
Eine Steuer für gestohlene Klicks

Die Link-Steuer für Google und Facebook feiert ein Revival im Parlament. Dahinter steckt taktisch geschicktes politisches Lobbying von Ringier und SP-Ständerätin Géraldine Savary.

Von [Adrienne Fichter](#), 11.03.2019

Also doch. Lange war es verpönt, über sie zu reden oder sie gar einzufordern. Weil zu unrealistisch und mit Blick auf Spanien und Deutschland auch nicht gerade ertragreich. Und nun ist sie wieder zurück auf der politischen Agenda: die Link-Steuer.

Oder im Lobbyisten-Sprech: das Leistungsschutzrecht.

Diskutiert wird die Link-Steuer in einem politischen Geschäft, in dem man sie nicht erwartet hätte: beim Urheberrecht, dem ein überfälliges digitales Update bevorsteht. Jenem Regelwerk also, um das sich Künstlerinnen, Filmemacher und Netzaktivisten ein jahrelanges Tauziehen lieferten. Und in dem die sozialen Netzwerke bislang keinerlei Rolle spielten.

Noch im vergangenen Herbst zögerte der Verlegerverband, den Begriff Leistungsschutzrecht überhaupt laut auszusprechen. Und jetzt dies: Den Verlegern, Medienverbänden und Gewerkschaften gelang es fast unmerklich von der Öffentlichkeit, die Link-Steuer in Form von Zusatzartikeln in das Urheberrecht einzuschleusen. Geschehen ist dies am 12. Februar in einer Kommissionssitzung des Ständerats.

Dabei enthalten die Zusatzartikel 37a, 39 und 13b Forderungen der Verlegerlobby, die noch radikaler sind als das Vorbild der EU. Weil sie theoretisch auch auf die einfache Bloggerin angewendet werden könnten. Werden künftig alle, die Link-Vorschauen zulassen, von den Verlagen zur Kasse gebeten?

Morgen, am 12. März, wird das Urheberrecht-Paket im Ständerat verhandelt.

Wieso plötzlich diese 180-Grad-Kehrtwende? Spürten die Medienverbände und Gewerkschaften den Rückenwind aus der EU, die in wenigen Wochen voraussichtlich ein ähnliches Gesetz beschliessen wird?

Hinter dem Manöver steckt SP-Ständerätin Géraldine Savary. Dokumente, die der Republik vorliegen, belegen, wie Lobbyisten die Link-Vorschau als schützenswertes Werk verkauften und einige gewagte Thesen formulierten.

Die Sache mit den «Snippets»

#saveyourInternet: ein in den sozialen Netzwerken derzeit unübersehbarer Aufruf. Youtuber aus ganz Europa machen mobil gegen die Urheberrechts-

reform der EU. Tausende Netzaktivisten gingen in Berlin und Köln auf die Strasse. Grund: Artikel 11 und 13 im geplanten EU-Gesetz. Diese verlangten von Technologiekonzernen die Installation von technischen Filtern zum Schutz von Künstlerinnen und Medienverlagen, so die Kritiker.

Gemäss Artikel 13 dürfen keine Texte, Bilder, Ton- oder Videoaufnahmen hochgeladen werden, die Urheber- und Verwertungsrechte von Verlagen, Produktionsfirmen oder Künstlern verletzen. Obwohl darin der Begriff «Upload-Filter» nicht vorkommt, lässt die Richtlinie keinen anderen Schluss zu.

Denn allein auf Youtube werden Tausende Stunden Videomaterial hochgeladen – pro Minute. Dass kein Mensch dieses Material vorab scannen und aussortieren kann, liegt auf der Hand. Nur künstliche Intelligenz könnte diese Aufgabe übernehmen.

Für viele Kreative steht dabei die Freiheit des Internets auf dem Spiel. Ob künstlerische digitale Bearbeitungen von Bildern wie Memes mit dem neuen Gesetz noch möglich sein werden, ist unklar.

In der Schweiz blieben bisher grössere Proteste aus. Dabei könnten Leistungsschutzrecht und Upload-Filter nach dem Kommissionsentscheid vom 12. Februar auch hierzulande bald Realität werden.

