

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. 2015 wurde der Konzern in "Alphabet" umbenannt.

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 Urheberrechts 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 Berlin
Deutschland	Berlin
Lobbybüro	Google Belgium, Chaussée d'Etterbeek 180, 1040 Brussels
EU	
Webadresse	google.com

Inhaltsverzeichnis

1 Lobbystrategien und Einfluss	2
1.1 Lobbyarbeit in den USA	2
1.2 Lobbyarbeit auf EU-Ebene	3
1.3 Wissenschaftsfinanzierung	4
1.4 Deep Lobbying	4
1.5 Wahlkampfspenden	5
1.6 Netzpolitik	5
2 Fallbeispiele und Kritik	5
2.1 Datenschutz	5
2.2 Urheberrecht und Patentstreitigkeiten	6
2.3 Beinflussung eines Berichts der US-Wettbewerbsbehörde	6
3 Kurzdarstellung und Geschichte	7
4 Struktur, Geschäftsfelder und Finanzen	7
4.1 2015: Unternehmensumstrukturierung	7
5 Zitate	8
6 Weiterführende Informationen	8
7 Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus	8
8 Einelnachweise	8

Lobbystrategien und Einfluss

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. Google hat seine Lobbyausgaben in den letzten Jahren daher deutlich gesteigert (siehe Tabelle).

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. Im März 2015 wurde berichtet, dass Google im Durchschnitt ein Lobby-Gespräch pro Woche im Weißen Haus führt.^[3] Google kann dabei auf den guten Beziehungen seiner Lobbyisten aufbauen - von den 123 in den USA bei Google beschäftigten Lobbyisten im Zeitraum 2013-14 arbeiteten ganze 102 zuvor in Regierungsjobs und haben einen [Seitenwechsel](#) vollzogen^[4]. 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: Sie steigen 2012 auf über 18 Millionen Dollar; dieses Jahr war wegen der Präsidentschaftswahl und einer [Auseinandersetzung mit der US-Wettbewerbsbehörde](#) für Google besonders wichtig. Die Ausgaben bleiben dann auf dem hohen Niveau. 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
2009	4 030 000
2010	5 160 000
2011	9 680 000
2012	18 220 000
2013	15 800 000
2014	16 830 000
2015 - nur erstes Halbjahr ^[7]	10 390 000

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 [8]

Im Juli 2012 gründete Google mit anderen Internetkonzernen ein gemeinsamen Lobbyverband:[The Internet Association](#). Daran beteiligt sind weitere Internetkonzerne, unter anderem [Facebook](#), [Ebay](#) und [Amazon](#).^[9]

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^[10]. Im Brüsseler Büro arbeiten neun Mitarbeiter^[11], darunter der Anwalt Tobias McKenney, ein Seitenwechsler der zuvor als Referent bei der EU-Kommission Urheberrechtsthemen betreut hat^[12]. Damit ist das Brüsseler Büro von Google im Vergleich zu dem anderer Großunternehmen relativ klein, was daran liegen könnte, dass Google in Europa nicht öffentlich als Lobbyist wahrgenommen werden will - so beschreibt Jan Philipp Albrecht die Google-Strategie; er ist innen- und justizpolitische Sprecher der Grünen-Fraktion im EU-Parlament,^[13].

Vielmehr betreibt das Unternehmen indirekte Lobbyarbeit über [Denkfabriken](#) (engl. Think tanks) und Verbänden auf EU-Ebene. Beispielsweise ist Google Unterstützer des [Lisbon Council](#)^[14], 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).^[15] 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.^[16] Zudem unterstützt Google die Denkfabrik [European Centre for International Political Economy](#) (ECIPE)^[17], 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).^[18]

Wissenschaftsfinanzierung

Zudem zeigt Google vermehrt Präsenz in Wissenschaft und Forschung und unterstützt Universitäten und Forschungseinrichtungen.^[19] So finanzierte Google beispielsweise das Berliner **Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft** (IIG) mit einer Anschubfinanzierung von 4,5 Millionen Euro über drei Jahre.^[20] 2013 wurde die Finanzierung um weitere sechs Jahre verlängert^[21]. Ein Vertreter von Google Deutschland besetzt einen Posten im achtköpfigen Aufsichtsgremium, dem "tragenden Beratungs- und Überwachungsorgan" des Instituts^[22]. Die Verflechtung geht soweit, dass Google bei der Wahl des Kuratoriums ein Vetorecht besitzt.^[23] Der direkte Einfluss lässt starke Zweifel an Unabhängigkeit und Integrität einer solchen Bildungseinrichtung aufkommen. Drittmittelförderungen wie diese gefährden die Neutralität von Forschungsarbeiten.^[24]

