Schuss vor den Bug

Ändert sich nichts, werden Facebook, Google und Co. die traditionellen Medien bald vollends zu Tode geschröpft haben. Die freie Presse wäre am Ende.

Ende Februar 2021 kam es zu zwei bemerkenswerten Ereignissen, die bei uns kaum Beachtung fanden – zu Unrecht. Facebook und Google versuchten, Australien wegen eines neuen Gesetzes unter Druck zu setzen. Es verpflichtet die Big-Tech-Plattformen dazu, digitale Werbeeinnahmen mit australischen Medienunternehmen zu teilen. Und beim G20-Gipfel der Finanzministerinnen und Finanzminister kam es zu einem dramatischen Sinneswandel der USA in der Frage globaler Steuerregeln.

US-Finanzministerin Janet Yellen teilte ihren G20-Kolleginnen und Kollegen mit, die Biden-Regierung schließe sich in der Frage der Besteuerung von Digitalunternehmen nicht der Forderung der Vorgänger-Regierung unter Donald Trump an. Diese wollte US-Technologieunternehmen wie Google und Facebook das Recht einräumen, sich aus einem geplanten globalen digitalen Steuerabkommen auszuklinken. Diese als „Safe Harbor-Abkommen“ bezeichnete Regelung wurde von der EU entschieden abgelehnt. Durch das Abkommen wurden jahrelang Verhandlungen darüber blockiert, ob Tech-Unternehmen mehr Steuern in den Ländern zahlen sollten, in denen sie tätig sind.

Über Jahre hinweg suchten sich Facebook, Google, Amazon, Apple und andere Unternehmen Steueroasen aus, gründeten in Niedrigsteuerländern Tochterfirmen und wickelten alle Transaktionen über diese Länder ab. Wenn jetzt die Biden-Regierung Aufgeschlossenheit für eine gemeinsame Digitalsteuer und einen weltweiten Mindestsatz für die Körperschaftssteuer signalisiert, könnten die Big-Tech-Unternehmen schon bald einer geschlossenen transatlantischen Einheitsfront gegenüberstehen.

Die massenhafte Verbreitung von

Eine Ursache dieser Front ist der Überlebenskampf der klassischen Medien – nicht nur in Australien, sondern weltweit. Die

Desinformationen ist nicht die einzige Gefahr, die von Google und Facebook ausgeht. Sie nagen auch an der Existenzgrundlage der Medienunternehmen.

massenhafte Verbreitung von Desinformationen, etwa über Covid-19 und die US-Wahl, ist nicht die einzige Gefahr, die von Google und Facebook ausgeht. Sie nagen auch an der Existenzgrundlage der Medienunternehmen von Australien über die EU bis zum US-Bundesstaat Maryland.

Wie sehr gefährden Google und Facebook das finanzielle Wohl der freien Presse? Allein diese beiden Unternehmen greifen unglaubliche 60 Prozent der gesamten Online-Werbung in der Welt (China nicht mit eingerechnet) ab. Weitere 9 Prozent schöpft Amazon ab, so dass gerade einmal 30 Prozent der weltweiten Online-Werbeeinnahmen für die vielen tausend Medienanbieter bleiben – darunter viele Lokalmedien. Da digitale Werbung mittlerweile mehr als die Hälfte aller Werbeausgaben ausmacht (mit steigender Tendenz), trägt dies massiv dazu bei, dass in einem Land nach dem anderen die Medienbranche an Unterfinanzierung leidet oder ihre Aufgabe nicht mehr wahrnehmen kann.

Typisch dafür ist die Situation in Australien. Die australische Wettbewerbskommission hat errechnet, dass von 100 australischen Dollar, die Online-Werbekunden in Australien ausgeben, 47 australische Dollar an Google und 24 australische Dollar an Facebook gehen – und das bei einer ohnehin rückläufigen Entwicklung der klassischen Werbung. Verschiedene Studien haben ergeben, dass die meisten Menschen online nicht auf die ursprüngliche Nachrichtenquelle zugreifen, sondern die Plattformen von Facebook und Google nutzen. Diese sind so clever gemacht, dass die Nutzerinnen auf ihren Seiten bleiben. Viele Nutzer klicken sich nie durch die Links, sondern erfassen auf den Plattformen anhand der Schlagzeilen und Preview-Texte die Kerninformation der Nachrichten.

Facebook ließ seine digitalen Muskeln spielen und sperrte Australien für mehrere Tage komplett von seiner Plattform aus.

De facto haben die digitalen Medienplattformen Tausende von Verlagen und Sendern zu unbezahlten Ghostwritern degradiert. Es wäre für Facebook und Google kein Problem, ihr Design und ihre Algorithmen so zu verändern, dass Nutzer gezielt auf die Websites der ursprünglichen Nachrichtenquellen geleitet werden. Das tun sie aber nicht. Lieber verpassen sie dem Produkt des Ursprungsproduzenten eine neue Aufmachung und machen es zu Geld, ohne dafür zu bezahlen. In anderen Branchen nennt man so etwas Diebstahl.

