



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie • 11019 Berlin

Herrn
Alexander Fanta
netzpolitik.org e.V.
Schönhauser Allee 6-7
10119 Berlin

TEL-ZENTRALE +49 30 18615 0
FAX +49 30 18615 7010
INTERNET www.bmwi.de
BEARBEITET VON ORR'in Köstler
TEL +49 30 18615 7449
FAX +49 30 18615 5528
E-MAIL buero-zr@bmwi.bund.de
AZ 15306/033#163
DATUM Berlin, 26. August 2021

BETREFF Zugang zu amtlichen Informationen nach dem Informationsfreiheitsgesetz (IFG)
HIER Bescheid nach dem Informationsfreiheitsgesetz (IFG)
BEZUG Ihr Antrag vom 16.06.2021

Sehr geehrter Herr Fanta,

mit Antrag vom 16.06.2021 beantragten Sie die Herausgabe sämtlicher Dokumente (z.B. E-Mails, Gesprächsnotizen, Dokumente) zur internen Auseinandersetzung mit den Produkten Google News Showcase und/oder Facebook News sowie die Herausgabe sämtlicher Kommunikation mit Interessensvertretern (z.B. Vertretern der Verlagsbranche) und anderen Behörden zu diesen beiden Themen seit 1. Juli 2020.

Hierzu ergeht folgende Entscheidung:

1. Die beantragten amtlichen Informationen werden Ihnen erteilt.
2. Es wird eine Gebühr in Höhe von EUR 60 festgesetzt.

Begründung:

HAUSANSCHRIFT Schamhorststraße 34 - 37
10115 Berlin

VERKEHRSANBINDUNG U6 Naturkundemuseum
S-Bahn Berlin Hauptbahnhof
Tram Invalidenpark

Der Schutz Ihrer Daten ist uns wichtig. Nähere Informationen zum Umgang mit personenbezogenen Daten im BMWi können Sie der Datenschutzerklärung auf www.bmwi.de/Datenschutzerklärung entnehmen.

1. Gemäß § 1 Abs. 1 Informationsfreiheitsgesetz (IFG) haben Sie einen Anspruch auf die begehrten Informationen. Die entsprechenden Unterlagen erhalten Sie in der Anlage zu diesem Bescheid. Personenbezogene Daten und Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse wurden – mit Ihrem Einverständnis – geschwärzt.

In den Unterlagen ist ein Mustervertrag zwischen Google und einem potentiellen Verlag als Vertragspartner enthalten sowie die Bewertung des Vertrages durch die VG Media. Bei den konkreten Vertragsklauseln handelt es sich um Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse von Google, diese wurden entsprechend geschwärzt. Soweit die Bewertung der VG Media auf konkrete Vertragsklauseln Bezug nimmt, wurden auch diese geschwärzt.

2. Die Kostenentscheidung beruht auf § 10 IFG i.V.m. § 1 Abs. 1 und Teil A, Nr. 2.2 der Anlage zur Informationsgebührenverordnung (IFGGebV).

Insgesamt hat die Bearbeitung Ihres Antrags einen Verwaltungsaufwand in Höhe von EUR 80 verursacht. Dies ergibt sich aus einem Zeitaufwand von 5 Stunden für Mitarbeiter des höheren Dienstes unter Zugrundelegung von pauschalisierten Stundensätzen pro Arbeitsstunde von EUR 60,00 für Mitarbeiter des höheren Dienstes.

Unter Berücksichtigung dieses Verwaltungsaufwands und sämtlicher weiterer gesetzlicher Kriterien für die Gebührenbemessung war innerhalb des Gebührenrahmens von EUR 30 bis EUR 500 gem. 2.2 die Gebühr i. H. v. EUR 60 festzusetzen. Die Gebühr wurde wegen der langen Bearbeitungszeit, die durch ein Büroversehen entstanden ist, von EUR 80 auf EUR 60 herabgesetzt. Die Höhe der Gebühr steht in einem angemessenen Verhältnis zur übermittelten Information. Im Übrigen sind Anhaltspunkte dafür, dass der Informationszugang durch die Gebührenhöhe nicht wirksam in Anspruch genommen werden kann, nicht ersichtlich. Insbesondere berücksichtigt die Gebührenentscheidung auch die Bedeutung der konkreten Amtshandlung für die demokratische Willensbildung und die Kontrolle der Verwaltung. Schließlich wurde der Grundsatz der Gleichbehandlung aller Gebührenschuldner berücksichtigt.

Ich bitte, die Gebühr in Höhe von EUR 60 bis zum **1.Oktober 2021** auf das folgende Konto zu überweisen:

Kontoinhaber: Bundeskasse Halle
Geldinstitut: Deutsche Bundesbank (Filiale Leipzig)
IBAN: DE38 8600 0000 0086 0010 40
BIC: MARKDEF1860

Rechtsbehelfsbelehrung:

Gegen diese Entscheidung kann innerhalb eines Monats nach Bekanntgabe Widerspruch beim Bundesministerium für Wirtschaft und Energie mit Sitz in Berlin und Bonn erhoben werden.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'K' followed by a series of loops and a horizontal line, resembling the name 'Köstler'.

Köstler

Berlin, 8. Dezember 2020

Terminvorbereitung

UAL'in VIA

a.d.D.

Betr.:

Gespräch mit xxx, YouTube, und
xxx, Google

Themen:

- Unterstützung der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Umsetzung der DSM-Richtlinie / LSR Presse
- DSA / DMA
- GWB-Novelle

Online (WebEx)

Für den Termin am: 11.12.2020 von 10.00-11.00 h

Die Staatssekretärinnen und die Staatssekretäre
haben Abdruck erhalten.

Vom Leitungsbereich auszufüllen	
TGB-Nr.	T-201015-006
Eingang Leitung	12-11-2020
eDW-M- Nr.:	
Abzeichnungsleiste	
St	
AL	
UAL	
Referatsinformationen	
Referats- leiter/in	MR
Bearbei- ter/in	RD'in , VIA3 08.12.20
Mitzeich- nung	ZR, IB1, VIA6
Referat und AZ	VIA3 - 60209/006#005

Anlagen:

1. Informationen zur Studie von Oxford Economics zur Bedeutung von YouTube für das kreative Ökosystem;
2. Entwurf des Themendossiers „Digitale Geschäftsmodelle für die Kultur- und Kreativwirtschaft“ vom Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (vom November 2020)

Teilnehmer/innen:

Google Germany GmbH / YouTube:

- Frau xxx, xxx , YouTube DACH
- Frau xxx, xxx, Google DACH

BMWi:

- xxx, VIA3
- xxx, VIA6

Kontaktperson vor Ort: xxx, Mobil: xxx

Ablauf / Themen:

1. Vorstellung von Frau xxx von Google DACH
2. Unterstützung insb. der Kultur- und Kreativwirtschaft (in Zeiten von Covid-19)
3. Umsetzung der DSM-Richtlinie / Leistungsschutzrecht für Presseverleger
4. Digital Services Act (DSA) / Digital Markets Act (DMA)
5. GWB-Digitalisierungsgesetz

Anlass/Rahmen:

Es handelt sich um eine **Gesprächsübernahme von St N**. Dieser hatte bereits am 28.6.2019 ein Gespräch mit xxx, YouTube, und am 10.9.2018 mit Herrn xxx, YouTube, geführt. BDWi hat am 16.11. mit Google-Vertretern (u.a. xxx) gesprochen (Themen: Google News Showcase, DSM-RL).
Das Gespräch findet online (WebEx) statt.

Gesprächspartnerinnen:

xxx

Gesprächsziele und Interessenlage

1. **Erstes Kennenlernen von Frau xxx (in neuer Funktion);**
2. **Vorstellen der Unterstützungsmaßnahmen von YouTube, insb. zugunsten der Kultur- und Kreativwirtschaft;**
3. **Information über Verfahrensstand bei der Umsetzung der DSM-RL; Interesse des BMWi an einer schnellen Umsetzung;**
4. **Begrüßen der KOM-Vorhaben zur Überarbeitung der E-Commerce-RL (Digital Services Act – DSA) und Einführung eines Digital Markets Act (DMA);**
5. **Werben für eine zügige Anpassung des GWB an die Herausforderungen der Digitalökonomie (GWB-Digitalisierungsgesetz);**

[Ggf. reaktiv: Google News Showcase]

Unterstützung insb. der Kultur- und Kreativwirtschaft

Zum ersten Mal wurden in einer umfassenden Studie die Auswirkungen des Ökosystems YouTube in Deutschland umfassend untersucht. Das unabhängige Beratungsinstitut Oxford Economics hat im Auftrag von YouTube die **wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und kulturellen Auswirkungen der Plattform in Deutschland** untersucht (vgl. Anlage 1).

Laut der Studie von Oxford Economics trägt das kreative Ökosystem von YouTube **rund 775 Millionen Euro** zum **deutschen Bruttoinlandsprodukt** bei. Im Rahmen der Befragung gaben 66 Prozent der kreativen Unternehmer an, dass YouTube positive Auswirkungen auf ihre unternehmerischen Ziele habe, 58 Prozent stimmten zu, dass sich ihnen dank YouTube auch abseits der Videoplattform zusätzliche Möglichkeiten eröffnen hätten. Insgesamt unterstützt das kreative Ökosystem von YouTube laut Studie in Deutschland **25.000 vollzeitäquivalente Arbeitsplätze**.

YouTube Creator (egal ob unabhängige kreative Unternehmer, Medienunternehmen oder der Musikindustrie) profitieren von Einnahmen, die direkt über YouTube generiert werden – beispielsweise als **Werbeeinnahmen oder Lizenzgebühren**. Diese

Zahlungen stellen nicht nur ein Einkommen für die Creator dar, sondern haben auch weitreichende Auswirkungen, da sie für ihre YouTube-Videos relevante Produkte bei deutschen Unternehmen erwerben (beispielsweise kaufen YouTube Creator, die Heimwerker- oder Kochvideos produzieren, Materialien oder Kochzutaten. Creator erwerben Dinge wie Ton- oder Filmausrüstung oder beauftragen Spezialisten für Filmschnitt und -produktion). Konsumausgaben der Creator und die Beschäftigten innerhalb ihrer Lieferketten haben zusätzliche Auswirkungen auf die Wirtschaft und ihr weiteres Umfeld.

Darüber hinaus hilft YouTube vielen Creatoren, Einkommen aus weiteren Quellen zu erzielen. Beispielsweise kann ein "kreativer Unternehmer" Einnahmen generieren, wenn eine Marke im Video beworben wird. Ein Bäcker hingegen hat die Möglichkeit, dank seines YouTube-Profiles, mehr Kuchen zu verkaufen. Dieses „Off-Plattform“-Einkommen führt zu weiteren wirtschaftlichen Auswirkungen: Für die Creator selbst, über die entsprechenden deutschen Lieferketten hinweg und wiederum durch Ausgaben der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Das **Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft** des Bundes hat **Digitale Geschäftsmodelle in der Kultur- und Kreativwirtschaft** vor Kurzem in einem Dossier untersucht, das noch im Dezember 2020 veröffentlicht werden soll (vgl. Anlage 2). Das Papier untersucht dabei verschiedene digitale Finanzierungsmodelle, wie z.B. Werbefinanzierung mit Abonnement-Modell, Pay what you want, E-Payment, Crowdfunding etc. YouTube wird vor allem von Video Content-Creatoren häufig genutzt wegen der auf Werbefinanzierung basierenden kostenlosen Zugänglichkeit zum Aufbau und Erreichung ihres Publikums. Die Content-Creatoren monetarisieren dieses Publikum dann aber vor allem über andere Plattformen wie Patreon, Ko-fi, Liberapay, Tribe oder Heights Plattform, bei denen sie von ihren Fans/Followern Zahlungen auf Basis monatlicher Abonnements erhalten.

Mittelstandsförderung: Ganz explizit will Google vor allem kleine und mittlere Unternehmen unterstützen. Diese sogenannten KMUs erhielten bei großen Finanzinstituten oft nur unzureichend Hilfe. Deshalb, so Google-CEO Pichai, werde ein 200 Millionen US-Dollar schwerer Investment-Fonds aufgesetzt. Mit dem Geld sollen NGOs weltweit dafür sorgen, dass kleinen Anbietern nicht das Kapital ausgeht. Die KMUs selbst können außerdem mit regelmäßigen Anzeigen den Kontakt zu ihren Kunden halten. Dazu sind Werbe-Gutschriften im Wert von 340 Millionen US-Dollar eingeplant, das entspricht rund 300 Millionen Euro. Allerdings kommen nur solche Unternehmen in den Genuss der kostenlosen Anzeigen, die schon im vergangenen Jahr einen Google-Ads-Account besaßen. Ihnen wird die Gutschrift demnächst automatisch angezeigt. Der Etat kann zu jedem beliebigen Zeitpunkt bis Ende des Jahres 2020 eingesetzt werden.

- Gerade während der Corona-Pandemie sind digitale Geschäftsmodelle für die Kultur- und Kreativwirtschaft von noch größerer Bedeutung, auch wenn sie die wirtschaftlichen Auswirkungen der Einschränkungen der Auftrittsmöglichkeiten nur teilweise abfedern können.

- Das BMWi hat daher das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes damit beauftragt, Ansätze zu analysieren, die Kreativen und Kultureinrichtungen zusätzliche Ertragsmöglichkeiten im Digitalen ermöglichen.
- Mich interessiert vor allem, wie Sie von Ihrer Seite die Kultur- und Kreativwirtschaft unterstützen wollen.

Verfahrensstand Umsetzung DSM-Richtlinie

BMJV hatte zur Umsetzung der RL (EU) 2019/790 vom 17. April 2019 über das Urheberrecht und die verwandten Schutzrechte im digitalen Binnenmarkt (DSM-RL) im April 2020 einen (überarbeiteten) Referentenentwurf zum ersten Teil der Umsetzung der DSM-RL (insb. Leistungsschutzrecht für Presseverleger) und im Juni 2020 einen Diskussionsentwurf zum zweiten Teil (insb. Plattformverantwortlichkeit – „Upload-Filter“) vorgelegt. Beide Teile sind in dem **Gesamtreferentenentwurf des BMJV vom 2.9.2020 zur Umsetzung der DSM-RL und der Online-SatCab-RL** aufgegangen. Am **24.11.2020 hat das BMJV hierzu einen überarbeiteten Entwurf vorgelegt.**

Der Gesamtreferentenentwurf enthält nur eine der von den B-Ressorts zum ersten Teil vorgebrachten fünf roten Linien – **die Forderung nach einer 1:1 Umsetzung der Richtlinie beim Leistungsschutzrecht für Presseverleger** (genauer bei der Regelung der Ausnahme für „einzelne Wörter oder sehr kurze Auszüge einer Presseveröffentlichung“).

In der Stellungnahme des BMWi zum Gesamtreferentenentwurf vom **9.10.2020** sind u.a. folgende wesentliche Punkte enthalten:

- Umsetzung folgender roter Linien: Streichung der festen Quote der Verlegerbeteiligung, **Streichung der festen Beteiligungsquote der Urheber an den Einnahmen der Presseverleger aus dem Leistungsschutzrecht**, Streichung der Entfristungsregelung des Urheberrechts-Wissensgesellschafts-Gesetzes und Verlängerung der Befristung auf 2025 – die Streichung der Akzessorietät des Vervielfältigungsrechts wird nur mitgetragen.
- BMWi begrüßt das **grundsätzliche System der Regelung**, nach dem **mutmaßlich erlaubte Nutzungen** von der automatisierten Blockierung durch Upload-Filter ausgenommen sind. BMWi setzt sich jedoch für die **Reduzierung der Länge der Werkausschnitte bei geringfügigen Nutzungen ein. Demnach soll das Hochladen kleinerer Ausschnitte** (bei Texten 1.000 Zeichen) von urheberrechtlich geschützten Werken **auf Online-Plattformen** gegen eine Vergütung mutmaßlich erlaubt sein. Die **Presseverleger** fordern die Streichung.

BMJV hatte ursprünglich geplant, den Referentenentwurf am 16.12.2020 vom Kabinett beschließen zu lassen, wegen des Abstimmungsbedarfs der B-Ressorts (und der CDU-/CSU-Fraktion) wurde der Termin auf den 20.1.2021 verschoben.

Die **B-Koordinierung** soll nach Wunsch des BK-Amt und BMWi **fortgesetzt werden.**

- BMWi hat sich von Anfang an für eine zügige Umsetzung der DSM-RL eingesetzt, allerdings auch substantielle Änderungen eingefordert und erreicht.
- Bei dem vom BMJV am 24.11.2020 vorgelegten Entwurf besteht noch Verbesserungsbedarf. Der Entwurf wird noch intensiv geprüft, bevor eine Kabinetttbefassung stattfinden kann.

Leistungsschutzrecht für Presseverleger

In Art. 15 DSM-RL wird Presseverlegern ein vom Journalisten unabhängiges Recht gewährt, die Nutzung ihrer Presseerzeugnisse zu verbieten oder zu monetarisieren (**Leistungsschutzrecht für Presseverleger**). Damit wird die als schützenswert angesehene verlegerische Tätigkeit von Presseunternehmen urheberrechtlich berücksichtigt.

Es besteht **dringender Umsetzungsbedarf**, da das 2013 eingeführte deutsche Leistungsschutzrecht aufgrund fehlender Notifizierung aktuell unanwendbar ist.

Art. 15 DSM-RL sieht eine **Ausnahme vom Leistungsschutzrecht** für die „Nutzung einzelner Wörter oder sehr kurzer Auszüge aus einer Presseveröffentlichung“ vor, d.h. eine Suchmaschine könnte einzelne Wörter oder kurze Auszüge ohne Einverständnis des Presseverlegers in den Suchergebnissen anzeigen. Diese Ausnahmeregelung hatte das BMJV zunächst sehr weit gefasst, nach Druck durch das BMWi aber nun eine 1:1-Umsetzung vorgesehen.