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.^[25] Neben der Einrichtung von Programmen an Universitäten, unterstützt Google Vereine und Verbände wie LiquidDemocracy^[26] oder die Speaker's Corner Aktion des Zentrums für politische Schönheit^[27]. Zudem gründete das Unternehmen 2010 die Denkfabrik Co:laboratory, die allein im Jahr 2013 mit 250.000 Euro unterstützt wurde^[28]. Google stellte im Jahr 2014 knapp 65 Prozent der Gesamtfinanzierung des ThinkTanks Co:laboratory^[29]. 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^[30]. Google sponsort weitere Projekte wie die Bloggerkonferenz "re:publica" oder die Konferenz "Jugend hackt"^[31]. Auch die "Initiative gegen Leistungsschutzrecht" (IGEL) wurde von Google unterstützt^[32]. Der Spiegel schrieb im Jahr 2012 über Googles Rolle: "Wer sich für netzpolitische Themen interessiert, kommt in Berlin nicht mehr an Google vorbei"^[33].

Zur Deep Lobbying Strategie von Google kann auch das Buch "Die Vernetzung der Welt" gezählt werden, welches Google-Verwaltungsratschef Eric Schmidt zusammen mit Jared Cohen, dem Leiter des ThinkTanks 'Google Ideas', schrieb. Das fast ausnahmslos im Futur geschriebene Buch entwirft eine politische Utopie, in welcher die Technik das heutige politische System ersetzt hat^[34]. Es war Eric Schmidt selbst, der diese subtile Art des Lobbying in einem Interview mit der Washington Post "lobbying by ideas" nannte^[35].

Wahlkampfspenden

Im November 2014 stimmte das Europäische Parlament in einer nicht bindenden Resolution für die Aufspaltung des Konzerns. Dabei stand die Forderung im Mittelpunkt, dass Suchergebnisse "frei von Verzerrung und transparent" sein sollen. Zu diesem Zweck soll das Suchmaschinengeschäft von anderen Unternehmensbereichen abgetrennt werden. Der Vorschlag des Europäischen Parlaments führte zu Widerstand bei US-Politikern. Mehrere Mitglieder des US-Kongresses verfassten Briefe an hochrangige Mitglieder der Europäischen Union. Gemeinsamer Tenor war die Beschwerde über "Diskriminierung ausländischer Firmen in Bezug auf Digitalwirtschaft" und die Behinderung von "Innovationen und Investitionen durch US-basierte Internetfirmen". Wie man bei opensecrets.org nachlesen kann, hat Google neun der siebzehn Briefschreiber in der Wahlkampfperiode 2013/14 mit insgesamt mehr als 260.000 \$ finanziert. Die Initiatorin einer der Briefe, die Demokratin Anna Eshoo, erhielt für ihren Wahlkampf 40.000 \$ von Google. Der Vorsitzende des Rechtsausschusses im Repräsentantenhaus, der Republikaner Bob Goodlatte, hatte schon vor der Abstimmung an diverse Fraktionsvorsitzende des EU-Parlaments geschrieben und seiner Besorgnis ausgedrückt. Laut opensecrets.org hatte Google seinen Wahlkampf mit 31.000 \$ unterstützt [36].

Netzpolitik

Google ist auch in der deutschen netzpolitischen Szene gut repräsentiert und insbesondere in den netzpolitischen ThinkTanks der SPD und der CDU vertreten [37]. So gehört der Pressesprecher von Google Deutschland, Stefan Keuchel, zu den Gründungsmitgliedern Vereins 'D64', welcher der SPD nahe steht. Axel Wallrabenstein ist Chairman bei der Agentur 'MSL Group Germany', welche die politische PR für Google in Deutschland erledigt, und sitzt gleichzeitig im Vorstand des C-Netz, dem netzpolitischen Verein der CDU.

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. [38] Darüber hinaus wurde auch versucht, direkt auf die Mitglieder des EU-Parlaments einzuwirken und diese für eine unternehmensfreundliche Ausgestaltung der Verordnung zu gewinnen [39]. Laut der zuständigen Justizkommissarin Viviane Reding wurde die Lobbyarbeit um die Datenschutzverordnung so „erbittert“ geführt, wie sie es noch nie erlebt habe [40]. Neben Google waren auch anderen US-Unternehmen wie Facebook, Amazon und Ebay als Lobbyakteure präsent. Unterstützt wurden sie dabei von der US-Regierung. Diese versuchte bereits vor der offiziellen Veröffentlichung des ersten Gesetzes-Entwurfs in die Bresche, um die neue Datenschutzverordnung durch intensive Lobbyarbeit zu verhindern [41].

