



Europa vs. Big Tech

Milliardenbussen, Digitalsteuern, Urheberrechte: Die EU geht gegen Internetkonzerne vor – und ändert die Spielregeln der digitalen Wirtschaft. Mit welchen Folgen? Analyse eines politischen Projekts, das noch vor kurzem als undenkbar galt.

Von [Adrienne Fichter](#) (Text) und Luis Mazón (Illustration), 03.05.2019

Banken, Verteidigung, Flüchtlinge: In vielem sind sich die Mitglieder der Europäischen Union (EU) uneinig oder gar zerstritten. Doch es gibt ein Politikfeld, in welchem Europa geeinter denn je auftritt: die Netzpolitik.

In keinem Bereich wurden in der vergangenen Legislatur so viele Regelwerke verabschiedet und wegweisende Urteile gefällt. In keiner anderen Domäne scheint sich die Bevölkerung so einig zu sein. Die Privatsphäre muss im Internet geschützt werden: Über 70 Prozent der Europäer befürworten gemäss einer Umfrage eine strenge Kontrolle von Algorithmen. Dieses Anliegen durchzusetzen, hat sich Brüssel auf die Fahne geschrieben. Und tritt dazu als neue regulatorische Supermacht auf.

Eine Macht, die von den Big-Tech-Playern zunehmend respektiert, ja sogar umschmeichelt wird. So weibelt Microsoft-Chef Satya Nadella neuerdings für strenge Regeln bei der Gesichtserkennung. Apple-Chef Tim Cook erhebt die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) sogar zum Menschenrecht. Und selbst Facebook-Chef Mark Zuckerberg propagiert das europäische Modell seit neuestem als globalen Standard.

Auch die US-Politik springt auf den Zug auf: Kalifornien, die Heimat der meisten Tech-Konzerne, hat im vergangenen Juni ein Äquivalent zur DSGVO verabschiedet. Die demokratische Senatorin Elizabeth Warren wurde sogar so weit von Europa inspiriert, dass sie die Zerschlagung der GAFA (steht für: Google, Apple, Facebook, Amazon) in ihr Wahlprogramm fürs Präsidentenamt aufgenommen hat.

Mehr Europa wagen: Emmanuel Macrons Wahlkampfeslogan wird jetzt im Silicon Valley zum Modetrend. Der Wind hat gedreht: Anfangs belächelten amerikanische Journalismusprofessoren wie Jeff Jarvis die «German Angst» vor Technologien noch. Heute, nach fünf Jahren Fake-News-Debatte und Datenraubskandalen, nehmen sie die Ideen des «alten Europa» ernst.

Zu Recht – denn die EU und ihre Mitglieder meinen es tatsächlich ernst. Für die Big-Tech-Konzerne steht nicht weniger als die Grundregeln der digitalen Datenwirtschaft auf dem Spiel.

Kein Konzern bekam dies so stark zu spüren wie Google beziehungsweise dessen Mutterkonzern Alphabet.

1. Milliardenbussen gegen Google und Co.

Die EU-Kommission hat den Internetriesen gleich mehrfach gebüsst: Für die Ausnutzung seiner marktbeherrschenden Stellung, für die prominente «Google Shopping»-Platzierung, für die Vorinstallation eigener Apps auf dem Android-Betriebssystem und wegen der Ausnutzung des eigenen Werbenetzwerks AdSense musste der Konzern insgesamt 8,2 Milliarden Euro bezahlen. Selbst für Google ist das eine schmerzhaft Summe.

Auch **Facebook** wurde von der EU gebüsst. 110 Millionen Euro muss das soziale Netzwerk wegen falscher Angaben zur Übernahme von Whatsapp im Jahr 2014 hinblättern. Europa hatte den Deal nur unter einer Voraussetzung durchgewinkt: Die Telefonnummern dürfen nicht mit dem Mutterkonzern verknüpft werden. Doch genau das hat Facebook zwei Jahre später getan.