Australien beschloss daher, dieses Duopol mit eigenen Vorschriften zu bekämpfen. Ein neues Gesetz verpflichtet große digitale Medienunternehmen, australischen Medienunternehmen eine faire Vergütung zu zahlen, wenn sie deren geschützte Nachrichteninhalte neu verpacken und monetarisieren. Medienunternehmen auf der ganzen Welt beobachten jetzt gespannt, wie sich diese Regelung auswirkt.

Google reagierte auf diesen Vorstoß mit Drohgebärden, einigte sich dann aber auf dem Verhandlungsweg mit australischen Nachrichtenverlegern darauf, ihnen eine Vergütung zu zahlen. Facebook hingegen ließ seine digitalen Muskeln spielen und sperrte Australien für mehrere Tage komplett von seiner Plattform aus. Somit konnten australische Nachrichtenverlage und auch normale Nutzer – inklusive wichtiger staatlicher Stellen wie Gesundheitseinrichtungen, Feuerwehr und Krisendienste – keine Nachrichteninhalte mehr posten, abrufen oder teilen.

Facebook übte gegenüber den australischen Nutzern eine so wirksame Zensur aus, wie Chinas kommunistische Regierung sie nicht hätte bewerkstelligen können.

Das Ergebnis war niederschmetternd – wie der sprichwörtliche „Schuss, der auf der ganzen Welt zu hören ist“. Facebook übte gegenüber den australischen Nutzern eine so wirksame Zensur aus, wie Chinas kommunistische Regierung sie nicht hätte bewerkstelligen können, und handelte sich damit den Vorwurf des „Big-Tech-Autoritarismus“ ein. Später gab Facebook schließlich im Gegenzug für einige vage und unsichere Zugeständnisse der Forderung Australiens nach. Doch die Botschaft, dass Facebook die schiere Marktmacht seiner Plattform ungeniert nutzt, war eindeutig.

Ein ähnlicher Machtkampf spielt sich derzeit im US-Bundesstaat Maryland ab. In den letzten 10 Jahren sind die Werbeeinnahmen der US-Zeitungen um 62 Prozent zurückgegangen, die Belegschaften in den Redaktionen in der Folge nahezu halbiert. Der Beschäftigungsrückgang ging Hand in Hand mit einer enormen Zunahme der digitalen Mediennutzung. Unter diesem wirtschaftlichen Druck führte Maryland – eine Premiere für die USA – eine Steuer auf (innerhalb der Staatsgrenzen erwirtschaftete) digitale Werbeeinnahmen ein, die auf Unternehmen wie Facebook, Google und Amazon abzielt. Die Maßnahme soll im ersten Jahr bis zu 250 Millionen US-Dolllar einbringen, die in das Schulwesen fließen sollen. Die Tech-Giganten drohen mit Klagen gegen Maryland, zumal die Gesetzgeber in den US-Bundesstaaten Connecticut und Indiana bereits ähnliche Maßnahmen

auf den Weg gebracht haben.

Eine der wichtigsten und noch ergebnisoffenen Debatten des Internetzeitalters kreist um die Frage, ob digitale Medienplattformen wie Facebook, Google/YouTube und Twitter der neue „öffentliche Marktplatz“ sind, also eine Art weltweite Agora der freien Meinungsäußerung, oder nur die neueste Techno-Version der altmodischen Verlage und Rundfunkanstalten – oder eine Kombination aus beidem.

Faktisch haben diese Unternehmen mehr mit der New York Times, Bild und Rupert Murdoch gemein als mit einem Online-Wikiboard oder der berühmten Speaker’s Corner im Londoner Hyde Park.

Schon vor den einschneidenden Ereignissen dieses Jahres – der Erstürmung des US-Kapitols und der Entscheidung von Facebook, Google und Twitter, keine Posts des Präsidenten der Vereinigten Staaten mehr zu „veröffentlichen“ – agierten die Big-Tech-Firmen wie Verlage. Sie überließen ihren „Engagement"-Algorithmen die wichtige Entscheidung darüber, welche Inhalte in den Newsfeeds der Nutzerinnen ganz oben erscheinen und was unterstützt und verbreitet wird. Ihre ausgeklügelten Publishing-Maschinen holen die Nutzer nach dem Vorbild des sogenannten „Long-Tail-Marketings“ mit maßgeschneiderten Inhalten in ihren Nischen ab und zeigen verschiedenen Personen unterschiedliche Inhalte – und das gilt auch für politische Werbung.

Es handelt sich hier nicht um passive Online-Chatforen, und die Big-Tech-Plattformen sind mehr als nur Verwalter des öffentlichen Online-Raums. Sie sind „Roboterverlage“, bei denen Algorithmen die Kernaufgaben von Redakteuren übernehmen. Rechtlich oder unter dem Aspekt der Verantwortlichkeit sollte es keinen großen Unterschied machen, dass hinter den Kulissen anstelle eines Menschen ein Supercomputer am Werk ist. Faktisch haben diese Unternehmen mehr mit der New York Times, Bild und Rupert Murdoch gemein als mit einem Online-Wikiboard oder der berühmten Speaker’s Corner im Londoner Hyde Park.

