

## SaveYourIncome – Zum Lobbying von Google, Netflix, Soros & Co.

Um die EU-Urheberrechtsrichtlinie, die nun vom EU-Parlament entschieden wurde, hat es harte Auseinandersetzungen gegeben. Teilweise wurden die Abgeordneten regelrecht mit E-Mails bombardiert. Der Blog WebSchauder hat darüber berichtet und aufgedeckt, wer hinter dem angeblichen Protest der Bürger steht<sup>1</sup>.

Diese aktuelle Kampagne gegen die Richtlinie ähnelt der Auseinandersetzung über die Einführung gesetzlicher Regeln zur Netzneutralität, über die der dänische Consultant John Strand bereits 2016 eine hervorragende Studie erstellt hat („The Moment of Truth – A Portrait of the Fight For Hard Net Neutrality Regulation by Save the Internet and Other Internet Activists“) <sup>2</sup>. Die Studie beleuchtet unter anderem die wirtschaftlichen Hintergründe der Beteiligten und untersucht zudem auch US-amerikanische und indische Kampagnen. Dieser Artikel stellt Gemeinsamkeiten und Unterschiede dieser angeblichen Civil Society-Kampagnen dar.

### Die Beteiligten

Bei beiden Themen gibt es zwei Gruppen mit diametral gegensätzlichen Interessen. Auf der einen Seite stehen immer die Tech Giants (Google, Amazon, Netflix, Mozilla, Microsoft etc.) und auf der anderen Seite einmal die Telekommunikationsunternehmen und einmal die Rechteinhaber.

Beim Thema Netzneutralität würden die Telekommunikationsunternehmen und Netzbetreiber (zum Beispiel Telekom, Vodafone etc.) gerne die Möglichkeit von innovativen Modellen nutzen, um die Märkte oder den Zugang zum Netz zu entwickeln<sup>3</sup>. Diejenigen, die am meisten Traffic im Netz verursachen (zum Beispiel Google/YouTube, Netflix, Amazon) haben Angst dafür zahlen zu müssen und bestehen auf Gleichbehandlung aller Inhalte, was letztendlich kostenlose Nutzung der Datenleitungen bedeutet.

Immer größere Datenmengen sollen immer schneller durch die Leitungen geschickt werden, wäh-

---

<sup>1</sup> Die vier Webschauder Artikel sind:

A) Anatomie eines Politik-Hacks, 27.7.2018; <http://webschauder.de/anatomie-eines-politik-hacks/>

B) Anatomie eines Politik-Hacks Teil 2 – Die Organisation des Hacks, 3.8.2018; <http://webschauder.de/politik-hack-2-organisation/>

C) Kunstrasen statt Graswurzel: Wenn Clicktivismus auf harte Realität trifft, 28.8.2018,

<http://webschauder.de/kunstrasen-statt-graswurzel-wenn-clicktivismus-auf-harte-realitaet-trifft/>

D) Vorhang auf zur nächsten Runde, 3.9.2018; <http://webschauder.de/vorhang-auf-zur-naechsten-runde/>

<sup>2</sup> John Strand, The Moment of Truth - A Portrait of the Fight For Hard Net Neutrality Regulation by Save the Internet and Other Internet Activists; erhältlich über <http://www.strandreports.com/sw7153.asp>

<sup>3</sup> Strand, The Moment, S. 5.

rend die Preise für Internetzugänge seit Jahren in Stein gemeißelt zu sein scheinen. Die Netzanbieter stecken in dem Dilemma ständig in das eigene Netz investieren zu müssen, die Preise aber nicht anpassen zu können.

Bei der EU-Urheberrechtsrichtlinie geht es um die Inhalte selber, die über diese Netze verbreitet werden. Während die Urheber und Verwerter dieser Inhalte gerne endlich angemessen für die Nutzung entlohnt werden wollen, würden die, die mit diesen Inhalten Geld verdienen (insbesondere Plattformen wie z. B. YouTube), gerne weiterhin annähernd gratis „einkaufen“. Momentan zahlen sie nach eigenem Gutdünken oder lassen die „Partner“ ins volle wirtschaftliche Risiko laufen, ob sie anteilige Werbeeinnahmen erhalten oder nicht.