Das deutsche Bundeskartellamt beobachtet derzeit sehr kritisch, ob die geplante technische Zusammenführung von **Instagram, Whatsapp, Facebook Messenger und Facebook** zu einem nahezu abgeschlossenen Kommunikationsraum einen Missbrauch von Marktmacht darstellt.

Führende Figur bei all den Urteilen aus Brüssel ist die EU-Wettbewerbskommissarin **Margrethe Vestager**. Sie gilt als Superstar des Juncker-Kabinetts. Vor fünf Jahren erbt sie den Sitz von Joaquín Almunia, der das Verfahren gegen Google eröffnet hatte – und schaltete gleich einen Gang höher. Ab 2016 erfolgten die ersten Urteile gegen die Tech-Konzerne, Schlag auf Schlag ging es mit Steuerurteilen gegen Luxemburg und Irland weiter.

Vestagers Ziel: mehr fairer Wettbewerb. Das Mittel: schmerzhaftes Bussen.

Milliardenbussen gegen GAFA

Mittel: Unternehmen, die ihre marktbeherrschende Stellung missbrauchen, müssen gebüsst werden.

Zweck: Die Marktmacht der grössten Konzerne zu brechen und einen fairen Wettbewerb zu ermöglichen.

Folgen: Sie können von der Abspaltung einzelner Geschäftsfelder bis zur Zerschlagung grösserer Konzerne reichen.

Vestager hat schon durchblicken lassen, dass sie weitere Klagen gegen Google prüft: wie beispielsweise jene des Konkurrenten **Yelp** zu «Local Search» und «Jobs». Sie hat auch eine vorläufige kartellrechtliche Untersuchung gegen den E-Commerce-Riesen **Amazon** eingeleitet. Ihr Team sammelt derzeit Beweismaterial von Anbietern, die ihre Produkte auf dem Portal vertreiben. Der Verdacht: Amazon werte sensible Verkaufsdaten von Drittparteien aus und nutze dieses Wissen für die Entwicklung eigener Produkte.

Aus Vestagers Sicht missbraucht Amazon damit seinen Wissensvorteil. Die Dänin möchte das EU-Kartellrecht umfassend reformieren. Google und Amazon sollen gar nicht erst auf die Idee kommen, eigene Produkte zu entwickeln. Denn sie seien wie Sportverbände: Sie setzten die Spielregeln fest, ethische Standards, wie mit Doping umzugehen sei. «Sie haben aber keine eigenen Mannschaften, die in Wettbewerben antreten.» Eine ähnliche Beschwerde ist von Spotify gegen den Konzern Apple eingegangen.

In den Brüsseler Urteilen gegen die GAFA manifestiert sich eine grundsätzliche Differenz zu anderen Wirtschaftsräumen. In den USA werden Monopole nur dann als Gefahr betrachtet, wenn es einen nachweisbaren Schaden für die einzelne Bürgerin gibt.

Auch in der Schweiz geht die Wettbewerbskommission sogar davon aus, dass die gigantische Grösse der GAFA in erster Linie etwas Gutes ist. «Eine solche kann das gewünschte Resultat einer besseren Leistung für die Kundinnen und Kunden sein und ist an sich kein Problem», sagt der stellvertretende Weko-Direktor Frank Stüssi zur Republik. Dazu kommt, dass man bei geplanten Fusionen eher grosszügig ist: Hierzulande war etwa die Facebook-Übernahme von Whatsapp nicht einmal meldepflichtig.

In der EU ist man ungleich skeptischer gegenüber der Marktmacht, die sich aus der schieren Anzahl der Nutzer auf einer Plattform ergibt. Wer einen populären Marktplatz anbietet, so Vestagers Überzeugung, soll darin nicht noch eigene Produkte verkaufen dürfen.

Die Politik in der Europäischen Union – einem Markt von 500 Millionen Menschen – scheint fest entschlossen, dem Silicon Valley die Stirn zu bieten.

Gerade auch in einem ökonomischen Schlüsselbereich: bei den Steuern.