Das Schweizer Äquivalent zum umstrittenen EU-Artikel 11 heisst: Artikel-37a. Dieser besagt:

«Medienverlage, welche journalistische Beiträge in periodischen Publikationen oder regelmässig aktualisierten Informationsdiensten zur Informationsvermittlung, Meinungsbildung oder Unterhaltung veröffentlichen, haben gegenüber kommerziellen Anbietern elektronischer Dienste das ausschliessliche Recht, ihr Medienprodukt ganz oder teilweise mit irgendwelchen Mitteln so zugänglich zu machen, dass Personen von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl dazu Zugang haben.»

In anderen Worten heisst dies: Facebook, Twitter und Google sollen die Verlage entschädigen. Weil sie als Plattformen und Suchmaschinen von hochwertigen Inhalten leben. Und Online-Medienportale diese liefern.

In der Schweiz ist die Linke treibende Kraft hinter der Link-Steuer. Bereits in der Vernehmlassung zum neuen Mediengesetz forderte die SP von Techkonzernen eine Vergütung für Medienverlage.

Hinter den Artikeln 37a und 13b steckt die SP-Politikerin und abtretende Ständerätin Géraldine Savary. Sie hat die beiden entscheidenden Anträge in Absprache mit der Verlegerlobby und den Gewerkschaften eingereicht.

Einer der Anträge wurde von Rechtsanwalt Kai-Peter Uhlig verfasst, einem Hardliner in Sachen restriktives Urheberrecht und Berater des Verlegerverbands. Uhlig begründet im Lobbying-Papier, weshalb die Link-Vorschau – also die «Snippets» – als journalistisches Erzeugnis zu werten sei:

«So generieren die sogenannten «Snippets» für diese Plattformen jene Aufmerksamkeit, welche die Plattformen benötigen, um ihre Werbeoberflächen gewinnbringend zu vermarkten.»

Laut dem Lobbying-Papier sind es «zwei aussagekräftige Linien» in der Vorschau, die nun der Verband Schweizer Medien schützen und analog der EU-Verlegerlobby vergüten lassen will: Titel und Lead eines journalisti-

schen Beitrags. Um die Entschädigung durchzusetzen, greifen die Verleger zu einer steilen These:

«Nur dank der journalistischen Werke sind diese Plattformen für Werbetreibende überhaupt attraktiv, und nur dank journalistischer Werke können Google, Facebook und ähnliche Dienste alleine in der Schweiz Gewinne in Milliardenhöhe erzielen.»

Diese These ist quantitativ kaum zu belegen. Eine Studie der EU-Kommission besagt, dass 50 Prozent der Internet-Nutzerinnen lediglich die Überschriften lesen. Eine andere Studie zeigt, dass nur 44 Prozent bei Google News Artikel anklicken. Mehr Daten gibt es nicht. Der angebliche wirtschaftliche Schaden ist nicht messbar. Oder fusst auf falscher Darstellung: Google News zeigt zum Beispiel gar keine Werbung an.



Screenshot

Weshalb eine simple Link-Vorschau als schützenswerte journalistische Leistung gewertet werden soll, hat eine Vorgeschichte.

Medienrevolution mit Links

Sie beginnt ungefähr im Jahr 2013. Facebook-Gründer Mark Zuckerberg hatte die Mission, aus Facebook die personalisierte Zeitung der Welt zu machen. In der Folge überboten sich soziale Netzwerke und der Suchmaschinenkonzern Google mit Formatangeboten für die Medien.

Damit haben die Plattformen die Medienverlage geschickt an sich gebunden. Ihr Lockstoff: steigende Reichweite. Journalistische Beiträge gelten von jeher als beliebte Like-Magneten. Die Algorithmen von Facebook und Co. honorierten News – oder zumindest alles, was sich als «News» verkauft.

Die Konsequenz: Die Vorschau eines Medienlinks wurde derart ausgebaut, dass Nutzerinnen kaum mehr einen Klickreiz haben. Schlagzeilen genügen den meisten, um die Debatte auf Facebook anzufeuern.

