



Neue Berliner Google-Repräsentanz Unter den Linden (l. und r.), Lobbyist Senges: Das Unternehmen ist zurzeit unter Druck wie noch nie, in

INTERNET

Im Namen der Freiheit

Der Suchmaschinenbetreiber Google ist ebenso mächtig wie verschwiegen. Der Konzern scheut die Debatte über sein umstrittenes Geschäftsmodell. Stattdessen baut er ein Netz von Lobbyisten und Unterstützern auf, um seine wirtschaftliche Zukunft zu sichern.

Der Boulevard Unter den Linden gehört zu den begehrten Adressen unter Berlins Lobbyisten. Die Bertelsmann-Stiftung hat hier ihre Repräsentanz, die Deutsche Bank und der Pharmakonzern GlaxoSmithKline. Die Büros strahlen Gediegenheit aus, nur am Casual Friday kommen Mitarbeiter manchmal ohne Krawatte zum Dienst.

Ganz anders sieht es hinter der Fassade von Hausnummer 14 aus: Die Teppichböden sind buntkariert, in einer Vitrine sitzen Roboter Männchen, die Konferenzräume tragen Namen von Berliner Szeeneclubs wie Panorama Bar oder Watergate. Und an einer Fotokabine hängen Schnappschüsse von Mitarbeitern, die Grimassen schneiden.

In dieser Woche wird hier der Internetgigant Google seine neue Hauptstadtrepräsentanz offiziell eröffnen. Der Zeitpunkt scheint ideal, das Unternehmen ist unter Druck wie noch nie, in Deutschland und international.

In Hamburg beginnt am 28. September der Prozess von Max Mosley gegen Google. Der frühere Motorsportpräsident verlangt, dass der Suchmaschinenbetreiber Fotos einer Sex-Party nicht mehr anzeigt. Bettina Wulff hat den US-Konzern

gerade ebenfalls öffentlichkeitswirksam verklagt, weil bei Eingabe ihres Namens sofort Begriffe vorgeschlagen werden, die sie als verleumderisch empfindet.

Dann sind da noch die Pläne der EU-Kommission, in einer neuen Datenschutzverordnung auch das Recht auf Vergessenwerden zu verankern – für Google ein besonders bedrohliches Vorhaben. Und kürzlich beschloss das Bundeskabinett ein neues Leistungsschutzrecht, das Verlegern das Recht geben soll, von Suchmaschinen Geld dafür zu verlangen, dass ihre Artikel mit kurzen Textanrissen von der Suchmaschine gelistet werden.

Diese Klagen und Pläne gefährden das Geschäftsmodell des erfolgsverwöhnten Internetgiganten. Denn dahinter steht die Frage, wer die Regeln für dieses Geschäft setzt: Google mit seinen Nutzungsbedingungen – oder der Staat.

Das ist mehr als eine Frage des Geschäfts, es ist eine Frage der Macht. Welche Auswirkungen die Entscheidungen des Konzerns haben können, zeigt sich in der aktuellen Debatte um das Mohammed-Video. Der Film, der in der arabischen Welt für Aufruhr sorgt, ist bei der Google-Tochter YouTube zu sehen, allerdings nicht in allen Ländern.

Bisher entscheidet Google allein, was angezeigt wird und was nicht. Die öffentliche Auseinandersetzung darüber scheuen die Bosse wie der deutsche Top-Manager Philipp Schindler. Der Konzern erklärt sich nur über dürre Statements oder Blog-Einträge. In den zentralen Fragen bleibt er knallhart. Mosley, Wulff – stets verweist der Konzern auf die Technik: den Algorithmus, der seine Suchergebnisse steuert.

