



# Stiche für die Spinne

**Internet** Das Brüsseler Kartellverfahren gegen Google hat sich zur Schlacht der Lobbyisten entwickelt. Vor allem der Springer-Verlag macht Front gegen den erfolgsverwöhnten Weltkonzern.

**E**ric Schmidt ist Vorzugsbehandlung gewohnt. Wo immer der Verwaltungsratschef von Google anklopft, öffnen sich die Türen wie von allein. Dass er auf einen Termin warten muss und vertröstet wird wie ein Kassenpatient beim Herzspezialisten – das ist für ihn wohl eine neue Erfahrung.

Vorvergangene Woche war Schmidt wieder in Europa. Beim Weltwirtschaftsforum in Davos war er als Gesprächspartner und Podiumsredner begehrt wie immer. Doch der eine Termin, bei dem Google-Mann wirklich wichtig gewesen wäre, kam wieder nicht zustande: ein Treffen mit EU-Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager.

Seit Monaten wartet Google auf eine Einladung von Vestager. Doch die Kommissarin, die von ihrem Vorgänger Joaquín Almunia das seit über vier Jahren laufende Wettbewerbsverfahren gegen den mächtigsten Internetkonzern der Welt geerbt hat, lässt den Multi auflaufen. Sie trifft sich stattdessen mit ausgewiesenen Google-Kritikern, die sich mithilfe des Brüsseler Verfahrens aus der Abhängigkeit von dem Internetkonzern befreien wollen.

Dabei sah es so gut aus, noch vor einem Jahr, als Eric Schmidt mit Almunia einen Deal aushandelte, der für Google nicht besonders schmerzhaft war. Doch der Kompromiss platzte, weil er selbst Almunias Kollegen in der Kommission zu lasch erschien. Jetzt beginnt das Spiel von vorn – und diesmal läuft es nicht gut für Google.

Die Beschwerdeführer – Verlage und Online-Händler – fühlen sich von der neuen Kommissarin endlich verstanden in ihrer Angst, dass der Internetkonzern seine Macht im Suchgeschäft missbrauche, um Konkurrenten beim Online-Handel zu benachteiligen. Schon der merkliche Temperaturwechsel in der Kommission gibt den Google-Gegnern Aufwind: Vestager stelle Fragen und höre zu, erzählt ein Teilnehmer der Gespräche, statt, wie Almunia, die Argumente der Beschwerdeführer gleich zu kontern. Und: Vestager mache Tempo. Nicht noch einmal, so der Eindruck, werde die Kommission jahrelang verhandeln und Google damit Zeit geben, seine Marktmacht auszubauen.

Plötzlich scheint es möglich, dass Google in der Brüsseler Lobbykloppschlacht als Verlierer vom Platz gehen könnte. Und als Hauptgegner hat der US-Internetkonzern dabei ein – aus seiner Sicht – kleines deutsches Medienunternehmen ausgemacht: den Axel-Springer-Verlag. Der Konzern mit einem Jahresgewinn von zuletzt 230 Millionen Euro wird ernst genommen von dem digitalen Weltkonzern, der mit einem Jahresgewinn von annähernd zehn Milliarden Euro in einer anderen Liga spielt.

Google hat Springer auf dem Kieker, seit der für den Internetkonzern so vor-

teilhafte Deal mit Almunia im vergangenen September endgültig geplatzt ist. Dafür hatten nicht zuletzt die Springer-Mannen gesorgt, die gemeinsam mit deutschen, französischen und spanischen Verlegern in Brüssel die Stimmung drehten. Bei EU-Kommissar Günther Oettinger war nicht viel Überzeugungsarbeit nötig, aber auch seine damaligen Kollegen Viviane Reding, Michel Barnier und Johannes Hahn waren bald im Boot.

Auch jetzt sind die Springer-Leute wieder aktiv. Und sie kämpfen nicht mit den Terminproblemen eines Eric Schmidt. Am 19. Januar war Springer-Chef Mathias Döpfner, zusammen mit vier führenden europäischen Verlegern, bei Vestager zu Gast. Es ist schon der zweite Termin auf hoher Ebene: Im Dezember hatte Spring-



**Springer-Chef Döpfner**

Temperaturwechsel in der EU-Kommission

ger-Vorstand Andreas Wiele bei Vestager vorgesprochen.