Das geltende Recht behandelt diese Unternehmen jedoch nicht wie Verlage oder Sender – vor allem nicht in Sachen Haftung oder Verantwortlichkeit. Eine beliebte Schutzbehauptung der digitalen Medienplattformen lautet, dass sie doch Milliarden von Nutzerinnen hätten, die Inhalte generierten, und damit eher einem „Netzbetreiber“

wie AT&T oder einem öffentlichen Forum ähnelten. Das sollte aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass ihre Verlagsrolle im Mittelpunkt steht.

Derzeit trägt das Prinzip des offenen Internets zur finanziellen Schwächung der Medien in aller Welt bei und wird das, was von den Nachrichtenmedien noch übriggeblieben ist, vollends zu Tode schröpfen.

Kritiker behaupten, Maryland und Australien würden mit ihrem Vorgehen das Prinzip des offenen Internets untergraben. Im Grunde fordern sie damit, dass herkömmliche Nachrichtenanbieter weiterhin die finanzielle Belastung auf sich nehmen sollen, die das Produzieren von Qualitätsnachrichten ohne angemessene Vergütung bedeutet.

Aber der Grundsatz des „offenen Internets“ muss mit dem „Urheberrechtsprinzip“ abgewogen werden, das schon lange vor der Erfindung des Internets eingeführt wurde. Das Urheberrecht schreibt vor, dass eine Einzelperson oder Organisation sich nicht die Inhalte einer anderen aneignen und finanziell verwerten darf, ohne dafür zu bezahlen. Es wäre deswegen durchaus fair, wenn die Online-Mediengiganten für die originalen Nachrichteninhalte bezahlen würden, mit denen sie den Nutzerverkehr auf ihre eigenen Seiten lenken.

Derzeit trägt das Prinzip des offenen Internets zur finanziellen Schwächung der Medien in aller Welt bei und wird – konsequent zu Ende gedacht – das, was von den Nachrichtenmedien noch übriggeblieben ist, vollends zu Tode schröpfen. Wenn es keine vertrauenswürdigen Nachrichtenquellen mehr gibt, auf die wir uns verlassen können, würden Facebook, Google und Twitter noch mehr mit Desinformationen geflutet, für die die Plattformen mittlerweile berühmt-berüchtigt sind. Letztlich graben sie sich damit selbst das Wasser ab.

Demokratische Staaten müssen dem defekten Gesamtsystem der Online-Medienwelt Einhalt gebieten, bevor diese Konzerne unsere Demokratien zerstören. Frankreich und Österreich haben ähnliche Gesetze verabschiedet wie Australien; Kanada hat angekündigt, es werde diesen Kurs ebenfalls einschlagen; eventuell wird Indien folgen.

Die EU-Urheberrechtsrichtlinie ist leider deutlich zahnloser

In diesem Konflikt um die Aufteilung des Online-Werbekuchens steht viel auf dem Spiel. Die EU und die USA sollten die Führung übernehmen und zuverlässig dafür sorgen, dass die Big-Tech-Medien das Urheberrecht als

als das neue australische Gesetz.

unumstößlich respektieren. Leider ist die Biden-Regierung in diesem Punkt auffallend zurückhaltend, was vielleicht verständlich ist, wenn man bedenkt, was sie in ihren ersten Monaten alles zu stemmen hat.

Bedauerlich ist, dass die EU-Urheberrechtsrichtlinie auch zwei Jahre nach ihrer Verabschiedung von den meisten Mitgliedstaaten immer noch nicht umgesetzt wurde. Außerdem ist sie deutlich zahnloser als das neue australische Gesetz. Sie schreibt nicht bindend vor, dass Tech-Unternehmen sich Schiedsverfahren unterwerfen müssen, sollten sie sich mit Nachrichtenverlagen nicht auf die Geschäftsbedingungen einigen können. Der Rechtsprofessor Martin Kretschmer von der Universität Glasgow meint daher: „Die Urheberrechtsrichtlinie ist schon jetzt überholt."

Wenn sich allerdings im Rahmen der G-20 eine geschlossene transatlantische Front formiert, die sich für globale Steuerregeln starkmacht, würde dies der EU und den USA die Chance eröffnen, mit anderen führenden Nationen über eine Neuregelung zu verhandeln und auf diesem Wege die vielen schädlichen Einflüsse der Big-Tech-Monopole einzudämmen. Es ist an der Zeit, dass die Regierungen auf beiden Seiten des Atlantiks einen Gang zulegen.

Aus dem Englischen von Christine Hardung



Steven Hill
San Francisco

Steven Hill ist US-amerikanischer Kolumnist und Autor mehrerer Bücher, darunter *Raw Deal: How the Uber Economy and Runaway Capitalism Are Screwing American Workers* und Die Start-up-Illusion: Wie die Internet-Ökonomie unseren Sozialstaat ruiniert. Zuvor war er Policy Director am Center for Humane Technology sowie Mitarbeiter am Wissenschaftszentrum Berlin (WZB).