

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.^[1] 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 und in der Politik aktiv zu beeinflussen, hat Google seine Lobbyarbeit immer stärker ausgeweitet.^[2]

Google Inc.



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

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	4
4.1 Datenschutz	4
4.2 Urheberrecht und Patentstreitigkeiten	5
4.3 Zitate	5
5 Weiterführende Informationen	5
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. ^[3] 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. ^[4]

Lobbyarbeit: Struktur und Strategien

Da das Weiterleiten und Sammeln von Informationen und Nutzerdaten 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. ^[5]

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. In den ersten sieben Monaten des Jahres 2014 gab Google allein 9,3 Millionen US-Dollar für Lobbyarbeit aus und war damit das Unternehmen mit den zweithöchsten Ausgaben in den USA ^[6]

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 ^[7]

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**. ^[8]

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. ^[9]

Indirekt betreibt das Unternehmen auch Lobbyarbeit über Denkfabriken [Think Tank] und Verbände auf EU-Ebene. Beispielsweise ist Google Unterstützer des **Lisbon Council**^[10], 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). ^[11] 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.^[12] Zudem unterstützt Google die Denkfabrik [European Centre for International Political Economy](#) (ECIPE)^[13], 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).^[14]

Wissenschaftsfinanzierung

Zudem zeigt Google vermehrt Präsenz in Wissenschaft und Forschung und unterstützt Universitäten und Forschungseinrichtungen.^[15] 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.^[16] Die Verflechtung geht soweit, das Google bei der Wahl des Kuratoriums ein Vetorecht besitzt.^[17] Der direkte Einfluss lässt starke Zweifel an Unabhängigkeit und Integrität einer solchen Bildungseinrichtung aufkommen. Drittmittelförderungen wie diese gefährden die Neutralität von Forschungsarbeiten.^[18]

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.^[19] Neben der Einrichtung von Programmen an Universitäten, unterstützt Google Vereine und Verbände wie LiquidDemocracy^[20] oder die Speaker's Corner Aktion des Zentrums für politische Schönheit^[21]. Zudem gründete das Unternehmen 2010 die Denkfabrik Co:laboratory, die allein im Jahr 2013 mit 250.000 Euro unterstützt wurde.^[22] 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.^[23]

Fallbeispiele und Kritik

Datenschutz

Nutzerdaten sind für Google besonders wichtig, um Werbung personalisieren zu können. Dieses einträgliche Geschäft sieht Google durch staatliche Regulierung und verschärften Datenschutz gefährdet. Das Unternehmen versucht daher, die Debatten zu dem Thema zu beeinflussen und besonders bei neuen Gesetzen Einfluss zu nehmen. Dies wurde besonders deutlich bei der neuen EU-Datenschutzverordnung. Die Lobbyabteilungen verschiedener Internetkonzerne, darunter Google, erstellten eigene Papiere und Vorlagen für die neue Verordnung und versuchten so die Ergebnisse zu ihren Gunsten zu beeinflussen.^[24] Darüber

hinaus wurde auch versucht, direkt auf die Mitglieder des EU-Parlaments einzuwirken und diese für eine unternehmensfreundliche Ausgestaltung der Verordnung zu gewinnen.^[25] Der Streit um Datenschutzfragen wird auch immer häufiger vor Gerichten ausgetragen. 2014 konnten Kläger vor dem Europäischen Gerichtshof erwirken, dass Google zukünftig sensible persönliche Daten in der Ergebnisliste seiner Suchmaschine auf Anfrage löschen muss.^[26] Google reagierte mit der Einsetzung eines unabhängigen Beirats, der sich mit rechtlichen und organisatorischen Fragen zur Löschung befasst. Mitglied dieses Beirats ist unter anderem die frühere Justizministerin Leutheusser-Schnarrenberger^[27]

Urheberrecht und Patentstreitigkeiten

Neben dem Datenschutz sind besonders die Bereiche des Urheber- und das Patentrecht von großem Interesse für Google. Darunter fielen in der Vergangenheit auch die Urheberrechtsabkommen **SOPA**, **PIPA** und **ACTA**. Ebenso wie beim Datenschutz setzt sich Google bei diesen Themen für eine möglichst schwache Regulierung durch staatliche Seite ein. Durch Verschärfung von Urheber- und Patentrecht sieht Google das freie Vermitteln von Informationen, also den Wesenskern seines Geschäftes, bedroht. Um einer möglichen Verschärfung entgegenzuwirken versucht Google auch die Öffentlichkeit für seine Interessen zu gewinnen. Als beispielsweise 2009 über eine Einführung des Leistungsschutzrechts für Verleger debattiert wurde, unterstützte Google finanziell die Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht (IGEL).^[28] 2012 rief das Unternehmen sogar eine eigene Kampagne unter dem Namen „Verteidige Dein Netz“ gegen das geplante Leistungsschutzrecht ins Leben. Neben einer intensiven Nutzung von Social Media Plattformen und eigenen Videos wurde eine eigene Petition veröffentlicht.^[29] Google gelang es sich in der öffentlichen Diskussion einen Namen zu machen; so wurde beispielsweise Dr Arnd Haller (Google Germany GmbH, Legal director north and central Europe) zu einer Anhörung zum Leistungsschutzrecht in den Bundestag eingeladen.^[30] Die Bemühungen des Unternehmens stellten sich als erfolgreich heraus: 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.^[31] Im Jahr 2014 eskalierte die Auseinandersetzung zwischen Google und einigen Verlegern, die bei der VG Wort organisiert sind. Anfang Oktober gab Google bekannt, bei diesen Inhalte nur noch die Links und keine Vorschautexte oder Bilder in den Suchergebnissen auszugeben.^[32]

Durch die gezielte Lobbyarbeit gelang es Google den Gesetzgebungsprozess in einzelnen Ländern, als auch in der EU zu beeinflussen. Dadurch wurden Unternehmensinteressen vor die Interessen der Bürger gestellt und somit der reguläre Prozess der demokratischen Entscheidungsfindung erheblich untergraben.