2. Eine neue Digitalsteuer

Hier ist die Ausgangslage eindeutig: Datenkonzerne zahlen in der EU zu wenig Unternehmenssteuern. Oder zumindest nicht den Steuersatz, den andere, gewöhnliche Betriebe zahlen. Die Chefetagen von Google und Co. rechtfertigen das meistens so: Die Wertschöpfung – die Auswertung und algorithmische Verarbeitung von Daten – finde nicht in Europa statt.

Das Argument verfängt in Ländern wie Frankreich und Deutschland nicht mehr. Darum wird hier intensiv über eine sogenannte Digitalsteuer diskutiert. Sie will Unternehmen, die europäischen Konsumenten Internetwerbung anzeigen, unabhängig von deren Firmensitz stärker zur Kasse bitten.

Frankreichs Präsident **Emmanuel Macron** gibt dabei das Tempo vor. Die Abgeordneten haben jüngst einem entsprechenden Vorhaben zugestimmt, Frankreich erhofft sich davon 400 Millionen Euro Einnahmen. Bereits zuvor hatte Macron rückwirkend für die vergangenen zehn Jahre über 500-Millionen Euro an Steuernachzahlungen von Amazon und Apple erfolgreich eingefordert.

Digitalsteuer

Mittel: Globale Internetkonzerne, die sich mit Onlinewerbung finanzieren, sollen eine Digitalabgabe von 3 Prozent ihres Umsatzes entrichten.

Zweck: Gerechtere Abschöpfung und Umverteilung der Gewinne, die Internetkonzerne mit den Daten von europäischen Nutzern erzielen.

Folgen: Schrumpfende Gewinne für die Internetkonzerne, falls das Modell von der OECD anerkannt wird und in der ganzen Welt zur Anwendung kommt.

Unterstützung erhält der Franzose von Österreichs Bundeskanzler **Sebastian Kurz**. Seine Regierung veröffentlichte vor wenigen Wochen eigene Pläne für eine Digitalsteuer. Kritik daran wurde allerdings laut, weil das Gesetz Google und Facebook gezwungen hätte, IP-Adressen zur Identifizierung von Österreichern im Internet sieben Jahre lang aufzubewahren. Und dies nicht einmal anonym. Der Vorschlag wird derzeit wieder überarbeitet.

Ob eine Digitalsteuer auf EU-Ebene eingeführt wird, ist offen. Steuerfragen verlangen Einstimmigkeit. Und mehrere EU-Staaten treten beim Thema auf die Bremse: Insbesondere die Finanzminister von Irland (europäischer Sitz von Facebook, Google und Apple) und Luxemburg, aber auch von Schweden (Sitz von Spotify) sind skeptisch. In Brüssel wartet man daher ab und spekuliert auf die OECD. Diese könnte bis 2020 eine Digitalsteuer für verbindlich erklären. Dadurch würde Europa keine Standortnachteile erleiden.

Die **Schweiz** hat es bei der Digitalsteuer dagegen nicht eilig. Finanzminister Ueli Maurer war zwar noch 2017 sehr angetan von der Idee. Sein Departement relativierte aber diesen Januar. Solche neuen Interimsmassnahmen könnten zu einer «Überbesteuerung» führen, sagt Sprecher Frank Wettstein zur Republik. Trete die OECD-Vorgabe aber im Jahr 2020 in Kraft, so werde der Bundesrat seine Position sicherlich wieder korrigieren.

Egal ob die Schweiz mitmacht, absehbar ist: Die Staatengemeinschaft wird – angeführt von der Europäischen Union – die Steuerschrauben anziehen.

Doch die EU will noch mehr. Nicht nur an den Staat sollen mehr Gelder fließen: Auch die Künstlerinnen und Autoren sollen stärker an den Bezahlströmen beteiligt werden. Denn mit deren Inhalten verdienen sich Google, Facebook und Co. eine goldene Nase. Dies beschlossen die EU-Institutionen vor kurzem.

