

## Google

**Google Inc.** ist ein weltweit agierendes Unternehmen, das durch seine Internetdienstleistungen, allen voran der Suchmaschine, erfolgreich wurde. Mit einem Börsenwert von 390 Milliarden US-Dollar ist Google heutzutage auf Platz 2 der börsennotierten Unternehmen in den USA und bei der Bearbeitung von Suchanfragen Weltmarktführer.<sup>[1]</sup> Den Großteil seines Gewinns erwirtschaftet Google mit Werbung, die mehr und mehr mit Benutzerinformationen verknüpft wird.

In den letzten Jahren geriet das Unternehmen immer stärker in die öffentliche Kritik, sowie in politische und juristische Auseinandersetzungen. Zum einen wird der Umgang Googles mit Fragen des Datenschutzes sowie des Urheberrechtes bemängelt, zum anderen wird dem Unternehmen vorgeworfen, seine Marktmacht auszunutzen und sich so unfaire Wettbewerbsvorteile zu sichern. Um dieser wachsenden Kritik zu begegnen und das Ansehen in der Öffentlichkeit, sowie in der Politik aktiv zu beeinflussen, hat Google seine Lobbyarbeit immer stärker ausgeweitet.<sup>[2]</sup>

Google Inc.	
	
<b>Branche</b>	Internetdienstleistungen, Werbung, Softwareentwicklung
<b>Hauptsitz</b>	1600 Amphitheatre Parkway, Mountain View, CA 94043, USA
<b>Lobbybüro</b>	Unter den Linden 21, 10117
<b>Deutschland</b>	Berlin
<b>Lobbybüro</b>	Google Belgium, Chaussée
<b>EU</b>	d'Etterbeek 180, 1040 Brussels
<b>Webadresse</b>	<a href="http://google.com">google.com</a>

### Inhaltsverzeichnis

1 Kurzdarstellung und Geschichte .....	1
2 Struktur, Geschäftsfelder und Finanzen .....	2
3 Lobbyarbeit: Struktur und Strategien .....	2
3.1 Lobbyarbeit in den USA .....	2
3.2 Lobbyarbeit auf EU-Ebene .....	3
3.3 Wissenschaftsfinanzierung .....	4
3.4 Deep Lobbying .....	4
4 Fallbeispiele und Kritik .....	5
4.1 Datenschutz .....	5
4.2 Urheberrecht und Patentstreitigkeiten .....	5
5 Weiterführende Informationen .....	6
6 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus .....	6
7 Einzelnachweise .....	6

## Kurzdarstellung und Geschichte

Das Unternehmen wurde am 4. September 1998 von Larry Page und Sergey Brin gegründet und widmete sich anfangs ausschließlich der Konstruktion einer eigenen Suchmaschine. Am 19. August 2004 an die Börse. Das Unternehmen hat sein Aktionsfeld im Laufe der Zeit ausgedehnt, stellt heute verschiedene Internetdienstleistungen bereit und unterhält weltweit Büros und Vertretungen.

## Struktur, Geschäftsfelder und Finanzen

Im Mittelpunkt des eigenen Geschäfts steht die Vermittlung von Informationen, dies geschieht neben der Suchmaschine durch zahlreiche andere Dienstleistungen, wie beispielsweise Google Earth oder Google Maps. <sup>[3]</sup> Dabei beschränkt Google sich nicht darauf die Informationen weiterzuleiten, die Nutzerdaten der Benutzer werden gleichzeitig gesammelt. Das Unternehmen nutzt diese Daten wiederum, um personalisierte Werbung schalten zu können. <sup>[4]</sup>

## Lobbyarbeit: Struktur und Strategien

Da das Weiterleiten und Sammeln von Informationen und Nutzerdaten so zentral für das eigene Geschäftsmodell ist, tritt das Unternehmen für eine möglichst schwache staatliche Regulierung des Internets und gegen einen verstärkten Daten- und Urheberrechtsschutz ein. Diese Forderung sollen durch gezielte Lobbyarbeit unterstützt werden, die eigenen Lobby-Bemühungen wurden in den letzten Jahren durch den Einsatz großer Geldmittel massiv ausgebaut.

