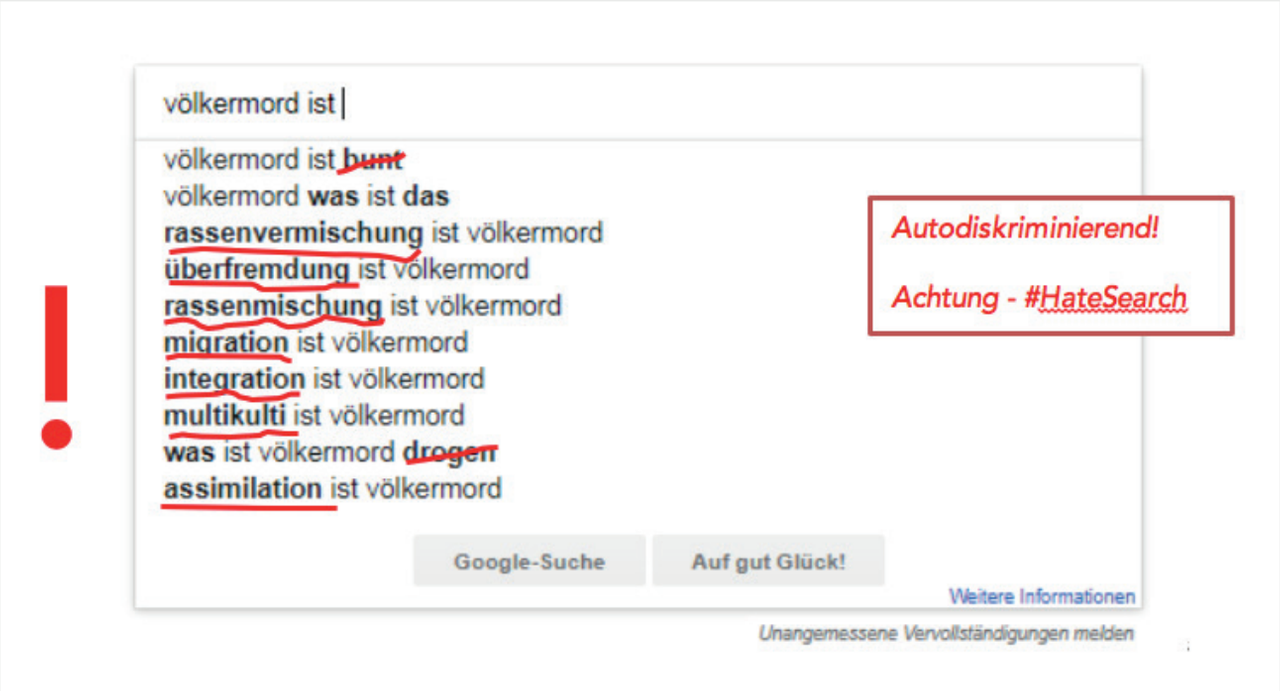


DIE GEFAHREN MIT DER AUTOVERVOLLSTÄNDIGUNG VON GOOGLE ODER DIE #AUTODISKRIMINIERUNG IN DER SUCHMASCHINE

Hintergrundstudie zur Kampagne „Google, stop #HateSearch“

GOLIATH WATCH
Für Demokratie statt Macht der Konzerne.

Inhalt

Zusammenfassung 2
Summary 3
1. Einleitung 4
2. Fälle von #Autodiskriminierung durch Autovervollständigung 5
3. Was ist Diskriminierung? 12
4. Die Digitalkonzerne Google und Alphabet 16
5. Die fünf Forderungen von Goliathwatch zu Google 19
6. Ihre Möglichkeiten für Aktionen und Protest mit Goliathwatch 21
Literaturverzeichnis 22

Zusammenfassung

Google macht Ergänzungsvorschläge für Sucheingaben, was gemeinhin als Autovervollständigung bezeichnet wird. Im Februar 2018 schlug Google für „Frauen dürfen" „Frauen dürfen ~~nicht wählen~~" vor.[1]Weitere diskriminierende Beispiele sind: „Migration ist …~~Migration ist Völkermord~~", „Merkel ist ~~Volksverhetzerin~~", „Peruaner sind ~~dumm~~" oder „Flüchtlinge müssen ~~draußen bleiben~~". Die Struktur der diskriminierenden Aussagen als Folge von Gruppen- oder Personennamen und bestimmten Verben bezeichnet Goliathwatch als #Autodiskriminierung oder #Hatesearch. Internationale Fälle wie „latenter Antisemitismus"[2] in Frankreich, Bettina Wulff in Deutschland oder Klagen von Firmen spiegeln die Kritik an Google wider.

