)^[11], die vor allem industriefreundliche Handelspolitik propagiert, und ist Mitglied in der [American chamber of Commerce to the European Union](#) (AmCham EU), der [The European Digital Media Association](#) (EDiMA) und der [European Internet Foundation](#) (EIF).^[12]

Deep Lobbying

Google, wie auch seine Konkurrenten investieren große Ressourcen, um ihre Image zu pflegen. Dies ist zwar keine direkte Lobbyarbeit, hat allerdings - neben dem Kunden - auch die politischen Entscheidungsträger als Ziel, die dann gleichsam eine positivere Wahrnehmung des Unternehmens haben.

Das sogenannte Deep Lobbying bezeichnet die Beeinflussung politischer Entscheidungen auf indirektem Weg über die Einflussnahme auf Öffentlichkeit und Wissenschaft. Es geht somit darum, eine positive - oder zumindest nicht negative - Konnotation mit dem Unternehmen Google aufzubauen. Die Zielperson des Deep Lobbying soll so (bewusst oder unbewusst) in seinen Entscheidungen beeinflusst werden: seien diese nun ein Google Produkt zu nutzen (Kunden), sich für den Internetkonzern öffentlich einzusetzen (politische Entscheidungsträger etc.) oder bestimmte Kritikpunkte weniger drastisch zu formulieren (Journalisten /Wissenschaftler etc.). Um dies zu Erreichen unterstützt Google zahlreiche Projekte und Einrichtungen.^[13] Neben der Einrichtung von Programmen an Universitäten unterstützt Google Vereine und Verbände wie [LiquidDemocracy e.V.](#)^[14] oder die [Speaker's Corner](#) Aktion des Zentrums für politische Schönheit^[15]. Außerdem gründete der Internetkonzern 2010 den Think Tank "Co:llaboratory" und unterstützte diesen im Jahr 2012 mit 250.000 Euro^[16]. Der Think Tank soll "gemeinsam an Lösungsansätzen zu gesellschaftlichen Fragen rund um das Internet" in einem "Expertenkreis, in dem Akteure aus Wissenschaft, Verbänden, Daten- und Verbraucherschutz sowie aus Internetunternehmen", arbeiten^[17].

Fallbeispiele und Kritik

Datenschutz

Die Nutzerdaten sind für Google wichtig um Werbung personalisieren zu können. Daher ist es nicht verwunderlich, dass Internetkonzern hier intensive Lobbyarbeit betreibt, um Datenschutzdebatten und die Gestaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zu beeinflussen.^{[18][19]}

Urheberrecht und Patentstreitigkeiten

Im Mittelpunkt des Interesses Googles waren, bzw. sind vor allem "Copyright, Patent & Trademark"^[20], also insbesondere die Urheberrechtsabkommen SOPA, PIPA und ACTA, bei denen sich u.a. Google und die Rechteinhaber, wie bspw. die Unterhaltungsindustrie über den freien Zugang von Informationen streiten. Hierzu betreibt der Internetkonzern intensive Lobbyarbeit in allen relevanten Instanzen der US-Regierung und des Kongresses.^[21] Ziel der Lobbystrategie ist, die gesetzlichen Rahmenbedingungen innerhalb der USA zu beeinflussen und gleichzeitig die US-Regierung zu motivieren, die Konzerninteressen im Ausland zu vertreten.^[22]

Auch auf EU-Ebene sind die Lobbyinteressen Googles v.a. die Urheberrechtsabkommen (u.a. ACTA) und der Datenschutz sowie generell die Zukunft des Internets.^[23]

Seit dem Bundestagswahlkampf 2009 liefern sich Google und diverse Verlage, ihnen voran die **Axel Springer AG** und der Verleger **Hubert Burda** einen Lobbykampf um die Einführung eines Leistungsschutzrechts für Verleger. Auf dessen Grundlage sollen Verlage von „Werkvermittlern“, wie beispielsweise Suchmaschinen, Gebühren für Textzitate verlangen dürfen. Kritiker, wie die **Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht** (IGEL), die u.a. von Google finanziert wird,^[24] befürchten gravierende Einschnitte der Informationsfreiheit.^[25]

Diese Auseinandersetzungen können als beispielhaft für die Debatte um das freie Internet gesehen werden. Während Rechteinhaber, wie Verlage, die Unterhaltungsindustrie etc. diverse Leistungen nur entgeltlich zur Verfügung stellen wollen, ist es für Google essentiell weiterhin freie Informationen vermitteln zu können.