Auch die Länge der Werkausschnitte der geringfügigen Nutzungen sieht das BMWi vor dem Hintergrund des Leistungsschutzrechts für Presseverleger kritisch. Gleichzeitig begrüßt das BMWi den Ansatz, auch die Nutzerinteressen angemessen zu berücksichtigen. BMWi spricht sich daher für eine Reduzierung der Länge der Werkausschnitte aus. BMJV signalisiert auf Fachebene Kompromissbereitschaft.

Von Seiten der Presseverleger wird die Streichung der „**Akzessorietät des Vervielfältigungsrechts**“ gefordert. Aktuell sieht der Referentenentwurf vor, dass den Presseverlegern ein Vervielfältigungsrecht nur akzessorisch zur Online-Veröffentlichung übertragen wird („hierzu“). Sofern das Vervielfältigungsrecht nur insoweit übertragen wird, wäre das **Speichern von Texten** (d.h. Vervielfältigen) durch Suchmaschinen zum Zweck des sog. **Crawlens vom Leistungsschutzrecht nicht erfasst**. Bei Suchanfragen über Suchmaschinen speichert die Suchmaschine eine Kopie der von der Suchanfrage betroffenen Dokumente auf eigenen Servern, um diese auf Stichworte zu durchsuchen und letztlich das gewünschte Ergebnis anzuzeigen. Schon diese Speicherung durch Suchmaschinen soll nach der Forderung der Presseverleger nur dann zulässig sein, wenn die Presseverleger ihre Einwilligung – ggf. erst nach Zahlung einer Vergütung – erteilen.

Insbesondere BK-Amt unterstützt diese Forderung, **BMWi trägt sie nur mit**, da Abt. VI Suchmaschinenbetreiber nicht zu stark belasten will. Rechtlich gesehen sind die

Forderungen der Presseverleger mit Blick auf die Vorgaben der Richtlinie nachvollziehbar, wenngleich nicht eindeutig.

- Das europaweite Leistungsschutzrecht für Presseverleger berücksichtigt nun ausdrücklich die schützenswerten Tätigkeiten von Presseunternehmen.
- Wir schützen damit letztlich die freie Presse. Die Bundesregierung hat sich hier für einen sehr weitgehenden Schutz eingesetzt.
- Bei der nationalen Umsetzung ist es uns wichtig, dass das Leistungsschutzrecht „1:1“ erhalten bleibt – hier konnten wir das BMJV von unserer Position überzeugen.
- Das Leistungsschutzrecht darf nicht durch andere Regelungen – z.B. zu geringfügigen Nutzungen – ausgehöhlt werden.
- Wir sehen allerdings das (grundrechtliche) Spannungsverhältnis zwischen möglichst freier digitaler Kommunikation und dem Schutz des Geistigen Eigentums.

Digital Services Act (DSA) / Digital Markets Act (DMA)

Die KOM wird voraussichtlich am 15.12. zwei neue Rechtsakte (**Digital Services Act** und **Digital Markets Act**) vorlegen. Hierzu hat die KOM öffentliche Konsultation vom 2.6. bis 8.9.2020 durchgeführt. Die BReg hat hierzu Stellungnahmen abgegeben.

Mit dem **Digital Services Act (DSA)** soll die **E-Commerce Richtlinie überarbeitet** werden. Ziel des DSA sind neue und überarbeitete Regeln zur Vertiefung des Binnenmarkts für digitale Dienste durch Ausweitung und Harmonisierung der Pflichten von Online-Plattformen und Informationsdienstleistern sowie Stärkung der Aufsicht über die Inhaltepolitik der Plattformen in der EU (horizontaler Rechtsakt und separate, eigene Rechtsakte zu sektoralen Themen wie illegale Inhalte / Hassrede, Kinderpornographie, Terrorismus oder den Verkauf illegaler oder gefälschter Produkte). Vorgesehen ist

zudem die **Ausweitung** der E-Commerce-Richtlinie auf **Anbieter aus Drittstaaten**, um ein **Level-Playing-Field** zu gewährleisten. KOM-Vorhaben, die E-Commerce RL zu überprüfen, ist aus Sicht BReg zu begrüßen. Diese sollte an **neue digitale Gegebenheiten** angepasst werden. Vor 20 Jahren standen für den elektronischen Geschäftsverkehr z.B. noch E-Mails im Fokus und weniger die gesamte Bandbreite von digitalen Inhalten und Dienstleistungen von heute.

Der **Digital Markets Act (DMA)** soll zwei Säulen umfassen: Die erste Säule des DMA soll unmittelbar anwendbare konkrete Verhaltenspflichten und -verbote für **große Plattformen mit Torwächter-Funktion** (wie bspw. Google) enthalten. Die zweite Säule soll Untersuchungen digitaler Märkte zur Identifikation **strukturellen Marktversagens** bzw. struktureller Unzulänglichkeiten eines Marktes ermöglichen („**New Competition Tool**“). Ziel des DMA ist die Gewährleistung einer fairen, bestreitbaren und innovativen Plattformumgebung im Binnenmarkt für digitale Dienste.

Die BReg wird die Legislativvorschläge auf europäischer Ebene konstruktiv begleiten. Die Legislativarbeiten werden unter PRT-Präs. (ab Jan. 2021) beginnen können. Unter der deutschen Ratspräsidentschaft fanden mehrere Aussprachen in den verschiedenen Ratsformationen und Arbeitsgruppen statt. Dabei wurden die Initiativen von den meisten MS begrüßt.

- Die BReg begrüßt die bevorstehenden Legislativvorschläge zum DSA und DMA und wartet gespannt auf den **15.12.**

[DSA]

- Der DSA bietet eine Chance, um den Binnenmarkt für digitale Dienste zu vertiefen.
- Bei allen Regelungen zum DSA sollten wir darauf achten, dass **kleine und mittlere (europäische) Anbieter** nicht übermäßig belastet werden.
- **Großen Plattformen** sollten strengere Verpflichtungen auferlegt werden können.
- Zudem ist ein **Level-Playing-Field** für Anbieter aus dem Binnenmarkt und dem nichteuropäischen Ausland **erforderlich**.

- Wir unterstützen daher die **Ausweitung der RL auf Anbieter aus Drittstaaten**, die im Binnenmarkt ihre Dienste und Produkte anbieten.

[DMA]

- Die BReg begrüßt auch den DMA und die damit verfolgten Ziele.
- Der DMA sollte dazu führen, dass Probleme, die durch die **Macht und die Praktiken von Gatekeeper-Plattformen** aufgeworfen werden, effektiv, schneller und vorausschauend gelöst werden.
- Dies ist erforderlich für den **fairen Wettbewerb in der digitalen Wirtschaft**.

GWB-Digitalisierungsgesetz

Das GWB-Digitalisierungsgesetz schafft ein fokussiertes, proaktives und digitales Wettbewerbsrecht. Ziel der Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) ist die Aufrechterhaltung eines wirksamen Wettbewerbs auf digitalen Märkten.

Kernelemente des am 9.9.20 vom Bundeskabinett beschlossenen GWB-Digitalisierungsgesetzesentwurfs sind insb.:

1. **Verschärfung der Missbrauchsaufsicht** für marktmächtige Digitalunternehmen einschl. einer Etablierung einer Norm mit besonderen Verhaltenspflichten für große Plattformen, deren überragende marktübergreifende Bedeutung für den Wettbewerb das BKartA festgestellt hat.
2. **Verbesserter Datenzugang** für Wettbewerber (wenn dessen Verweigerung wettbewerbsrechtlich missbräuchlich ist).
3. **Erleichterungen und mehr Rechtssicherheit für mittelständische Unternehmen** u.a. durch Anhebung der Umsatzschwellenwerte in DEU bei Fusionen, Möglichkeit für BKartA bei Vorliegen bestimmter Voraussetzungen Fusionen auf regionalen Märkten unterhalb der Umsatzschwellenwerte zu prüfen, erhöhte Rechtssicherheit bei Kooperationen.
4. Umsetzung der EU-Richtlinie 2019/1 zur Stärkung der nationalen Wettbewerbsbehörden (Umsetzungsfrist 4.2.21).

Die erste Lesung des Gesetzentwurfs im Bundestag war am 29.10. Am 25.11. hat eine öffentliche Expertenanhörung im Wirtschaftsausschuss stattgefunden. Die abschließende Beratung im Wirtschaftsausschuss soll am 16.12. sein. Der Gesetzentwurf könnte dann am 17./18.12. in 2./3. Lesung beschlossen werden. Der Bundesrat hat am 6.11. Stellung genommen.

- Das GWB-Digitalisierungsgesetz befindet sich derzeit in den parlamentarischen Beratungen.
- Wir sind zuversichtlich, dass das Gesetz noch im Dezember vom Bundestag beschlossen wird. Es könnte dann Anfang 2021 in Kraft treten.
- Mit dem Gesetz wird ein weiterer Auftrag aus dem Koalitionsvertrag erfüllt: Die Modernisierung der Missbrauchsaufsicht mit Blick auf die Herausforderungen der Digitalökonomie.

Reaktiv: Google News Showcase

Google hat am 1.10. eine **neue Initiative** gestartet (Ankündigung von Ende Juni), an der 20 deutsche Medienunternehmen und somit über 50 Publikationen (u.a. **F.A.Z., SPIEGEL, ZEIT, Rheinische Post** und **Tagesspiegel** – alle nicht Mitglied der VG Media) beteiligt sind: Google erwirbt von den teilnehmenden Presseverlagen **Lizenzen** über „**qualitativ hochwertige Inhalte**“ für ein **neues Nachrichtenformat**. Die Initiative wird zunächst mit den genannten Verlagen getestet und auf **Google News** und **Discover** starten. Das Angebot soll ausgebaut werden, mit weiteren Verlagen werden Gespräche geführt. Es soll den teilnehmenden Verlagen helfen, die **Sichtbarkeit ihrer Inhalte** zu vergrößern, und damit **Qualitätsjournalismus fördern**.

Teil des Programms ist der **kostenlose Zugriff für Google-Nutzer auf einige ansonsten kostenpflichtige Artikel der Verlage**. Insoweit werden die sog. **Paywalls** geöffnet, was die Reichweite der Verlage erhöht.

Die neue Initiative stellt eine gewisse **Kehrtwende** in der **Google-Strategie** im **Umgang mit Verlagsinhalten** dar: Google wird erstmalig mit Presseverlagen **Lizenzverträge** schließen und das Darstellen journalistischer Inhalte vergüten. Google verweigerte bislang stets eine Beteiligung an seinen Werbeeinnahmen.

Presseverlage und Google streiten schon lange über die **Verteilung von Werbeeinnahmen**. Die Verlage kritisieren, dass Google u.a. kleine Textausschnitte („Snippets“) von Presstexten anzeigt, ohne diese zu vergüten. Google argumentiert, mit diesen Textausschnitten die Reichweite der Presseverlage zu erhöhen. Die **VG Media** wollte gerichtlich klären lassen, ob die Ausnahme vom Leistungsschutzrecht der Presseverleger

auch Snippets erfasst; der EuGH urteilte aber per Vorabentscheidung, dass das deutsche Leistungsschutz mangels Notifizierung unanwendbar sei. BMWi setzt sich zum (wirtschaftlichen) Schutz der Presseverlage und der Förderung von Qualitätsjournalismus für eine schnelle 1:1-Umsetzung des europäischen **Leistungsschutzrechts für Presseverleger** ein. Trotz Googles neuer – grundsätzlich begrüßenswerten – Initiative besteht weiterhin dringender Umsetzungsbedarf.

Die **VG Media** hat mit Schreiben vom 30.10. an Minister Altmaier gemahnt, dass die digitalen Plattformen wie Google (aber auch Facebook u.a.) mit einer **konzertierten Initiative zur Unterzeichnung von Verträgen mit Presseverlegern** in allen EU-Mitgliedstaaten die – auch durch COVID-19 bedingten – schwierigen wirtschaftlichen Umstände der deutschen und europäischen Verleger **missbräuchlich ausnutzen** würden. Google habe in den einheitlichen Verträgen für den Google News Showcase jedweden Hinweis auf „Lizenzgebühren“ vermieden. Die Nutzung der Verlagsinhalte erfolge – laut Vertrag – vielmehr ausdrücklich **lizenzgebührenfrei**.

Der **BDZV** und der **Deutsche Journalistenverband (DJV)** sehen die Übereinkunft **skeptisch**. Ihrer Ansicht nach wolle Google mit dem neuen Programm der drohenden gesetzlichen Zahlungspflicht gegenüber den Urhebern vorbeugen („Aushöhlung des Leistungsschutzrechts“). Zudem befürchten beide Verbände, dass die Kooperation durch eine Bevorzugung in den Suchergebnissen von Google News zu einer **Wettbewerbsverzerrung** führen könne. Aus Sicht des BDZV setze Google zudem – wie zuletzt in Frankreich – seine Marktmacht ein, um das Leistungsschutzrecht zu umgehen. Der BDZV fordert daher auch in Deutschland „robuste Rechte“ gegen dieses Verhalten.

- Wir sehen die Bemühungen, die Google unternimmt, um vergütete Möglichkeiten zu schaffen, Presseinhalte nutzen zu können.
- Von den Presseverlegern haben wir aber teilweise auch Kritik an Ihrem Vorgehen erfahren: Dazu gehört insbesondere der Vorwurf, dass die Durchsetzung von Leistungsschutzrechten verhindert würde.
- Wie bewerten Sie diese Vorwürfe?



Facebook News

Facebook ist überzeugt, dass Qualitätsjournalismus einer der Grundpfeiler offener Gesellschaften ist. Denn er informiert und stärkt nicht nur die Bürger*innen, sondern zieht auch die Mächtigen zur Verantwortung. Wir arbeiten eng mit Branchenpartnern zusammen, um Möglichkeiten zu finden, wie wir den Journalismus unterstützen und Nachrichtenorganisationen helfen können, nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln – beispielsweise durch unsere **Accelerator-Programme** für Lokaljournalist*innen sowie finanzielle Förderungen.

Mit Facebook News starten wir ein neues Kapitel in der Zusammenarbeit mit der Nachrichtenbranche. Es handelt sich dabei um einen personalisierten, komplett auf Nachrichten fokussierten Ort auf Facebook – entwickelt mithilfe von Feedback und Erkenntnissen der Verlage und der Nutzer*innen. Mit Facebook News wollen wir Verlage und Redaktionen in Deutschland dabei unterstützen, neue Leser*innen zu gewinnen, ihre Inhalte zu monetarisieren und ihr Geschäftsmodell langfristig und nachhaltig auszubauen.

Grundsätzlich können Links zu Artikeln aller Nachrichtenanbieter bei Facebook News angezeigt werden. Voraussetzung dafür ist, dass sie die Zugangskriterien erfüllen, darunter die Registrierung im Nachrichtenseiten-Index, die Einhaltung unserer Gemeinschaftsstandards sowie unserer allgemeinen Integritätsrichtlinien. Darüber hinaus bezahlen wir Partner für die Bereitstellung zusätzlicher Links zu Artikeln in Facebook News. Wir haben hierzu auf der Grundlage eines festgelegten Frameworks Verträge

sowohl mit großen als auch mit kleinen und lokalen Nachrichtenanbietern abgeschlossen. Wir sind auch nach dem Start offen für weitere Partnerschaften.

Dadurch ergeben sich zusätzliche Möglichkeiten, durch Traffic Werbeumsätze und Abonnements zu generieren. Eines unserer wichtigsten Ziele ist es, Verlage dabei zu unterstützen, neue Zielgruppen zu erreichen. Es hat sich gezeigt, dass mehr als 95 Prozent des durch Facebook News generierten Traffics zusätzlich zu dem Traffic entsteht, den die Verlage bereits über den Facebook News Feed erhalten.

Facebook News wurde 2019 in den USA gestartet. Unser Ziel war es stets, Facebook News auch in anderen Märkten verfügbar zu machen. In Großbritannien sind wir bereits live, in Australien und Frankreich ist der Start von Facebook News geplant. Wir wollen die Produktverfügbarkeit kontinuierlich ausbauen, wo das Marktumfeld und die regulatorischen Rahmenbedingungen solche Investitionen und Innovationen erlauben.

So funktioniert Facebook News

Informativ, relevant, zuverlässig: Mit Facebook News wollen wir ein Angebot rund um Nachrichten schaffen, das diese Werte widerspiegelt. Facebook News kreiert eine Nachrichtenwelt, die einen Mix aus personalisierten und kuratierten Nachrichteninhalten umfasst und für eine breitere Perspektive sorgt.

Registrierung von Verlagen

Bei der Aufnahme von Inhalten verfolgen wir einen breiten Ansatz. Um Teil von Facebook News zu werden, müssen Verlage bestimmte Zugangsvoraussetzungen erfüllen, dazu gehören:

1. Sie müssen als Nachrichtenanbieter in unserem Nachrichtenseiten-Index registriert sein.
2. Sie müssen unsere Gemeinschaftsstandards beachten.
3. Sie müssen unsere allgemeinen Richtlinien zur Plattformintegrität (z. B. Vermeidung von Engagement-Baiting, Click-Baiting und Fehlinformationen) beachten.

So wählt das Team neue Themen aus:

Verbreitung: Die weite Verbreitung ist keine Voraussetzung, aber sie zeigt, welche Themen besonders relevant sind. Das Team schaut sich eine Reihe von großen Nachrichtenorganisationen an, um sich ein Bild über die wichtigsten Nachrichten des Tages zu machen. Dabei hat es sowohl die allgemeinen als auch die aktuellen Nachrichten im Blick.

Interesse: Das Team sucht nach Themen, die den Menschen dabei helfen können, die Welt zu verstehen oder ihr Verständnis darüber zu verändern.

Bedeutung: Es werden Beiträge priorisiert, die das Leben der Menschen direkt beeinflussen. Das Team konzentriert sich daher auf Themen, die erhebliche Auswirkungen auf Menschen, Organisationen und Branchen haben. Falls möglich, wählen sie Themen aus, die Menschen in ihrem Alltag helfen können.

