



Yandex - ein Tech-Unternehmen kreiert Zombies

Am Anfang war Yandex ein hipbes russisches Tech-Start-up. Dann wurde es zum grössten Propagandainstrument des Kreml. Jetzt versucht das Unternehmen verzweifelt, seine toxischen Produkte loszuwerden und zu seinen Wurzeln zurückzukehren.

Von [Adrienne Fichter](#), Ivan Ruslyannikov (Text) und Daniel Stolle (Illustration), 14.07.2022

Wer in Russland etwas im Internet sucht, wird den Begriff vielleicht *googeln*. Doch wahrscheinlicher wird er oder sie den Begriff *yandexen*.

[Yandex.ru](#) ist mit 60 Prozent Marktanteil die führende russische Suchmaschine. Doch ihre Startseite ist viel mehr als das: Sie ist quasi das

Eintrittstor zum russischen Internet. Yandex bietet Nachrichten, Wetterberichte, Videos, E-Mail- und Streamingdienste, Blogs, Transportangebote und Essenslieferungen aus einer Hand an. Auch virtuelle Assistenten, Lieferroboter und selbstfahrende Autos hat Yandex im Angebot.

Die Erfinder von Yandex haben ihre Suchmaschine zeitgleich mit der US-Konkurrenz gestartet. Es ist eines der wenigen grossen Tech-Unternehmen, die von einer Frau mitgegründet und zuletzt von einer Frau geführt worden sind. Und auch wenn ausserhalb von Russland kaum jemand den Namen des Konzerns mit knapp 20'000 Mitarbeitenden kennt, bezeichnet sich Yandex selbst als grösstes europäisches IT-Unternehmen.

Noch am 22. Februar – zwei Tage bevor der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine begann – präsentierten sich zwei gut gelaunte Moderatoren in Hoodies und mit grossen Kaffeetassen in der firmeneigenen Gesprächsreihe «Ya Talks». Sie plauderten mit zwei *Machine-learning*-Experten über die virtuelle Assistentin Alisha: was die digitale Helferin bereits alles versteht, welche Wörter sie noch falsch ausspricht. Die Stimmung war gut, die Aussichten für 2022 sahen vielversprechend aus, das Unternehmen hatte im Jahr zuvor 2,5 Milliarden Euro Umsatz gemacht.

Dann kam der 24. Februar 2022.

Die Yandex-Geschäftsführer traten nacheinander ab, der Handel an der US-Börse Nasdaq wurde ausgesetzt und die Unternehmensaktie brach um 75 Prozent ein. Ausländische Partner zogen sich reihenweise zurück, bis zu einem Viertel der Belegschaft flüchtete ins Ausland.

Heute steckt das Unternehmen in einer tiefen Krise, in die es sich selbst manövriert hat: Das Konglomerat mit Sitz in Moskau ging eine gefährliche Liaison mit dem Kreml ein. Einerseits aus protektionistischen Gründen, um gegen den Tech-Giganten Google aus den USA zu bestehen. Andererseits aus politischem Opportunismus, um in Ruhe gelassen zu werden.

Die Rechnung ist nicht aufgegangen. Denn die EU macht Yandex für die Desinformation der russischen Bevölkerung mitverantwortlich und hat die Führungskader des Unternehmens mit Sanktionen belegt.

Tatsächlich wurde Yandex in den fast 25 Jahren seines Bestehens zur grössten digitalen Echokammer des Kreml. Alle angezeigten Medienlinks beim Nachrichtenaggregator Yandex News (dem russischen Pendant von Google News) sind vom russischen Regime abgesegnet. Wer sich auf Yandex Informationen über die vom Staatsfernsehen präsentierte «Spezialoperation» in der Ukraine beschaffen will, bleibt in einer Propagandablase gefangen. Der Begriff «Krieg» existiert nicht in der Yandex-Welt. Und damit auch nicht im russischen Internet. «Unsere Suchmaschine ist der Spiegel des russischen Netzes», so drückt es ein Mitarbeiter gegenüber der Republik aus.

Staatspräsident Wladimir Putin lässt sich regelmässig die Startseite mit den Top-5-Meldungen von Yandex News ausdrucken und auf seinem Schreibtisch ausbreiten. Die eigentlich als Qualitätsmassnahme konzipierte Idee, Medieninhalte in die Suchresultate zu integrieren, weckte das Interesse des Kreml und führte seit dem Georgien-Krieg 2008 zu regelmässigen Besuchen von Beamten in der Yandex-Zentrale.

Doch das ist nicht die einzige Anekdote, die sich zu erzählen lohnt. Da wäre etwa auch der Umstand, dass die auf Yandex ausgespielten Propagandamedien diesen Frühling 706 Millionen Euro Werbegeld einspielen. Und dass das Moskauer Management seine Newssparte dennoch aus dem Portfolio verbannen möchte.

Oder der Umstand, dass ausgerechnet die Geoinformationen von Yandex Maps Rechercheuren heute dabei helfen, russische Kriegsverbrechen aufzuklären.

Die grösste ironische Wendung ist allerdings, dass Yandex mit dem Angriff auf die Ukraine nun de facto ein Monopolist geworden ist auf dem russischen Markt. Die Userzahlen sind seit Kriegsbeginn explodiert. Fast die gesamte amerikanische IT-Konkurrenz ist von der Zensurbehörde ausgeschaltet worden. Es ist das eingetreten, was sich die Yandex-Führungsriege schon immer gewünscht hat: Sie beherrschen das Internet ganz allein.

Und trotzdem steht die Firma nahe am Bankrott.

Dabei möchten nicht wenige der Mitarbeiterinnen im grössten russischen Big-Tech-Unternehmen eigentlich bloss an Technologien wie selbstfahrenden Autos, Lieferrobotern und Drohnen tüfteln. Und wieder zu den Wurzeln in den frühen Nullerjahren zurückkehren, als Yandex ein agiles, modernes, hippes und verspieltes Start-up und – vor allem – politisch neutral war.

Das ist die Geschichte eines innovativen Unternehmens, das seit Februar in einer tiefen Identitätskrise steckt. Einer Firma, die sich selbst als progressiv betrachtet und unfreiwillig zum Sprachrohr Wladimir Putins wurde. Und damit zu einer Geisel des russischen Diktaturapparats.

Zu dieser Recherche

Für die Recherche haben wir Hintergrundgespräche mit über einem Dutzend aktuellen und ehemaligen Yandex-Angestellten und Kadermitarbeitern geführt sowie zahlreiche öffentlich verfügbare russische Quellen ausgewertet. Um Repressionen vorzubeugen – Personen, die den Krieg als Krieg bezeichnen, drohen Haftstrafen von bis zu 15 Jahren –, nennen wir nur wenige Namen. Wir stützen uns bei den Medienquellen auf «Meduza», «Nowaja Gasetta», «Dekoder», «Mediazona», Forbes Russia, DW, BBC Russia, TV Rain.

1. Hip und russisch – die frühen Jahre

Im Jahr 2000 flimmerte ein kurzer, bizarrer Werbespot über russische Fernsehbildschirme. Darin war ein gesuchter Verbrecher mit einer grossen Narbe auf der Wange und einem Kurzhaarschnitt zu sehen, der auf einen schick gekleideten und verängstigten Geschäftsmann zugeht, ihm auf den Fuss tritt und sagt: «Hast du eine Zigarette?» Danach folgte der Slogan: «Yandex. Alles wird gefunden.» Der Spot erlangte Kultstatus.