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 Ergebnissliste seiner Suchmaschine auf Anfrage löschen muss. [42] 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 [43].

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 Wesenskerns seines Geschäfts, 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). [44] 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. [45] 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. [46] 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: Die vom Dienst Google News benutzten Snippets wurden dabei von der neuen Gesetzesregelung ausgenommen. [47] 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 Inhalten nur noch die Links und keine Vorschautexte oder Bilder in den Suchergebnissen auszugeben. [48]

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.

Beinflussung eines Berichts der US-Wettbewerbsbehörde

Im Jahr 2010 wurde Google das erste mal wegen mangelndem Datenschutz verklagt. Google bekannte sich zu den Verstößen und einigte sich mit der US-Wettbewerbsbehörde FTC (Federal Trade Commission) auf stärkere Kontrolle des Datenschutzes im Unternehmen und einen "comprehensive privacy plan" [49]. 2012 kam es erneut zu einer Anklage gegen Google wegen eines Verstoßes gegen Datenschutzrichtlinien [50]. In diesem Jahr verdoppelte Google seine Lobbyausgaben für die direkte politische Einflussnahme in Washington auf über 18 Millionen Dollar und engagierte über 20 Anwaltskanzleien [51]. Das *Wall Street Journal* berichtete über eine auffällige Häufung der Besuche von Lobbyistenvertretern im Weißen Haus im Zeitraum Ende 2012 [52].

Die US-Wettbewerbsbehörde FTC arbeitete in dieser an einem Bericht über die Geschäftspraktiken des Unternehmens. Dieser wurde schließlich nicht veröffentlicht, diente aber als Entscheidungsgrundlage, die Untersuchung gegen Google Anfang 2013 gegen eine Rekordstrafe von 22,5 Millionen Dollar einzustellen.

2015 wurden Teile des Berichts dem "Wall Street Journal" geschickt. Sie enthielten deutliche Kritik an dem Konzern. "Dieser habe seine überlegene Marktposition im Bereich der Internetsuche dazu genutzt, konkurrierende Internetfirmen in anderen Bereichen unter Druck zu setzen."^[53] Zu der Affäre bezogen sowohl die Verantwortlichen der Wettbewerbsbehörde^[54] als auch der Konzern Stellung: Google benutzte dabei eine verniedlichende Bildsprache.^[55]

Mittlerweile wurde bekannt, dass Google nach den missbilligenden Schlagzeilen bezüglich ihrer Wettbewerbsposition, die amerikanische Wettbewerbsbehörde FTC dazu gedrängt hat, öffentlich für den Konzern einzutreten. Medienberichten zufolge reichte eine einzige Email der Lobbyistin Johanna Shelton dazu aus. In der Email drängt Shelton die Behörde zu einer Stellungnahme. Zwei Tage später erschien wie von Google gewünscht eine Pressemitteilung in der FTC seine Kritik an Google relativierte.^[56]

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. Seit dem 19. August 2004 ist Google ein börsennotiertes Unternehmen. Google 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.^[57] 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.^[58]

2015: Unternehmensumstrukturierung

Im August 2015 gab Google bekannt, dass der Konzern zum vierten Quartal 2015 umstrukturiert werden soll. In Zukunft wird die Suchmaschine Google nur eines der vielen Projekte und Geschäfte des Unternehmens sein, die unter der neuen Holding "Alphabet" geführt werden^[59]. Diese Konzernumstrukturierung wird als Folge des immer breiter werdenden Geschäftsbereich von Google verstanden. In den vergangenen Jahren sind immer mehr Geschäftsbereiche und Abteilungen zum Suchmaschinen-Kerngeschäft hinzugekommen: das selbstfahrende Auto, Robotik-Firmen, Drohnen, Medizinforschung, Internetübertragung per Ballon oder die Vernetzung von Haushaltsgeräten. Investoren kritisierten an der Unternehmensentwicklung, dass zukunftsweisende Projekte dieser Art,sogenannte "Moonshots"^[60], nicht profitabel seien und intransparent geführt werden. Dem Spiegel zufolge, folgt Google seiner Philosophie, dass sich mit der richtigen Technologie irgendwann auch Geld verdienen lässt und es sich dafür mitunter Jahre zu warten lohnt. Das Unternehmen wolle dadurch in immer mehr Bereiche des menschlichen Lebens vordringen. Der Wirtschaftswoche zufolge wird Google durch die Umstrukturierung zu einem Konglomerat mit der Gefahr zur Monopolbildung^[61]