Vielfalt: Das Team achtet stets darauf, dass es bei Facebook News eine große Bandbreite gibt, damit nicht nur ein Themenfeld dominiert.

Wenn das Team spezielle Beiträge innerhalb ausgewählter Themen herausgreift, achtet es auf folgende Aspekte:

- **Fakten:** Die Geschichten und die Schlagzeilen sollten die Menschen und die Ereignisse in den Nachrichten korrekt darstellen – mit ergänzenden Materialien, die zahlreiche Informationen enthalten, u. a. Zahlen und Zitate.
 - **Unterschiedliche Stimmen:** Die Geschichten sollten eine Vielfalt von Stimmen abbilden, insbesondere bei schwierigen Themen, bei denen es mehrere Blickwinkel gibt.
 - **Originalberichterstattung:** Ganz egal, ob ein Bericht eine Originalstory veröffentlicht oder darauf aufbaut: Das Team wird die Originalberichterstattung priorisieren. Wir definieren diese Form der Berichterstattung als Veröffentlichung von brandneuen Informationen oder Dateien, wie z. B. Interviews oder Fotos, über die noch kein anderes Medienhaus verfügt.
 - **On-the-record-Berichte:** Quellenangaben mit Namensnennung werden denjenigen ohne Namensnennung vorgezogen. Die Kurator*innen werden jeweils den Beiträgen den Vorrang geben, die Originalbelege vorweisen können.
 - **Aktualität:** Das Team wird darauf hinarbeiten, dass jeweils die neueste Version einer Geschichte erscheint.
- **Tiefgang und Kontext:** Die Geschichten mit dem meisten Tiefgang und Kontext werden priorisiert. Dazu gehören auch jene mit Zitaten, Forschungsergebnissen, historischem Kontext, Karten und Datenvisualisierungen, wenn dies relevant ist.
 - **Fairness:** In einer Welt, in der jedes Thema intensiv diskutiert wird, werden die Kurator*innen die Beiträge hervorheben, die verschiedene Seiten eines Themas beleuchten.
 - **Lokale Berichterstattung:** Das Team wird versuchen, die Berichterstattung von lokalen Nachrichtenorganisationen zu priorisieren. Hierfür muss der Verlag die Region abdecken, die von einer Nachricht betroffen ist. Darüber hinaus muss auch eine überregionale Zielgruppe auf diese Berichterstattung zugreifen können.

Im Redaktionsteam, das dabei hilft, diese Geschichten auszuwählen, arbeiten Journalist*innen mit umfangreichen Erfahrungen in unterschiedlichen Redaktionen. Ihre Aufgabe ist es, sich anzuschauen, über welche Themen die Nachrichtenorganisationen berichten und die Geschichten gemäß der Richtlinien auszuwählen – sodass die Menschen einen guten Überblick über die Nachrichten des Tages bekommen. Wir behalten uns das Recht vor, die Kuratierungs-Richtlinien jederzeit zu ändern, zu beschränken oder zu erweitern, um redaktionelle Best Practices und Branchenstandards widerzuspiegeln, während sich Facebook News kontinuierlich weiterentwickelt, und werden diese Änderungen transparent kommunizieren.

Pressemitteilung

Auf Beschwerde von Corint Media: Kartellrechtliches Missbrauchsverfahren gegen Google News Showcase

Verfahrenseröffnung des Bundeskartellamts stärkt die effektive Durchsetzung angemessener Vergütungen für das Presseleistungsschutzrecht.

Berlin, 04.06.2021. Wie heute mitgeteilt, hat das Bundeskartellamt gegen Google ein Missbrauchsverfahren zur Prüfung des Nachrichtenangebots „Google News Showcase“ eingeleitet. Das Verfahren stützt sich neben dem klassischen Missbrauchsverbot auch auf weitergehende neue Vorschriften zur Regulierung von Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung für den Wettbewerb (§ 19a GWB). Diese Vorschriften ermöglichen ein effektiveres und schnelleres Vorgehen gegen wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen insbesondere großer Digitalkonzerne.

Hintergrund des Verfahrens ist die von Corint Media beim Bundeskartellamt im Oktober letzten Jahres eingereichte Beschwerde, die verschiedene Verstöße von Google gegen das Missbrauchsverbot darlegt:

- Der Dienst „Google News Showcase“ und seine Integration in anderweitige Google-Dienste, insbesondere die Google Suchmaschine, sind klar darauf ausgelegt, die Aufmerksamkeit der Nutzer auf den neuen Google-eigenen Nachrichtendienst und die darin enthaltenen Presseinhalte zu konzentrieren – dies unter missbräuchlicher Ausnutzung von Googles quasi-monopolistischer Stellung auf dem Suchmaschinenmarkt und zu Lasten der nicht an diesem Dienst teilnehmenden Presseverleger.
- Zugleich sind die zugrundeliegenden Verträge so ausgestaltet, dass sie den Verlegern die Durchsetzung einer angemessenen Vergütung für die Nutzung ihrer Inhalte, wie sie das gerade vom Gesetzgeber beschlossene Presseleistungsschutzrecht gewährleisten soll, in missbräuchlicher Weise unmöglich machen.

Corint Media begrüßt, dass das Bundeskartellamt diese Beschwerde nun aufgegriffen hat und das Verhalten von Google einer kartellrechtlichen Prüfung unterzieht. Das Verhalten von Google stellt aus Sicht von Corint Media nicht nur eine gravierende Beschränkung des Wettbewerbs zu Lasten der Presseverleger dar, sondern gefährdet damit zugleich die wirtschaftlichen Grundlagen der freien Presse.

Christoph Schwennicke und Markus Runde, Geschäftsführer von Corint Media:

„Nachdem die Legislative durch die Änderung des Kartellrechts und die Einführung des urheberrechtlichen

Presseleistungsschutzrechtes für Verleger - europäisch wie national - mit guten Gründen den gesetzlichen Rahmen zwischen Inhaltenanbietern und Inhalte nutzenden Plattformen neu gesetzt hat, ist die Eröffnung dieses Verfahrens der nächste wichtige Schritt für die konkrete Rechtsanwendung. Auch global agierende Tech-Unternehmen bewegen sich in gesetzten Rechts- und Ordnungsrahmen, die wir uns in gewaltenteiligen Demokratien in Freiheit gegeben haben. Verstöße gegen diese Rechtsrahmen bedürfen der konsequenten Aufarbeitung und Ahndung."

S-20103-028 versandt am 02.12.2020 VIA36e



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Energie



[REDACTED] VG Media GmbH
Lennestr. 5
10785 Berlin

Dr. Ulrich Nußbaum
Staatssekretär

HAUSANSCHRIFT Schamhorststraße 34-37, 10115 Berlin
POSTANSCHRIFT 11019 Berlin

TEL +49 30 18615 7841

FAX +49 30 18615 5105

E-MAIL buero-st-n@bmwi.bund.de

DATUM Berlin, 2. Dezember 2020

Sehr geehrter Herr [REDACTED]

vielen Dank für das gemeinsame Schreiben der Mitglieder der VG Media vom 30. Oktober 2020, in dem Sie – unter Verweis auf das Beispiel Google News Show-case – an die Bundesregierung appellieren, die Wirkmacht der großen Digitalplattformen wie Google und Facebook einzudämmen und das Leistungsschutzrecht der Presseverleger zügig umzusetzen. Der Minister hat mich gebeten, Ihnen zu antworten. Ich antworte auch im Namen der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.

Wir teilen Ihre Auffassung, dass für eine gelebte Demokratie – gerade in Zeiten der COVID-19-Pandemie – Medienprodukte, die pluralistisch, neutral und journalistischen Grundsätzen verpflichtet sind, von grundlegender Bedeutung sind. Da hochwertige Verlagsprodukte aber nicht zum Nulltarif zu haben sind, benötigen wir angemessene gesetzliche und finanzielle Rahmenbedingungen, die den aktuellen Herausforderungen für Medienunternehmen Rechnung tragen. Daran arbeiten wir gemeinsam mit Hochdruck.

Um dem Missbrauch von Marktmacht durch die großen digitalen Plattformen noch wirksamer zu begegnen, passen wir mit dem GWB-Digitalisierungsgesetz die Missbrauchsaufsicht über marktbeherrschende Unternehmen an die Digitalökonomie an. So soll das Bundeskartellamt künftig großen Digitalunternehmen bereits dann missbräuchliche Verhaltensweisen untersagen können, wenn es eine überragende marktübergreifende Bedeutung dieser Unternehmen festgestellt hat.

Der Schutz Ihrer Daten ist uns wichtig. Nähere Informationen zum Umgang mit personenbezogenen Daten im BMWI können Sie der Datenschutzerklärung auf www.bmwi.de/Datenschutzerklärung entnehmen.

Seite 2 von 2 Das GWB-Digitalisierungsgesetz befindet sich derzeit im parlamentarischen Verfahren.

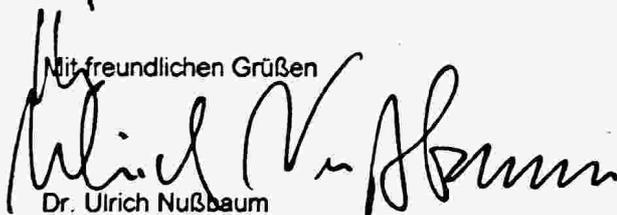
Diskutiert wird, diese Regelung insbesondere mit Blick auf missbräuchliche Verhaltensweisen von Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung weiter zu konkretisieren. Sofern Verlage in dem Vorgehen von Google bereits nach geltendem Recht einen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung sehen, besteht die Möglichkeit einer kartellrechtlichen oder zivilgerichtlichen Klärung.

Zudem hat sich die Bundesregierung im Rahmen der Urheberrechts-Richtlinie mit Nachdruck für das europaweite Leistungsschutzrecht der Presseverleger nach deutschem Vorbild eingesetzt, das die Rechte der Verleger stärkt, wenn ihre Presseerzeugnisse im Internet veröffentlicht werden. Es schützt ausdrücklich die schützenswerten Tätigkeiten von Presseunternehmen und damit letztlich die freie Presse. Die Neuregelung stabilisiert die gewachsene Presselandschaft in einer Phase der digitalen Transformation. Gleichzeitig rüstet sie das Urheberrecht für die Zukunft und schafft Rechtssicherheit für digitale Geschäftsmodelle.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie wird sich gemeinsam mit der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien für eine Umsetzung der Vorschriften, die den Erhalt einer pluralistischen Presselandschaft sicherstellen, in deutsches Recht einsetzen. Mir ist bewusst, dass wir dabei unter Zeitdruck stehen, da es für die Verlegerinnen und Verleger, aber auch für die Kultur- und Kreativbranche, nicht zumutbar ist, noch länger auf die Umsetzung zu warten. Der Beschluss des Kabinetts soll noch in diesem Jahr gefasst werden.

Gemeinsam werden wir uns auf europäischer und nationaler Ebene für eine Eindämmung des Missbrauchs von Marktmacht großer Online-Plattformen, den Schutz eines unverfälschten Wettbewerbs und ein starkes Urheberrecht auch zugunsten der Verlegerinnen und Verleger einsetzen.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Ulrich Nußbaum

Berlin, 30. November 2020

Briefentwurf

St N
a.d.D.

Herrn
Dr. [REDACTED]

[REDACTED] r VG Media GmbH
Lennéstr. 5
10785 Berlin

Betr.:
Schreiben der VG Media GmbH vom 30.10.2020

*Wesentlich am
02.12.2020
II auf Druck
zurück! [REDACTED]*

Vom Leitungsbereich auszufüllen	
TGB-Nr.	S-201103-028
Eingang Leitung	01.12.2020
eDW-M- Nr.:	2020.11.03/00067
Rein- schrift	
Abzeichnungsliste	
St	Lag STN vor 2/1/2
AL	[REDACTED] VI 30.11.20
UAL	[REDACTED] VIA; 30.11.20
Referatsinformationen	
Referats- leiter/in	[REDACTED], VIA3 30.11.20
Bearbei- ter/in	[REDACTED], VIA3 30.11.20
Mitzeich- nung	IB1, ZR; BKM
Referat und AZ	VIA3 - 60209-005#004

Bezug: Dringender Umsetzungsbedarf für das Leistungsschutzrecht der Presseverleger und Eindämmung der Wirkmacht großer Digitalplattformen am Beispiel von Google News Showcase

I. Stellungnahme

In ihrem Schreiben vom 30.10. bittet die VG Media BM Altmaier um Unterstützung bei der Eindämmung der Wirkmacht der großen Digitalplattformen wie Google und Facebook und die dringende Umsetzung des Leistungsschutzrechts der Presseverleger. Das Schreiben ist zugleich an ChefBK und [REDACTED] (BKM) gerichtet. BK-Amt hat – anders als BKM – eine gemeinsame Beantwortung abgelehnt.

VG Media wirft den großen Digitalplattformen eine „konzertierte Initiative zur Unterzeichnung von Verträgen mit Presseverlegern in allen EU-Mitgliedstaaten“ vor. Dadurch würden diese die (auch pandemiebedingte) wirtschaftlich schwierige Situation der deutschen und europäischen Presseverleger missbräuchlich ausnutzen und ihre eigenen Monopole festigen. VG Media verweist hierzu auf den neuen Dienst „Google News Showcase“. Google habe in den einheitlichen Verträgen für diesen Dienst jedweden Hinweis auf „Lizenzgebühren“ vermieden. Die Nutzung der Verlagsinhalte erfolge – laut Vertrag – vielmehr ausdrücklich lizenzgebührenfrei.

VG Media regt die Einschaltung der Kartellbehörden auf nationaler und europäischer Ebene an. Der Vertrag verhindere gezielt die Refinanzierung der Inhalte mit Hilfe des Presseleistungsschutzrechts, schwäche hierdurch die Pressevielfalt und ermögliche teilweise die Einflussnahme auf Inhalte.

Auch Facebook bemühe sich laut VG Media um Vereinbarungen mit einzelnen Presseverlegern. VG Media ist der Ansicht, dass durch dieses Vorgehen der Rechtsrahmen zur Sicherstellung einer unabhängigen Presse vorsätzlich ausgehebelt und die Spielregeln für Auswahl, Darstellung und Distribution journalistischer Inhalte durch Marktherrscher einseitig diktiert würden.

Hintergrund

Google hat am 1.10. eine neue Initiative gestartet, an der 20 deutsche Medienunternehmen und somit über 50 Publikationen (u.a. F.A.Z., SPIEGEL, ZEIT, Rheinische Post und Tagesspiegel – alle nicht Mitglied der VG Media) beteiligt sind: Google erwirbt von den teilnehmenden Presseverlagen Lizenzen über „qualitativ hochwertige Inhalte“ für ein neues Nachrichtenformat. Es soll den teilnehmenden Verlagen helfen, die Sichtbarkeit ihrer Inhalte zu vergrößern, und damit Qualitätsjournalismus fördern. Teil des Programms ist der kostenlose Zugriff für Google-Nutzer auf einige ansonsten kostenpflichtige Artikel der Verlage. Insoweit werden die sog. Paywalls geöffnet, was die Reichweite der Verlage erhöht.

Presseverlage und Google streiten schon lange über die Verteilung von Werbeeinnahmen. Die Verlage kritisieren, dass Google u.a. kleine Textausschnitte („Snippets“) von Presstexten anzeigt, ohne diese zu vergüten. Google argumentiert, mit diesen Textausschnitten die Reichweite der Pressverlage zu erhöhen.

BMWi setzt sich (zusammen mit B-Seite) zum (wirtschaftlichen) Schutz der Presseverlage und zur Förderung von Qualitätsjournalismus für eine **schnelle 1:1-Umsetzung** des europäischen **Leistungsschutzrechts für Presseverleger** ein. Der aktuelle Referentenentwurf des BMJV setzt die Forderung nunmehr um.

BReg hat mit dem Entwurf des GWB-Digitalisierungsgesetzes Vorschläge für eine Modernisierung der Missbrauchsaufsicht insb. mit Blick auf große Digitalunternehmen vorgelegt. Der Gesetzentwurf befindet sich derzeit im parlamentarischen Verfahren. Dabei wird auch eine Forderung der Verlage insb. mit Blick auf **Google und das Leistungsschutzrecht** diskutiert, die es ermöglichen soll, Unternehmen mit überragender

marktübergreifenden Bedeutung für den Wettbewerb zu verbieten, bei der Behandlung von Angeboten eines Dritten Vorteile zu fordern, die in keinem angemessenen Verhältnis zum Grund der Forderung stehen.

II. Briefentwurf

Sehr geehrter Herr [REDACTED]

vielen Dank für das gemeinsame Schreiben der Mitglieder der VG Media vom 30. Oktober 2020, in dem Sie – unter Verweis auf das Beispiel Google News Showcase – an die Bundesregierung appellieren, die Wirkmacht der großen Digitalplattformen wie Google und Facebook einzudämmen und das Leistungsschutzrecht der Presseverleger zügig umzusetzen. Der Minister hat mich gebeten, Ihnen zu antworten. Ich antworte auch im Namen der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien.

Wir teilen Ihre Auffassung, dass für eine gelebte Demokratie – gerade in Zeiten der COVID-19-Pandemie – Medienprodukte, die pluralistisch, neutral und journalistischen Grundsätzen verpflichtet sind, von grundlegender Bedeutung sind. Da hochwertige Verlagsprodukte aber nicht zum Nulltarif zu haben sind, benötigen wir angemessene gesetzliche und finanzielle Rahmenbedingungen, die den aktuellen Herausforderungen für Medienunternehmen Rechnung tragen. Daran arbeiten wir gemeinsam mit Hochdruck.