Bereits damals gehörte Yandex.ru zu den sieben beliebtesten Websites im russischen Segment des Internets. Der Name ist mutmasslich ein Kürzel von «yet another indexer». Die drei Erfinderinnen tüftelten seit 1993 an verschiedenen Versionen der Suchmaschinen-Software. (Eine andere Erklärung ist: Я/Ya/Ja bedeutet ausgesprochen «ich», und Yandex bildet somit einen Neologismus aus «ich» und «Index».)

Die Erfinderinnen heissen Arkadi Wolosch, Jelena Kolmanowskaja und Ilja Segalowitsch. Gemeinsam lancierten sie im Jahr 1997 die erste kyrillische Suchmaschine. (Zeitgleich wagte sich das Erfinderduo Sergej Brin und Larry Page im amerikanischen Mountain View ebenfalls an das Experiment einer Suchmaschine und hob Google aus der Taufe.)

Nach der Unternehmensgründung im Jahr 2000 war Yandex in Russland praktisch konkurrenzfrei. Das änderte sich erst, nachdem die Google-Gründer 2003 Moskau besucht hatten, um eine potenzielle Übernahme des russischen Suchmaschinenkonzerns einzufädeln. Das Topmanagement rund um Wolosch, Kolmanowskaja und Segalowitsch lehnte das Angebot ab, weil es einen Autonomieverlust befürchtete. Das Google-Management reagierte auf diesen Korb mit der Eröffnung von eigenen Büros in Moskau – und Investitionen in Google.ru.

Es war der Beginn eines grossen Konkurrenzkampfes, der bis heute andauert.

Yandex war in den Nullerjahren auf Wachstumskurs und blieb damals mehr oder weniger unbehelligt vom Kreml. Früh bauten die Entwickler eine E-Commerce-Sparte auf, später folgten Videos, Browser und Musikdienste. Die Büros von Yandex haben dasselbe Design wie die Räume der amerikanischen Tech-Konzerne: viele bunte Etagen, einige davon gelb wie das Firmenlogo.

Es herrschte eine «spielerische, horizontale Kultur», man trug Yandex-Shirts, alle waren per Du – was sehr ungewöhnlich war für die «stark hierarchischen Strukturen und die rigide Businesskultur» Russlands, wie eine ehemalige Angestellte sagt. Jeden Freitag gab es grosse Meetings (*khural*), in denen Wolosch und Co. per Stream aus Moskau ihren Mitarbeiterinnen auf der ganzen Welt Rede und Antwort standen.

Wer in den europäischen oder asiatischen Büros von Yandex arbeitete, spürte die zunehmend autoritären Tendenzen in Russland kaum. Man versuchte progressiv, innovativ und «nach vorne gerichtet» zu arbeiten und zu denken.

Nicht wenige Yandex-Mitarbeitende glauben bis heute, dass eine Unternehmenskultur und auch Technologie per se immer «neutral» seien und sein sollten. «Wir waren nur auf das Engineering konzentriert. Es gibt keine Mission bei Yandex wie bei Googles *«Don't be evil»*», sagt ein anderer ehemaliger Mitarbeiter. Man wollte einfach das nächste Ding coden und nichts mit Politik zu tun haben. Eine Yandex-Sprecherin sagt gegenüber der Republik: «Das Ziel von künstlicher Intelligenz ist es, Voreingenommenheit zu vermeiden und Fakten so objektiv, vollständig und genau wie möglich zu vermitteln.»

Diese betont apolitische Haltung war wohl einer der Gründe, weshalb zunächst Vorgaben und später auch Schikanen des Kreml hingenommen worden sind.

Gesprochen wurde in den Moskauer Yandex-Büros in erster Linie Russisch. Ein Grossteil der Angestellten kam direkt aus den Eliteuniversitäten des Landes. Russland profitierte dabei von Relikten aus der Sowjetunion: Die guten Ausbildungsstätten für Natur- und Technikwissenschaft bauten in den Neunzigerjahren auf dem Bildungssystem aus der Sowjetzeit auf.

Doch später war das Informatikstudium nicht mehr State of the Art, besonders hinsichtlich der Entwicklungen in den Bereichen künstliche Intelligenz und *machine learning*. Yandex begann eigene Akademien zu etablieren, 2007 etwa die Yandex School of Data Analysis, und später wurde gemeinsam mit der Wirtschaftshochschule Moskau ein Informatikdepartement gegründet.

«Für viele diente die Anstellung bei Yandex als Sprungbrett, um nachher zu Google Moskau zu wechseln – und später in den Westen zu ziehen», sagt

eine frühere Mitarbeiterin. Nicht wenige Yandex-Angestellte arbeiten heute bei Samsung, Meta oder Uber.

Die Gründer Wolosch und Segalowitsch waren durch die wöchentlichen *khural*-Meetings für die meisten Angestellten zugänglich und nahbar. Über die Mitgründerin Kolmanowskaja ist hingegen sehr wenig bekannt. Sie hielt sich gemäss Angaben von früheren Mitarbeitenden im Hintergrund und konzentrierte sich auf redaktionelle Aufgaben.

Die Charaktere hätten unterschiedlicher nicht sein können: Wolosch galt als Entrepreneur, der das grosse Ganze im Blick hatte, die Expansion forcierte und sich mit den politischen Realitäten in Russland arrangierte. Segalowitsch wollte einfach nur coden und wird rückblickend als warmherzig, unglaublich intelligent und als Idealist beschrieben.

Alle Angestellten, mit denen die Republik gesprochen hatte, schwärmen noch heute für den ehemaligen CTO Segalowitsch. Er merkte sich die Namen der meisten Mitarbeitenden, zumindest solange das Unternehmen noch einigermassen überschaubar war.

Segalowitsch begann früh, sich mit Spracherkennung, *Machine-learning*-Algorithmen und Empfehlungssystemen auseinanderzusetzen. «Für ihn war klar: Wer etwas auf Yandex sucht und auf der ersten Seite kein Suchresultat findet, soll direkt zu Google oder anderen Seiten weitergeleitet werden», sagt ein früherer Ingenieur. Gab es kein Suchergebnis, war für Segalowitsch klar: Wir haben unseren Job schlecht gemacht, nicht der User.

Die Suchmaschinen-Expertinnen bei Yandex führten dieselben Debatten wie ihre amerikanischen Konkurrenten: Was sind relevante Suchresultate? Ähnlich wie bei Google der Page-Rank-Algorithmus einen Qualitätsbooster für Suchergebnisse bedeutete, wollte auch das russische Pendant jeden Tag bessere Ergebnisse erzielen. Ein ehemaliger Junior Search Engineer erinnert sich: «Als ich anfing, hiess es, ich solle seriöse russische Nachrichtenquellen integrieren.» Der Traffic der Medien stieg dank der Suchmaschine und der Nachrichtensparte, die im Jahr 2000 integriert worden ist, immer weiter an.

Was zunächst als Qualitätsmassnahme gedacht war, weckte später das Interesse des Kreml.

Mitgründer Segalowitsch war ein stiller Rebell – und im Herzen ein aufrichtiger Demokrat. Er nahm an den Protesten anlässlich der Präsidentschaftswahlen 2011 teil und meldete sich in Moskau als Wahlbeobachter an. Seine Aktionen waren nie zu explizit, er äusserte sich kaum direkt zur Politik des Kreml. Indirekt schon: Bekannt war Segalowitschs Engagement für Waisenkinder. Er kritisierte ein Gesetz, das die Adoption von russischen Waisenkindern durch Ausländer verbot.