Neben den genannten Gruppen haben auch die Bürger Interessen. Diese sind bei der Netzneutralität eher diffus und noch am ehesten mit der Angst mancher Verbraucher eventuell mehr zahlen zu müssen zu erklären. Bei der Debatte um die Inhalte ist dies wesentlich klarer. Diverse Studien<sup>4</sup> zur Piraterienutzung belegen immer wieder, wie wichtig es einem Teil der Bürger ist, Inhalte gratis zu erhalten.

### **Die Argumente**

Als Profiteure dieses Systems können die Tech Giants nicht zugeben, dass sie Netz und Inhalte weiterhin gratis erhalten wollen. Deshalb müssen sie „bessere“ Argumente finden. Am besten solche, bei denen sich auch der Bürger betroffen fühlt. Ob die Argumente noch einen Bezug zur Realität haben, ist dann egal. So behauptete MdEP Julia Reda, „*das ganze Internet wird gefiltert*“<sup>A</sup>. Mozilla war dies noch nicht genug und stellte den persönlichen Bezug her: „*Wenn diese gefährlichsten Änderungsvorschläge verabschiedet werden, wird alles, was Sie ins Internet stellen, gefiltert oder sogar gesperrt*“<sup>A</sup>.

Gerne beruft man sich auch auf eine angeblich gefährdete Meinungsfreiheit, wie beim Spitzenslogan der Netzneutralitätsdebatte „*Network Operators Want to Limit Freedom of Speech*“<sup>5</sup>.

### **Die Akteure und deren Geldgeber**

Während die Telekommunikationsunternehmen und die Medienwirtschaft mit üblichen politischen Instrumenten arbeiten und die beteiligten Unternehmen und Verbände offenlegen, nutzen die Tech Giants eine zweigeteilte Strategie.

Offiziell gibt man sich moderat<sup>6</sup>. Der aggressive politische Protest wird heimlich organisiert. Dazu werden weitere Organisationen, teils sogar als Bürgerrechtsbewegungen deklariert, genutzt. Deren

---

<sup>4</sup> <http://www.webschauder.de/eindeutige-eu-studie-zu-teuer-wieso-sollte-ich-zahlen/> oder <http://webschauder.de/eu-studie-hauptsache-kostenlos-oder-guenstiger/>

<sup>5</sup> Strand, The Moment, S. 34.

<sup>6</sup> Strand, The Moment, S. 6.

Aktivisten, oft Personen, die Protest als Vollzeitjob betreiben, machen gerne mit<sup>7</sup>. Diejenigen, die „unterzeichnen“, engagieren sich mit wenigen Klicks („clicktivism“<sup>8</sup>) und fühlen sich als Teil der Community<sup>9</sup>. Mit politischer Teilhabe hat das kaum noch etwas zu tun.

Wesentliche Finanzierung erhalten die Aktivisten von den Tech Giants oder deren Besitzern. So legt John Strand offen<sup>10</sup>, dass sowohl die „Ford Foundation“ als auch George Soros „Open Society Foundation“ wesentliche Anteile an Google/Alphabet und anderen Tech Giants besitzen. Dies erklärt, warum die Stiftungen sich für die Interessen der Tech Giants einsetzen. Allein diese beiden Stiftungen haben 200 Mio. US-\$ in den Kampf um eine gesetzlich geregelte Netzneutralität investiert; Ausgaben von Google und Netflix kommen noch dazu. Die Telekom Industrie investierte 90 Mio. US\$<sup>11</sup>.

Insoweit ist es auch kein Wunder, dass die Hauptkampagnenseite zur Netzneutralität, safetheinternet.com, in den USA von der von George Soros finanzierten Organisation „Free Press“ ins Leben gerufen wurde<sup>12</sup>.

Organisator und Hauptfinanzier des europäischen Ablegers, safetheinternet.eu, war EDRI<sup>13</sup>. EDRI wird im Wesentlichen finanziert durch Stiftungen (darunter wieder George Soros „Open Society Foundation“) als auch durch Google, Mozilla etc.<sup>14</sup>. Wie wichtig diese Gelder sind, zeigt der geringe Anteil von Mitgliedsbeiträgen bei EDRI, er lag 2015 bei 6 % der Einnahmen<sup>15</sup>.