Trotzdem arrangierten sich die Verlage mit Google und Facebook in einer Art «Frenemy»-Beziehung – und publizierten zähneknirschend ihre Beiträge weiterhin auf den Plattformen. Erstens, weil es die Konkurrenz auch macht. Und zweitens, weil sie hofften, flüchtige Social-Media-Leser irgendwann in loyale zahlende Kunden umzuwandeln.

Die Techkonzerne inszenierten sich im Gegenzug als Medien-Mäzene und starteten Charme-Offensiven. Eine Recherche der Republik zeigte zum Bei-

spiel, dass Schweizer Verlage bisher über drei Millionen Euro von Google erhalten haben.

Werbung als wahres Problem

Doch dann wurde im November 2016 Donald Trump zum US-Präsidenten gewählt. Zuckerberg beschloss im Zuge der laufenden Fake-News-Debatte, Medien aller Art – egal, ob Qualitätszeitung oder Blog – auf seiner Plattform abzustrafen. Getreu dem Credo «Alles, was dich auf der Plattform hält» schraubte er am entsprechenden Parameter des Newsfeed-Algorithmus.

Das Resultat: Seit zwei Jahren geht die Zahl der Zugriffe auf Medieninhalte via Facebook bei allen deutschsprachigen Verlagen zurück, wie eine Analyse des Portals Meedia zeigt. Medien, deren Hauptklicklieferant Facebook war, brachen komplett ein. Facebooks Aktienkurs stieg unbeeindruckt weiter.

Wie viel Geld durch unterlassene Klicks den Verlagen entgeht, ist empirisch schwierig zu belegen. Harte Zahlen, die zeigen, inwiefern die globalen Techplayer den Medienverlagen Einnahmen streitig machen, gibt es durchaus – nur haben die mit dem Leistungsschutzrecht nichts zu tun.

Sondern mit den Werbetöpfen. Google überholte im Sommer 2018 die Schweizer Medien bei den Werbeeinnahmen. Der Trend ist anhaltend, die Rekordmarke von 2,1 Milliarden Franken wird bald überflügelt. Neueste Zahlen zeigen: Auch 2019 liegen die Werbeerträge der Verlage im ersten Quartal deutlich hinter den Erwartungen zurück.

Alles unklar bei Artikel 13b

Soziale Netzwerke und Suchmaschinen zur Kasse bitten: Diese Idee treibt vor allem die deutschen Medienunternehmen schon lange um.

Der deutsche EU-Abgeordnete Axel Voss boxte das Leistungsschutzrecht erfolgreich durch sämtliche europäischen Instanzen, obwohl es den Verlagen in Deutschland bisher kaum einen Cent eingebracht hat. Dabei übernahm der CDU-Politiker in seinen Stellungnahmen einzelne Formulierungen direkt aus Lobbying-Papieren des deutschen Verlagshauses Bertelsmann.

In Spanien hat Google wegen des Leistungsschutzrechts aus Trotz seinen Nachrichtendienst Google News deaktiviert. Danach sind die Zugriffe auf spanische Nachrichtenseiten um 13 Prozent zurückgegangen, was einem Umsatzrückgang von rund neun Millionen Euro entspricht. Anders in Deutschland: Dort sind die Verleger am Ende doch eingeknickt und haben Google und Facebook Gratislizenzen ausgestellt.

Andreas Häuptli, Geschäftsführer des Schweizer Verlegerverbands, bleibt dennoch zuversichtlich. Langfristig werde Google diese Trotzreaktion rückgängig machen. Dann nämlich, wenn alle Verlage gesamteuropäisch inklusive der Schweiz am selben Strick ziehen, sagte er im «Echo der Zeit».

Noch im Herbst äusserte Häuptli gegenüber der Republik Zweifel, ob ein derartiger Ausbau des Urheberrechts nach deutschem Vorbild wirklich taue. Nun steht der Schweizer Verlegerverband, bestärkt durch das EU-Tempo, entschlossen hinter dem Leistungsschutzrecht.

Sollte Google wie im Fall Deutschland seine Muskeln spielen lassen und sich Gratislizenzen ausbedingen, werde Ringier im Verbund mit Partner

Axel Springer das Kartellrecht anwenden lassen. So steht es in einem weiteren Lobbying-Papier, das letzte Woche an Nationalräte verschickt worden ist.