2013 starb Segalowitsch im Alter von 48 Jahren an Krebs. Ein Schock für die Belegschaft. Einige der Mitarbeitenden, mit denen die Republik sprach, verliessen daraufhin ihre gut bezahlten Jobs.

Sie taten es aus zwei Gründen: Einerseits, weil sie die Zeichen der Zeit erkannten – ein Jahr später annektierte Russland die Krim. Putin wurde trotz massiver Proteste wieder als Präsident gewählt, es gab Schauprozesse gegen Aktivistinnen wie die Punkband Pussy Riot und ein Anti-Homosexuellen-Gesetz. Das politische Klima wurde rauer und repressiver.

Andererseits aber auch, weil sich zu diesem Zeitpunkt das Unternehmen zu professionalisieren begann. Es wurden ehemalige Manager von amerika-

nischen Big-Tech-Firmen an Bord geholt, die nur noch die Performance im Blick hatten. Damit hörten Spass und Spielereien für die Mitarbeitenden der ersten Stunde auf, auch Mitgründerin Jelena Kolmanowskaja verliess das Unternehmen.

Eine Ära ging zu Ende.

2. Besuch aus dem Kreml

Lev Gershenzon kann mit der Verklärung der frühen Yandex-Jahre nicht viel anfangen. Er leitete von 2005 bis 2012 die Nachrichtensparte Yandex News. Anders als Mitarbeitende, die in politisch neutralen Bereichen wie der E-Commerce- oder der Musiksparte arbeiteten, bekam er die Begehrlichkeiten des Kreml früh in voller Härte zu spüren.

«Die ersten Repressionen gab es schon damals», erzählt er der Republik.

Gershenzon, der heute in Berlin lebt, spricht offen in einem westlichen Medium über die Entwicklung seines früheren Arbeitgebers. Yandex News, sein «Baby», ist für ihn der grösste Treiber des Informationskriegs: «Wer nach Informationen zum Krieg sucht, findet bei Yandex folgenden Tenor: «Irgendetwas ist da in der Ukraine passiert, aber nichts Besonderes.» Und genau das ist das Hauptproblem.»

Die gross angelegte virtuelle Gehirnwäsche begann aber schon viel früher, genauer: im Jahr 2008.

Kurz vor dem fünftägigen Georgien-Krieg in Südossetien bekam Gershenzon Besuch vom ersten stellvertretenden Generalstabschef und dem stellvertretenden Leiter der Abteilung für Innenpolitik. Bei diesem Treffen, erinnert sich Gershenzon, verlangten die Beamten, dass Yandex in der Suchmaschine nur noch Artikel aus Quellen anzeige, die vom Kreml genehmigt wurden. Die bei Yandex News gelisteten georgischen Medien wurden als «feindliche Medien» bezeichnet.

Die Beamten verlangten «im Falle eines Krieges» Zugang zur Bedienungsfläche von Yandex News. Bei diesem ersten Besuch, sagt Gershenzon, sei es ihm gelungen, sich aus den haarsträubenden Forderungen des Kreml «herauszureden».

In den Jahren danach häuften sich jedoch die Besuche aus dem Kreml. Russland erkannte, dass es die globale Wahrnehmung beeinflussen muss, und fuhr seinen Propagandaapparat sukzessive hoch. Der Staatssender Russia Today wurde gegründet, der heute in mehreren Sprachen verfügbar und in Europa so einflussreich ist, dass die EU ihn sperren liess. Der Kreml habe nach dem Georgien-Krieg sicherstellen wollen, dass die mehreren Dutzend Millionen Leser auf Yandex das für den Staat «richtige und sichere» Bild sehen, sagt Alexander Amzin, Medienberater und Autor des Buches «Internet Journalism», der Republik.

Die Yandex-Führung sah sich zu immer mehr Kompromissen gezwungen: Je höher die Suchresultate bei Yandex News, desto mehr sei «zurecht-kastriert» worden, sagt Gershenzon: «Wir hatten eine leistungsfähige Maschine für die Verbreitung von Informationen aufgebaut – mit einer sehr begrenzten Anzahl von Quellen.»

Yandex News etablierte sich immer mehr als wichtigste Traffic-Quelle der russischen Medien. Der Medienexperte Amzin erklärt: «Da der russische Leser nicht bereit ist, für einen Artikel im Internet zu bezahlen, stützt

sich fast der gesamte russische Medienmarkt nur auf Werbung als einziges Geschäftsmodell.» Das bedeutet: Nur Traffic und Reichweite zählen. Und Yandex News lieferte sie.

Das hatte Folgen für die Medienlandschaft: Die russischen Redaktionen wurden «yandexisiert». Journalistinnen mussten ihre Nachrichtentexte so schreiben, dass sie in Yandex Toppositionen landeten. Amzin betrachtet diese Yandex-Ausrichtung vieler russischer Medienhäuser als strategischen Fehler: «Die Lage auf dem Werbemarkt verschlechterte sich seit der Annexion der Krim. Dennoch versuchen viele russische Medien, nur noch über Yandex guten Traffic zu bekommen.»

Die Georgien-Episode zeigt: Der Staat hatte schon Druck gemacht, lange bevor die ersten repressiven Internetgesetze 2016 in Kraft traten. Und Yandex News wurde zur populären Klickquelle für russische Medien.

Doch ausgerechnet im wichtigsten Markt ausserhalb von Russland konnte sich Yandex trotz anfänglichem Erfolg nicht flächendeckend durchsetzen: in der Ukraine. Und das sollte gravierende politische Folgen haben.

3. Die misslungene Expansion in der Ukraine

Während in Russland die Restriktionen zunahmen, versuchte Yandex, weltweit Fuss zu fassen. Bei den Mobilitätsdiensten gelang dieser Plan nicht schlecht. In der Côte d'Ivoire, Estland, Lettland, Ghana, Finnland, Georgien, Kasachstan und Serbien wurde Yandex unter der Marke Yango bekannt mit einem Lieferservice analog zum amerikanischen Unternehmen Uber. In Israel war der Essenslieferdienst Yandex Lavka populär, und auch in der Türkei war das Unternehmen bis 2020 mit einer grossen Niederlassung präsent.

Doch der wichtigste Markt ausserhalb von Russland war ohne Zweifel die Ukraine. Gestartet 2005, erzielte die Yandex-Suchmaschine im Nachbarstaat 2014 einen Marktanteil von 38 Prozent – also just bis zum Aufkommen der Maidan-Bewegung.

Serhiy Petrenko, CEO von Yandex Ukraine von 2005 bis 2014, erklärt das mit der stark lokalen Ausrichtung der Dienste. Man verwendete etwa ukrainische Ausdrücke bei der Benutzeroberfläche: «Zum Beispiel konnte man einen Navigationshinweis in Kiew auf Yandex Maps mit der typisch ukrainischen Bezeichnung «zum linken Ufer des Flusses Dnipro» anzeigen. Wir haben immer die ukrainische Sprechweise verwendet, nicht die russische.»

Die Aktivität des russischen Big-Tech-Konzerns im Nachbarstaat ist aus mehreren Gründen besonders. In den russischen Oppositionsmedien wird Yandex-Mitgründer Wolosch oft als kremlnaher Opportunist dargestellt. Dafür gibt es Gründe: Es existieren mehrere Pressebilder mit dem russischen Präsidenten. Als typischer Geschäftsmann mit Blick auf das Wachstum ist er auf gute Beziehungen mit dem Kreml angewiesen.