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 am 3. Dezember 2012 in einer Sendung des US-Fernsehkanal CNBC^[62]

Weiterführende Informationen

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

Aktuelle Informationen aus der Welt des Lobbyismus

[Newsletter](#)

[Bluesky](#)

[Facebook](#)

[Instagram](#)

Einelnachweise

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. ↑ [Google kommt oft ins Weiße Haus](#) Frankfurter Allgemeine Zeitung, 25. März 2015, zuletzt gesichtet am 26.03.2015
4. ↑ [Google bei opensecrets.org](#), zuletzt abgerufen am 04.08.2015
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 Trims 2nd Quarter Spending, But Still Leads Tech Firms' Lobbying Expenditures; Facebook posts Record \\$2.69 Million While Amazon Outlay Soars 103 Percent](#), http://www.consumerwatchdog.org, 20. Juli 2015, zuletzt aufgerufen am 27.7.2015
8. ↑ [Google Inc](#) www.opensecrets.org, aufgerufen am 08.09.2014
9. ↑ [Google, Facebook, Amazon, an Ebay form 'Internet Association' lobbying group](#) www.theverge.com vom 25.07.2012, aufgerufen am 08.09.2014
10. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), aufgerufen am 10.04.2014
11. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), aufgerufen am 05.08.2015
12. ↑ [<http://albergeiger.eu/pdf/GoogleLobbying.pdf>] Die Lobby-Macht mit dem Nette-Jungs-Image] Werben & Verkaufen 30/2014, S. 46-48, aufgerufen am 05.08.2015
13. ↑ [Die Lobby-Macht mit dem Nette-Jungs-Image](#) Werben & Verkaufen 30/2014, S. 46-48, aufgerufen am 05.08.2015
14. ↑ [Webseite des Lisbon Council](#), aufgerufen am 09.09.2014
15. ↑ [Single Market Entrepreneurs Presentation](#), aufgerufen am 08.09.2014
16. ↑ [Verkaufen, verkaufen, verkaufen](#), taz-online vom 18.4.2012, aufgerufen am 08.09.2014
17. ↑ [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

18. ↑ [Google EU-Transparenzregister](#), Stand 29.03.12, aufgerufen am 08.09.2014
19. ↑ [EMEA University Programs](#) Google Inc., aufgerufen am 09.09.2014
20. ↑ [Warum Google deutsche Internet-Erklärer braucht](#) Süddeutsche online vom 25.10.2011, aufgerufen am 09.09.2014
21. ↑ [PM: Institut für Internet und Gesellschaft sichert langfristige Finanzierung](#) 'Institut für Internet und Gesellschaft'-Website vom 24.09.2013, aufgerufen am 04.08.2015
22. ↑ "Aufsichtsgremium" 'Institut für Internet und Gesellschaft'-Website, aufgerufen am 04.08.2015
23. ↑ [Die Google-Uni](#) Zeit online vom 11.06.2011, aufgerufen am 09.09.2014
24. ↑ "Neue Form von Korruption", taz online vom 07.09.2011, aufgerufen am 09.09.2014.
25. ↑ [EMEA University Programs](#) Google Inc., aufgerufen am 09.09.2014
26. ↑ [Private Förderung für den 18. Sachverständigen der Internet Enquete](#) Heise online vom 27.07.2011, aufgerufen am 08.09.2014
27. ↑ [Speakers Corner Berlin](#) offizielle Website des Speakers' Corner Berlin, augerufen am 09.09.2014
28. ↑ [Jahresbericht Collaboratory 2013](#) Collaboratory-Website, aufgerufen am 05.08.2015
29. ↑ [Jahresbericht 2014](#) Collaboratory-Website, aufgerufen am 05.08.2015
30. ↑ [Collaboratory.de](#) Collaboratory-Website, aufgerufen am 05.08.2015
31. ↑ [<https://re-publica.de/15/partner> re:publica Kooperationspartner] re:publica-Website, aufgerufen am 05.08.2015
32. ↑ <http://leistungsschutzrecht.info/unterstuetzer> IGEL-Unterstützer] 'Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht'-Website, aufgerufen am 05.08.2015
33. ↑ [<http://www.zeit.de/2014/33/suchmaschine-google-zukunft> Die Vereinigten Staaten von Google] Der Spiegel 39/2012, aufgerufen am 05.08.2015
34. ↑ [<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-88754346.html> Im Namen der Freiheit] Zeit Online vom DIE ZEIT 07.08.2015, aufgerufen am 05.08.2015
35. ↑ [Die Lobby-Macht mit dem Nette-Jungs-Image](#) Werben & Verkaufen 30/2014, S. 46-48, aufgerufen am 05.08.2015
36. ↑ [Kritiker des EU-Parlaments mit Wahlkampfspenden finanziert](#) spiegel.de vom 28.11.14, abgerufen am 01.12.14.
37. ↑ [Lobbyisten, Vorsitzmacher und andere Stiefelknechte im Internetausschuss](#) FAZ vom 18.12.2013, abgerufen am 05.08.15.
38. ↑ [Datenschutz: Website entlarvt Lobby-Einfluss in Brüssel](#) Spiegel online vom 11.02.2013, aufgerufen am 09.09.2014
39. ↑ [Internetkonzerne schreiben Datenschutzregeln mit](#) Süddeutsche online vom 11.02.2013, aufgerufen am 09.09.2014
40. ↑ [EU-Verordnung per "Copy & Paste", Blog deckt Lobbyeinfluss auf](#) n-tv vom 12.02.2013, aufgerufen am 15.07.2014
41. ↑ [USA torpedieren EU-Datenschutz-Verordnung](#), aufgerufen am 25.09.2014
42. ↑ [EuGH stärkt Recht auf Vergessen](#) Faz online vom 13.05.2014, aufgerufen am 09.09.2014
43. ↑ [Google beruft Leutheusser-Schnarrenberger in „Lösch-Beirat“](#) Faz online vom 10.07.2014, aufgerufen am 09.09.2014
44. ↑ [So führen Microsoft und Google ihren Lobbykrieg](#), Spiegel online vom 2.10.2011, aufgerufen am 09.09.2014
45. ↑ [[Google: "Verteidige dein Netz"](#) www.gruenderszene.de, aufgerufen am 09.09.2014
46. ↑ [Montag: Ungeplante Anhörung zum Leistungsschutzrecht im Bundestag](#) netzpolitik.org vom 20.02.2013, aufgerufen am 09.09.2014
47. ↑ [Neues Leistungsschutzrecht: Ein Gesetz, viele Fragen](#), focus online vom 01.03.2013, aufgerufen am 09.09.2014