Um dem Missbrauch von Marktmacht durch die großen digitalen Plattformen noch wirksamer zu begegnen, passen wir mit dem GWB-Digitalisierungsgesetz die Missbrauchsaufsicht über marktbeherrschende Unternehmen an die Digitalökonomie an. So soll das Bundeskartellamt künftig großen Digitalunternehmen bereits dann missbräuchliche Verhaltensweisen untersagen können, wenn es eine überragende marktübergreifende Bedeutung dieser Unternehmen festgestellt hat. Das GWB-Digitalisierungsgesetz befindet sich derzeit im parlamentarischen Verfahren. Diskutiert wird, diese Regelung insbesondere mit Blick auf missbräuchliche Verhaltensweisen von Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung weiter zu konkretisieren. Sofern Verlage in dem Vorgehen von Google bereits nach geltendem Recht einen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung sehen, besteht die Möglichkeit einer kartellrechtlichen oder zivilgerichtlichen Klärung.

Zudem hat sich die Bundesregierung im Rahmen der Urheberrechts-Richtlinie mit Nachdruck für das europaweite Leistungsschutzrecht der Presseverleger nach

deutschem Vorbild eingesetzt, das die Rechte der Verleger stärkt, wenn ihre Presseerzeugnisse im Internet veröffentlicht werden. Es schützt ausdrücklich die schützenswerten Tätigkeiten von Presseunternehmen und damit letztlich die freie Presse. Die Neuregelung stabilisiert die gewachsene Presselandschaft in einer Phase der digitalen Transformation. Gleichzeitig rüstet sie das Urheberrecht für die Zukunft und schafft Rechtssicherheit für digitale Geschäftsmodelle.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie wird sich gemeinsam mit der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien für eine Umsetzung der Vorschriften, die den Erhalt einer pluralistischen Presselandschaft sicherstellen, in deutsches Recht einsetzen. Mir ist bewusst, dass wir dabei unter Zeitdruck stehen, da es für die Verlegerinnen und Verleger, aber auch für die Kultur- und Kreativbranche, nicht zumutbar ist, noch länger auf die Umsetzung zu warten. Der Beschluss des Kabinetts soll noch in diesem Jahr gefasst werden.

Gemeinsam werden wir uns auf europäischer und nationaler Ebene für eine Eindämmung des Missbrauchs von Marktmacht großer Online-Plattformen, den Schutz eines unverfälschten Wettbewerbs und ein starkes Urheberrecht auch zugunsten der Verlegerinnen und Verleger einsetzen.

Mit freundlichen Grüßen

[redacted] M

Von: [redacted]@vgmedia.de
Gesendet: Montag, 2. November 2020 11:20
An: Ministerbuero
Cc: [redacted]
Betreff: Schreiben der VG Media vom 30.10.2020
Anlagen: 201030_VGM an Bundesministerien wg. Googel News Showcase.pdf; PUBLISHER_pdf.pdf; Bewertung_Vertrag_Google_082020.pdf

Sehr geehrte Herr Bundesminister,

In unserer Mail vom 30.10.2020 16:54 Uhr fehlten die Anlagen zum Schreiben. Wir schicken Ihnen daher die Unterlagen noch einmal komplett.

Herzliche Grüße

[redacted]
[redacted]

VG Media
Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und
Leistungsschutzrechte von Sendern, Verlegern und
Lennestraße 5, 10785 Berlin
Telefon: +49 (30) 20 62 00 - [redacted]
Mobil: +49 [redacted]
Fax: +49 (30) 20 62 00 - [redacted]
[redacted]@vgmedia.de
www.vgmedia.de

[redacted]
Firmensitz Berlin
HRB 84636 AG Berlin-Charlottenburg
USt-ID-Nr. DE 225999482
St-Nr. 30/570/50083

M
St-N, VI und D nun
AE N Se-N (bit
Sk-An + SkM abstimme)

Inde! 7 3/11
29/11
Bitte p an I

Termin
bis spätestens 19.11.20
- Eingang im Büro der Leitung -

Büro der Leitung
Eing 03 Nov. 2020
Tgb Nr 5-201103-028

VG Media Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeanstalten und Presseverlegern mbH,
Lorenzstraße 5 10785 Berlin

An:

Herrn Bundesminister
Peter Altmaier MdB
Bundesministerium f. Wirtschaft u. Energie
11019 Berlin

Herrn Bundesminister
Prof. Dr. Helge Braun MdB
Platz der Republik 1
11011 Berlin

Frau Staatsministerin
Prof. Monika Grütters MdB
Platz der Republik 1
11011 Berlin

Berlin, 30. Oktober 2020

Bitte um Hilfe:

Corona - Google News Showcase/ Facebooks Initiative - Pressefreiheit

Sehr geehrte Frau Staatsministerin,
sehr geehrte Herren Bundesminister,

wir wenden uns an Sie, um Sie als Bundesregierung, aber auch Ihren nachgeordneten Bundesbehörden (BKartA u. a.), dringlich um Hilfe zu bitten. Diese Bitte werden wir auch an die Fraktionen des gesetzgebenden Parlaments richten.

Die digitalen Plattformmonopole Google, Facebook u. a. nutzen mit einer konzentrierten Initiative zur Unterzeichnung von Verträgen mit Presseverlegern in allen Ländern der Gemeinschaft die - auch durch Covid - 19 bedingten - wirtschaftlich schwierigen Umstände der deutschen und europäischen Presseverleger missbräuchlich aus. Die Initiativen der beiden Plattformmonopole schädigen die Finanzierbarkeit und Freiheit der Presse dauerhaft. Sie schaden der Meinungsbildung in einer Demokratie, für die die freie Presse konstitutiv ist. Die Initiativen der Digitalplattformen dienen ausschließlich dem Zweck, die eigenen Monopole mit geringem Kostenaufwand zu festigen und zugleich ihre gesellschaftliche Wirkmacht, die

VG Media Gesellschaft zur
Verwertung der Urheber- und
Leistungsschutzrechte von
Sendeanstalten und
Presseverlegern mbH

Sitz der Gesellschaft:
Lorenzstraße 5
10785 Berlin

HRB 64638
AG Berlin - Charlottenburg

SLN: 3057050063
URL-ID Nr. DE 225888482

Telefon:
(030) 20 82 00 - 8

Fax:
(030) 20 82 00 - 38

Internet:
www.vg-media.de

Deutsche Bank AG Berlin
Kontokorrent:
07 11 00200
Bankleitzahl:
100 700 00
BIC (SWIFT-Code):
DEUTDE33XXX
IBAN:
DE28 1007 0080 0071 1002 00



nicht durch den Souverän legitimiert ist, dauerhaft zu zementieren. Die Presseverleger dagegen erhalten z.B. nach Googles Gutdünken entweder nichts oder missbräuchlich geringe Zahlungen für die Verwertung ihrer Inhalte. Einmal mehr stellen sich die Monopolunternehmen mit diesem Vorgehen über die auch für sie geltenden nationalen und europäischen Rechtsordnungen.

Im Einzelnen: am 1. Oktober 2020 hat Google in der Öffentlichkeit das Produkt „Google News Showcase“ vorgestellt. Damit möchte das Unternehmen nach eigenen Angaben seinen Nutzern „qualitativ hochwertige, journalistische Artikel“ zur Verfügung stellen. Dazu gehören auch solche Artikel, die die Verleger selbst bis jetzt nur gegen Bezahlung ihren Lesern zugänglich gemacht haben. Google bezeichnet dies als „den bislang weitreichendsten Schritt, um die Zukunft des Journalismus zu unterstützen“. Google habe hierzu „Partnerschaften“ mit derzeit 20 deutschen Medienunternehmen geschlossen, unter anderem mit der F.A.Z., Zeit, Spiegel, WAZ, Handelsblatt und Tagesspiegel. Wie hoch die Zahlungen an die deutschen Verlage sind, ist unbekannt. Ausgegangen wird von Zahlungen im niedrigen, einstelligen Millionenbereich für die größeren Pressepublikationen pro Jahr.

Google selbst bewirbt diesen „Showcase“ in der Öffentlichkeit, indem es behauptet, erstmalig „Lizenzgebühren“ für journalistische Inhalte zu leisten. Im Widerspruch dazu hat Google in den einheitlichen Verträgen mit den Presseverlegern jeglichen Hinweis auf „Lizenzgebühren“ vermieden. Die Nutzung der Verlagseinhalte erfolgt - gemäß Vertrag - vielmehr ausdrücklich lizenzgebührenfrei. Gleichzeitig vereinbart Google eine einseitige Kündigungsmöglichkeit für den Fall, dass die Verleger versuchen, ihre abgeleiteten Urheber- und eigenen Leistungsschutzrechte, die ihnen vom europäischen Gesetzgeber ausdrücklich gewährt worden sind, gerichtlich durchzusetzen.

Auch Facebook bemüht sich in ähnlicher Weise um Vereinbarungen mit einzelnen Presseverlegern.

Die Absichten hinter diesem Vorgehen sind eindeutig: Rechtspolitik und Regierung sollen darüber getäuscht werden, dass der vom Gesetzgeber vorgesehene Rechtsrahmen, der die Finanzierungsgrundlagen einer freien, vielfältigen und unabhängigen Presse dauerhaft und aus eigener Kraft der Presseverleger sicherstellen sollte, vorsätzlich ausgehebelt wird. Die öffentliche Darstellung des Vorgehens verschleiern, dass die Spielregeln für Auswahl, Darstellung und Distribution journalistischer Inhalte durch Marktbeherrscher einseitig diktiert werden. Das Geistige Eigentum der Verlage, vor allem das den Presseverlegern gewährte Presseleistungsschutzrecht nach Art. 15 der EU-Richtlinie, läuft leer. Eine

einheitliche, angemessene, transparente und dauerhafte Vergütung für die Verwertung der verlegerischen Inhalte wird vereinbart.

Wir bitten die Bundesregierung und das Parlament dafür zu sorgen, dass nicht allein Größe und Wirtschaft digitaler Plattformen darüber entscheidet, ob Recht zur Anwendung kommt.

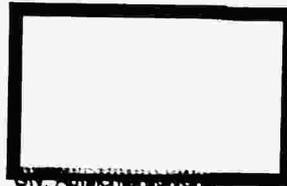
Zur eigenen Anschauung übersenden wir beispielhaft beiliegend eine Transkription des von Google verwendeten Mustervertrages und unsere rechtlich-ökonomische Einschätzung dazu.

Mit freundlichen Grüßen

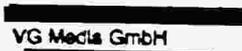


Axel Springer SE

Axel Springer SE



DuMont Mediengruppe
GmbH & Co. KG



VG Media GmbH



VG Media GmbH



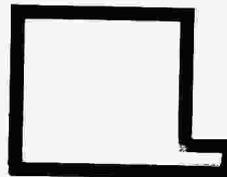
VG Media GmbH



Antenne Niedersachsen
GmbH & Co. KG



Funk & Fernsehen
Nordwestdeutschland
Marketing- & Vertriebs
GmbH & Co. KG



Evangelischer Presse-
verband Norddeutschland
GmbH



VG Media GmbH



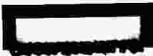
VG Media GmbH



VG Media GmbH

vg·media

AG



Aschendorff Medien GmbH & Co. KG



Sport1 Medien AG



PROCAST GmbH & Co. KG



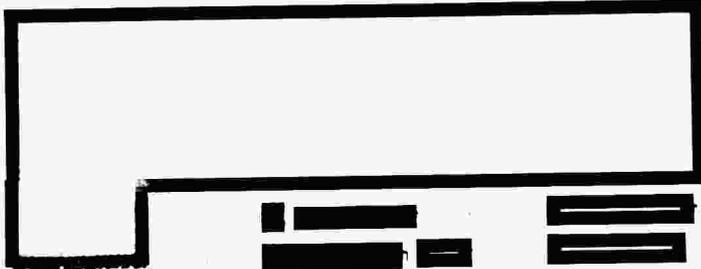
VG Media GmbH



VG Media GmbH



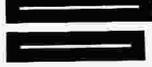
VG Media GmbH



RADIO/TELE PPH GmbH & Co. Betriebs-KG



Legal & Regulatory Seven.One Media GmbH



Schwäbischer Verlag GmbH & Co. KG Drexler, Gessler

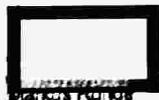
Auflichterst VG Media GmbH



VG Media GmbH



VG Media GmbH



VG Media GmbH

VG Media GmbH

PUBLISHER-CURATED NEWS AGREEMENT

"Publisher"

Full legal name:

Postal address for legal notices:

Email address for legal notices:

"Google"

Full legal name:

Postal address for legal notices:

Email address for legal notices:

"Publisher-Curated News" or "PCN"

[REDACTED]

"Fees"

[REDACTED]

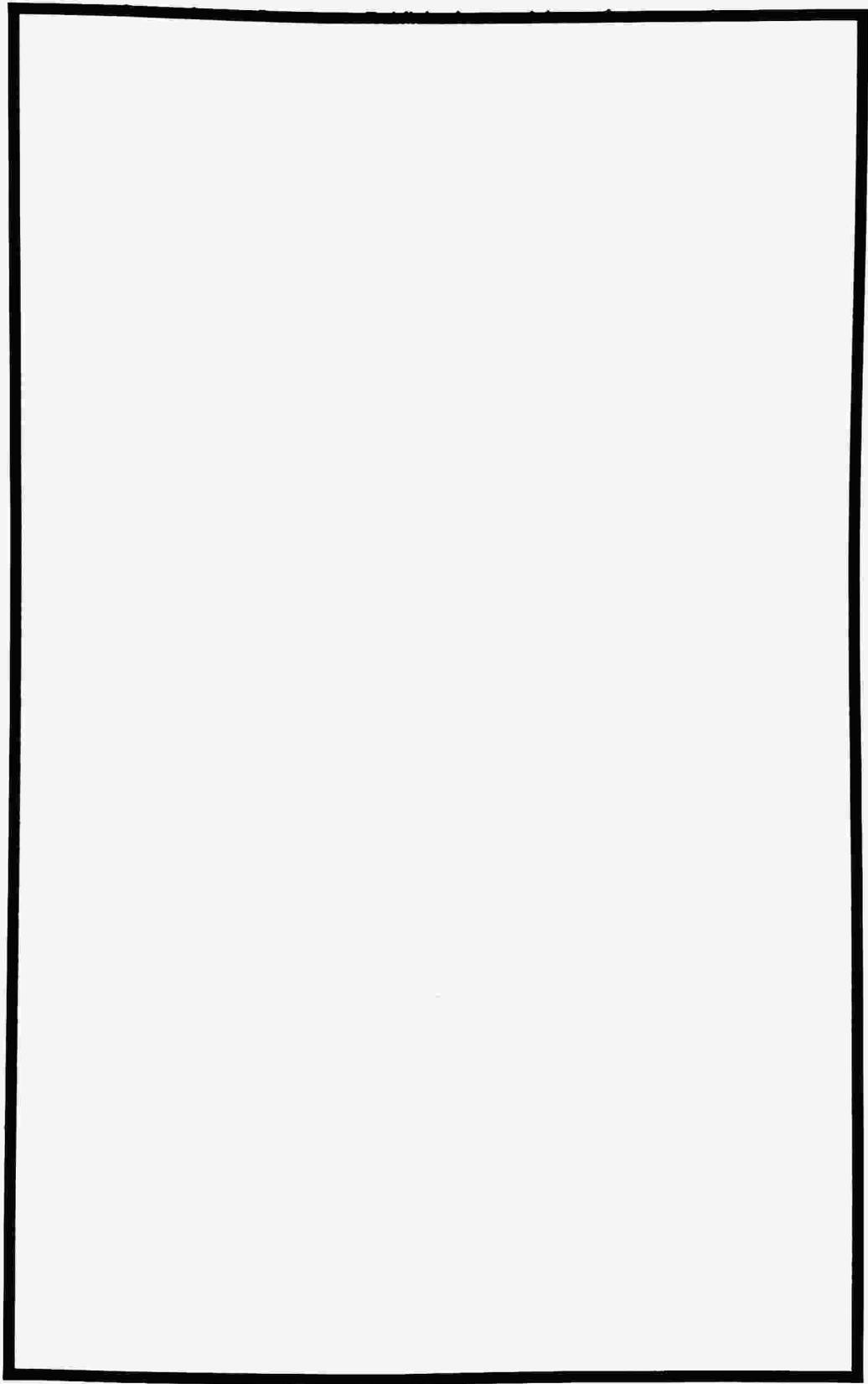
"Minimum Requirements"

[REDACTED]

"Payment Start Date"

[REDACTED]

[REDACTED]



1. Definitions and Interpretation

1. [REDACTED]

2. [REDACTED]

3. [REDACTED]

4. [REDACTED]

5. [REDACTED]

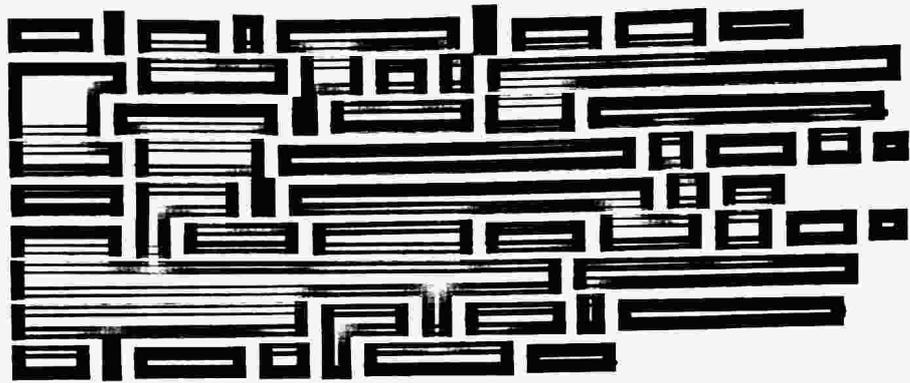
e. [REDACTED]

f. [REDACTED]

6. [REDACTED]

7. [REDACTED]

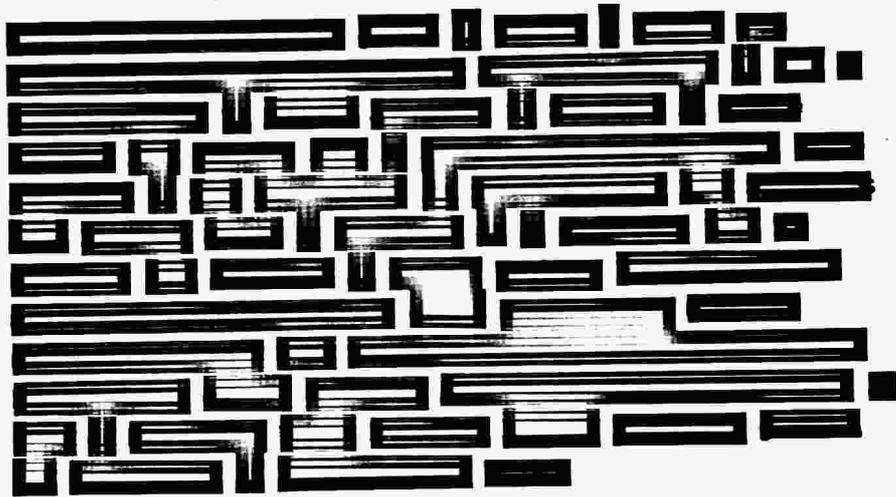
8. [REDACTED]



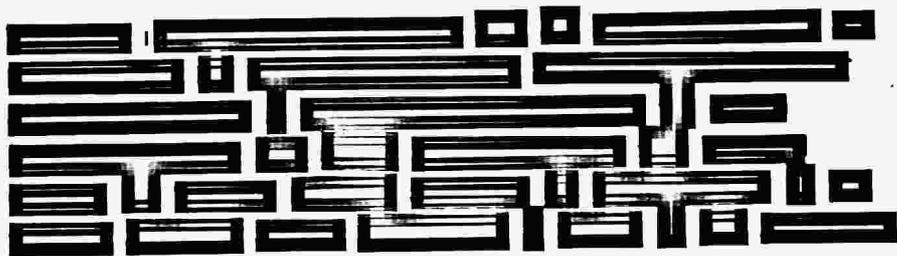
f.