Doch was wenige wissen: Wolosch schützte das Personal in den Ukraine-Büros – auch nach der Annexion der Krim, und das wird ihm heute noch angerechnet: «Wir haben immer alles gemeinsam diskutiert», sagt der ehemalige CEO Petrenko. «Wenn wir, die Ukrainer, entschieden: Das sollte nicht in der Ukraine angewendet werden, dann war dies auch das letzte Wort.»

Das Beispiel zeigt, wie das Unternehmen geopolitische Konflikte gekonnt zu umschiffen verstand. Anders als vermutet, spaltete der langjährige

Krieg mit der Ukraine die internationale Belegschaft nicht. Das Firmenmanagement hielt sich zurück. Ehemalige Yandex-Angestellte in Russland bestätigen Erfahrungen, die auch Mitarbeiterinnen in europäischen Ablegern machten: viele Freiräume, keine Einmischung aus Moskau.

Allerdings führt *«local first»*, das Credo von Yandex bei Yandex News, ab Dezember 2013 zu einer grossen Diskrepanz zwischen ukrainischen und russischen Medien. Um Dissonanzen zu vermeiden, entschloss sich der ukrainische CEO Petrenko gemeinsam mit seinem Team und in Absprache mit der Moskauer Zentrale, den Nachrichtenservice von Propagandamedien zu säubern: «Wir haben uns irgendwann entschieden, die russischen Medien aus dem Index zu werfen, denn man kann nicht gleichzeitig Schlagzeilen über friedliche proeuropäische Demonstranten und daneben solche über angeblich randalierende «Bandera-Nazis» ausliefern.» Stepan Bandera (1909–1959) war ein nationalistischer ukrainischer Politiker und ist bis heute eine hoch umstrittene historische Figur.

Petrenko erzählte, wie er Wolosch am 1. März 2014 anrief – also an dem Tag, als der russische Föderationsrat beschlossen hatte, Truppen für die Besetzung der Krim-Halbinsel zu entsenden. Er sagte ihm, dass dieser Beschluss einen Krieg «zwischen unseren Ländern» bedeute, denn das Krim-Büro von Yandex sei nun betroffen.

Wolosch verstand. Und beschwichtigte: Mitarbeiter hätten immer Priorität, und alle Yandex-Dienste sollten ohne politische Präferenzen weiterhin ungehindert und ungefiltert angeboten werden. Für Petrenko war das ein Beweis für Standhaftigkeit. «Ich rechne ihm das hoch an, weil er unter enormem Druck stand.»

Trotz der Autonomie und der lokalen Anpassung der Yandex-Dienste sank ihre Popularität in der Ukraine nach dem Jahr 2014. Ein Analysedienst zeigt, dass Google von diesem Moment an sein russisches Pendant als Suchmaschine überholte. Auch die ukrainischen Medien orientierten sich neu. «Sie haben 2016, 2017 den Schalter umgelegt», sagt Medienberater Amzin. Früher hätten sich die ukrainischen Medienhäuser an russischen sozialen Netzwerken wie VK orientiert, heute richteten die meisten ihre Artikel nach dem Google-Ökosystem aus und seien «Google-News».

Doch die russischen Yandex-Dienste bieten gegenüber der amerikanischen Konkurrenz Vorzüge: So verfügt das russische Unternehmen über präzisere Online-Karten als Google. Und es hilft damit aktuell bei der Aufklärung russischer Kriegsverbrechen: «Yandex liefert für die Ukraine die besten Ergebnisse, sowohl bei den Bildern als auch bei den detaillierten Karten», sagte eine Forscherin jüngst im «Amnesty-Magazin». Dies bestätigt auch Petrenko, dem die Geoinformationen stets ein wichtiges Anliegen waren. Er kaufte 2006 Rohkarten von Kartenunternehmen ein und suchte nach Partnern: «Ein spezielles Team von lokalen Beobachtern hat in den ukrainischen Städten die Karten und die Navigation getestet», sagt er.

Auch der in der Ukraine lebende Journalist Denis Trubetskoy bestätigte die Überlegenheit des russischen Kartenservice: «Viele Taxifahrer haben auch nach 2017 lieber Yandex mit einem VPN benutzt als etwa Google Maps.» Dies habe bei allen Beteiligten Kopfschmerzen verhindert, scherzt er. Trubetskoy erwähnt das Jahr 2017, weil da der damalige ukrainische Präsident Petro Poroschenko sämtliche Yandex-Dienste in der Ukraine sperren liess. Grund: Das Jarowaja-Gesetz, auf das wir später zurückkommen werden (siehe Infobox weiter unten).

Poroschenko wollte mit der Sperrung die Weitergabe von persönlichen Daten von Ukrainerinnen an den russischen Geheimdienst FSB verhindern. Die 11 Millionen Ukrainerinnen, die Yandex-Dienste täglich nutzten, mussten plötzlich umdisponieren: «Die Sperrung sah ich damals kritisch, heute erweist sie sich aus mehreren offensichtlichen Gründen als genau richtig», sagt Trubetskoy.

Die misslungene Expansion von Yandex in der Ukraine dürfte die späteren strategischen Pläne des Kreml beeinflusst haben. Allfällige Beeinflussungsoperationen im Netz, um das Vertrauen der ukrainischen Bevölkerung in die eigene Regierung zu untergraben, waren gescheitert: Die Yandex-Mitarbeitenden spielten nicht mit, die User wandten sich vermehrt Google-Diensten zu und die ukrainischen Medien erschlossen sich neue Traffic-Quellen. Yandex News war somit de facto irrelevant geworden, und nach 2017 wurde das gesamte digitale Ökosystem von Poroschenko ausgeschaltet.

Der Kreml verlor damit einen Teil seiner digitalen Kanäle zur Streuung der Propagandamedien und damit eine wichtige Möglichkeit, die Herzen und Köpfe der Ukrainerinnen zu gewinnen. «Russlands ‹Informationskrieg› gegen die Ukraine hat seine Ziele nicht erreicht», sagt Lennart Maschmeyer vom Center für Security Studies der ETH Zürich. Das ist einer der vielen Gründe, warum Russland seine *soft operations* immer mehr durch Gewaltakte ersetzte: etwa durch Sabotage und Angriffe auf kritische Infrastruktur.

Am Ende mündete das in den Angriffskrieg gegen die Ukraine.

Doch die Maidan-Revolution und die Krim-Invasion 2014 bildeten auch innerhalb von Russland eine Zäsur. War die Beziehung zwischen Kreml und Yandex vorher noch halbwegs harmonisch, nahm der Staat sein wichtigstes IT-Unternehmen nun immer enger an die Kandare. Und zurrte es Stück für Stück fest.

4. Totalitäre IT- und Mediengesetze

Der informelle Deal zwischen Yandex und dem russischen Staat lautete: Putin schafft günstige Rahmenbedingungen für das Gedeihen des Konzerns und darf dafür Gegenleistungen erwarten.

Der Kreml hielt sein Versprechen, zumindest teilweise. 2016 verhängte Russlands Wettbewerbsbehörde eine Kartellstrafe gegen Google: Der amerikanische Big-Tech-Konzern bevorzuge seine eigenen Dienste beim Betriebssystem Android. Es ist eine Klage, wie man sie auch aus der EU kennt. Die Bestrebungen dieser Art mündeten in den neuen europäischen Digital Markets Act. Inzwischen sind in Russland bei sämtlichen neu verkauften Modellen Dienste wie der Yandex-Browser vorinstalliert.