3. Geschützte Urheberrechte

Und zwar mit der sogenannten Urheberrechtsreform. Sie wurde im März vom Europäischen Parlament abgesegnet und am 15. April im EU-Minister rat formell bestätigt. Die Richtlinie enthält insgesamt 22 Artikel. Die heftigsten Diskussionen entstanden wegen deren zwei: Artikel 15 und 17.

Artikel 15 (vormals 11) besagt, dass Google News in seiner Linkvorschau keine Artikel von Medien mehr zusammenfassen darf – es sei denn, der Konzern bezahlt dafür.

Artikel 17 (vormals 13) stellt Plattformen wie Youtube gewissermassen ein Ultimatum: Entweder schliessen sie Lizenzverträge mit allen Künstlern ab, oder sie leiten «angemessene und verhältnismässige Massnahmen» ein, um die Werke von ihren Usern angemessen vor Gratiskopien zu schützen. Es ist davon auszugehen, dass dieser Schutz nur durch Vorab-Scanning, sprich: mit automatisierten Filtersystemen bewerkstelligt werden kann.

Hinter dem Gesetz steckt eine hehre Absicht. Im Internet soll nicht mehr die uneingeschränkte Copy-Paste-Wirtschaft herrschen, sondern ein System, das auf die eigentlichen Urheber von Inhalten mehr Rücksicht nimmt.

Urheberrechtsreform

Mittel: Wenn über Suchmaschinen oder Videoplattformen Material gezeigt wird, soll der Urheber dieses Materials entschädigt werden.

Zweck: Eine bessere Balance der Einnahmen; Künstler und Medienhäuser sollen mehr Geld, die Plattformen weniger Geld erhalten.

Folgen: Schwer absehbar: Sie reichen von einer Linksteuer bis zu Uploadfiltern, die die Plattformen installieren würden. Kritiker sprechen von drohender Zensur.

Kritikerinnen fürchten allerdings ein «kaputtes Internet», in dem die kreative Weiterbearbeitung in Form von zum Beispiel Remixes oder Memes nicht mehr möglich sein wird. Filter seien zudem fehlerhaft und würden Parodie und Satire nicht erkennen, wird bemängelt. Die Ängste sind begründet: Zwar kommt das Wort Uploadfilter im Entwurf nicht vor. Doch wie sonst sollen Plattformen das hinaufgeladene Video- und Songmaterial – 400 Stunden Inhalt pro Minute auf Youtube – sichten?

Pikant ausserdem: 2012 hat der Europäische Gerichtshof Uploadfilter für grundrechtswidrig erklärt. Es könnte daher bald erneut zu einer Klagewelle kommen.

Die Kommission Juncker hat die Urheberrechtsreform aufgegleist. Im Rechtsausschuss federführend und in der öffentlichen Debatte sehr präsent war der deutsche CDU-Abgeordnete **Axel Voss**. Er hat sich für Artikel 17 besonders starkgemacht. Als geistiger Vater des Leistungsschutzrechts für Medienhäuser, Artikel 15, gilt der deutsche Verlagschef **Mathias Döpfner**. In Deutschland existiert das Leistungsschutzrecht seit 2013, es warf jedoch aufgrund von Gratislizenzen für Google bisher noch keinen Cent ab.

Die Länder haben nun rund zwei Jahre Zeit, die Reform in nationales Recht zu übersetzen. Im dümmsten Fall entstehen 27 unterschiedliche Gesetze.

Die **Schweizer Verlage** müssen wohl auf den potenziellen neuen Geldtopf verzichten. Hier hat die Medienlobby die Gelegenheit gepackt und das Leistungsschutzrecht in eine eigene Urheberrechtsreform gesteckt. Die entsprechenden Passagen sind Artikel 37a (Leistungsschutzrecht für die Verleger) und der Zusatzartikel 13b (Vergütung für die Werke von Journalisten). Die Ständeratskommission strich die beiden Artikel diese Woche.