Wissenschaftsfinanzierung

Google unterstützt auch Universitäten und Forschungseinrichtungen.^[26] So finanziert Google beispielsweise das Berliner **Institut für Internet und Gesellschaft** (IIG) mit einer Anschubfinanzierung von 4,5 Millionen Euro über drei Jahre^[27]. Drittmittelförderungen wie diese sind insofern problematisch, da hierdurch die Neutralität der Forschungsergebnisse gefährdet werden kann.^[28] Im IIG hat Google eine Vetorecht in der Auswahl des Kuratoriums^[29].

Weiterführende Informationen

Vorlage:Spenden

Einzelnachweise

- ↑ vgl. **Google drängt auf das Parkett der Super-Lobbyisten**, LobbyControl-Blog vom 29.7.2011 und die Lobbybudgets von **Google** und [www.opensecrets.org/lobby/clientsum.php?id=D000000115 Microsoft] bei Opensecrets.org, beides abgerufen am 6.6.2012
- ↑ **Apple, Google & Co.: Die größten Internet-Konzerne** Welt vom 31.01.2012, aufgerufen am 28.03.2012
- ↑ **Überblick über die Geschäftsmodelle**, Google-Webseite, aufgerufen am 03.04.2012
- ↑ **Die fanatischen Vier** Spiegel vom 05.12.2011, aufgerufen am 03.04.2012
- ↑ **Google, Facebook, Ebay und Amazon gründen Lobby**, Welt Online, Artikel vom 26.07.2012, abgerufen am 30.08.2012

6. ↑ [Internet Association Website](#), internetassociation.org, Press Release vom 25.07.2012, abgerufen am 30.08.2012
7. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 03.04.2012
8. ↑ [Webseite des Lisbon Council](#), aufgerufen am 03.04.2012
9. ↑ [Presentation by Ann Mettler, executive director, The Lisbon Council, at the Single Market Entrepreneurs Luncheon on 31 January 2012](#), abgerufen am 24. April 2012
10. ↑ [Verkaufen, verkaufen, verkaufen](#), taz vom 18.4.2012, abgerufen am 6.6.2012]
11. ↑ [European Centre for International Political Economy](#), aufgerufen am 03.04.2012. Siehe auch David Cronin: [Think tanks: corporate lobbyists posing as experts](#), Blogbeitrag vom 31.1.2011, abgerufen am 24.4.2012
12. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 03.04.2012
13. ↑ [EMEA University Programs Google Inc.](#), aufgerufen am 03.04.2012
14. ↑ [\[1\] Heise Online, Private Förderung für den 18. Sachverständigen der Internet Enquete](#), aufgerufen am 07.06.2012
15. ↑ [\[2\]Google, Speakers Corner Berliny](#), augerufen am 07.06.2012
16. ↑ [\[3\]Collaboratory](#), aufgerufen am 07.06.2012
17. ↑ [\[4\]Collaboratory](#), aufgerufen am 07.06.2012
18. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 03.04.2012
19. ↑ [Google Inc: Issues OpenSecrets](#), aufgerufen am 03.04.2012
20. ↑ [Google Inc: Issues OpenSecrets](#), aufgerufen am 03.04.2012
21. ↑ [Google Inc: Agencies OpenSecrets](#), aufgerufen am 03.04.2012
22. ↑ [Die USA möchten bei EU-Datenschutzreform mitreden](#), Datenschutzbeauftragter Info vom 01.03.2012, abgerufen am 21.3.2012
23. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 03.04.2012
24. ↑ [So führen Microsoft und Google ihren Lobbykrieg](#), spiegel.de vom 2.10.2011, abgerufen am 26.4.2012
25. ↑ [Lobbyisten erfolgreich: Leistungsschutzrecht soll kommen](#) LobbyControl vom 06.03.2012, aufgerufen am 03.04.2012
26. ↑ [EMEA University Programs Google Inc.](#), aufgerufen am 03.04.2012
27. ↑ [\[5\]Süddeutsche.de](#), aufgerufen am 07.06.2012
28. ↑ ["Neue Form von Korruption"](#), taz.de vom 07.09.2011, aufgerufen am 24.04.2012
29. ↑ [\[6\]Süddeutsche.de, Die Google-Uni](#), aufgerufen am 07.06.2012