Doch anders als in der EU oder in den USA, wo es Wettbewerbsgesetze gibt, darf Yandex mit seinen Angeboten in Russland ungeniert alle Branchen durchdringen. Yandex ist Uber, Google, Microsoft, Amazon, Youtube, Spotify in einem einzigen Unternehmen vereint. Und erkundet mit seinem riesigen Datenschatz ständig neue Geschäftsfelder. Der Kreml scheint dem nicht im Weg stehen zu wollen, im Gegenteil: Um die Macht der amerikanischen Tech-Riesen zu brechen, ist dem Staat jedes russische Monopol recht.

Die Pandemie schien dabei ein Glücksfall zu sein. Die Umsätze stiegen, das Leben im Homeoffice kurbelte sie kräftig an. 2021 lancierte Yandex seinen Lieferdienst Lavka unter anderem Namen in Frankreich und Gross-

britannien. Und zusammen mit dem amerikanischen Essenslieferdienst Grubhub startete Yandex im selben Jahr das Lieferroboter-Angebot Rover in den USA.

Ohne Yandex geht in Russland heute praktisch nichts mehr. Die SRF-Russland-Korrespondentin Luzia Tschirky schildert, wie sich der IT-Riese inzwischen einem Nervensystem gleich durch alle Lebensbereiche der russischen Bevölkerung zieht. «Wie stark ich von Yandex in meinem Alltag in Russland abhängig war, wurde mir erst in diesem Jahr bewusst nach der Sperrung von Yandex im App-Store. Am Flughafen konnte ich ohne die Yandex-Taxi-App kein Taxi rufen, ohne Yandex-Karten konnte ich unterwegs durch Moskau und Sankt Petersburg keine Wegabkürzungen finden, und ohne den Yandex-Lieferdienst war ich an einem Tag in mehr Geschäften als früher während einer Woche», sagt Tschirky. Kurz: Yandex ist wie sein Pendant Alphabet (Google) ein Datenkonzern geworden.

Doch das war dem Konzern nicht genug.

2019 stellte die damalige Yandex-CEO Elena Bunina in einer TV-Show Putin die Frage, ob die russischen Behörden nicht einfach günstige gesetzliche Regelungen «in unserem sehr besonderen Land» schaffen könnten, damit Yandex der globalen IT-Konkurrenz stets einen Schritt voraus sei. Der Präsident antwortete orakelhaft: «In der heutigen Welt werden häufig nichtmarktwirtschaftliche Methoden im Wettbewerb eingesetzt. Allerdings konkurriert Yandex in Russland erfolgreich mit solchen Giganten wie Google, aber nicht ohne staatliche Unterstützung.»

Dann zwinkert der Kremlchef Bunina zu.

Die Kehrseite dieses angedeuteten staatlichen Supports: Russland verlangt von seiner florierenden IT-Wirtschaft bedingungslose Kooperation und weitgehende Kontrollmöglichkeiten. Dabei geht es nicht nur um den vollständigen Besitz des grössten sozialen Netzwerks (VK) und des grössten Mailedienstes (Mail.ru), sondern im Fall von Yandex auch um Einfluss über das ganze Nachrichtenangebot von Yandex News.

2016, zwei Jahre nach der Annexion der Krim, als die Weltöffentlichkeit die Ukraine wieder zu vergessen begann, verabschiedete die Duma, das russische Parlament, zwei einschneidende Gesetzeswerke: das News-Aggregatoren- und das Anti-Terror-Gesetz (siehe Infobox).

Ersteres schreibt fest, dass Nachrichtenangebote mit mindestens einer Million Besuchern pro Tag nur noch lizenzierte und damit kremltreue Medien anzeigen dürfen. Damit wurde das Arrangement, das vorher einem ständigen Ringen und Aushandeln zwischen der russischen Regierung und den Yandex-Managern unterlag, endgültig verbindlich.

Die Leiterin von Yandex News, Tatjana Isajewa, trat daraufhin noch im selben Jahr zurück. In einem Interview prognostizierte sie, dass Yandex News bald als monotone Einöde daherkommen werde – womit sie recht behalten sollte. Heute wählt der News-Aggregator für die Top-Positionen nur noch aus einem Dutzend Staatsmedien aus, darunter «Iswestija», RIA Novosti, Tass, Interfax, «Rossijskaja Gaseta», RT und «Lenta». Verschiedene Mitarbeitende bestätigten gegenüber der Internetzeitung «Meduza», dass auf Yandex veröffentlichte Nachrichten mittlerweile von Sergei Kirijenko, dem stellvertretenden Stabschef der russischen Regierung, «kuratiert» werden. Und der ehemalige Yandex-News-Chef Gershenzon und «Mediazona»-Chefredaktor Sergej Smirnow bestätigen, dass sich Putin regelmässig die Top 5 auf den Schreibtisch legen lässt.

Aussortiert werden im Nachrichtenindex auch alle Medien mit einem «Agenten-Stempel», was auf ein Gesetz von 2017 zurückgeht: Medienhäuser, die vom Kreml dieses Label verpasst bekommen, müssen zu Beginn eines jeden Artikels ihren «Agenten-Status» anzeigen. Das liest sich dann folgendermassen:

Diese Nachricht (dieses Material) wurde von einem ausländischen Medienunternehmen, das die Aufgabe eines ausländischen Agenten wahrnimmt, und (oder) einer russischen juristischen Person, die die Aufgaben eines ausländischen Agenten wahrnimmt, erstellt und/oder verarbeitet.

«Meduza» mit Sitz in Riga, Lettland, hat diesen Stempel seit April 2021 – mit dramatischen Folgen: Alle Werbekunden zogen sich zurück. Das Qualitätsmedium verlor auf einen Schlag 20 Millionen Rubel monatlich, also etwa 350'000 Euro.

Innerhalb des Yandex-Personals regte sich seit 2016 zunehmend Widerstand gegen die yandexgetriebene «Zombifizierung» der russischen Gesellschaft. Der Begriff «Zombie» wird von Kriegsgegnerinnen wie der ehemaligen Moderatorin Marina Owsjannikowa oder der Journalistin Schanna Agalakowa verwendet. Gemeint ist damit die Apathie und Abstumpfung der Russinnen durch Desinformation und sich bewusst widersprechende Narrative – sodass am Ende alles und nichts wahr ist und niemand mehr etwas glaubt.

Ein ehemaliger Yandex-Mitarbeiter sagte gegenüber «Meduza»: «Yandex News wurde zu einer Art Gregor Samsa [literarische Figur von Franz Kafka, ein Mensch, der plötzlich in einen Käfer verwandelt wurde; *Anmerkung der Redaktion*], den die Familie vergessen wollte, weil man ihn nicht reparieren konnte.»

Ein Blogger kommentierte 2020 die zunehmende Veränderung von Yandex News so: Er wisse, dass viele «Yandexianer» den Gedanken kaum ertragen, für ein Unternehmen arbeiten zu müssen, das das Leben aller zum Schlechten verändern würde. Und er hoffe, dass die vernünftige Fraktion innerhalb der Belegschaft dereinst obsiegen werde.

Der Name dieses Bloggers: Alexei Nawalny.