## Lobbyarbeit in den USA

Der Fokus der Lobbyarbeit des Unternehmens liegt auf den USA, wobei die Regierung und die politischen Parteien von besonderem Interesse sind. Einerseits soll die staatliche Regulierung und Gesetzgebung auf nationaler Ebene gezielt beeinflusst werden, andererseits gilt es die eigenen Vorstellungen und Interessen bei den Beziehungen und Verhandlungen zwischen den USA und anderen Nationalstaaten einfließen zu lassen. Beispiele sind hier die Datenschutzverordnung der EU, oder auch die Verhandlungen zum transatlantischen Freihandelsabkommen TTIP. <sup>[5]</sup>

Die wachsende Bedeutung der Lobbyarbeit für Google wird besonders deutlich an den verwendeten Geldern. Bis auf einen leichten Rückgang 2013 stiegen die Ausgaben in den letzten 10 Jahren kontinuierlich an. Im Jahr 2014 gab Google alleine bis Juli 9,3 Millionen US-Dollar für Lobbyarbeit aus und war damit das Unternehmen mit den zweithöchsten Ausgaben in den USA <sup>[6]</sup>

Jahr	Ausgaben in US-Dollar
2003	80 000
2004	180 000
2005	260 000
2006	800 000
2007	1 520 000
2008	2 840 000

Jahr	Ausgaben in US-Dollar
2009	4 030 000
2010	5 160 000
2011	9 680 000
2012	18 220 000
2013	15 800 000

Einen besonderen Platz in der Lobbyarbeit von Google in den USA spielen Parteispenden. Über ein Political Action Committee (PAC) werden Gelder für die einzelnen Parteien gesammelt und gespendet. Dabei werden die Spenden relativ ausgeglichen an Republikaner und Demokraten verteilt, 2014 erhielten die Demokraten 359 000 US-Dollar, die Republikaner 371 500 US-Dollar <sup>[7]</sup>

Im Juli 2012 gründete Google mit anderen Internetkonzernen **The Internet Association**, ein gemeinsamer Lobbyverband. Daran beteiligt sind weitere Internetkonzerne, unter anderem **Facebook**, **Ebay** und **Amazon**. <sup>[8]</sup>

## Lobbyarbeit auf EU-Ebene

### Lobbyismus in der EU



- [Überblick A-Z](#)
- [Lobbyismus in der EU](#)

Auch in Europa hat Google seine Lobbyarbeit stetig ausgebaut. Nach eigenen Angaben stiegen die Kosten für die Lobbyarbeit auf EU-Ebene von 600.000 € bis 700.000 € im Jahr 2011 auf 1.250.000 € bis 1.500.000 € im Jahr 2013, festgehalten im EU Transparenzregister. <sup>[9]</sup>

Indirekt betreibt das Unternehmen auch Lobbyarbeit über Denkfabriken [Think Tank] und Verbände auf EU-Ebene. Beispielsweise ist Google Unterstützer des **Lisbon Council**<sup>[10]</sup>, einer neoliberalen Denkfabrik, einer neoliberalen Denkfabrik, die sich für freie Märkte und Deregulierung einsetzt. 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). <sup>[11]</sup> Google folgt damit einer Strategie, die darauf abzielt Firmen in die eigene Lobbyarbeit einzubinden. Dabei

wird versucht den Eindruck zu erwecken, dass die eigenen politischen Ziele nicht nur dem Interesse Googles entsprechen, sondern auch dem vieler kleinen und mittleren Unternehmen. So wurde beispielsweise in Deutschland im April 2012 eine Auftragsstudie vorgestellt, die den Nutzen von Google für Unternehmensgründer belegen soll.<sup>[12]</sup> Zudem unterstützt Google die Denkfabrik European Centre for International Political Economy (ECIPE) [European Centre for International Political Economy \(ECIPE\)](#)<sup>[13]</sup>, die eine unternehmensfreundliche 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).<sup>[14]</sup>

## Wissenschaftsfinanzierung

---

Zudem zeigt Google vermehrt Präsenz in Wissenschaft und Forschung und unterstützt Universitäten und Forschungseinrichtungen.<sup>[15]</sup> So finanziert Google beispielsweise das [Berliner Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft](#) (IIG) mit einer Anschubfinanzierung von 4,5 Millionen Euro über drei Jahre.<sup>[16]</sup> Die Verflechtung geht soweit, das Google bei der Wahl des Kuratoriums eine Vetorecht besitzt.<sup>[17]</sup> Der direkte Einfluss lässt starke Zweifel an Unabhängigkeit und Integrität einer solchen Bildungseinrichtung aufkommen. Drittmittelförderungen wie diese gefährden die Neutralität von Forschungsarbeiten als auch der Ergebnisse.<sup>[18]</sup>

## Deep Lobbying

---

Neben der direkten Beeinflussung der Politik nimmt auch die Imagepflege einen wichtigen Platz in der Lobbyarbeit von Google ein. Ziel dabei ist es, eine positive Assoziation mit dem Unternehmen in der Öffentlichkeit und in der Politik aufzubauen. Zu diesem Zweck wird unter anderem versucht in der Wissenschaft einen Diskurs zu fördern, der mit dem Unternehmenszielen übereinstimmt. Diese Strategie wird auch Deep Lobbying genannt. Durch die indirekte Beeinflussung erhofft man sich unterbewusste Entscheidungsprozesse beeinflussen zu können. Beispielsweise kann eine positivere Wahrnehmung des Unternehmens dazu verleiten, dass Kunden verstärkt Produkte zu kaufen, Politiker sich für das Unternehmen einsetzen, oder die Medien ein positiveres Bild von Google vermitteln.