Spätestens seit Döpfner im vergangenen April in einem offenen Brief an Google-Verwaltungsratschef Schmidt bekannte: „Wir haben Angst vor Google“, stehen sich die beiden Konzerne unversöhnlich gegenüber. Google entwickle sich zu einem Suprastaat, zur „alles bestimmenden Spinne im Netz“, schrieb Döpfner in der „FAZ“. Almunias Kompromissvorschlag sei die „EU-behördlich sanktionierte Einführung jenes Geschäftsmodells, das man in weniger ehrenwerten Kreisen Schutzgeld nennt“ und ein „Sargnagel“ für Europas Internetindustrie. Döpfners Angstbekenntnis befeuerte die internationale Debatte über Googles Marktmacht. Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel sprang dem

Verlag bei und brachte nur Tage später, ebenfalls via „FAZ“, die Zerschlagung des Multis nach dem Vorbild der Gas- und Stromversorger ins Spiel.

Google vermutet handfeste ökonomische Interessen hinter Springers Mission. Denn Döpfner hat aus dem Zeitungshaus ein digitales Unternehmen gemacht. Schon jetzt stammen über die Hälfte des Umsatzes und fast 70 Prozent des Springer-Profits aus Internetgeschäften. Mit „Bild“ und „Welt“ verdient der Verlag immer weniger, mit Jobportalen und Gebrauchtwagenseiten im Netz immer mehr Geld.

Zu Springers Reich gehören etwa das Karriereportal StepStone, die Immobilienseite Immonet und der Ferienhausvermittler Casamundo. Mit seinen Preisvergleichsseiten Idealo und LadenZeile steht Springer direkt mit Googles Einkaufsangebot „Google Shopping“ im Wettbewerb. Bei Idealo können Verbraucher auch Flugpreise vergleichen – wie bei „Google Flights“.

Sogar auf Googles ureigenem Terrain, der Suchmaschine, kommen sich die beiden Konzerne neuerdings ins Gehege. Mit 20 Prozent stieg Springer im vergangenen Sommer bei der französischen Google-Alternative Qwant ein – die bisher allerdings kaum ein Internetnutzer anklickt. Finanziell ist das Engagement für Springer eher unbedeutend, der Symbolwert aber ist hoch.

In das EU-Verfahren gegen Google ist der Verlag gleich doppelt involviert: Als Mitglied der Zeitungs- und Zeitschriftenverlegerverbände und als Eigentümer des Portals LadenZeile.de.

Auch wenn die Google-Vetreter den deutschen Verlag zum Lieblingsfeind erkoren haben: Allein hätte Springer die europäische Front gegen Google nicht aufbauen können. Wie groß die Koalition war, musste der scheidende Kommissionspräsident José Manuel Barroso bei einem Abendessen mit Verlegern erleben. Zu dem dreistündigen Dinner am 18. Juni im Brüsseler Stanhope Hotel hatten die 26 im European Publishers Council (EPC) organisierten führenden Großverlage geladen, Barroso brachte neben Almunia weitere Kommissare mit. „Nach dem Abend war klar, dass das komplette europäische Verlegerlager den Almunia-Vorschlag nicht akzeptieren wird“, sagt ein Beteiligter.

Auch im EU-Parlament fanden die Interessen der Google-Gegner Gehör. Im November forderte die Mehrheit der über 600 Abgeordneten eine scharfe Regulierung des Interneties bis hin zur Entflechtung. Freimütig erzählt einer der Initiatoren der Resolution, der liberale EU-Abgeordnete Ramon Tremosa i Balcells, dass sich ein Beschwerdeführer aus seiner Heimatstadt Barcelona beklagt hatte, der Multi missbrauche seine Macht. „Wenn Google unliebsame Wettbewerber einfach mal für

ein paar Tage aus seinen Suchergebnissen eliminiert, ist das nicht akzeptabel“, sagt Tremosa.