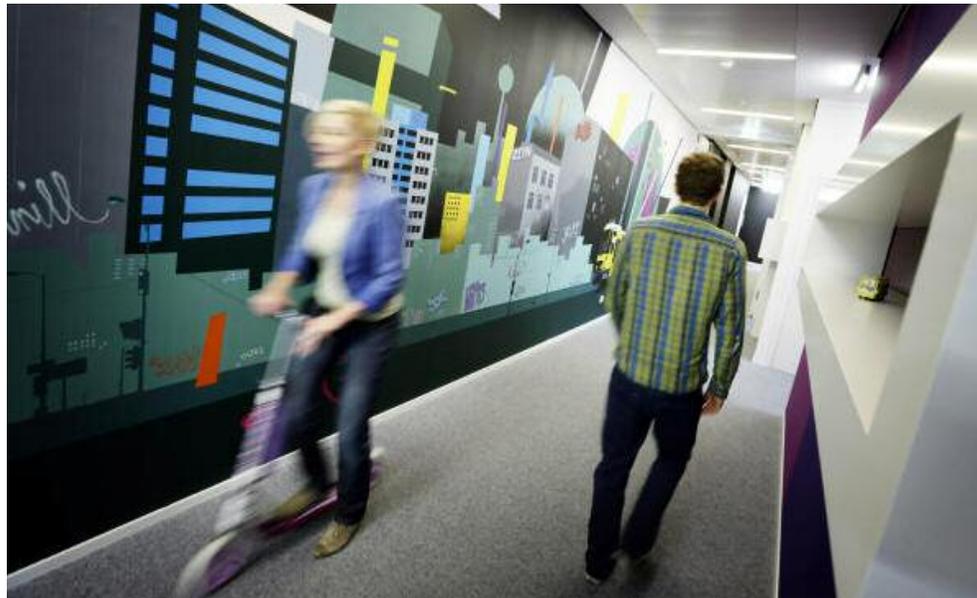
Abseits der Tagespolitik agiert der Konzern dagegen weitaus aktiver: Er betreibt eine ausgefeilte Lobbykampagne, um die netzpolitische Debatte zu beeinflussen.

Für sein neues Büro hat Google ein Team von sieben Lobbyisten zusammengestellt und einflussreiche Allianzen geschlossen. Das Unternehmen unterstützt eine Denkfabrik, ein Forschungsinstitut, Interessengruppen und einschlägige Konferenzen. Wer sich für netzpolitische Themen interessiert, kommt in Berlin nicht mehr an Google vorbei. „Transparent und offen“ will man dabei sein, verspricht die Chefin Annette Kroeber-Riel. Die erfahrene Lobbyistin kam 2007 zu Google und hat die Interessenvertretung ganz neu aufgebaut.

Transparent und offen? Interessenverquickungen werden nicht näher offenge-



Deutschland und international



legt. Ein früherer Google-Lobbyist arbeitet heute im Auswärtigen Amt und hat dort vor kurzem eine Konferenz zum Thema „Internet und Menschenrechte“ mitorganisiert. Und schon heute bezahlt der Konzern externe Lobbyisten, die für Google in Berlin Stimmung machen. Vor wenigen Wochen durften Besucher bereits die neue Hauptstadtrepräsentanz besichtigen. Ben Scott, ein Ex-Berater der US-Außenministerin Hillary Clinton, hielt eine Rede über die Angst der Deutschen vor dem Netz („The Internet is not a dark and scary place“). Im Publikum saßen internetaffine Aktivisten, Beamte und Wirtschaftsleute.

Max Senges führte durch den Abend. Der 34-jährige Blondschoopf sorgt bei Google laut Visitenkarte für „Multi-stakeholder Cooperations“. Senges soll also alle Beteiligten an einen Tisch bekommen. Am besten: an Googles Tisch.

Offiziell wurde das Treffen vom Collaboratory organisiert, einer Denkfabrik, die Senges seit 2010 mit dem Geld von Google aufgebaut hat. Vor kurzem wurde die Denkfabrik in einen Verein umgewandelt, um ihre Unabhängigkeit zu stärken. Senges sitzt aber weiterhin im Lenkungskreis.

Im Herbst 2010 lud das Collaboratory 41 Experten ein, um über das Thema Urheberrecht zu diskutieren. Der Lenkungskreis um Google-Mann Senges entschied sich für eine „reformorientierte Besetzung“ der Runde. Trotzdem konnten sich nicht alle auf eine Linie einigen. „Wir waren nur Staffage“, beklagt Stefan Herwig, der ein Musik-Label betreibt und als Berater für die Kreativwirtschaft arbeitet.

Tatsächlich wurden die „Leitlinien“ im Abschlusspapier nicht von allen Experten erarbeitet, sondern von einer Arbeitsgruppe aus neun Leuten – darunter kein Künstler oder Vermarkter, dafür aber zwei Google-Mitarbeiter sowie ein Anwalt, der heute für Google arbeitet.

Kritiker konnten in kurzer Zeit eine „abweichende Meinung“ formulieren. Die ist im Abschlussbericht auch enthalten. Nach Angaben der Abweichter tauchte dort aber ein Begriff auf, von dem vorher nie die Rede war: der „Vermittler“. Gemeint sind unter anderem Suchmaschinen – wie Google. Die sollten „gleichrangig“ mit Urhebern und Verwertern gewertet werden, da sie „die Entfaltung, Verwertung und Nutzung von Kreativität“ fördern, heißt es im Papier.