In diesem Kontext ist besonders die finanzielle Unterstützung zahlreicher Projekte und Einrichtungen durch Google auffällig.<sup>[19]</sup> Neben der Einrichtung von Programmen an Universitäten, unterstützt Google Vereine und Verbände wie LiquidDemocracy<sup>[20]</sup> oder die Speaker's Corner Aktion des Zentrums für politische Schönheit<sup>[21]</sup>. Zudem gründete das Unternehmen 2010 die Denkfabrik "Co:llaboratory", die allein im Jahr 2013 mit 250.000 Euro unterstützt wurde.<sup>[22]</sup> Die Denkfabrik 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.<sup>[23]</sup>

Google wie auch seine Konkurrenten investieren große Ressourcen, um ihr 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 Lobbyings 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.<sup>[24]</sup> Neben der Einrichtung von Programmen an Universitäten unterstützt Google Vereine und Verbände wie LiquidDemocracy e.V.<sup>[25]</sup> oder die Speaker's Corner Aktion des Zentrums für politische Schönheit<sup>[26]</sup>. Außerdem gründete der Internetkonzern 2010 den Think Tank "Co:llaboratory" und unterstützte diesen im Jahr 2013 mit 250.000 Euro<sup>[27]</sup>. 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<sup>[28]</sup>.

## Fallbeispiele und Kritik

---

### Datenschutz

---

Nutzerdaten sind für Google wichtig, um Werbung personalisieren zu können. Daher ist es nicht verwunderlich, dass der Internetkonzern hier intensive Lobbyarbeit betreibt, um Datenschutzdebatten und die Gestaltung der gesetzlichen Rahmenbedingungen zu beeinflussen.<sup>[29][30]</sup>

### Urheberrecht und Patentstreitigkeiten

---

Im Mittelpunkt des Interesses Googles waren bzw. sind vor allem "Copyright, Patent & Trademark"<sup>[31]</sup>, 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.<sup>[32]</sup> 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.<sup>[33]</sup>

Auf EU-Ebene liegen die Lobbyinteressen von Google vor allem in den Bereichen Urheberrechte (u.a. die europäische Position in den mittlerweile gescheiterten ACTA-Verhandlungen) und der Datenschutz sowie generell die Zukunft des Internets.<sup>[34]</sup>

Seit dem Bundestagswahlkampf 2009 liefern sich Google und diverse Verlage - allen 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,<sup>[35]</sup> befürchten gravierende Einschnitte der Informationsfreiheit.<sup>[36]</sup> Ende 2012 lief Googles hauseigene Kampagne "Verteidige Dein Netz" gegen das geplante Leistungsschutzrecht für Presseverlage. Sehr offensiv wurde diese auf allen denkbaren Social Media Plattformen beworben. Außerdem verbreitete Google Videos zum Thema über **Youtube**<sup>[37]</sup>. Auf der offiziellen Webseite zur Kampagne gab es dann auch die Möglichkeit, eine Petition zu unterstützen. Google machte sich offenbar im Themenfeld Leistungsschutzrecht einen Namen: **Dr. Arnd Haller** (Google Germany GmbH, Legal director north and central Europe) wurde zu einer Anhörung zum Leistungsschutzrecht in den Bundestag eingeladen.<sup>[38]</sup> Google setzte sich am Ende durch: Der ursprüngliche Gesetzesentwurf zum Leistungsschutzrecht sah vor, dass Google für seinen Nachrichtendienst Google News Geld an Zeitungsverleger zahlen soll. Im August 2013 trat das Leistungsschutzrecht in Kraft, mit einer Ausnahme: Die vom Dienst Google News benutzten Snippets wurden von der neuen Gesetzesregelung ausgenommen.<sup>[39]</sup>

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.