So oder so wird Europas Artikel 17 aber auch für hiesige Youtuberinnen oder Blogger Folgen haben. Denn die Technologiefirmen werden die Schweiz nicht anders behandeln als die EU-Länder. Genau so, wie es schon bei der DSGVO der Fall gewesen ist.

4. Datenschutz für die Nutzer

Es ist ein Monster-Regelwerk, das am 24. Mai 2018 in Kraft getreten ist. An diesem Datum wurde die Beweislast in Sachen Datenschutz umgekehrt: Nicht mehr der Internetnutzer sollte sich ständig wehren müssen, sondern die Unternehmen sollten haftbar gemacht werden können – für unnötige Datenerhebungen, für Datenlecks und für die Sicherheit ihrer Kunden.

Damit Vergehen auch wirklich wehtun, sollen künftig Bussgelder fließen: bis zu 4 Prozent des Umsatzes. Und die Unternehmen müssen liefern. Die Datenschutzrichtlinien sind für das digitale Zeitalter upgedatet worden.

Datenschutz-Grundverordnung DSGVO

Mittel: Plattformen müssen explizite Zustimmung von Nutzern zum Speichern ihrer Daten einholen und eine Kopie davon den Nutzern zur Verfügung stellen.

Zweck: Die Rechte von Nutzern zu stärken und den Wettbewerb unter den Plattformen zu stärken. Das Prinzip «The Winner Takes All» soll gebrochen werden, damit es weniger Monopole im Internet gibt.

Folgen: Datensammlungen über Europäer wurden minimiert. Ob die Idee funktioniert, mittels DSGVO den Wettbewerb zu stärken, ist noch unklar.

Als einer der Väter der DSGVO gilt **Jan Philipp Albrecht**, ein grüner Politiker, der sich auf IT-Recht spezialisiert hat. 2012 wurde er Berichterstatter des Europäischen Parlaments. Albrecht handelte einen Kompromiss aus 4000 Änderungsanträgen aus und konnte sich gegen die mächtige Lobby der Technologiekonzerne durchsetzen. Sie können nun eingeklagt werden.

Der Klagen angenommen hat sich eine Reihe von Aktivisten. Der grösste Coup gelang dem österreichischen Juristen **Maximilian Schrems**, bekannt als der Sieger des Safe-Harbour-Prozesses. Seine Rüge: Obwohl von der

DSGVO explizit verboten, verfolgten die grossen Datenkonzerne weiterhin den «Friss oder stirb»-Ansatz – entweder setzte die Nutzerin überall ihr Häkchen hin, oder sie wurde gezwungen, ihr Benutzerkonto zu löschen.

Dies widersprach dem Geist der DSGVO: Genau mit diesen Spielchen sollte eigentlich Schluss sein. Schrems reichte vier Klagen ein gegen diesen «nordkoreanischen Einwilligungsprozess». Und gewann mit seiner Organisation NOYB («none of your business») bereits die erste Runde.

Nach einer Klage von NOYB hat die französische Datenschutzbehörde CNIL eine Busse über 50 Millionen Euro gegenüber Google verhängt. Es ist bisher die höchste Strafe einer europäischen Datenschutzbehörde. Facebook und ihre Tochterfirmen Instagram und Whatsapp sind als Nächstes dran. Das grösste soziale Netzwerk wird sich aufgrund seines schwerwiegenden Datenlecks von September 2018 zudem auf eine Geldstrafe von 1,63-Milliarden Dollar gefasst machen müssen. Die Untersuchung der irischen Datenschutzbehörde ist demnächst abgeschlossen. Wegen mangelnder DSGVO-Kompatibilität will sich die Organisation NOYB auch Streamingdienste wie Netflix vorknöpfen. In einem Test zeigte sich, dass das «Recht auf Auskunft» gemäss Artikel 15 der Verordnung ungenügend umgesetzt sei.