Andreas Von Gunten von der «Allianz für ein faires Urheberrecht» und der Digitalen Gesellschaft ist überzeugt, dass die Vergütungspflicht nicht die Plattformen treffen wird, sondern Otto Normalbürger. Vieles sei noch unklar, kritisiert er: Gemäss Artikel 13b könnten nämlich auch Bloggerinnen und Influencer zur Kasse gebeten werden.

Der Artikel verlangt im Wortlaut:

«Wer, als Betreiber eines sozialen Netzwerks, eines Informations- oder Unterhaltungsdienstes oder einer anderen Kommunikationsplattform im Internet, journalistische Sprachwerke oder Fotografien so zugänglich macht, dass Personen von Orten und Zeiten ihrer Wahl dazu Zugang haben, schuldet den Urhebern und den Urheberinnen hierfür eine Vergütung.»

Der Verlegerverband dementiert. Gemeint seien in den Artikeln 37a und 13b nur kommerzielle News-Aggregatoren, sagt Häuptli gegenüber der Republik. Sprich: Google News. Kommt das Urheberrecht in dieser Form durch, würden Plattformen und Verleger einen Tarif aushandeln. Alle anderen Akteurinnen, beteuert Häuptli, würden verschont bleiben.

Lobbying in «Le Temps» und NZZ

Obwohl in der EU bereits seit vergangenem Sommer für die Link-Steuer gewiebelt wird, erstaunt der Zeitpunkt des Revivals in der Schweiz. Im Herbst war das Leistungsschutzrecht kaum ein Thema. In der Vernehmlassung zum neuen Mediengesetz haben nur wenige Stimmen eine Abgabe für Google und Co. gefordert. Und auch im Nationalrat fiel das Leistungsschutzrecht in der Wintersession durch.

In dieser Zeit entstand der Kontakt zwischen Géraldine Savary und der Verlegerlobby. Die SP-Ständerätin, die damals kurz zuvor wegen eines Wahlkampfskandals ihren Rücktritt angekündigt hatte, las nach eigener Darstellung am 8. Dezember einen Gastbeitrag von Ralph Büchi, CEO von Ringier Axel Springer Schweiz und COO der Ringier Group, der in «Le Temps» und in der NZZ erschienen war. Büchi verlangte darin analog zum Plan der EU eine Vergütungspflicht durch die Plattformen:

«Naiv wäre es hingegen zu glauben, dass die Plattform-Monopolisten ohne regulatorische Einschränkung bei der lückenlosen Eroberung der digitalen Vertriebsmärkte freiwillig auch nur einen Millimeter zurückweichen würden.»

Ringier ist in der Schweiz Hauptlobbyist für das Leistungsschutzrecht. Der Medienkonzern, obwohl seit 2015 nicht mehr Mitglied des Verlegerverbands, brachte den zwischendurch zweifelnden Verband Schweizer Medien bei diesem Thema wieder auf Kurs. Was kein Zufall ist: Ringier ist Partnerverlag des deutschen Medienriesen Axel Springer. Die Link-Steuer ist die Erfindung von dessen Vorstandsvorsitzendem Mathias Döpfner.

Géraldine Savary meldete sich nach der Lektüre des Gastbeitrags gemäss eigenen Angaben bei Medienmanager Büchi, der übrigens im kommenden April zum Aufsichtsratsvorsitzenden bei Axel Springer in Deutschland gewählt werden soll*. Und so nahmen die Dinge ihren Lauf.

Nachdem die Vergütungspflicht im Nationalrat gescheitert war, hatte sich auch Dominique Diserens, Zentralsekretärin des Journalisten-Branchen-

verbands Impressum, bei SP-Politikerin Savary für einen neuen Anlauf im Ständerat starkgemacht. Die Mediengewerkschaft kämpft schon seit Jahren für das Recht auf eine angemessene Entschädigung der Journalistinnen.