Zitate

"Wenn es etwas gibt, von dem Sie nicht wollen, dass es irgendjemand erfährt, sollten Sie es vielleicht ohnehin nicht tun." Executive Chairman von Google, Eric Schmidt^[33]

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 online vom 12.04.2014, aufgerufen am 08.10.2014
3. ↑ [Überblick über die Geschäftsmodelle](#), Google-Webseite, aufgerufen am 08.09.2014
4. ↑ [Die fanatischen Vier](#) Spiegel Online vom 05.12.2011, aufgerufen am 08.09.2014
5. ↑ [Mit Dollars gegen mehr Datenschutz](#) Zeit Online vom 28.01.2013, aufgerufen am 08.09.2014
6. ↑ [US-Politik: Nur eine Firma gibt mehr fürs Lobbying aus als Google](#) Spiegel Online vom 02.08.2014, aufgerufen am 08.09.2014
7. ↑ [Google Inc](#) www.opensecrets.org, aufgerufen am 08.09.2014
8. ↑ [Google, Facebook, Amazon, an Ebay form 'Internet Association' lobbying group](#) www.theverge.com vom 25.07.2012, aufgerufen am 08.09.2014
9. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), aufgerufen am 10.04.2014
10. ↑ [Webseite des Lisbon Council](#), aufgerufen am 09.09.2014
11. ↑ [Single Market Entrepreneurs Presentation](#), aufgerufen am 08.09.2014
12. ↑ [Verkaufen, verkaufen, verkaufen](#), taz-online vom 18.4.2012, aufgerufen am 08.09.2014
13. ↑ [European Centre for International Political Economy](#), abgerufen am 08.09.2014. Siehe auch David Cronin: [Think tanks: corporate lobbyists posing as experts](#), Blogbeitrag vom 31.1.2011, aufgerufen am 08.09.2014
14. ↑ [Google EU-Transparenzregister, Stand 29.03.12](#), aufgerufen am 08.09.2014
15. ↑ [EMA University Programs Google Inc.](#), aufgerufen am 09.09.2014
16. ↑ [Warum Google deutsche Internet-Erklärer braucht](#) Süddeutsche online vom 25.10.2011, aufgerufen am 09.09.2014
17. ↑ [Die Google-Uni](#) Zeit online vom 11.06.2011, aufgerufen am 09.09.2014
18. ↑ ["Neue Form von Korruption"](#), taz online vom 07.09.2011, aufgerufen am 09.09.2014.
19. ↑ [EMA University Programs Google Inc.](#), aufgerufen am 09.09.2014
20. ↑ [Private Förderung für den 18. Sachverständigen der Internet Enquete](#) Heise online vom 27.07.2011, aufgerufen am 08.09.2014
21. ↑ [Speakers Corner Berlin](#) offizielle Website des Speakers' Corner Berlin, aufgerufen am 09.09.2014
22. ↑ [Jahresbericht Collaboratory 2013](#), aufgerufen am 09.09.2014
23. ↑ [Collaboratory.de](#) offizielle Website, aufgerufen am 09.09.2014
24. ↑ [Datenschutz: Website entlarvt Lobby-Einfluss in Brüssel](#) Spiegel online vom 11.02.2013, aufgerufen am 09.09.2014
25. ↑ [Internetkonzerne schreiben Datenschutzregeln mit](#) Süddeutsche online vom 11.02.2013, aufgerufen am 09.09.2014
26. ↑ [EuGH stärkt Recht auf Vergessen](#) Faz online vom 13.05.2014, aufgerufen am 09.09.2014
27. ↑ [Google beruft Leutheusser-Schnarrenberger in „Lösch-Beirat“](#) Faz online vom 10.07.2014, aufgerufen am 09.09.2014

28. ↑ [So führen Microsoft und Google ihren Lobbykrieg](#), Spiegel online vom 2.10.2011, aufgerufen am 09.09.2014
29. ↑ [\[Google: "Verteidige dein Netz" www.gruenderszene.de](#), aufgerufen am 09.09.2014
30. ↑ [Montag: Ungeplante Anhörung zum Leistungsschutzrecht im Bundestag](#) netzpolitik.org vom 20.02.2013, aufgerufen am 09.09.2014
31. ↑ [Neues Leistungsschutzrecht: Ein Gesetz, viele Fragen](#), focus online vom 01.03.2013, aufgerufen am 09.09.2014
32. ↑ [Streit um das Leistungsschutzrecht: Google zeigt bei VG-Media-Inhalten nur noch Überschriften](#), Rheinische Post, 1. 10. 2014, zuletzt aufgerufen am 2. Oktober 2014
33. ↑ [Netz-Strategie: Google will die Weltherrschaft](#) Spiegel online, 8. Dezember 2009, zuletzt aufgerufen am 15.10.2014