In der EU soll Mitte 2019 die **E-Privacy-Verordnung** weiterverhandelt werden. Sie konkretisiert das sehr abstrakt formulierte DSGVO-Regelwerk. Damit soll endgültig klar sein, wann Tracking auf Websites erlaubt ist und wann nicht.

Die europäischen Datenschutzinitiativen sind ein politischer Erfolg. Noch nicht erfüllt haben sich jedoch die ökonomischen Erwartungen an die DSGVO.

Es gibt kaum geeignete Software für die Portabilität persönlicher Daten. Zwar hatten Google, Twitter, Microsoft und Facebook 2017 gemeinsam das **Data Transfer Project** angekündigt: Damit sollte es möglich werden, beispielsweise Fotos mit wenigen Klicks von Google zu Microsoft zu migrieren. Um das Vorhaben wurde es jedoch erstaunlich ruhig.

Die **Schweiz** zielt sich. Ihr Datenschutzrecht aus dem Jahr 1992 wurde zwar einem digitalen Update unterzogen, wird aber erst nach den eidgenössischen Wahlen endgültig legiferiert. Die Wirtschaftsverbände hatten einen ersten EU-kompatiblen Entwurf des Bundesrats kritisiert. Der zweite Entwurf wurde entschärft und verwässert: Grundsätze wie «Privacy by Design» wurden zwar übernommen, bleiben aber bei Nichteinhaltung aufgrund von niedrigen Sanktionsmöglichkeiten zahnlos. Die genaue Ausgestaltung der Revision wird einer der wichtigsten Schwerpunkte der neuen Legislatur.

Fazit

Mit ihren Regulierungsbestrebungen verfolgt die EU zwei Ziele: den Schutz der Privatsphäre und mehr Wettbewerb. Digitale Bürgerrechte sind also kein Selbstzweck, sondern sollen gleichzeitig den Binnenmarkt stimulieren. Hinter der Datenschutzbürokratie steckt somit auch ein ökonomisches Kalkül: Die Datensilos der GAFA-Konzerne sollen gebrochen und die Chancen von kleinen Start-ups vergrössert werden.

Das ist nicht uneigennützig: Auf einer Liste der 200 grössten Internetfirmen figurieren gerade mal acht Europäer. Es gibt ausser SAP, Soundcloud und Spotify kaum bekannte und erfolgreiche europäische Tech-Konzerne.

Die mächtigen Tech-Konzerne aus dem Silicon Valley verfolgen mit ihrem Schrei nach mehr Regulierung ebenfalls ein ökonomisches Kalkül: Je umfangreicher die Regelwerke, desto grösser werden auch die IT-Budgets, die für Dinge wie eine sichere Datenspeicherung und -migration nötig sind. Für neue Konkurrenten mit datengetriebenen Geschäftsmodellen könnte sich der Marktzugang dadurch sogar noch erschweren. Neue Gesetzeswerke bedeuten auch höhere Eintrittshürden. Und das hatten Europas Politikerinnen sicher nicht beabsichtigt.

Immerhin hat Brüssel eine Lektion aus der DSGVO gelernt: Die unerbittliche deutsche Abmahnindustrie knöpfte sich kurz nach Inkrafttreten vor allem die «Kleinen» vor. Deswegen wurde bei der Urheberrechtsreform in diesem Punkt nachgebessert: Artikel 17 gilt nur für Plattformen mit mindestens 10 Millionen Euro Umsatz und mindestens 5 Millionen Besuchern pro Monat. Sprich: für GAFA.

EU vs. Big Tech – Wettbewerb gegen Monopol: Wer sich durchsetzt, ist offen.

Ziemlich sicher ist, dass der Regulierungselan auch über die anstehenden EU-Wahlen hinaus Bestand haben wird. Die Konservativen, Sozialdemokraten, Liberalen und Grünen bekennen sich fast unisono zum Datenschutz. Sie haben die meisten Gesetzesprojekte zur Internetregulierung vorangetrieben. Die prognostizierten Sitzgewinne von Rechtspopulisten dürften kaum ausreichen, um diese Mehrheit zu brechen.