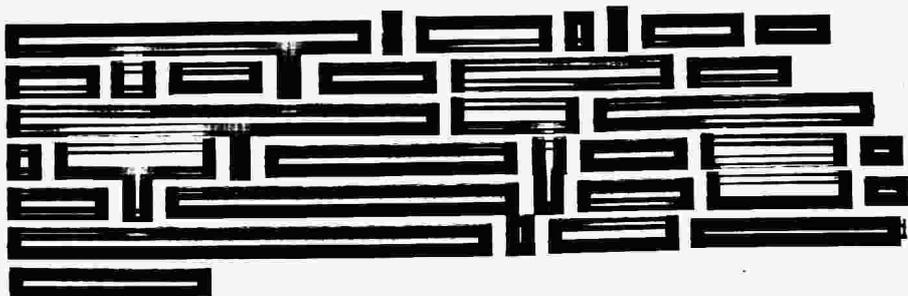
g.



h.



i.



[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

2. Publisher-Curated News.

[REDACTED]

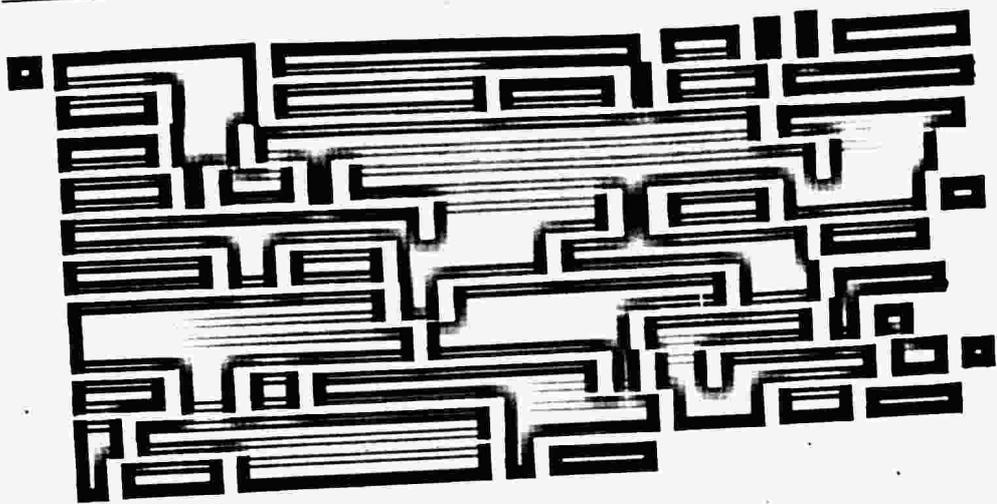
[REDACTED]

c. [REDACTED]

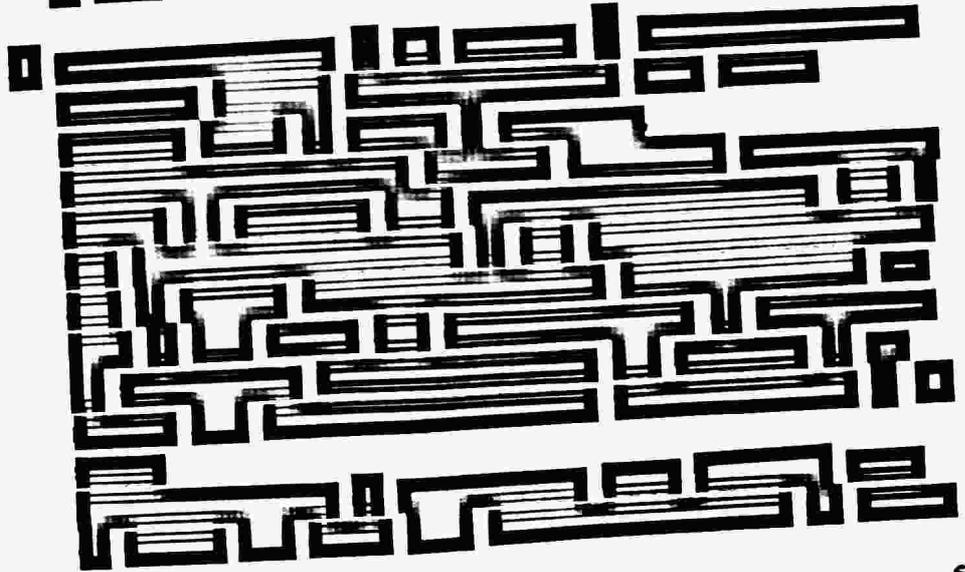
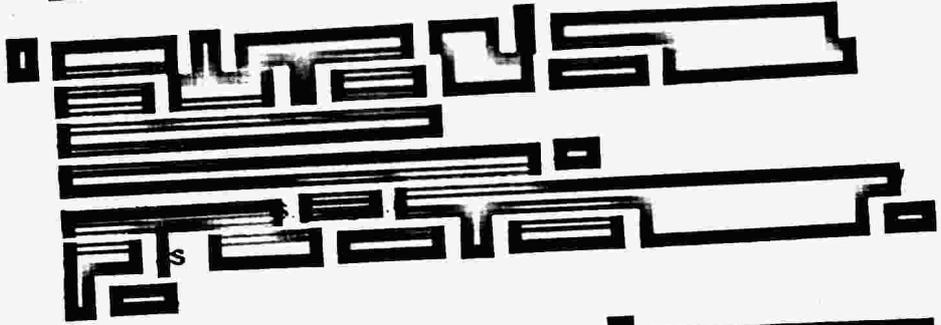
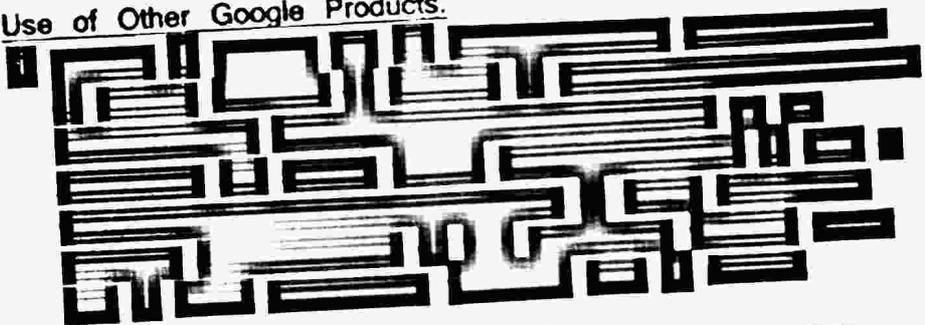
d. [REDACTED]

e. [REDACTED]

J. Use of Google Products.



(2) Use of Other Google Products.



3. Payment

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

4. Confidentiality and Publicity



5. Warranties



[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

c. [REDACTED]

6. Defence and Indemnity

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

c. [REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

7. Liability

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

8. Term and Termination

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

(ii) [REDACTED]

(iii) [REDACTED]

[REDACTED]

(iv) [REDACTED]

(v) [REDACTED]

c. [REDACTED]

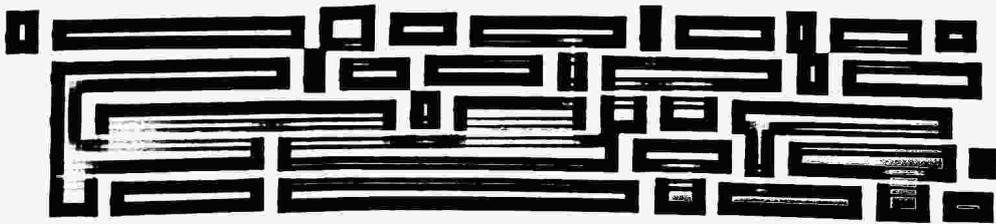
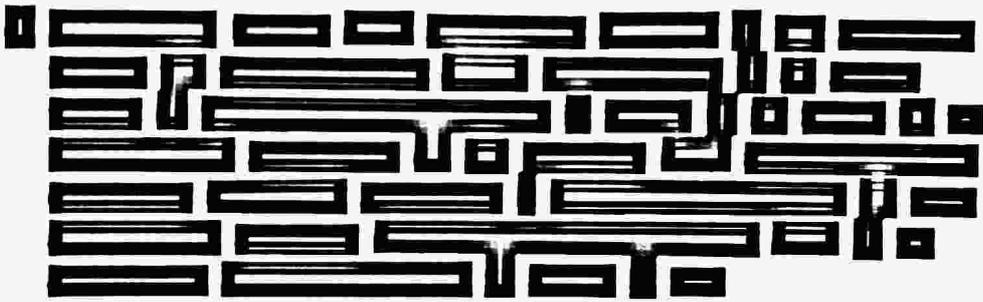
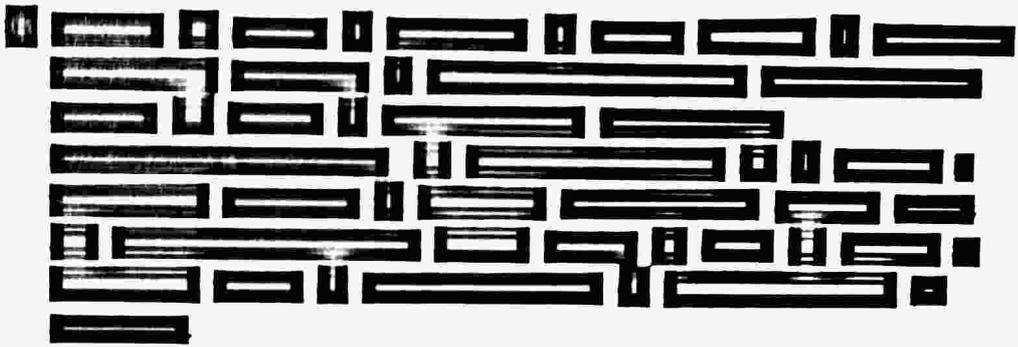
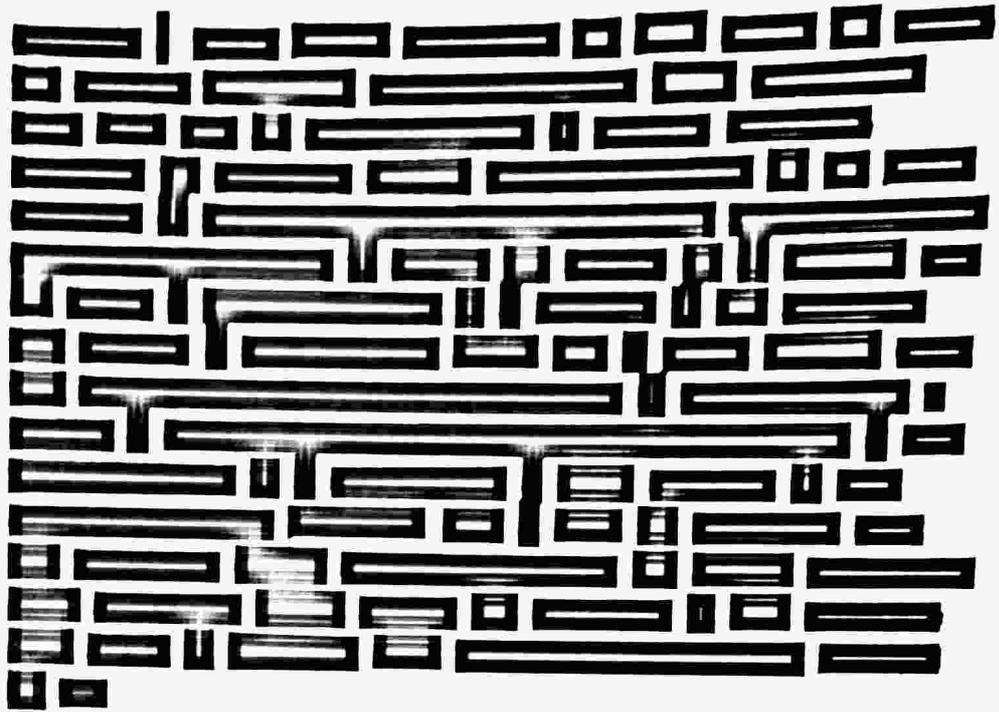
d. [REDACTED]

(i) [REDACTED]

(ii) [REDACTED]

9. General

[REDACTED]



[REDACTED]

p. Governing Law.

(i) [REDACTED]

(ii) [REDACTED]

(iii) [REDACTED]

Signed by the parties' authorized representatives on the dates below.

GOOGLE	PUBLISHER
By:	By:
Name:	Name:
Title:	Title:
Date:	Date:

[ATTACHMENT A TO BE COMPLETED]

Attachment A

License and Licensed Content

--

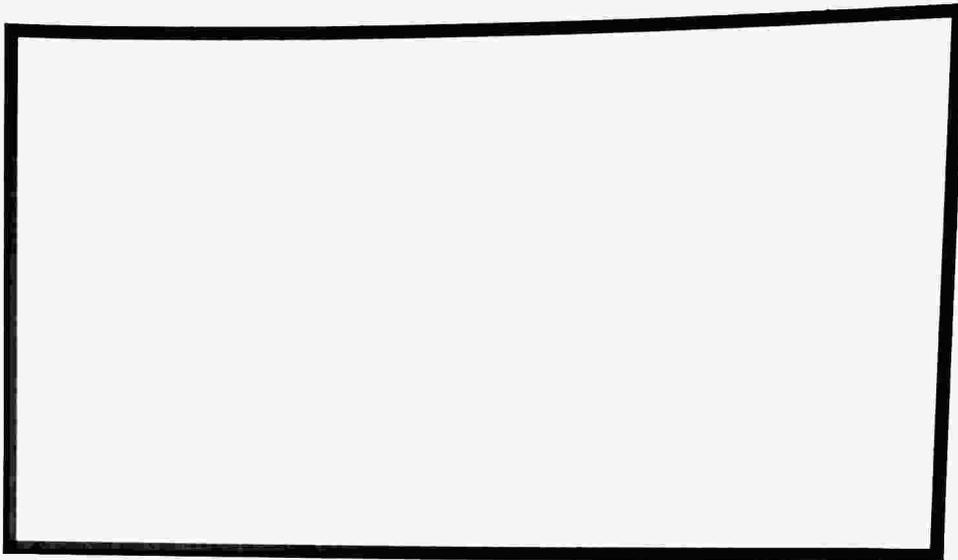
Publication Name	Delivery method (RSS, API)

1. License.

[REDACTED]

2. Use of Content.

[REDACTED]



3. Sublicensing. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

4. Restrictions. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

5. No Other Restrictions. [REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

6. Retention of Rights.
[REDACTED]
[REDACTED]
[REDACTED]

18

18

PUBLISHER-CURATED NEWS AGREEMENT

– Bewertung VG Media –

I. ERGEBNIS/HANDLUNGSEMPFEHLUNG

1. Mit Abschluss des Publisher-Curated News („PCN“) Agreements wird eine Parallelität von kollektiver Durchsetzung von Presseleistungsschutzrechten und PCN-Vertrag strukturell ausgeschlossen.

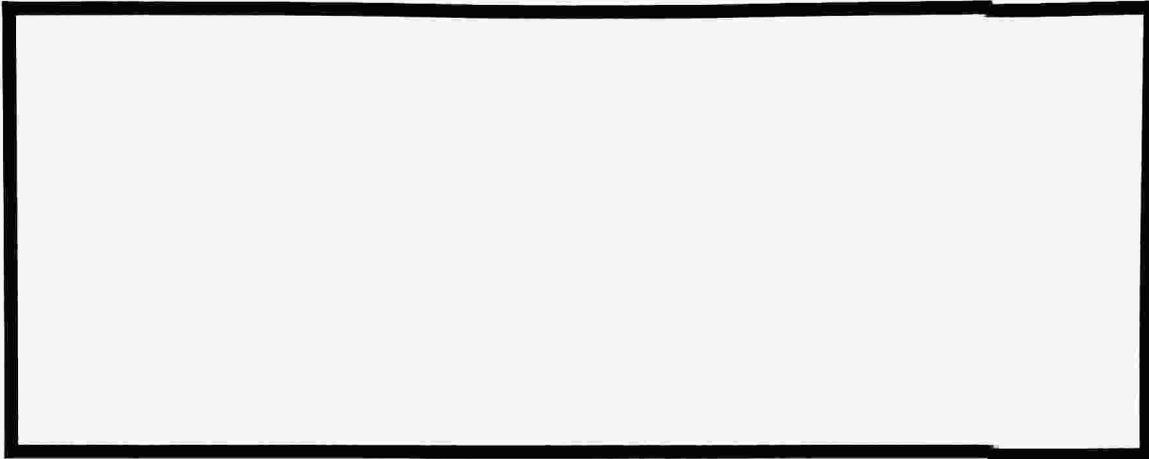


Eine Unterzeichnung des Vertrags führt – aus Sicht der VG Media – dazu, dass Presseverleger ihre Leistungsschutzrechte nicht/nicht mehr werden erfolgreich durchsetzen können.