Der Aktivist Nawalny weiss, wovon er spricht. Er war Opfer von gezielten Manipulationsaktionen bei Yandex News. Recherchen oppositioneller Medien zeigten, dass Mitarbeitende angewiesen wurden, nur noch Falschnachrichten über Nawalny anzuzeigen.

Offenbar war das auch einigen Kadermitgliedern zu viel. Als das News-Aggregatoren-Gesetz in Kraft trat, stand gemäss Recherchen von «Techcrunch» der Verkauf von Yandex News zum ersten Mal zur Debatte. Aber der Dienst war schon zu sehr verwoben mit dem ganzen Yandex-Kosmos. Wer sich etwa bei seinem Yandex-E-Mail-Konto einloggt, dem werden stets die Top-5-Nachrichten angezeigt. Jeder Klick bringt dem Konzern Werbegeld ein. Die Grössenordnung: Im Frühjahr 2022 verdiente Yandex 706 Millionen Euro (41,7 Milliarden Rubel) – allein mit Propagandanachrichten.

Der ehemalige Yandex-News-Direktor Gershenzon ärgert sich, wenn liberale Russinnen versnobt über Propagandamedien reden: «Sie sagen mir: Welcher anständige Mensch liest schon RIA Novosti oder «Iswestija»? Aber Yandex verdient Millionen an diesen «Hinterwäldlern» in Russland.»

Ich will es genauer wissen: Das Anti-Terror-Gesetz und weitere restriktive IT-Gesetze

Das News-Aggregatoren-Gesetz polarisiert seit 2016 die Medienwelt und die Digitalwirtschaft. Aber es gibt noch ein anderes Gesetz, das IT-Unternehmen das Leben zur Hölle macht: das Jarowaja-Gesetz der Duma-Abgeordneten Irina Jarowaja, auch Anti-Terror-Gesetz genannt. Es verlangt von sämtlichen Kommunikationsdiensten eine umfassende Vorratsdatenspeicherung von Telefonaten, Chats, Videos und Fotos – mindestens sechs Monate lang müssen Dienste wie Messenger-Apps Zugriff auf die Verschlüsselungen speichern und auf Anfrage herausrücken.

Die Daten der russischen Internetdienste sollen direkt in die Hände der Geheimdienste fließen. Eigentlich wird für die Datenherausgabe ein richterlicher Beschluss benötigt. Doch Russlands Justiz ist bekannterweise nicht unabhängig. (Zum Vergleich: In vielen westlichen Staaten existieren ähnliche Gesetze, doch sie fordern keine Inhaltsdaten, sondern nur Metadaten, und es herrscht – mehrheitlich – eine funktionierende Gewaltenteilung.)

Aus Angst vor Repressionen spüren die meisten russischen IT-Unternehmen. Einige Berichte belegen, dass auch der IT-Riese Yandex kooperiert, wie etwa im Fall von Natalja Scharina, der Direktorin der Bibliothek für ukrainische Literatur, deren Daten dem Geheimdienst FSB übergeben wurden. Yandex hat kaum eine andere Wahl: Firmensitz, Server und Datenzentren liegen in Russland. Nur der Rechtssitz der gesamten Yandex-Gruppe befindet sich in den Niederlanden, aufgrund eines Steuerabkommens mit Russland.

Damit die Tech-Unternehmen nicht öffentlich gegen das Anti-Terror-Gesetz aufbegehren, wurde ihnen 2018 ein Maulkorb verpasst. Über die Datenweitergabe darf nicht gesprochen werden. (Soeben wurde übrigens der Schweizer Messenger-Dienst [Threema in Russland zu einer Geldbusse von 14'000 Euro wegen Verstosses gegen das Gesetz verurteilt.](#))

Fehlende Datenschutzgesetze und die politische Vorgabe, dass Verschlüsselungen zu knacken sein müssen, sorgen dafür, dass IT-Unternehmen in Russland die IT-Sicherheit vernachlässigen. Wie schlecht die Userdaten geschützt werden, zeigte etwa eine Panne beim Yandex-Essenslieferdienst. Dabei wurden die Bestellungen sämtlicher [FSB-Agenten publik.](#)

Dem Kreml waren die Kontrolle der Nachrichten und der uneingeschränkte Zugriff jedoch nicht genug. Er wollte 2019 auch noch Anteile an den wichtigsten Internetunternehmen. Ein Abgeordneter von Putins Partei Einiges Russland verlangte in einem Gesetz 20 Prozent Staatsanteil bei den wichtigsten Tech-Playern des Landes. [Yandex-Mitgründer Arkadi Wolosch konnte zwar in einer Allianz mit weiteren russischen IT-Unternehmen das Gesetz gerade noch verhindern, musste dafür aber einen Kompromiss eingehen.](#) Heute verfügt eine staatsnahe Stiftung, in der loyale und kremlnahe Personen aus Politik und Kultur sitzen, über 10 Prozent der Yandex-Anteile und hat damit auch klare Mitbestimmungsrechte.

5. Die Invasion der Ukraine 2022: Yandex tötet Menschen

Seit der Invasion postet der ehemalige Yandex-Manager Gershenzon regelmäßig kritische Social-Media-Beiträge über die Mitverantwortung seines ehemaligen Arbeitgebers am Kriegsgeschehen. Das sorgt immer wieder für Unruhe im Betrieb.

Am 1. März 2022 – eine Woche nach der Invasion der Ukraine – eskalierte die ohnehin angespannte Stimmung im Betrieb. Gershenzon schrieb in einem Facebook-Posting, wie das mächtige Tool, das er selber mitentwickelt hatte, zu einer gefährlichen Desinformationsmaschine ausgeartet war, die jeden Tag Menschen tötete.

Es sind vor allem zwei Sätze, die sitzen: «Jeder Tag und jede Stunde mit solchen «Nachrichten» kostet Menschenleben. Und ihr, meine ehemaligen Kollegen [von Yandex], seid auch dafür verantwortlich.»

Zwei Momentaufnahmen aus der Yandex-Parallelwelt:

Am 1. März 2022 lautete eine Top-Schlagzeile bei Yandex News: «Der russische Verteidigungsminister Schoigu ist der Ansicht, dass die Hauptaufgabe der militärischen Sonderoperation in der Ukraine darin besteht, vor der militärischen Bedrohung durch westliche Länder zu schützen.»

Am 25. April zeigte Yandex in den Top-Positionen ausnahmslos Artikel über den Beschuss der russischen Region Belgorod durch ukrainische Raketen.

Kein Wort über Plünderungen, Mord, Vergewaltigungen und Opfern auf ukrainischer Seite.

Gershenzons Facebook-Posting von Anfang März wurde unter den Yandex-Mitarbeitenden heiss diskutiert. Ein ehemaliger Weggefährte kritisiert seine harschen Worte: «Er hat vollkommen recht, aber *victim blaming* ist der falsche Ansatz.» Doch viele Mitarbeiterinnen wurden damit aus ihrer Lethargie wachgerüttelt. Sie stellten in einem der Hauptmeetings die Kadermitglieder zur Rede, wie Journalisten von «Meduza» herausfanden. Yandex-CEO Elena Bunina machte dabei klar, dass Opposition gegen den Kremlkurs aussichtslos sei: «Wenn wir die Nachrichten [von der Startseite] entfernen, werden wir 10 Minuten Ruhm ernten. Auf globaler Ebene wird sich nichts ändern, und wenn die 10 Minuten um sind, wird alles wieder so sein wie vorher, nur Yandex wird weg sein.»