Doch auch Google – erfahren in Lobby-schlächten – macht Druck. Und nutzt politische Kontakte. Pünktlich zur Abstimmung im EU-Parlament warnten 17 US-Kongress-Mitglieder in teils schrill formulierten Briefen an hochrangige EU-Vertreter vor Technikfeindlichkeit in Europa. Der Republikaner Bob Goodlatte, Vorsitzender des Rechtsausschusses im Repräsentantenhaus, etwa schrieb an Fraktionsvorsitzende des EU-Parlaments, er sei besorgt, dass einige Abgeordnete sich „offenbar von politischen Erwägungen statt faktischen und juristischen Prinzipien“ leiten ließen. Goodlatte hatte zuvor über 31 000 Dollar Wahlkampfhilfe von Google erhalten, auch acht weitere Unterzeichner der Briefe hatten Spenden von Google bekommen.

Am vorvergangenen Dienstag nutzte Springers Cheflobbyist Christoph Keese den Auftritt bei einer Brüsseler Medienkonferenz, um die US-Politiker als „Direktbezieher von Google-Geldern“ anzugreifen. Manche im großen Google-Reich halten es wiederum für keinen Zufall, dass Döpfner sich in einem Kommentar in

## Der Multi drohte, lieber auf Inhalte deutscher Verlage zu verzichten, als dafür zu bezahlen.

der „Bild“ direkt nach der Europawahl vehement für Jean-Claude Juncker als neuen EU-Kommissionspräsidenten aussprach. Von Kontaktpflege auf höchster Ebene sprechen Google-Lobbyisten anerkennend.

Wegen des neuen Wohlwollens aus Brüssel schöpfen europäische Verlage nun Hoffnung, dass die EU-Kommission Google langfristig auch auf einem anderen Gebiet in die Schranken weisen wird. Vestager interessiert sich – anders als Almunia – offenbar nicht bloß für das Wettbewerbsverfahren, sondern auch für ein zweites Thema, bei dem die Verlage gegen Google stehen: das Urheberrecht. Das spielt zwar im EU-Verfahren keine Rolle, doch Vestager wird beteiligt sein, wenn die Kommission in diesem Jahr auf Initiative ihres neuen Digitalkommissars Günther Oettinger Vorschläge für den Internetbinnenmarkt in Europa vorlegt.

Auch das Urheberrecht im Netz soll dann europaweit angeglichen werden – nicht zuletzt Springer erhofft sich davon, dass Google künftig zahlen muss, wenn die Suchmaschine in ihren Trefferlisten Ausschnitte aus Zeitungsartikeln anzeigt. Oettinger hat sich bereits hinter die Forderung gestellt: Wenn Google „intellektu-

elle Werte“ aus der EU beziehe und damit arbeite, verkündete er im Oktober, dann könne die EU „von Google eine Abgabe dafür verlangen“. Vor wenigen Tagen schob Oettinger im Interview mit dem amerikanischen „Wall Street Journal“ nach: Dass Google für die Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte zur Kasse gebeten werde, sei eine Option.

Wie weit sich Oettinger in dem angekündigten Entwurf wirklich vorwagt, ist schwer vorherzusagen, zumal das Verlegerlager beim Urheberrecht gespalten ist und Oettinger die Kunst beherrscht, zugleich viel und doch gar nichts zu sagen. Bei Springer zumindest ist die Hoffnung groß, dass der Digitalkommissar als Bollwerk gegen Google steht und sich auch von etwaigem Gegenwind aus dem Parlament nicht beeindruckend lässt.

Die für die Urheberrechtsreform im EU-Parlament zuständige Berichterstatterin, die deutsche Piraten-Abgeordnete Julia Reda, hatte Mitte Januar ihren ersten Bericht vorgelegt und erklärt, von einer Reform, die in erster Linie darauf abziele, bei Google zu kassieren, halte sie nichts.

Gemünzt war das auch auf das deutsche Leistungsschutzrecht: Das Gesetz, für das sich vor allem Springer und Burda stark gemacht hatten, verpflichtet Google und andere Suchmaschinen zu einer Art Einspeisegebühr, wenn sie in den Trefferlisten Textschnipsel von Verlagswebsites anzeigen. Der Multi aber weigert sich bisher und drohte zuletzt damit, lieber auf Inhalte deutscher Verlage zu verzichten, als dafür zu bezahlen. Aus Angst um ihre Klickzahlen im Netz gaben die Verlage klein bei und erlaubten Google die kostenlose Nutzung wieder. Sie versuchen es nun auf dem Klageweg.