2. Da Google für die Etablierung der PCN-Initiative seine überragende Marktmacht nutzt, sollte dieses Vorgehen den Kartellbehörden zur Kenntnis gebracht werden. Die VG Media hält zudem die Information und Einbindung des Bundeskanzleramtes, des Bundeswirtschaftsministeriums, der Kommissionspräsidentin von der Leyen und EU-Kommissarin Vestager für geboten. Die Gründe dafür liegen in dem Umstand, dass der Vertrag die (gesetzgeberisch gewollte) Refinanzierung der Inhalte mit Hilfe des Presseleistungsschutzrechts (PLSR) gezielt verhindert, hierdurch die Pressevielfalt geschwächt und überdies (zumindest teilweise) auf Inhalte Einfluss genommen wird. Diese Maßnahmen stellen eine Gefährdung für die freie und finanzierbare Presse dar, die für das demokratische Gemeinwesen konstitutiv ist.

II. ZUSAMMENFASSUNG DER VEREINBARUNG

Charakter und Ausgestaltung des vorliegenden Vertrags ermöglichen es Google,



Damit wird u.a. Folgendes bewirkt:

Gefährdung des Geschäfts der Verleger

Verlust des direkten Zugangs zum Leser

Indem die Presseverleger die Bündelung der Inhalte, eine klassische Verlegeraufgabe, sowie deren Distribution den digitalen, marktbeherrschenden Plattformen, wie Google, überlassen, rutschen sie auf der Wertschöpfungskette nach unten und werden zu Lieferanten von bloßen und unentgeltlichen Vorprodukten. Sie verlieren in großem Umfang eigene, unmittelbare Leserzugänge.

Entwicklung von Konkurrenzprodukten durch Google

Durch Googles Zugriff auf alle verlegerischen Inhalte, sogar die durch Bezahlschranken geschützten Angebote der Verleger und Googles Recht, eigene publizistische Produkte zu entwickeln, behindert Google die wichtigen Versuche der Verlage, bestehende digitale Geschäfte zu stärken, Abonnements und Bezahlinhaltsmodelle zu etablieren. Der Presseverleger ermöglicht Google die Schaffung eigener publizistischer Marken, wie Google News, die in einen Substitutionswettbewerb zu den Produkten der Presseverleger treten, ohne jedoch die Investitionskosten für die Erstellung der Inhalte zu tragen.

Intransparente Preisbildung

Durch die Zahlung auf schwer unterscheidbare und nicht klar definierte Leistungen  aber nicht auf Rechte  wird eine transparente Preisbildung auf dem Markt für das Angebot von Presseleistungsschutz- und sonstigen Rechten und die Nachfrage nach diesen Rechten durch Google selbst

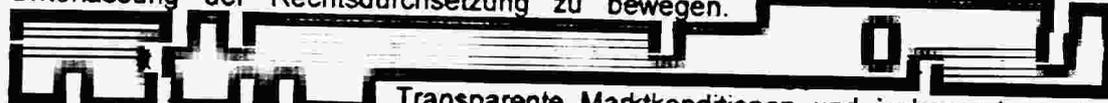
verhindert. Google setzt so seine bisherige Strategie fort, Zahlungen für die Verwertung von Rechten an Inhalten der Presseverleger zu vermeiden .

Zugriff auch auf nicht-lizenzierten Content.



Spaltung der Verleger

Der Abschluss des PCN-Agreements wird von Google, soweit wir das nachvollziehen können, nur ausgesuchten Presseverlegern angeboten und nicht – für Quasi-Monopolisten grundsätzlich verpflichtend – als Allgemeine Geschäftsbedingungen für den Einkauf der Presseleistungsschutzrechte bekannt gemacht. Der Wettbewerb unter den Presseverlegern wird auf der Angebotsseite gespalten, in eine Gruppe, die angebotene Zahlungen „mitnehmen“ kann, und eine Gruppe, die angesichts des von Google mit allen Mitteln geleisteten Widerstands den beschwerlichen und kostenintensiven Weg der kollektiven Rechtsdurchsetzung bestreiten muss. Die an der PCN-Initiative beteiligten Verleger profitieren dabei kurz- und mittelfristig von dem Wettbewerbsverhalten der Presseverleger, die weiterhin an der Durchsetzung der Rechte festhalten. Der Druck dieser Presseverleger erhöht die Bereitschaft Googles, andere, ausgewählte Presseverleger durch den Abschluss des PCN-Agreements zur Unterlassung der Rechtsdurchsetzung zu bewegen.



Transparente Marktkonditionen und insbesondere eine nachvollziehbare Preisbildung werden auf diese Weise vereitelt.

Angriff auf kollektive Rechtsdurchsetzung



Anhand dieser vertraglichen Bestimmung wird die bis heute durchgängig verfolgte Strategie Googles und (vermutlich) eigentliche Zielrichtung auch des Vertrages, die effektive Durchsetzung des Presseleistungsschutzrechts zu torpedieren, besonders deutlich.



Die PCN-Initiative zielt also auf die Verhinderung der gesetzgeberisch gerade gewünschten Refinanzierung verlegerischer Inhalte. Sie trägt damit weiter zur Erosion der Finanzierungsgrundlagen einer freien, pluralistischen und unabhängigen Presse in Deutschland bei.

Eingriff in die journalistische Freiheit.

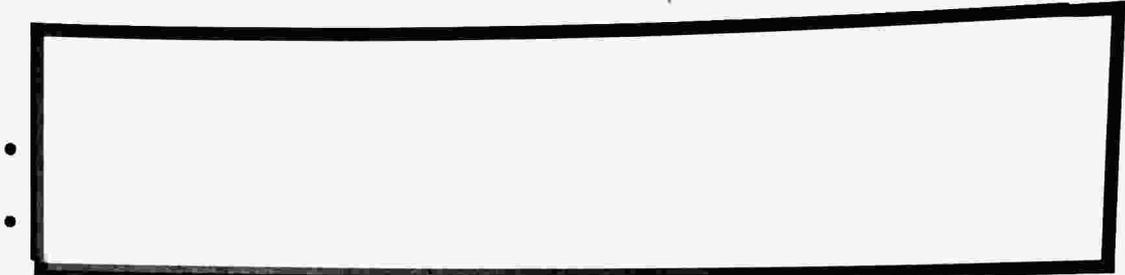
Da der vertragsgebundene Verleger die [redacted] Anpassung [redacted] Program [redacted] annehmen muss, büßt er seine publizistische Freiheit ein. Wegen der weitreichenden Einflussmöglichkeiten Googles auf die Gestaltung und [redacted] - Inhalte der publizistischen Erzeugnisse wird die Glaubwürdigkeit der Presseprodukte bei den Lesern erodieren. Die Leser wissen nicht, wer welche Informationen und Bewertungen verfasst hat. Eine eindeutige Zuordnung zu einer Redaktion und (ggf.) einem verlegerischen Titel fehlt. Das Prinzip der Verantwortung des Verfassers für seine Inhalte löst sich auf.

Desinformation durch Framing

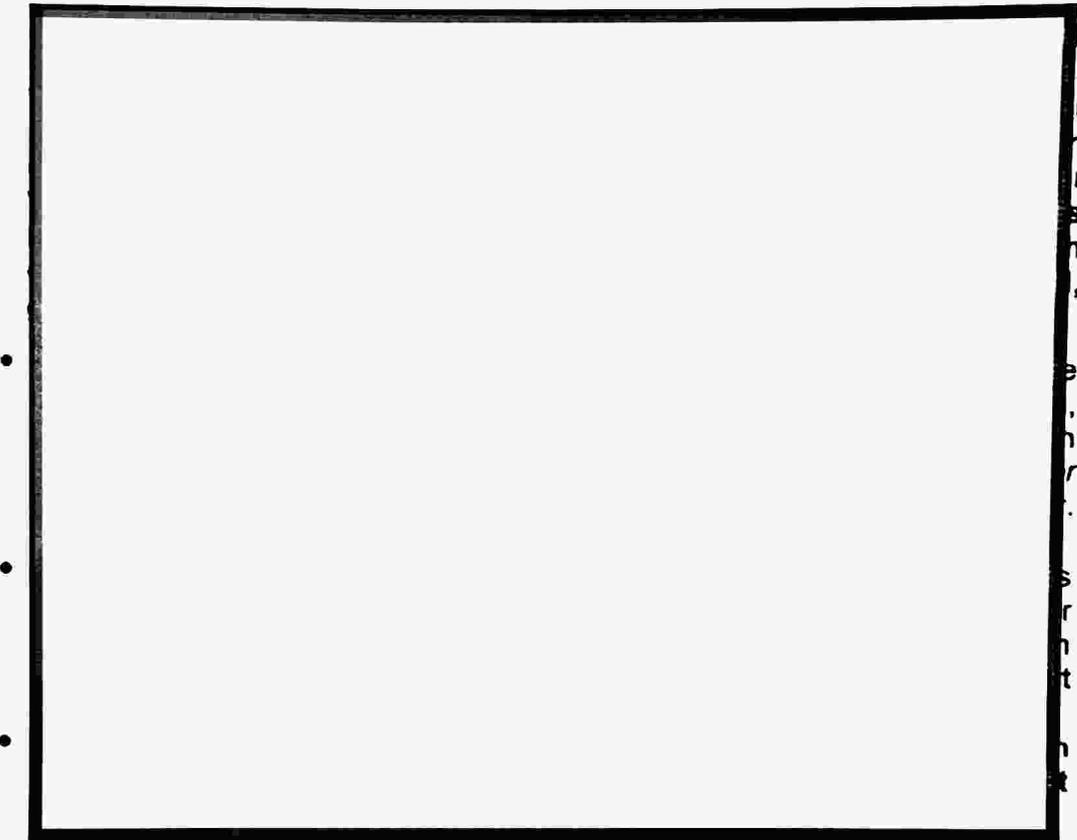
[redacted] De facto erfolgt seit Bestehen des Google-Suchmaschinenangebots eine uneingeschränkte, eigenmächtige und unentgeltliche Verwertung von Presseleistungsschutz- sowie sonstigen Rechten durch Google. [redacted] Ein solchermaßen eigenverantwortlich handelnder Presseverleger soll sich in der Folge nicht darüber beklagen können, dass er keine Presseleistungsschutzrechte und andere Rechtspositionen gegenüber Google mehr hat. Durch die Leistungen an ausgesuchte Presseverleger vermag Google zudem dem Vorwurf, das Unternehmen zahle nicht für Inhalte, wirkungsvoll entgegenzutreten, ohne von seinem grundsätzlichen Geschäftsmodell abzurücken. An alle Rechteinhaber wird ja weiterhin nicht gezahlt. [redacted] entzieht sich einer allgemeinverbindlichen Bewertung, bleibt daher absichtsvoll „unverständlich“.

III. IM EINZELNEN (AUSWAHL)

1.



2.

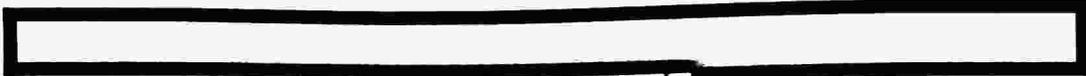


3.



- Der Presseverleger stärkt die bereits bestehende digitale Infrastruktur von Google, während die eigene analoge und digitale Verbreitungsinfrastruktur geschwächt wird. Darüber wird die Glaubwürdigkeit seiner Produkte beeinträchtigt.





4.



- Der Presseverleger verliert die Kontrolle über die Verwendung/Gestaltung der von ihm gelieferten (Vor-) Produkte. Die Refinanzierbarkeit seiner Inhalte durch weitere Lizenzierung wird beeinträchtigt. Ob der Presseverleger für seine Inhalte noch eigene Werbeerlöse erzielen kann, ist fraglich.
- Der Presseverleger ermöglicht Google die Sicherung bestehender Geschäftsmodelle sowie den Markteintritt/-ausbau neuer Produkte zu Lasten seiner eigenen Geschäftsmodelle.



Als Folge sieht er sich der direkten Konkurrenz von Google ausgesetzt, das aber gar keine Investitionskosten für Inhalte aufzubringen hat. Dies führt zu einer weiteren Verzerrung des Wettbewerbs zulasten des Presseverlegers.

5.



-
-

6.

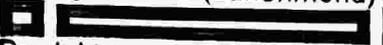


- Google hätte die Möglichkeit in diesem Rahmen in einer Art nachträglichen Zensur Einfluss auf die inhaltliche Ausgestaltung der Inhalte nehmen.



7.



- Es besteht die Gefahr, dass eine klare Zuordnung der publizistischen Inhalte zu der Verlegermarke für die Leser „aufgeweicht“ und damit der Wert der Verlegermarke (zunehmend) aufgelöst werden.     und wird dies, solange die Google Produkte vom „Reputationstransfer“ profitieren, sicherlich auch tun.  

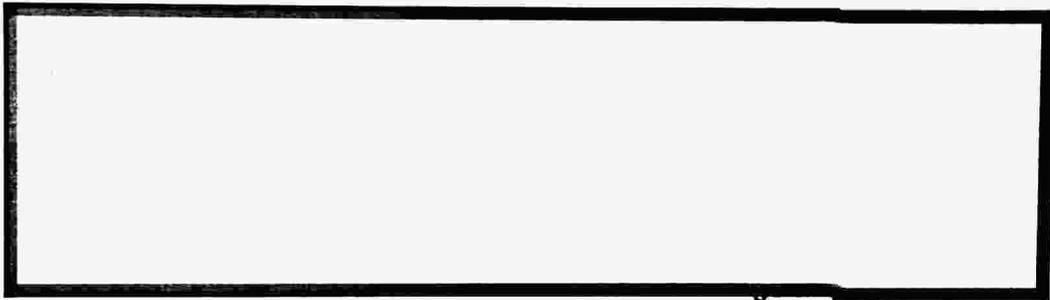


8.



- Dies ist – ganz im Sinne von Google – ein universell einsetzbares Argument gegen gesetzlich geregelte Zwangslizenzen zulasten des Verwerfers, da sich Google in den Ländern, in denen eine solche Zwangslizenz besteht bzw. diskutiert wird, darauf berufen kann, bereits „entgeltlich“ – kuratierte lizenzierte – Produkte anzubieten.

9.

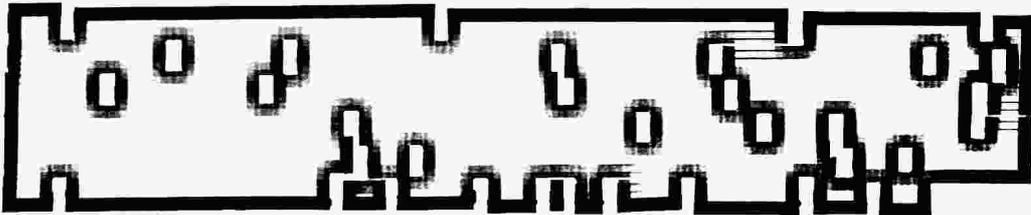


10.



Eine Geltendmachung von offenen Forderungen ist nur während eines sehr kurzen Zeitfensters möglich.

11.



-  ig oder künftig beabsichtigten Nutzung nicht innehat, ist diese zusätzlich Verlagerung von Verantwortlichkeit und Haftung wirtschaftlich höchst nachteilig.



[REDACTED] maximiert Google unter Missbrauch seiner Marktmacht den eigenen Gewinn.

12.

[REDACTED]

- Dies ist in vielen Fällen unmöglich, da Inhalte häufig personenbezogene Daten führen.

13.

[REDACTED]

S
V
Mi

[REDACTED] ZR

Von: [REDACTED]@fb.com
Gesendet: Montag, 1. März 2021 14:27
An: [REDACTED] Dr., VIA3
Betreff: Start von Facebook News in Deutschland

Sehr geehrter Herr [REDACTED]

gerne möchten wir Sie auf unsere heutige Ankündigung hinweisen, 'Facebook News' im Mai 2021 in Deutschland zu starten. Dabei handelt es sich um eine neuartige Zusammenarbeit zwischen Facebook und einer Vielzahl deutscher Verlage, sodass journalistische Inhalte von über 100 Medienmarken in Deutschland an einem dezidierten Ort auf Facebook für unsere Nutzer verfügbar sein werden.

Mit Facebook News verfolgen wir das Ziel, Verlage und Redaktionen in Deutschland dabei zu unterstützen, neue Leser zu gewinnen, ihre Inhalte zu monetarisieren und ihr Geschäftsmodell langfristig und nachhaltig auszubauen. Wir werden Verlage und Medien dafür bezahlen, die von ihnen bereits auf unserer Plattform veröffentlichten Nachrichten um zusätzliche Inhalte zu ergänzen. Der Start von Facebook News in Deutschland setzt auf dem Erfolg des Angebots in den USA auf. Dort haben unsere Analysen ergeben, dass mehr als 95 % des Traffics, den Verlage über Facebook News generieren, den bereits im News Feed generierten Traffic ergänzen. Im Jahr 2020 gingen allein über den News Feed weltweit rund 188 Milliarden Klicks an Nachrichtenverlage, die in unserem [News Page Index](#) registriert sind. Wir schätzen den Wert dieses Traffics für Verlage auf etwa 8,6 Milliarden US-Dollar.