Ein weiteres Managementmitglied kam ihr zu Hilfe und sagte: «Wir haben kein moralisches Recht, die Dienste von Yandex dafür zu nutzen, um unsere moralische Position auszudrücken.» Anfang März schrieb der stellvertretende CEO Tigran Khudaverdyan auf Facebook, dass man als Unternehmen nun mal einfach nur «funktionieren» müsse.

Es wird je länger, je klarer: Das Management verschliesst – wie die Jahre zuvor – die Augen.

Es gebe keine Abmachungen zwischen Kreml und Yandex, weder informelle noch formelle, sagt hingegen ein anderer aktueller Mitarbeiter, mit dem die Republik gesprochen hat. Er stellt sich hinter die Geschäftsleitung und sagt: «Wenn wir so sehr spüren würden gegenüber dem Kreml, würden wir das schlechtere Produkt als Google anbieten, und die Leute würden abspringen.»

Die Frage ist bei diesem Argument allerdings, was zuerst war: Huhn oder Ei. Denn die Russen wissen erstens nicht, welche Informationen ihnen vorenthalten werden, und somit auch nicht, wonach sie stattdessen suchen sollen. Zweitens ist Google seit Beginn des Krieges gesperrt. Nur technikaffine Bürgerinnen nutzen VPN-Anbieter, um diese Sperre zu umgehen.

Dass es gezielte Manipulationen wie im Fall von Nawalny gebe, bestreitet der Mitarbeiter. Er verweist auf den neutralen Yandex-News-Algo-

rithmus. Nichts werde händisch gesteuert. Eine Yandex-Sprecherin dementierte ebenfalls gegenüber der Republik: Bei Yandex News würden «die [vom Kreml] lizenzierten Artikel mit den meisten Zitierungen, der schnellsten Performance und den meisten Publikumsinteraktionen» priorisiert. Es gebe keine Selektion und keine menschliche Einmischung, die Funktionsweise des Algorithmus sei vollständig transparent.

Dass der Algorithmus mit einseitigem Propagandamaterial gefüttert wird, gibt jedoch auch der loyale Angestellte zu. Er habe die Idee zuerst gut gefunden, weil damit *clickbait*, effekthascherische Sensationsartikel, vermieden werden könne. Doch jetzt sei es halt eine «Kröte, die alle täglich schlucken müssen».

Und die selbst dem Führungskader irgendwann zu viel wurde: CEO Elena Bunina trat Anfang April zurück und verliess Russland. In ihrem Abschiedsbrief heisst es, sie könne «nicht in einem Land arbeiten, das sich im Krieg mit seinen Nachbarn befindet». Seit Beginn des Krieges liegt der Anteil kremltreuer Medien in den Top-Positionen von Yandex News bei über 70 Prozent, wie eine Auswertung von «Nowaja Gaseta» (europäisches Büro) zeigt. Jede fünfte Nachricht stammt vom Staatsmedium RIA.

Dass Yandex Suchresultate in der Hauptsuchmaschine Yandex.ru zensuriere, will der bereits zitierte Mitarbeiter allerdings nicht gelten lassen. Er teilt mit der Republik-Autorin seinen Bildschirm. Tatsächlich wird in den Yandex-Suchergebnissen das als «Agenten-Medium» stigmatisierte Medienportal «Meduza» angezeigt. Doch unklar bleibt, ob der Mitarbeiter einen VPN-Dienst nutzte und sich damit an einen Ort ausserhalb Russlands beamte. Ein Test der Republik kommt nämlich zu anderen Ergebnissen: «Meduza» wird – sofern man eine russische IP-Adresse besitzt – nicht in den Suchresultaten gelistet.

Für den Ex-Chef von Yandex News, Lev Gershenzon, ist klar, dass das Yandex-Management vorauseilenden Gehorsam leistet. Seine Begründung: Die oppositionelle Zeitung «Nowaja Gaseta» wurde vom Kreml lizenziert, bekam nie das Label «ausländischer Agent» und wurde nicht gesperrt. Zudem publizierte die renommierte Zeitung des Friedensnobelpreisträgers Dmitri Muratow keine Artikel über den Krieg. Somit waren eigentlich alle Anforderungen des Kreml erfüllt – dennoch erschien «Nowaja Gaseta» bis zur Niederlegung der Arbeit Ende März nie bei Yandex News.

«Für mich ist damit offensichtlich, dass dies das Ergebnis nicht öffentlicher Vereinbarungen zwischen Yandex und dem Kreml ist, die über das Gesetz hinausgehen», sagt Gershenzon.

Auch «Mediazona»-Chefredaktor Smirnow beobachtet, dass Yandex alle offiziellen und inoffiziellen Anforderungen der Medienaufsichtsbehörde Roskomnadzor bedingungslos erfülle. Er sagt aber auch: «Sie haben kaum eine andere Wahl, sie werden so genau beobachtet vom Kreml.»

Trotz dieser Überwachung traf Yandex jüngst eine Entscheidung: hin zu den Wurzeln zurück als innovatives Tech-Unternehmen und gegen seinen Einnahmen generierenden Dienst: Yandex News.

6. Der Verkauf der toxischen Produkte

Seit Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine befindet sich der Yandex-Konzern in einer Zwickmühle: Internationale Sanktionen und die Sperrung ausländischer Internetdienste wie etwa Google News sorgen bei Yandex für einen Traffic-Rekord. Viele russischsprachige Tiktok- oder You-

tube-Influencerinnen haben über Nacht ihr Einkommen und auch ihr Publikum verloren und stiegen auf einheimische Dienste um. Deshalb nutzen mehr Russinnen als je zuvor die Dienste des Yandex-Ökosystems. Mangels Alternativen.

Dennoch hat der Konzern keinen Grund zum Feiern. Denn finanziell ist er in Schieflage: Aufgrund der Sanktionen muss die Firmenzentrale in Moskau von der niederländischen Muttergesellschaft Wandelanleihen kaufen, um zahlungsfähig zu bleiben. Ausserdem erhält der russische IT-Riese keine Hardware-Lieferungen mehr.

Dann ist da noch Runet, die ambitionierten Pläne für ein «reines» russisches Internet. Was einerseits als Überwachungsmaßnahme gedacht ist und andererseits die heimische Internetindustrie stärken soll, verdüstert die Aussichten auf das weitere Gedeihen des Konzerns. Gemäss der Vorstellung der Ministerien soll der Internetverkehr langfristig nur noch über russische Knotenpunkte laufen, und russische Webapplikationen sollen langfristig keine ausländischen Softwarekomponenten mehr enthalten.

Ein IT-Riese wie Yandex lebt aber von frei verfügbarem Wissen und Austausch, von freien Märkten und verfügbaren Softwarekomponenten. Und an allem mangelt es mehr und mehr.

Als wäre das nicht schon genug Ungemach, gibt es auch noch eine klare Ansage der EU-Kommission: Für die ist der Umstand, dass der stellvertretende CEO Tigran Khudaverdjan am Tag der Invasion in den Kreml und damit in den innersten Machtzirkel einbestellt worden ist, Beleg genug für die enge Verbandelung des Konzerns mit dem Regime. Yandex-Mitgründer Arkadi Wolosch wurde trotz fehlender direkter Verbindungen zum Kreml mit EU-Sanktionen belegt. Gershenzons Facebook-Posting diente der EU als Beleg für die Mitverantwortung von Yandex an der digitalen Desinformationsflut des Staates.