Savary versicherte den Medien-Lobbyisten, dass sie das Anliegen noch in der laufenden Urheberrechtsrevision einbringen wolle. Und so entstand die Idee, die Anträge für 37a und 13b in der Kommission für Wissenschaft, Bildung und Kultur (WBK) des Ständerats einzubringen. Den zweiten Antrag formulierte Savary zusammen mit Impressum.

Pikant dabei: Ausgerechnet die Urheberrechtsgesellschaft Suisa, als deren Stiftungsrätin Géraldine Savary amtiert, ist mit den Zusatzartikeln überhaupt nicht glücklich. Das Urheberrechtspaket – ein fragiler und jetzt schon überfrachteter Kompromiss – werde damit unnötig gefährdet, sagt Suisa-Sprecher Giorgio Tebaldi gegenüber der Republik.

Savary wiederum betont, dass sie kein Mandat für ihr Engagement habe. Sie handle aus Idealismus: «Ich finde es völlig dumm, ja sogar gefährlich für die Schweizer Medien, dass die EU Gesetze erlässt und die Schweiz das einzige Land ist, das dies nicht tut.»

Als welsche Politikerin und ehemalige Journalistin erlebte sie das Mediensterben in der Westschweiz hautnah mit: «Wenn es einen Vorschlag gibt, der zur Medienvielfalt beiträgt und von Gewerkschaften und Verlagen unterstützt wird, dann muss er verteidigt werden.»

Ständeratskollegen aus anderen Parteien halten Savarys Vorpreschen im Urheberrecht für ein geschicktes politisches Manöver: Das Urheberrecht war bis vor kurzem in der Kompetenz der ehemaligen SP-Justizministerin Simonetta Sommaruga. Niemand wagte parteiintern den während sieben Jahren ausgehandelten Urheberrechtskompromiss noch anzutasten.

Das Lobbying geht weiter

Ein bürgerliches Kommissionsmitglied sagt dazu: «Artikel 13b ist eine klare Verletzung des ausgehandelten Kompromisses, das hätte Savary bei Sommaruga nicht durchgezogen. Es wäre ein Affront gewesen.» Doch seit dem Departementswechsel von Sommaruga hat das Dossier nun eine neue Schirmherrin: FDP-Justizministerin Karin Keller-Sutter. Savary nutzte dieses Momentum – und integrierte die Link-Steuer im Urheberrecht.

Obwohl die SP für die Medienförderung eintritt, ist die Link-Steuer intern umstritten. SP-Nationalrätin und Medienpolitikerin Min Li Marti sagt: «Ich halte die Analyse für richtig, das Instrument jedoch für falsch.»

Kritiker Andreas von Gunten, selber auch ein SP-Mann, hält das Vorgehen ordnungspolitisch für fragwürdig. Im Nationalrat wurde das Geschäft in der Rechtskommission beraten, im Ständerat hingegen in der Kommission für Wissenschaft, Bildung und Kultur. Ob dort die rechtliche Tragweite des Entwurfs wirklich verstanden wurde, bezweifelt er.

Möglich ist, dass die Leistungsschutzartikel morgen Dienstag vom Ständerat rausgekippt werden. Sollten die Zusatzartikel drinbleiben, käme es zu einem Differenzbereinigungsverfahren. Ringier hat für diesen Fall bereits vorgesorgt und verschickte vergangene Woche ein Rundschreiben an die Nationalräte der Rechtskommission. Darin kämpft Ringier-COO Ralph Büchi dagegen an, die Link-Steuer als billige Besitzstandswahrung der Medienverlage zu sehen:

«Es geht nicht um eine Bestandgarantie der Medienhäuser, auch nicht um ein Verbot oder eine Steuer, sondern um fairen Wettbewerb.»

So oder so: Ob ein Leistungsschutzrecht am Ende mehrheitsfähig sein wird, hängt wohl einmal mehr vor allem von Brüssel ab. Dort entscheidet das europäische Parlament Ende März über Artikel 11 und 13. Bis dahin stehen weitere Massenproteste in ganz Europa an.

In der Schweiz dürfte es auch weiterhin ziemlich ruhig bleiben.

* In einer früheren Version haben wir fälschlicherweise geschrieben, Ralph Büchi soll im April zum Vorstandsvorsitzenden bei Axel Springer gewählt werden.