Facebook News belegt, wie eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Verlagen und Facebook auf Augenhöhe funktionieren kann, da die Partnerschaft einen ökonomischen Mehrwert für beide Seiten schafft und unseren Nutzern einen Mehrwert bietet. Für Verlage ergeben sich weitere Möglichkeiten, um aus Traffic Werbeeinnahmen und Abonnements zu generieren. Dies ist auch vor dem Hintergrund der derzeitigen Umsetzung der Urheberrechtsrichtlinie (DSM-RL) von besonderer Relevanz.

Facebook News bietet eine Mischung aus kuratierten und personalisierten Nachrichten, um Menschen mit informativen, zuverlässigen und relevanten Informationen zu versorgen. Zusätzlich zu den wichtigsten Schlagzeilen und Geschichten des Tages erhalten Leser Nachrichten, die auf ihre persönlichen Interessen zugeschnitten sind, basierend auf den Nachrichten, die sie lesen, teilen und abonnieren. Darüber hinaus ist Facebook News eine Plattform, auf der Nutzer neue Themen und Geschichten entdecken können, die ihren Interessen entsprechen.

Wir freuen uns, bereits in der Anfangsphase zahlreiche Verlage für die Zusammenarbeit gewonnen zu haben und werden bei der Einführung von Facebook News in Deutschland im Laufe des Jahres weitere Partner bekannt geben. Die teilnehmenden Verlage repräsentieren mehr als 100 Medienmarken. Unter diesen finden sich die führenden und beliebtesten Publikationen Deutschlands. Facebook News wird ein breites Angebot an journalistischen Inhalten über verschiedene Nachrichtensparten hinweg abdecken. Die Inhalte sind über Links zu den Verlagsseiten erreichbar - von taz bis hin zu Der Spiegel und Frankfurter Allgemeine Zeitung, Lokalnachrichten vom Münchner Merkur über Thüringer Allgemeine und Hamburger Morgenpost bis hin zu Nürnberger Nachrichten, oder auch Sportmedien wie Kicker, 11 Freunde und Sport 1. Das breite Angebot an Nachrichten und lokalen Marken wird ergänzt durch Lifestyle-Plattformen wie Glamour oder Vogue und Special-Interest-Angeboten wie C'T und Monopol. Facebook News ist grundsätzlich für alle Verlage offen.

Hier finden Sie unseren Newsroom Post mit weiteren Informationen.

Sollten Sie hierzu Fragen haben oder ein Gespräch wünschen, stehen wir Ihnen gerne jederzeit zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen,

FACEBOOK

[REDACTED] | Germany, Austria, Switzerland
Kemperplatz 1, 10785 Berlin
Facebook | Mobile + [REDACTED]

██████████ ZR

Von: ██████████@fb.com
Gesendet: Dienstag, 18. Mai 2021 21:19
An: ██████████ Dr., VIA3
Betreff: Facebook News startet in Deutschland
Anlagen: 210518_FB NewsTab Infosheet.pdf

Sehr geehrter ██████████

heute startet Facebook News, ein gesonderter Bereich für journalistische Inhalte, in Deutschland. In einem eigenen Reiter innerhalb der Facebook-App werden Nutzer*innen eine große Auswahl an zuverlässigen und relevanten Nachrichteninhalten von führenden nationalen, lokalen und Special Interest Verlagen erhalten, die auf ihre vielfältigen und persönlichen Interessen zugeschnitten sind. **Gerne möchten wir Sie zu einer Vorstellung des Produkts mit Herrn ██████████ unseren zuständigen ██████████ ██████████, am 16. Juni, 9.30 bis 11.00 Uhr, einladen.**

Das Produkt wird schrittweise in Deutschland ausgerollt. Es dauert einige Zeit, bis Facebook News für alle deutschen Nutzer verfügbar ist.

Die teilnehmenden deutschen Verlage decken eine starke und vielfältige Bandbreite ab und repräsentieren mehr als 100 beliebte Medienmarken. Wir freuen uns, zusätzlich zu den bereits vor einigen Wochen angekündigten Verlagen mit weiteren neuen Partnern im Rahmen von Facebook News in Deutschland zusammenzuarbeiten, darunter Axel Springer mit u.a. den Marken BILD, WELT und Business Insider und die Südwestdeutsche Medienholding mit u.a. der Süddeutschen Zeitung und den Stuttgarter Nachrichten.

Im Anhang finden Sie ein Informationsblatt zur Funktionsweise von Facebook News. Weitere Informationen finden Sie im Newsroom sowie auf unserer Microsite.

Bitte antworten Sie mir auf diese Mail wenn Sie sich für die Vorstellung des Produkts interessieren.

Mit freundlichen Grüßen,

FACEBOOK

██████████, Germany, Austria, Switzerland
Kemperplatz 1, 10785 Berlin
Facebook | Mobile + ██████████

Berlin, 19. Februar 2021

zur Information

Herrn Minister
a.d.D.

RA 513

Betr.:

Stellungnahme zu Google News Showcase

2/1913
Fu
M/3

Die Staatssekretärinnen und die Staatssekretäre
haben Abdruck erhalten.

Vom Leitungsbereich auszufüllen	
TGB-Nr.	T-201214-001
Eingang Leitung	19.02.2021
eDW-M- Nr.:	-
Abzeichnungsleiste	
PSt z. K.	
St	[REDACTED]
AL	[REDACTED] VI 19.02.21
UAL	[REDACTED] VIA; 19.02.21
Ref	
Referats- leiter/in	[REDACTED] VIA3; 19.02.21
Bearbei- ter/in	[REDACTED] VIA3 19.02.21
Mitzeich- nung	IB1; ZR
Referat und AZ	VIA3 - 60209-005#005

23/2

2/2

23/2

I. Kernsätze

- Im Rahmen der Initiative **Google News Showcase** erwirbt Google von den teilnehmenden Presseverlagen (inzwischen 25 in Deutschland) **Lizenzen über „qualitativ hochwertige Inhalte“** für ein neues Nachrichtenformat.
Teil des Programms ist der **kostenlose Zugriff für Google-Nutzer** auf einige ansonsten kostenpflichtige Artikel der Verlage.
- Presseverlage und Google streiten schon lange über die **Verteilung von Werbeeinnahmen**. BMWi hat sich daher für eine **schnelle 1:1-Umsetzung des europäischen Leistungsschutzrechts für Presseverleger** eingesetzt und mit den neuen Regelungen der Missbrauchsaufsicht im **GWB-Digitalisierungsgesetz** u. a. eine Forderung der Verlage insb. mit Blick auf Google und das Leistungsschutzrecht unterstützt.

II. Sachverhalt und Stellungnahme

[REDACTED] von Google) hat Ihnen mit E-Mail vom 11. Februar 2021 Informationen zum Stand des Google-Partnerprogramms mit den Presseverlagen in Deutschland (**Google News Showcase**) übersandt.

Google hat am 1. Oktober 2020 eine **neue Initiative** gestartet, an der inzwischen **25 deutsche Medienunternehmen** und somit über 50 Publikationen (u.a. F.A.Z., SPIEGEL, ZEIT, Rheinische Post und Tagesspiegel – **alle nicht Mitglied der VG Media**) beteiligt sind. Google führt zudem Gespräche mit dem **Axel Springer Verlag**, der angeblich Interesse an einer Zusammenarbeit mit Google bekundet hat.

Google erwirbt von den teilnehmenden Verlagen Lizenzen über „qualitativ hochwertige Inhalte“ für ein neues Nachrichtenformat. Es soll den teilnehmenden Verlagen helfen, die Sichtbarkeit ihrer Inhalte zu vergrößern und Qualitätsjournalismus fördern. Teil des Programms ist der kostenlose Zugriff für Google-Nutzer auf einige ansonsten kostenpflichtige Artikel der Verlage. Insoweit werden die sog. Paywalls geöffnet, was die Reichweite der Verlage erhöht.

Presseverlage und Google streiten schon lange über die Verteilung von Werbeeinnahmen. Die Verlage kritisieren, dass Google kleine Textausschnitte („Snippets“) von Pressetexten anzeigt, ohne sie zu vergüten. Google argumentiert, mit diesen Ausschnitten die Reichweite der Verlage zu erhöhen. Die gleiche Argumentation verwendet Facebook im aktuellen Streit mit der australischen Regierung über eine gesetzliche Regelung zur Beteiligung der australischen Verlage an de

Die **VG Media** (nun Corint Media) hatte Sie (sowie C im Oktober 2020 um Unterstützung gebeten bei der **großen Digitalplattformen** wie Google (und Facebook) **zum Schutz des Leistungsschutzrechts**. StN hat in Ihrer das Schreiben am 2. Dezember 2020 beantwortet.

VG Media wirft den großen Digitalplattformen eine „**Verletzung** von Verträgen mit Presseverlegern in alle würden diese die (auch pandemiebedingte) wirtschaftlichen und europäischen Presseverleger missbräuch

Sachstand: Google bezahlt die Verleger für deren Inhalte, vermeidet aber die Qualifizierung als „Lizensierung“.

VG Media: Anforderung Leistungsschutzrecht damit formal nicht erfüllt.

Google: Geist des Gesetzes erfüllt.

Monopole festigen. Google habe etwa in den einheitlichen Verträgen für Google News Showcase jeden Hinweis auf „Lizenzgebühren“ vermieden. Die Nutzung der Verlagsinhalte erfolge lizenzgebührenfrei. VG Media regt die Einschaltung der Kartellbehörden auf nationaler und europäischer Ebene an. Der Vertrag verhindere gezielt die Refinanzierung der Inhalte mit Hilfe des Presseleistungsschutzrechts, schwäche die Pressevielfalt und ermögliche teilweise die Einflussnahme auf Inhalte.

Auch Facebook bemühe sich laut VG Media um Vereinbarungen mit einzelnen Presseverlegern. VG Media ist der Ansicht, dass durch dieses Vorgehen der Rechtsrahmen zur Sicherstellung einer unabhängigen Presse vorsätzlich ausgehebelt und die Spielregeln für Auswahl, Darstellung und Distribution journalistischer Inhalte durch Marktherrscher einseitig diktiert würden.

Google ist hingegen der Ansicht, mit der Initiative ein „partnerschaftliches und nachhaltiges Modell“ zugunsten der lokalen und regionalen Verlage zu etablieren – anstelle einer Zwanglizenzierung über eine Verwertungsgesellschaft (wie VG Media).

Das BMWi hat sich (zusammen mit B-Seite) zum (wirtschaftlichen) Schutz der Presseverlage und zur Förderung von Qualitätsjournalismus für eine **schnelle 1:1-Umsetzung** des europäischen **Leistungsschutzrechts für Presseverleger** eingesetzt.

Der vom BMJV vorgelegte Regierungsentwurf setzt die Forderung nunmehr um und wurde am 3. Februar 2021 vom Kabinett verabschiedet.

Die BReg hat zudem mit dem **GWB-Digitalisierungsgesetz** die Missbrauchsaufsicht insb. mit Blick auf große Digitalunternehmen modernisiert. Dabei wurde im parlamentarischen Verfahren auch eine Forderung der Verlage insb. mit Blick auf **Google und das Leistungsschutzrecht** umgesetzt: danach kann Unternehmen mit überragender marktübergreifenden Bedeutung für den Wettbewerb verboten werden, bei der Behandlung von Angeboten eines Dritten Vorteile zu fordern, die in keinem angemessenen Verhältnis zum Grund der Forderung stehen.

27.

K 15

(06) (03) (03) (03)

(03) (03) (03) (03)

ZR

Von: [redacted] IB1
Gesendet: Montag, 30. November 2020 15:21
An: [redacted] VIA3
Cc: BUERO-IB1; BUERO-VIA3, [redacted] Dr., IB1; [redacted] Dr., ZR
Betreff: WG Frist HEUTE 16.00 Uhr - AE VG Media - Bitte um Hilfe: Corona - Google News Showcase / Facebooks Initiative - Pressefreiheit
Anlagen: 201130 BMWi + RK + BKM AE VG Media Google News Showcase (Änd. BKM).docx

Liebe [redacted],
 einverstanden nur bei Übernahme der noch eingefügten Änderungen.

Viele Grüße
 [redacted] IB1

Tel: [redacted]

Von: [redacted] VIA3
Gesendet: Montag, 30. November 2020 14:44
An: [redacted] IB1 <[redacted]@bmrwi.bund.de>; [redacted] Dr., ZR <[redacted]@bmrwi.bund.de>
Cc: [redacted] Dr., IB1 <[redacted]@bmrwi.bund.de>; [redacted] Dr., IB1 <[redacted]@bmrwi.bund.de>; BUERO-IB1 <BUERO-IB1@bmrwi.bund.de>; [redacted] ZR <[redacted]@bmrwi.bund.de>; BUERO-ZR <buero-zr@bmrwi.bund.de>; BUERO-VIA3 <BUERO-VIA3@bmrwi.bund.de>
Betreff: Frist: HEUTE 16.00 Uhr - AE VG Media - Bitte um Hilfe: Corona - Google News Showcase / Facebooks Initiative - Pressefreiheit

Liebe [redacted], lieber [redacted],

nach einer Woche haben wir nun endlich eine Rückmeldung / Mitzeichnung der BKM zu dem bereits mit Ihnen abgestimmten AE erhalten. (BK-Amt hatte eine Mitzeichnung bereits abgelehnt.)

Darin besteht BKM auf Streichung einer „zügigen 1:1 Umsetzung“ der DSM RL und die Aufnahme eines Passus zur Möglichkeit kartellrechtlicher Beschwerden nach dem geltenden Kartellrecht. Um eine erneute Abstimmung mit der Leitung der BKM und eine damit verbundene weitere Verzögerung möglichst zu vermeiden, möchte ich Sie Inständig bitten, den AE in der nun vorliegenden Form möglichst bis HEUTE 16.00 Uhr mitzuzeichnen. Ich bin über die vorgenommenen Änderungen auch nicht sehr glücklich, insb. durch die Streichung ist der Passus zur DSM-RL nun etwas irhaltseier. Aber da das Schreiben der VG Media vom 30.10. datiert, sollten wir der Vorgang möglichst zügig auf den Weg geben. Vielen Dank für Ihr Verständnis!

Beste Grüße
 [redacted] VIA3

Tel: [redacted]
 Mobil: [redacted]

Von: [redacted]@bkm.bund.de <[redacted]@bkm.bund.de>
Gesendet: Montag, 30. November 2020 14:20
An: [redacted] VIA3 <[redacted]@bmrwi.bund.de>
Cc: BUERO-VIA3 <BUERO-VIA3@bmrwi.bund.de>; [redacted]@bkm.bund.de, ref21@bkm.bund.de,

K32@bkm.bund.de; [redacted]@bkm.bund.de; [redacted]@bkm.bund.de
Betreff: AW: Frist: HEUTE 15.00 Uhr - AE VG Media - Bitte um Hilfe: Corona - Google News Showcase / Facebooks
Initiative - Pressefreiheit

Liebe [redacted],

seit wenigen Minuten liegt uns die Rückmeldung der Leitung vor.

Ich zeichne daher gerne für BKM mit den im Anhang kenntlich gemachten Änderungen mit.

Viele Grüße

[redacted]

Referentin K 32 - Grundsatzfragen Medien, Medienkompetenz
Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien
Graurheindorfer Str. 199, 53117 Bonn
Tel: +49 228 99 681- [redacted]
E-Mail: [redacted]@bkm.bund.de | K32@bkm.bund.de
Web: www.kulturschaetministerin.de

Von: [redacted]@bmrwi.bund.de <[redacted]>
Gesendet: Montag, 30. November 2020 13:15
An: [redacted] (BKM), [redacted] Dr. <[redacted]@bkm.bund.de>
Cc: BKM-K32_ <K32@bkm.bund.de>, BMWI BUERO-VIA3 <BUERO-VIA3@bmrwi.bund.de>
Betreff: AW: Frist: HEUTE 15.00 Uhr - AE VG Media - Bitte um Hilfe: Corona - Google News Showcase / Facebooks
Initiative - Pressefreiheit

Liebe [redacted],

könnten Sie sich evtl. einmal höflich bei Ihrer Leitung nach dem Verbleib des Schreibens erkundigen? Notfalls müsste ich heute erneut eine weitere Fristverlängerung erwirken.

Beste Grüße

[redacted], VIA3

Tel: [redacted]

Mobl: [redacted]

Von: [redacted]@bkm.bund.de <[redacted]@bkm.bund.de>
Gesendet: Freitag, 27. November 2020 08:58
An: [redacted], VIA3 <[redacted]@bmrwi.bund.de>
Cc: K32@bkm.bund.de
Betreff: AW: Frist: HEUTE 15.00 Uhr - AE VG Media - Bitte um Hilfe: Corona - Google News Showcase / Facebooks
Initiative - Pressefreiheit

Liebe [redacted],

der Vorgang liegt bei unserer Leitung, wir können aber nicht mit Sicherheit sagen, ob wir bis heute Mittag eine Rückmeldung hierzu bekommen. Wahrscheinlich ist es sicherer, wenn Sie bei sich vorzugsweise eine Fristverlängerung beantragen.

Viele Grüße

Dr. [REDACTED]
Referentin K 32 - Grundsatzfragen Medien, Medienkompetenz
Die Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien
Grau-Heindorfer Str. 198, 53117 Bonn
Tel: +49 228 99 581 [REDACTED]
E-Mail: [REDACTED]@bkm.bund.de | K32@bkm.bund.de
Web: BLOCKEDkulturstaatsministerin|.de.BLOCKED

Von: [REDACTED]@bmwi.bund.de <[REDACTED]@bmwi.bund.de>
Gesendet: Freitag, 27. November 2020 08:15
An: [REDACTED] (BKM), [REDACTED] <[REDACTED]@bkm.bund.de>
Cc: DKM-K32_ <K32@bkm.bund.de>; [REDACTED] (BKM) <[REDACTED]@bkm.bund.de>; BMWI BUERO-VIA3 <BUERO-VIA3@bmwi.bund.de>; BMWI [REDACTED] <[REDACTED]@bmwi.bund.de>
Betreff: WG: Frist: HEUTE 15.00 Uhr - AE VG Media - Bitte um Hilfe: Corona - Google News Showcase / Facebooks Initiative - Pressefreiheit

Liebe [REDACTED]

können Sie uns wohl bis heute Mittag eine Rückmeldung zu unserem BE auf Basis der Anmerkungen des BK-Amtes (vgl. Anlage) geben? Andernfalls müsste ich erneut eine Fristverlängerung bei unserer Leitung beantragen. Für eine kurze Rückmeldung wäre ich Ihnen dankbar.