Die fünf Abweichter widersprachen und wunderten sich, wie das Wort ins Papier kommen konnte. „Google hat sich die gewünschten Ergebnisse teilweise selbst produziert“, vermutet Herwig. Nicht jeder Abweichter sieht den Verlauf so kritisch: Ein anderer Experte sagt, Google sei nur „ungeschickt“ vorgegangen.

Google erklärt, es habe keinen Einfluss auf den Abschlussbericht genommen. Beim Zustandekommen der Leitlinien verweist man auf den Abschlussbericht. Dort steht, der Leiter der Expertengruppe, Till Kreutzer, habe die „Drafting Group“ zusammengestellt.

Till Kreutzer und Google kennen sich schon länger. Kreutzer rief 2010 die Initiative gegen ein Leistungsschutzrecht

(Igel) ins Leben, die von Google mitfinanziert wird. Im Abschlussbericht des Collaboratory 2011 verschweigt Kreutzer die Unterstützung durch Google. Bis heute wollen beiden Seiten nicht erklären, in welcher Höhe Google die Igel sponsert.

Kreutzer erklärt, seine Motivation für die Initiative sei „zivilgesellschaftliches Engagement“ gewesen. Er habe nicht hinnehmen wollen, dass die Verlage ihre Kontakte in die Politik nutzen, um ein Gesetz durchzudrücken, das er als widersinnig empfand. Google habe ihm völlige redaktionelle Freiheit garantiert.

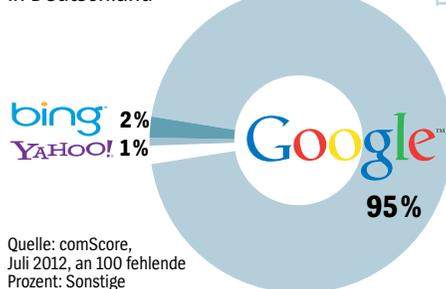
Transparenz sieht dennoch anders aus. Auch auf die Leistungen von klassischen Lobbyisten mag Google nicht verzichten. So nutzt der Konzern in Berlin die Dienste von Axel Wallrabenstein. Der war mal Bundesgeschäftsführer der Jungen Union und steht heute der PR-Agentur MSL in Deutschland vor.

Aus den Reihen der Unionsfraktion im Bundestag heißt es, der Lobbyist verschicke pausenlos E-Mails mit Infos zum Leistungsschutzrecht, lade zu Hintergrundrunden ein oder biete das neue Google-Hauptstadtbüro als Tagungsort an. Praktischerweise ist Wallrabenstein gleichzeitig Beiratsvorsitzender des unionsnahen Vereins „cnetz“, der sich netzpolitischen Themen widmet. Auf die Frage, weshalb er beim cnetz mitarbeite, schreibt Wallrabenstein auf der Website, „weil ich den Namen so was von cool finde“. Seine Tätigkeit für Google gibt er dort nicht an. Wallrabenstein erklärt, innerhalb des Vereins sei allen bekannt, dass seine Firma von Google mandatiert sei. Seine Arbeit für den Konzern sei auch schon öffentlich mit Preisen gewürdigt worden.

Google sagt, Wallrabenstein vermittele Gespräche zu Politikern. Als Aufklärer möchte sich der Konzern verstanden wissen, nicht als Lobbyist in eigener Sa-

Der Such-Monopolist

Marktanteile der Suchmaschinen in Deutschland



che. „Wir wollen gesellschaftspolitisch Verantwortung übernehmen und unsere Expertise einbringen“, sagt die Büroleiterin Annette Kroeber-Riel. „Oft ist es in Gesprächen mit Politikern erst einmal nötig, über die Grundlagen des Internets und wie es funktioniert zu sprechen.“

Die Einschätzung, dass solche Arbeit nötig ist, teilen viele. Aber was bedeutet es, wenn ausgerechnet das Unternehmen, das einen übergroßen Einfluss auf den Alltag im Netz hat, auch die Meinungsbildung organisiert? Und wenn das Quasi-Monopol als Suchmaschine auch ein Quasi-Monopol als Interneterklärer vor und hinter den Kulissen zu werden droht?