Das Dilemma wurde dadurch noch drängender für die Yandex-Führungsrige: Macht das Unternehmen weiter wie bisher, so dürfte es weitere direkte Sanktionen aus der EU und USA gegen Kadermitglieder geben. Schraubt es in Interesse der Medienvielfalt am Algorithmus und widersetzt es sich damit Direktiven, so bekommt es die volle Härte des Kreml zu spüren.

Um die Situation nicht zu verschlimmern, traten Khudaverdyan und Wolosch von ihren Führungsposten zurück.

Am 28. April fällt das neue Yandex-Management eine wegweisende Entscheidung: Yandex will seine toxischen Produkte ein für alle Mal loswerden. Die Sparten Yandex News und Yandex Zen (eine Bloggerplattform) werden an das berühmteste soziale Netzwerk Russlands verkauft: VK.

VK (früher vKontakte) wird oft als russisches Pendant zu Facebook bezeichnet. Das soziale Netzwerk wurde von Telegram-Gründer Pawel Durov entwickelt und ist seit einigen Jahren unter vollständiger Kontrolle von Putin-Vertrauten. Ende 2021 wurden die Verbindungen von VK zum Kreml noch enger: Das Netzwerk wird seither vom Sohn des hochrangigen Beamten Kirijenko geleitet.

«Meine Kolleginnen jubelten, als sie vom Verkauf hörten», sagt ein ehemaliger Mitarbeiter. Eine Yandex-Sprecherin begründet den Verkauf gegenüber der Republik so: «Die Firma Yandex beabsichtigt, sich auf rein technologische Produkte und Geschäftsmodelle zu konzentrieren.»

Yandex News und Yandex Zen entwickelten sich immer mehr zur Hypothek. Man wollte die vergifteten «Propaganda-Assets» endlich loswerden, wie es der russische Wirtschaftswissenschaftler Dmitri Potapenko gegenüber der Republik ausdrückt: «Fakt ist, dass Yandex Reputationsrisiken befürchtet, die Investoren vergraulen könnten und die weitere Kapitalisierung damit gefährdet würden.»

Ein Wendepunkt bildeten die Gräueltaten von Butscha. Während Google alles schonungslos abbildete, zeigte Yandex in den Bildern gepflegte Stadtpärke und Sehenswürdigkeiten an. Von westlichen Medien und Investorinnen darauf angesprochen, geriet der Konzern in Erklärungsnot. Die Algorithmen seien nicht auf neues Bildmaterial ausgerichtet, sagte eine Sprecherin gegenüber «Meduza».

Es ist aber unklar, ob dieser Besitzerwechsel sich auch digital spiegelt, ob also der Nachrichtenblock im Yandex.ru-Kosmos integriert bleibt oder nicht. Gerade diese unbekanntenen Variablen des Deals stimmen Lev Gershenzon pessimistisch, er will den Dienst ganz gelöscht sehen: «Es handelt sich um billige, minderwertige Krisen-PR, mehr nicht.» Laut «Meduza» soll es eine Übergangsphase bis Juli geben, denn die zuständigen Beamten möchten die Beibehaltung im Yandex-Design.

Für Prognosen ist es zu früh. Klar ist hingegen: Die Repressionen des Kreml werden nicht weniger.

7. Der Exodus der Mitarbeitenden

Seit Beginn des Krieges haben etwa 10 Prozent der Yandex-Belegschaft Russland verlassen, also circa 2000 Personen. Darunter sind leitende Kadermitglieder wie die Geschäftsführer der Geodienste, von Ads oder des Essenslieferdienstes. Sie alle arbeiten heute in Georgien, Usbekistan, Israel oder in der Türkei – weiterhin für Yandex. Ende Juni sind beim Konzern 3793 offene Stellen ausgeschrieben.

Die Firmenführung hält den Exodus nicht auf. Sie lässt alle Mitarbeiterinnen dahin ziehen, wohin sie möchten, und versucht, für die Lohnüberweisungen auf neue Zahlungssysteme auszuweichen. Und: Yandex-Angestellte, die sich lautstark gegen den Krieg äussern, haben keine Konsequenzen zu fürchten, wie kritische und loyale Mitarbeitende gegenüber der Republik unisono aussagen. In der Tat: Auf dem Business-Netzwerk LinkedIn, das via VPN erreichbar ist, äussern sich einige der Mitarbeiter kritisch und liken auch russlandkritische Beiträge.

Auch dem loyalen Mitarbeiter, der die Entscheidungen des Managements unterstützt, ist es wichtig, zu betonen, auf wessen Seite er steht: Er kann den Begriff Krieg im Gespräch nicht oft genug sagen: «Wir verurteilen diesen Krieg aufs Schärfste. Wir haben Familie und Verwandte in der Ukraine.»

Die Motivation ist allerdings bei vielen Angestellten auf einem absoluten Tiefpunkt angelangt. Eine Mehrheit der Yandex-Mitarbeiter verfügt neben dem Lohn über Aktienpakete, die nun wegen des Rauswurfs aus dem Nasdaq wertlos geworden sind. «Meduza» zitiert frustrierte Informatiker, die jahrelang geschuftet haben und sich nun als Geisel der russischen Politik empfinden.

Das Unternehmen steht am grössten Wendepunkt seiner Geschichte. Es ist unklar, wie lange die Yandex-Mitarbeitenden die tägliche Schizophrenie zwischen progressivem, offenem Innovationsgeist und dem erstickenden Kreml-Autoritarismus noch aushalten.

Der russische Staatsapparat entwickelt immer mehr Datenhunger und Zensurgelüste wie neue Eingriffe in die Sparten Yandex-Bilder, Maps und Musikstreaming zeigen. So sollen neu keine Staatsgrenzen mehr angezeigt werden beim Kartendienst. Und Sergei Smirnow, der Chefredaktor von «Mediazona», wurde kürzlich darüber informiert, dass Yandex den Podcast «Fick dich, Krieg!» auf Verlangen von Roskomnadzor vom Streamingdienst entfernt.

Dem russischen Präsidenten scheint in seinem Kriegswahn egal zu sein, wie er seinen erfolgreichsten IT-Konzern komplett sabotiert.

Derweil wiederholen die loyalen wie auch die kritischen Yandex-Mitarbeiterinnen gebetsmühlenartig ihr Neutralitätsmantra: Wir haben mit Politik nichts am Hut. Wir möchten nicht mit dem Kreml in Verbindung gebracht werden. Wir möchten nur selbstfahrende Autos bauen.

Diese Distanzierung von der offiziellen Politik ihrer Heimat ist per se ein politisches Statement: gegen Krieg, für den Frieden.

Ein russischer Youtuber machte sich neulich über die Wandlung von Yandex lustig. Er spielte auf den Kultfilm von Yandex an, den Werbeclip aus dem Jahr 2000 mit dem gesuchten Verbrecher. Und meint: Der Slogan heisse jetzt nicht mehr: «Yandex – alles wird gefunden.»

Sondern: «Yandex – alles wird zurechtgebogen.»

Hinweis: Das erwähnte Facebook-Posting von Lev Gershenzon stammte nicht vom «Februar», wie wir zuerst geschrieben haben, sondern vom 1. März. Wir haben diese Ungenauigkeit angepasst.

Über den Co-Autor

Ivan Ruslyannikov wurde 1994 geboren. 2016 schloss er das Journalismusstudium an der Ural Federal University in Jekaterinburg ab. Seither arbeitete er als freier Journalist für die Zeitungen «Kommersant», «MBK Media», für Forbes und «Novaja Gaseta».