Bei AccessNow, Unterstützer von safetheinternet.eu und Betreiber der zweiten Kampagnenseite, thisisnetneutrality.org, war Google der zweitwichtigste Finanzier<sup>16</sup>.

Bei dem Kampf gegen Uploadfilter wurde die Hauptkampagnenseite safeyourinternet über Copyright4Creativity (C4C) erstellt, bei denen EDRI Mitglied ist. Die Finanzierung des C4C erfolgt im Wesentlichen vom Verband der US-Tech Giants, dem CCIA und einem Inhaber der Tech Giants, der „Open Society Foundation“<sup>B</sup>. Verantwortlich für die Durchführung ist die belgische Lobbyagentur N-Square, deren Unternehmensgruppe (KDC Group) auch für Google arbeitet<sup>B</sup>.

---

<sup>7</sup> Strand, The Moment, S. 10.

<sup>8</sup> Strand, The Moment, S. 12.

<sup>9</sup> Strand, The Moment, S. 13.

<sup>10</sup> Strand, The Moment, S. 14.

<sup>11</sup> Strand, The Moment, S. 14.

<sup>12</sup> Strand, The Moment, S. 18f.

<sup>13</sup> Strand, The Moment, S. 25, 29.

<sup>14</sup> Strand, The Moment, S. 30.

<sup>15</sup> Strand, The Moment, S. 30.

<sup>16</sup> Strand, The Moment, S. 30ff.

## **Die Kampagne**

Strand untersucht in seiner Studie die über E-Mail organisierte Kampagne für Netzneutralität, bei der vorgefertigte Textteile über technische Hilfsmittel jeweils an viele Abgeordnete gesendet wurden<sup>17</sup>. Lediglich 4.000 bis 5.000 Absender haben mit diesen Online-Tools für die Kampagne über 95.000 Mails produziert<sup>18</sup>.

Die aktuelle Kampagne gegen die EU-Urheberrechtsrichtlinie hat technisch aufgerüstet. Mit Tools ermöglicht man es, massenhaft E-Mails oder Tweets zu versenden. Darüber hinaus gab es Petitionen und die Empfehlung, technisch unterstützte Telefonate mit den Abgeordnetenbüros zu führen<sup>A,B</sup>. Telefonate mit Leitfaden<sup>A</sup> sind eine exzellente Möglichkeit, die Arbeit der Büros lahm zu legen. Deshalb waren in der Juni-Kampagne auch überwiegend die MdEPs aufgelistet, bei denen man davon ausging, dass sie für Uploadfilter seien.

Quantitativ war die aktuelle Kampagne erfolgreicher. Einzelne Abgeordnete berichten über 60.000 E-Mails<sup>A</sup>, dabei aber auch oft mehrere Mails von einzelnen Absendern<sup>A,D</sup>. Insgesamt wird von 6 Mio. E-Mails ausgegangen<sup>A</sup>.

Einzelne E-Mails wurden direkt an mehrere Abgeordnete versendet. Damit man bei den Petitionenten den Eindruck erhalten konnte, dass es sich um eine Aktion der Zivilgesellschaft handelt, haben die Tools für diese Dienste teilweise versucht, die wirklichen Betreiber zu verschleiern<sup>B</sup>.

## **Wer meldet sich – Internationaler Druck**

John Strand erklärt, wie sich die Akteure durch internationale Vernetzung künstlich vergrößern<sup>19</sup>. Dies gilt ebenso für die Bürgerbeteiligung. So hat John Strand festgestellt, dass mindestens 30 Prozent der E-Mails an die Abgeordneten des Europäischen Parlaments aus den USA kamen<sup>20</sup>.

Bezüglich der Anti-Uploadfilterkampagne gibt es bisher keine Untersuchung der E-Mails. Tests haben aber ergeben, dass die angebotenen Instrumente (Telefon, E-Mail, Tweets) ohne jegliche Identifizierung, mit Fakeangaben und auch aus den USA nutzbar waren<sup>D</sup>.