## Weiterführende Informationen

---

- [Google bei SourceWatch.org](#) (englisch)

## Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus

---

Newsletter

Bluesky

Facebook

Instagram

## Einzelnachweise

---

1. ↑ [Höchster Börsenwert: Google arbeitet sich an Apple heran](#), finanzen.net vom 11.02.2014, aufgerufen am 08.10.2014
2. ↑ [Google, once disdainful of lobbying, now a master of washington influence](#), washingtonpost.com vom 12.04.2014, aufgerufen am 08.10.2014
3. ↑ [Überblick über die Geschäftsmodelle](#), Google-Webseite, aufgerufen am 08.09.2012
4. ↑ [Die fanatischen Vier Spiegel](#) vom 05.12.2011, aufgerufen am 08.09.2012
5. ↑ [Mit Dollars gegen mehr Datenschutz](#) Zeit Online vom 28.01.2013, aufgerufen am 08.09.2012
6. ↑ [US-Politik: Nur eine Firma gibt mehr fürs Lobbying aus als Google](#) Spiegel Online vom 02.08.2014, aufgerufen am 08.09.2012
7. ↑ [Google Inc](#) www.opensecrets.org, aufgerufen am 08.09.2012
8. ↑ [Google, Facebook, Amazon, an Ebay form 'Internet Association' lobbying group](#) www.tehverge.com vom 25.07.2012, aufgerufen am 08.09.2014
9. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 10.04.2014
10. ↑ [Webseite des Lisbon Council](#), aufgerufen am 03.04.2012
11. ↑ [Presentation by Ann Mettler, executive director, The Lisbon Council, at the Single Market Entrepreneurs Luncheon on 31 January 2012](#), abgerufen am 24. April 2012
12. ↑ [Verkaufen, verkaufen, verkaufen](#), taz vom 18.4.2012, abgerufen am 6.6.2012]
13. ↑ [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
14. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 03.04.2012
15. ↑ [EMEA University Programs](#) Google Inc., aufgerufen am 03.04.2012
16. ↑ [\[1\]](#)Süddeutsche.de, aufgerufen am 07.06.2012
17. ↑ [\[2\]](#)Süddeutsche.de, Die Google-Uni, aufgerufen am 07.06.2012
18. ↑ ["Neue Form von Korruption"](#), taz.de vom 07.09.2011, aufgerufen am 24.04.2012.
19. ↑ [EMEA University Programs](#) Google Inc., aufgerufen am 03.04.2012
20. ↑ [Private Förderung für den 18. Sachverständigen der Internet Enquete](#) Heise online, aufgerufen am 09.04.2014

21. ↑ [Google.com: Speakers Corner Berlin](#) offizielle Website des Speakers' Corner Berlin, aufgerufen am 09.04.2014
22. ↑ [Jahresbericht Collaboratory 2013](#), aufgerufen am 09.04.2014
23. ↑ [Collaboratory.de](#) offizielle Website, aufgerufen am 09.04.2014
24. ↑ [EMEA University Programs Google Inc.](#), aufgerufen am 03.04.2012
25. ↑ [Private Förderung für den 18. Sachverständigen der Internet Enquete](#) Heise online, aufgerufen am 09.04.2014
26. ↑ [Google.com: Speakers Corner Berlin](#) offizielle Website des Speakers' Corner Berlin, aufgerufen am 09.04.2014
27. ↑ [Jahresbericht Collaboratory 2013](#), aufgerufen am 09.04.2014
28. ↑ [Collaboratory.de](#) offizielle Website, aufgerufen am 09.04.2014
29. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 03.04.2012
30. ↑ [Google Inc: Issues OpenSecrets](#), aufgerufen am 03.04.2012
31. ↑ [Google Inc: Issues OpenSecrets](#), aufgerufen am 03.04.2012
32. ↑ [Google Inc: Agencies OpenSecrets](#), aufgerufen am 03.04.2012
33. ↑ [Die USA möchten bei EU-Datenschutzreform mitreden](#), Datenschutzbeauftragter Info vom 01.03.2012, abgerufen am 21.3.2012
34. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 10.04.2014
35. ↑ [So führen Microsoft und Google ihren Lobbykrieg](#), spiegel.de vom 2.10.2011, abgerufen am 26.4.2012
36. ↑ [Lobbyisten erfolgreich: Leistungsschutzrecht soll kommen](#) LobbyControl vom 06.03.2012, aufgerufen am 03.04.2012
37. ↑ [Google Kampagne auf Youtube](#), offizielle Videokampagne zum Leistungsschutzrecht von Google, aufgerufen am 09.04.2014
38. ↑ [Montag: Ungeplante Anhörung zum Leistungsschutzrecht im Bundestag](#) netzpolitik.org, aufgerufen am 21.02.2013
39. ↑ [Neues Leistungsschutzrecht: Ein Gesetz, viele Fragen](#), focus.de vom 01.03.2013, aufgerufen am 10.04.2014