48. ↑ [Streit um das Leistungsschutzrecht: Google zeigt bei VG-Media-Inhalten nur noch Überschriften](#), Rheinische Post, 1. 10. 2014, zuletzt augerufen am 2. Oktober 2014
49. ↑ [FTC Charges Deceptive Privacy Practices in Googles Rollout of Its Buzz Social Network](#) FTC vom 30.3.2011, zuletzt aufgerufen am 06.08.2015
50. ↑ [United States v. Google Inc.](#) Wikipedia, zuletzt aufgerufen am 06.08.2015
51. ↑ [Die Lobby-Macht mit dem Nette-Jungs-Image](#) Werben & Verkaufen 30/2014, S. 46-48, aufgerufen am 06.08.2015
52. ↑ [Google Makes Most of Close Ties to White House](#) Wall Street Journal vom 24.03.2015, zuletzt aufgerufen am 06.08.2015
53. ↑ [Worüber Google so mit dem US-Präsidenten redet](#), Die Welt, 30. März 2015, zuletzt aufgerufen am 31.3.2015
54. ↑ [Statement of Chairwoman Edith Ramirez, and Commissioners Julie Brill and Maureen K. Ohlhausen regarding the Google Investigation](#), Webseite der Federal Trade Comission, 25. März 2015, zuletzt aufgerufen am 31.3.2015
55. ↑ [Google - Public Policy Blog](#), 27.3.2015, zuletzt aufgerufen am 31.3.2015
56. ↑ [Lobbyismus von Google: Wie Google um die Meinungshoheit kämpft](#), Handelsblatt, 15. Mai 2015, zuletzt aufgerufen am 3. August 2015
57. ↑ [Überblick über die Geschäftsmodelle](#), Google-Webseite, aufgerufen am 08.09.2014
58. ↑ [Die fanatischen Vier](#) Spiegel Online vom 05.12.2011, aufgerufen am 08.09.2014
59. ↑ [Alphabet, die universelle Ordnungsmacht](#) Süddeutsche vom 15.08.2011, aufgerufen am 17.08.2015
60. ↑ [Der Spiegel Nr. 34 vom 14.08.2015](#), S. 18 f.
61. ↑ [Wirtschaftswoche Nr. 34 vom 14.08.2015](#), S. 1
62. ↑ [Netz-Strategie: Google will die Weltherrschaft](#) Spiegel online, 8. Dezember 2009, zuletzt aufgerufen am 15.10.2014