Bei den Tweets zeigt eine Analyse, dass von den zwischen Juni und dem 1. August unter dem Hashtag #safeyourinternet versendeten Tweets 56.000 aus Europa kamen und 70.000 aus den USA, davon alleine 66.000 aus Washington DC<sup>21</sup>.

Wenn dann die meisten Tweets zu nachtschlafender Zeit<sup>22</sup> kommen, wird es offensichtlich, dass die Akteure sich nicht mehr auf ihre Unterstützer verlassen, sondern zusätzlich Bots eingesetzt haben<sup>D</sup>.

---

<sup>17</sup> Strand, The Moment, S. 44.

<sup>18</sup> Strand, The Moment, S. 44.

<sup>19</sup> Strand, The Moment, S. 15ff.

<sup>20</sup> Strand, The Moment, S. 46.

<sup>21</sup> Content Creators Coalition / Talkwalker; E-Mail 5.9.2018

Um die Bürger zu erreichen, reicht es wohl nicht mehr, sich auf die seit Jahren bestehenden Verteiler zu verlassen. Man investiert auch in Werbung. Neben bezahlten Tweets, die dann von einzelnen Politikern weitergeleitet wurden<sup>D</sup>, gab es in Polen eine Werbekampagne über Propellerads, einem der Internetpiraterie sehr verbundenem Werbenetzwerk<sup>B</sup>.

### **Ausblick**

Obwohl der Kampf, wie von Strand befürchtet<sup>23</sup>, noch aggressiver geführt wurde und die Bürger noch massiver angesprochen wurden, damit sie „IHR“ Internet retten, haben sich die Tech Giants nicht durchsetzen können. Viel mehr als eine Verschiebung der Entscheidung haben sie nicht erreicht. Die Politik war „Totally pissed off“<sup>24</sup> wegen der Spamattacke.

Nichts desto trotz versucht die kanadische Organisation Open Media nun die einzelnen Europäischen Staaten unter Druck zu setzen: “OpenMedia is pressuring EU member states to stand up to corporate interests and vote down the Link Tax and Censorship Machines for good. Will you donate to help our efforts?”<sup>25</sup>

Massenmails mit Standardtexten, die Bürger absenden, nachdem sie mit Fakenews aufgeschreckt wurden, haben wenig mit einer politischen Debatte zu tun. Das Versagen bei der Mobilisierung (etwa 800 Demonstranten in ganz Europa<sup>C</sup>) hat gezeigt, wie wenig Rückhalt die Akteure in der Bevölkerung haben.

An dieser Stelle wird deutlich, wie wichtig es ist, genauer zu identifizieren, wer jeweils versucht, Einfluss zu nehmen. Diese indirekte Einflussnahme erfolgt nämlich nicht nur im Kontakt mit den Politikern, sondern auch in Gremienbesetzungen bei Regulatoren<sup>26</sup>. Strand zeigt auf, dass im BEREC Dialog „Net Neutrality Stakeholder“ die Hälfte der Organisationen von Google unterstützt wurde. Am schlimmsten war dies in der Gruppe „Consumer and End-User organizations and Civil Society“, dort erhielten 3 von 4 der vertretenen Organisationen Geld von Google<sup>27</sup>.

---

<sup>22</sup> „Botocracy: #SaveYourInternet Tweets to EU MEPs Peak After 1:00 AM Local Time“;  
<https://thetrichordist.com/2018/09/11/botocracy-saveyourinternet-tweets-to-eu-meps-peak-after-100-am-local-time/>

<sup>23</sup> Strand, The Moment, S. 11.

<sup>24</sup> “Totally Pissed Off” By Big Tech Spam EU Gives Artists A Copyright Victory;  
<https://thetrichordist.com/2018/09/13/totally-pissed-off-by-big-tech-spam-eu-gives-artists-a-copyright-victory/>

<sup>25</sup> Newsletter von Alana at OpenMedia contact@openmedia.org vom September 14, 2018

<sup>26</sup> Strand, The Moment, S. 13.

<sup>27</sup> Strand, The Moment, S. 47f.