Beste Grüße
[REDACTED], VIA3

Tel: [REDACTED]
Mobil: [REDACTED]

Von: [REDACTED]@bk.bund.de <[REDACTED]@bk.bund.de>
Gesendet: Montag, 23. November 2020 16:46
An: [REDACTED], VIA3 <[REDACTED]@bmwi.bund.de>; [REDACTED] <[REDACTED]@bkm.bund.de>; [REDACTED] <[REDACTED]@bk.bund.de>
Cc: k32@bkm.bund.de; [REDACTED]@bkm.bund.de; ref421 <ref421@bk.bund.de>; [REDACTED] <[REDACTED]@bk.bund.de>; [REDACTED] IR1 <[REDACTED]@bmwi.bund.de>; BUERO-IR1 <BUERO-IR1@bmwi.bund.de>; [REDACTED] Dr., ZR <[REDACTED]@bmwi.bund.de>; BUERO-ZR <buero-zr@bmwi.bund.de>; BUERO-VIA3 <BUERO-VIA3@bmwi.bund.de>; [REDACTED] VIA3 <[REDACTED]@bmwi.bund.de>
Betreff: AW: Frist: HEUTE 15.00 Uhr - AE VG Media - Bitte um Hilfe: Corona - Google News Showcase / Facebooks Initiative - Pressefreiheit

Liebe [REDACTED]

wir bitten um die Streichung der im Anhang kenntlich gemachten Textstellen. Das Schreiben der VG Media zu Google News Showcase hat BK Amt auch erreicht. Seitens ChefBK ist insoweit allerdings keine Antwort vorgesehen

Viele Grüße

Referat 42: „Innovation, Industrie, Telekommunikation und Post; Regionale Wirtschaftspolitik“

Tel: [REDACTED]

Mobil: [REDACTED]

Von: [REDACTED]@bmwi.bund.de <[REDACTED]@bmwi.bund.de>

Gesendet: Montag, 23. November 2020 10:50

An: [REDACTED]@bkm.bund.de; [REDACTED]@hk.bund.de

Cc: k32@bkm.bund.de; [REDACTED]@bkm.bund.de; ref421 <ref421@sk.bund.de>; [REDACTED]@bk.bund.de; [REDACTED]@bl.bund.de; [REDACTED]@bmwi.bund.de;

BUERO-IB1@bmwi.bund.de; [REDACTED]@bmwi.bund.de; buero-zi@bmwi.bund.de; BUERO-

VIA3@bmwi.bund.de; [REDACTED]@bmwi.bund.de

Betreff: Frist: HEUTE 15.00 Uhr - AEVG Media - Bitte um Hilfe: Corona - Google News Showcase / Facebooks Initiative - Pressefreiheit

Priorität Hoch

siehe [REDACTED], siehe [REDACTED]

wie bereits zuvor angekündigt, sind wir gebeten worden, gemeinsam mit Ihnen (BK-Zim und BKM) das beigefügte Schreiben der VG Media zu beantworten. Ich möchte Sie daher bitten, den beigefügten AI bis spätestens HEUTE 15.00 Uhr (Verschweigensfrist) mitzuziehen.

Beste Grüße

im Auftrag

[REDACTED] .L.M.

Referat VIA3 - Rechtsrahmen digitale Dienste, Medienwirtschaft
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie

Schillingstr. 34-37, 10115 Berlin

Tele: +49 (tel:+49) (0) 18 615- [REDACTED]

Mobil: +49 [REDACTED]

E-Mail: [REDACTED]@bmwi.bund.de

Internet: <http://www.bmw.de>

Der Schutz Ihrer Daten ist uns wichtig. Nähere Informationen zum Umgang mit personenbezogenen Daten im BMWi können Sie der Datenschutzerklärung auf www.bmw.de/Datenschutz (<http://www.bmw.de/...>) (<http://www.bmw.de/...>) entnehmen.

K. H. ... bereits bei d. W. zugewiesen

Di 11/3/21

Berlin, 19. Februar 2021

zur Information

Herrn Minister
a. d. D.

RA 513

Betr.:
Stellungnahme zu Google News Showcase

*BMVI
Fu
N/3*

Von Leitungs Bereich auszufragen	
TGB-Nr	T 201714-001
Eingang Leitung	19.02.2021
anw-M- Nr.:	-
Anzeichnungsleiste	
PS z. K.	<input type="checkbox"/> ZR
St	<input type="checkbox"/> 242
AL	19.02.21
UAL	VIA: 18.02.21
Notizeninformationen	
Referats- leiter/in	V A3; 19.02.21
Bearbei- ter/in	V A3 19.02.21
Mitzeich- nung	IB1; ZR
Referat und AZ	VIA3 - 60208-005#005

Die Staatssekretärinnen und die Staatssekretäre haben Abdruck erhalten.

I. Kernsätze

- Im Rahmen der Initiative **Google News Showcase** erwirbt Google von den teilnehmenden Presseverlagen (inzwischen 25 in Deutschland) Lizenzen über „**qualitativ hochwertige Inhalte**“ für ein neues Nachrichtenformat. Teil des Programms ist der **kostenlose Zugriff für Google-Nutzer** auf einige ansonsten kostenpflichtige Artikel der Verlage.
- Presseverlage und Google streiten schon lange über die **Verteilung von Werbeeinnahmen**. BMWI hat sich daher für eine **schnelle 1:1-Umsetzung des europäischen Leistungsschutzrechts für Presseverleger** eingesetzt und mit den neuen Regelungen der Missbrauchsauflage im **GWB-Digitalisierungsgesetz** eine Forderung der Verlage insb. mit Blick auf Google und das Leistungsschutzrecht unterstützt.

Rücklauf 12/03 2P

II. Sachverhalt und Stellungnahme

[Redacted] (von Google) hat Ihnen mit E Mail vom 11. Februar 2021 Informationen zum Stand des Google-Partnerprogramms mit den Presseverlagen in Deutschland (**Google News Showcase**) übersandt.

Google hat am 1. Oktober 2020 eine **neue Initiative** gestartet, an der inzwischen **25 deutsche Medienunternehmen** und somit über 50 Publikationen (u.a. FAZ, SPIEGEL, ZEIT, Rheinische Post und Tagesspiegel – **alle nicht Mitglied der VG Media**) beteiligt sind. Google führt zudem Gespräche mit dem **Axel Springer Verlag**, der angeblich Interesse an einer Zusammenarbeit mit Google bekundet hat.

Google erwirbt von den teilnehmenden Verlagen Lizenzen über „qualitativ hochwertige Inhalte“ für ein neues Nachrichtenformat. Es soll den teilnehmenden Verlagen helfen, die Sichtbarkeit ihrer Inhalte zu vergrößern und Qualitätsjournalismus fördern. Teil des Programms ist der kostenlose Zugriff für Google-Nutzer auf einige ansonsten kostenpflichtige Artikel der Verlage. Insoweit werden die sog. Paywalls geöffnet, was die Reichweite der Verlage erhöht.

Presseverlage und Google streiten schon lange über die Verteilung von Werbeeinnahmen. Die Verlage kritisieren, dass Google kleine Textauschnitte („Snippets“) von Presstexten anzeigt, ohne sie zu vergüten. Google argumentiert, mit diesen Ausschnitten die Reichweite der Verlage zu erhöhen. Die gleiche Argumentation verwendet Facebook im aktuellen Streit mit der australischen Regierung über eine gesetzliche Regelung zur Beteiligung der australischen Verlage an den Werbeeinnahmen von Facebook.

Die VG Media (nun Corint Media) hatte Sie (sowie ChefBK und StM in Grütters) bereits im Oktober 2020 um Unterstützung gebeten bei der **Eindämmung der Wirkmacht der großen Digitalplattformen wie Google (und Facebook) und der dringenden Umsetzung des Leistungsschutzrechts**. StN hat in Ihrem Namen und im Namen der BKM das Schreiben am 2. Dezember 2020 beantwortet.

VG Media wirft den großen Digitalplattformen eine „konzertierte Initiative zur Unterzeichnung von Verträgen mit Presseverlegern in allen EU-Mitgliedstaaten“ vor. Dadurch würden diese die (auch pandemiebedingte) wirtschaftlich schwierige Situation der deutschen und europäischen Presseverleger missbräuchlich ausnutzen und ihre eigenen Monopole festigen. Google habe etwa in den einheitlichen Verträgen für Google News Showcase jeden Hinweis auf „Lizenzgebühren“ vermieden. Die Nutzung der Verlagsinhalte erfolge lizenzgebührenfrei. VG Media regt die Einschaltung der Kartellbehörden auf nationaler und europäischer Ebene an. Der Vertrag verhindern gezielt die Refinanzierung der Inhalte mit Hilfe des Presseleistungsschutzrechts, schwäche die Pressevielfalt und ermögliche teilweise die Einflussnahme auf Inhalte.

Auch Facebook bemühe sich laut VG Media um Vereinbarungen mit einzelnen Presseverlegern. VG Media ist der Ansicht, dass durch dieses Vorgehen der Rechtsrahmen zur Sicherstellung einer unabhängigen Presse vorsätzlich ausgehebelt und die Spielregeln für Auswahl, Darstellung und Distribution journalistischer Inhalte durch Marktherrscher einseitig diktiert würden.

Google ist hingegen der Ansicht, mit der Initiative ein „partnerschaftliches und nachhaltiges Modell“ zugunsten der lokalen und regionalen Verlage zu etablieren – anstelle einer Zwangslizenzierung über eine Verwertungsgesellschaft (wie VG Media).

Das BMWi hat sich (zusammen mit B-Seite) zum (wirtschaftlichen) Schutz der Presseverlage und zur Förderung von Qualitätsjournalismus für eine schnelle 1:1-Umsetzung des europäischen Leistungsschutzrechts für Presseverleger eingesetzt.

Der vom BM.IV vorgelegte Regierungsentwurf setzt die Forderung nunmehr um und wurde am 3. Februar 2021 vom Kabinett verabschiedet.

Die BReg hat zudem mit dem **GWB-Digitalisierungsgesetz** die Missbrauchsaufsicht insb. mit Blick auf große Digitalunternehmen modernisiert. Dabei wurde im parlamentarischen Verfahren auch eine Forderung der Verlage insb. mit Blick auf **Google** und das **Leistungsschutzrecht** umgesetzt: danach kann Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung für den Wettbewerb verboten werden, bei der Behandlung von Angeboten eines Dritten Vorteile zu fordern, die in keinem angemessenen Verhältnis zum Grund der Forderung stehen.

██████████ ZR

Von: BUERO-IB2
Gesendet: Mittwoch, 19. Mai 2021 07:45
An: ██████████ Dr., IB1
Cc: BUERO-IB1; BUERO-IB2
Betreff: WG: Facebook News startet in Deutschland
Anlagen: 210518_FB NewsTab Infosheet.pdf

Guten Morgen Lieber ██████████
anbei zuständigkeitshalber für Dich.
Viele liebe Grüße

██████████ IB2

Tel: ██████████

Von: ██████████@fb.com <██████████@fb.com>

Gesendet: Dienstag, 18. Mai 2021 21:20

An: BUERO-IB2 <BUERO-IB2@bmwi.bund.de>

Betreff: Facebook News startet in Deutschland

Sehr geehrter ██████████

heute startet Facebook News, ein gesonderter Bereich für journalistische Inhalte, in Deutschland. In einem eigenen Reiter innerhalb der Facebook-App werden Nutzer*innen eine große Auswahl an zuverlässigen und relevanten Nachrichteninhalten von führenden nationalen, lokalen und Special Interest Verlagen erhalten, die auf ihre vielfältigen und persönlichen Interessen zugeschnitten sind. **Gerne möchten wir Sie zu einer Vorstellung des Produkts mit ██████████ unseren zuständigen ██████████ am 16. Juni, 9.30 bis 11.00 Uhr, einladen.**

Das Produkt wird schrittweise in Deutschland ausgerollt. Es dauert einige Zeit, bis Facebook News für alle deutschen Nutzer verfügbar ist.

Die teilnehmenden deutschen Verlage decken eine starke und vielfältige Bandbreite ab und repräsentieren mehr als 100 beliebte Medienmarken. Wir freuen uns, zusätzlich zu den bereits vor einigen Wochen angekündigten Verlagen mit weiteren neuen Partnern im Rahmen von Facebook News in Deutschland zusammenzuarbeiten, darunter Axel Springer mit u.a. den Marken BILD, WELT und Business Insider und die Südwestdeutsche Medienholding mit u.a. der Süddeutschen Zeitung und den Stuttgarter Nachrichten.

Im Anhang finden Sie ein Informationsblatt zur Funktionsweise von Facebook News. Weitere Informationen finden Sie im Newsroom sowie auf unserer Microsite.

Bitte antworten Sie mir auf diese Mail wenn Sie sich für die Vorstellung des Produkts interessieren.

Mit freundlichen Grüßen,

FACEBOOK



| Germany, Austria, Switzerland

Kemperplatz 1, 10785 Berlin

Facebook | Mobile ██████████

[REDACTED] ZR

Von: [REDACTED]@corint-media.com
Gesendet: Freitag, 4. Juni 2021 11:16
An: [REDACTED]
Betreff: Pressemitteilung: Auf Beschwerde von Corint Media: Kartellrechtliches Missbrauchsverfahren gegen Google News Showcase
Anlagen: 210604_PM_Bundeskartellamt_folgt_Beschwerde_von_Corint_Media.pdf

Sehr geehrte Damen und Herren, liebe Kolleginnen und Kollegen,
zu Ihrer Information erhalten Sie unsere heutige Pressemitteilung.

Auf Beschwerde von Corint Media: Kartellrechtliches Missbrauchsverfahren gegen Google News Showcase

Verfahrenseröffnung des Bundeskartellamts stärkt die effektive Durchsetzung angemessener Vergütungen für das Presseleistungsschutzrecht.

Berlin,

04.06.2021. Wie heute mitgeteilt, hat das Bundeskartellamt gegen Google ein Missbrauchsverfahren zur Prüfung des Nachrichtenangebots „Google News Showcase“ eingeleitet. Das Verfahren stützt sich neben dem klassischen Missbrauchsverbot auch auf weitergehende neue Vorschriften zur Regulierung von Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung für den Wettbewerb (§ 19a GWB). Diese Vorschriften ermöglichen ein effektiveres und schnelleres Vorgehen gegen wettbewerbsbeschränkende Verhaltensweisen insbesondere großer Digitalkonzerne.

Hintergrund des Verfahrens ist die von Corint Media beim Bundeskartellamt im Oktober letzten Jahres eingereichte Beschwerde, die verschiedene Verstöße von Google gegen das Missbrauchsverbot darlegt:

- Der Dienst „Google News Showcase“ und seine Integration in anderweitige Google-Dienste, insbesondere die Google Suchmaschine, sind klar darauf ausgelegt, die Aufmerksamkeit der Nutzer auf den neuen Google-eigenen Nachrichtendienst und die darin enthaltenen Presseinhalte zu konzentrieren – dies unter missbräuchlicher Ausnutzung von Googles quasi-monopolistischer Stellung auf dem Suchmaschinenmarkt und zu Lasten der nicht an diesem Dienst teilnehmenden Presseverleger.
- Zugleich sind die zugrundeliegenden Verträge so ausgestaltet, dass sie den Verlegern die Durchsetzung einer angemessenen Vergütung für die Nutzung ihrer Inhalte, wie sie das gerade vom Gesetzgeber beschlossene Presseleistungsschutzrecht gewährleisten soll, in missbräuchlicher Weise unmöglich machen.

Corint Media begrüßt, dass das Bundeskartellamt diese Beschwerde nun aufgegriffen hat und das Verhalten von Google einer kartellrechtlichen Prüfung unterzieht. Das Verhalten von Google stellt aus Sicht von Corint Media nicht nur eine gravierende Beschränkung des Wettbewerbs zu Lasten der Presseverleger dar, sondern gefährdet damit zugleich die wirtschaftlichen Grundlagen der freien Presse.

Christoph Schwennicke und Markus Runde, Geschäftsführer von Corint Media:

„Nachdem die Legislative durch die Änderung des Kartellrechts und die Einführung des urheberrechtlichen Presseleistungsschutzrechtes für Verleger - europäisch wie national - mit guten Gründen den gesetzlichen Rahmen zwischen Inhalteanbietern und Inhalte nutzenden Plattformen neu gesetzt hat, ist die Eröffnung dieses Verfahrens der nächste wichtige Schritt für die konkrete Rechtsanwendung. Auch global agierende Tech-Unternehmen bewegen sich in gesetzten Rechts- und Ordnungsrahmen, die wir uns in gewaltenteiligen Demokratien in Freiheit gegeben haben. Verstöße gegen diese Rechtsrahmen bedürfen der konsequenten Aufarbeitung und Ahndung.“

Mit freundlichen Grüßen



Telefon +49 (0)30 206 200
Fax +49 (0)30 206 200
E-Mail info@corint-media.com

Corint Media GmbH
Lennestr. 5, 10785 Berlin
wwwXX.corint-media.com



Copyright International Media

Firmensitz: Berlin
Aufsichtsratsvorsitzender: Dr. Torsten Rossmann
Geschäftsführer: Markus Runde, Christoph Schwennicke
HRB 64636 AG Berlin-Charlottenburg
USt.-ID.-Nr. DE 225999462
St.-Nr. 30/570/50063