Im vergangenen Jahr wurde das Berliner Humboldt-Institut für Internet und Gesellschaft gegründet. Beteiligt sind die Humboldt-Universität, die Universität der Künste, das Wissenschaftszentrum

titel „Deutsche Internet Governance Koalition“. Am vorvergangenen Mittwoch trafen sich Lobbyisten, Aktivisten und Akademiker in den Räumen der „Stiftung Neue Verantwortung“. Auch der Google-Mann Senges war dabei. Die Konstellation muss ihm gefallen haben.

Verschiedenste Organisationen sollen mitmachen, darunter der Verband der deutschen Internetwirtschaft und die Gewerkschaft Ver.di. Die lose Koalition will sich an den Bundeswirtschaftsminister Philipp Rösler wenden. Er soll sich bei einem Treffen der Internationalen Fernmeldeunion im Dezember für ein freies und grenzenloses Internet einsetzen.

Es ist ein amerikanisches Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit, das hinter Googles Aktivitäten steckt: Der Konzern verbindet soziales Engagement mit Unternehmensinteressen. Dabei gewährt er

mit 30 000 Euro. Zum Auswärtigen Amt hat Google ohnehin einen besonderen Draht. Ein an der Konferenz beteiligter Beamter arbeitete bis voriges Jahr fünf Monate lang als Lobbyist für das Unternehmen. Das Auswärtige Amt und Google legen Wert auf die Feststellung, dass der Kontakt für die Konferenz nicht über ihn zustande kam.

Auf der Konferenz ging es viel um die positive Rolle sozialer Netzwerke bei den arabischen Revolutionen. Zur gleichen Zeit erschütterte die Diskussion um das Mohammed-Video die Welt. Kurz zuvor starben mehrere US-Diplomaten in Libyen nach Angriffen eines wütenden Mobs auf das Konsulat in Bengasi.

Wer sich auf spannungsgeladene Diskussionen gefreut hatte, wurde jedoch enttäuscht. Es herrschte eine diplomatische Atmosphäre, an der auch der Star-

Berlin und das Hans-Bredow-Institut. Google zahlt in den ersten Jahren 4,5 Millionen Euro für den Aufbau. Die vier Direktoren sind so renommiert, dass an ihrer Integrität keine Zweifel bestehen sollten. Zum Teil haben sie Google-kritische Texte veröffentlicht.

Und doch hinterlässt die Finanzierung durch den Konzern bei vielen Beobachtern ein schales Gefühl. „Natürlich behaupten alle, sie seien unabhängig und würden ihre Arbeiten nicht von Google abnicken lassen“, schreibt der Blogger Philip Banse. „Das Problem ist aber: Die Schere im Kopf fängt an zu schnippeln, lange bevor irgendjemand irgendwas verbieten könnte.“ Banse kritisierte besonders, dass der Staat unfähig war, ein ähnliches Institut selbst zu finanzieren.

In Berlin formiert sich zurzeit eine neue Interessengruppe mit dem Arbeits-

seinen Partnern große Freiheiten. Google unarmt die Szene, um bei den wichtigen Gesprächen dabei zu sein – oder sie im besten Fall selbst einzuläuten. Seine Omnipräsenz und seine Nähe zu vielen Netzaktivisten und Wissenschaftlern führt jedoch dazu, dass Googles eigene Rolle kaum kritisch beleuchtet wird.

Der Konzern gibt sich mehre Ziele: die Freiheit des Netzes, die Meinungsfreiheit, den Kampf gegen die Zensur. Dahinter verbirgt sich aber zu allererst die Forderung möglichst minimaler Einmischung der Politik in die Geschäftsbelange.

Mitte September kam die Community für zwei Tage im Auswärtigen Amt zusammen, um über das Thema „Internet und Menschenrechte“ zu diskutieren. Das von Google finanzierte Humboldt-Institut gehörte zu den vier Organisatoren, der Konzern selbst unterstützte die Tagung

gast, Außenminister Guido Westerwelle, nichts änderte.

Westerwelle kam in seiner Rede zwar auf das Video zu sprechen und nannte das Internet „Fluch und Segen“ zugleich. Doch beim wichtigsten Punkt lag Westerwelle auf der Linie des Konferenz-Sponsors. Selbstregulierung und der Multi-stakeholder-Ansatz sollten im Netz an erster Stelle stehen, sagte der Außenminister.

Das hätte ein Google-Manager nicht besser sagen können.

SVEN BECKER, STEFAN NIGGEMEIER



**Animation:
Was Google uns
finden lässt**

Für Smartphone-Benutzer: Bildcode scannen, etwa mit der App „Scanlife“.
spiegel.de/app392012google