Google fühlt sich dadurch nur bestätigt: „Wir liefern allein deutschen Nachrichtenseiten über eine halbe Milliarde Klicks pro Monat und damit jede Menge zusätzliche Leser.“ Auch das Bundeskartellamt habe keinen Anlass gesehen, gegen Google vorzugehen. Im Oktober, so heißt es im Konzern, habe Google daher beantragt, dass das Kartellamt seine Einschätzung auch in eine formale Entscheidung gießt.

Auch ökonomisch erhöht Google den Einsatz in der Lobby-schlacht. Am gleichen Tag wie Döpfner war Google-Rechtswortstand David Drummond in Brüssel und gab den Good Guy: „Google hat Hunderttausenden von Kleinunternehmen in Europa geholfen, online erfolgreich zu werden“, sagte er in einer Rede. Und ein Risikokapitalfonds für europäische Kleinunternehmen sei auf 125 Millionen Dollar aufgestockt worden.

Viel lieber hätte Drummond noch bei der Wettbewerbskommissarin vorbeigeschaut. Aber da saß ja schon Döpfner.

Isabell Hülsen, Christoph Pauly

# Liebe auf den ersten Wisch

**Gründer Sachsen gegen Kalifornien: Zwei Jungunternehmer ringen um die Vorherrschaft im boomenden Geschäft mit digitalen Flirt-Portalen.**

Das man im Internet die große Liebe finden kann, wusste Björn Bak vor den meisten anderen. Im Chatroom auf der Website einer Dresdner Disco traf der heute 32-Jährige vor zwölf Jahren seine Freundin Anna, vergangenen August heirateten die beiden. Der Online-Flirt veränderte Baks Leben – privat und beruflich: Es gibt schon viele Kennenlern-Portale im Internet, habe er sich damals gedacht, „aber ich möchte Dating neu erfinden“.

Heute ist Bak, ein Junggesicht im Karohemd, Chef der erfolgreichsten Flirt-App des Landes: Wer das Logo seines Unternehmens Lovoo auf dem Smartphone hat, kann in der Nachbarschaft einen Seelenverwandten oder den nächsten One-Night-Stand suchen. Die Angabe einer Mail-Adresse oder eines Facebook-Kontos genügt, schon zeigt die Seite einen Radar voller rosafarbener Punkte. Marie, 23, Luisa 19, Lucky One, 30: Alle sind an einem Mittwochmorgen wenige Hundert Meter um die Lovoo-Zentrale in der Dresdner Südvorstadt online. Jede der Frauen kann man sofort anschreiben.

Bak und seine Mitgründer erkannten früh, wie Smartphones mit GPS-Empfänger die Partnersuche im Internet erleichtern können. Statt am Computer in lange Fragebögen Lieblingssport und bevorzugtes Haustier einzutragen, finden Teens und Twens per App den schnellen Flirt in ihrer direkten Umgebung. Vorbei die Zeit, als man sich in überfüllten Discos „Tut mir leid, bin schon vergeben“ ins Ohr schreien musste. Heute filtert man per Handy schon vorher die Singles auf der Tanzfläche heraus.

„Wir wollen das größte Kennenlern-Netzwerk der Welt aufbauen“, sagt Bak. Mit Facebook soll man den Freundeskreis pflegen, mit Lovoo neue Freunde finden. Mit seinen 120 Angestellten will das Unternehmen als erstes soziales Netzwerk aus Deutschland ein Welterfolg werden. Mehr als 23 Millionen Mal wurde die App laut Unternehmensangaben inzwischen heruntergeladen, rund die Hälfte der Kunden kommen aus Deutschland. Damit sind die Dresdner unter den Flirt-App-Anbietern hierzulande Marktführer. Noch.

Baks härtester Konkurrent war mal Schauspieler, die Haferlschuhe und die