Google ist mehr als eine Suchmaschine. Laut wissenschaftlichen Untersuchungen übernimmt jede*r zweite Nutzer*in von Google die Suchvorschläge[3] und jede*r Dritte glaubt den negativen oder diskriminierenden Aussagen der Suchmaschine.[4] Seine Marktmacht unter den Suchmaschinen und bei Onlinewerbung verstärkt das Problem. Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts (Urteil VI ZR 269/12) gegen Google und die stärkeren Reaktionen von Google seit April 2018 gegen Diskriminierungen durch Autovervollständigung sind nicht ausreichend. Goliathwatch stellt fünf Forderungen an Google und an die Politik.

Google soll die Funktion „Autovervollständigung" wie bei anderen Suchmaschinen wie metager.de abschalten. Falls Google an der Funktion festhalten will, sollten neue Vorschläge erst nach Zustimmung eines Redaktionsteams aufgenommen werden. Die Grund-

1 Nach unserer Meinung problematische und diskriminierende Suchvorschläge streichen wir in unserem Text durch.
2Virtuelles Datenschutzbüro (2012): Frankreich: Rassismusvorwurf gegen Google wegen "Autocomplete", web.archive.org/web/20150402104727/https://www.datenschutz.de/news/detail/?nid=5370(13.8.2018).
3 Bayer, Jacqueline (2017): Wie Nutzer mit Suchvorschlägen umgehen, https://edoc.hu-berlin.de/handle/18452/2813 (12.8.2018).
4 Fairrank/Revolvermänner (2012): Suche oder Suggestion, www.revolvermaenner.com/reputation-bedeutung/ (12.8.2018).

einstellungen bei Google sollten den Datenschutz von Endverbraucher und nicht von Werbekunden maximieren.

Von der Europäischen Union und dem Deutschen Bundestag fordert Goliathwatch, enge demokratische Grenzen von Datenstrukturen zu schaffen. Google speichert zu viele Daten. Im Weiteren soll ein demokratischer Aufsichtsrat für digitale Technik und Algorithmen eingerichtet werden. Abschließend fordert Goliathwatch die Entflechtung der Marktmacht von Google und die Formulierung einer gesellschaftlichen Digitalisierungsstrategie.

Summary

Google suggests additions for searches which is called autocomplete. In February 2018, Google proposed for the German words "Frauen dürfen" (women may) "Women may ~~not vote~~". Further negative examples are: “Genocide is … ~~Migration is genocide~~”„Merkel is rabble-rouser“,„Peruvians are ~~stupid~~“ or „refugees have to ~~stay out~~“ (engl. translation). The structure of discriminatory statements is a result of names for groups or persons and of certain verbs. Goliathwatch names this #autodiscrimination or #hatesearch. International cases such as "latent anti-Semitism" in France, the former First Lady Bettina Wulff in Germany or complaints from companies reflect the criticism of Google.

Google is more than a search engine. According to scientific research, every second Google user accepts the search suggestions and every third user believes the negative or discriminatory statements of Google. Its market power in search engines and online advertising reinforces the problem. The judgement of the Federal Constitutional Court (VI ZR 269/12) against Google and the stronger reactions of Google since April 2018 against discrimination by autocomplete are not sufficient. Goliathwatch makes five demands on Google and on politicians.

Google should disable the function "Autocomplete" as other search engines like metager.de. If Google wants to keep the feature new suggestions should only be included after approval by an editorial board. Google's basic settings should maximize the privacy of consumersnot advertisers.

Goliathwatch calls on the European Union and the German Bundestag to create tight democratic boundaries for data structures. Google collects and saves too much data. Furthermore, a democratic supervisory board for digital technology and algorithms is to be established. Finally, Goliathwatch calls for the unbundling of Google's market power and the formulation of a social digitization strategy.

1. Einleitung

Die Suchmaschine von Google liefert merkwürdige und teils diskriminierende Vorschläge wie „Schwarze sind ~~weniger intelligent~~"[5] oder „Völkermord ist …~~Migration ist Völkermord~~". Nach dem Eingeben der Suchbegriffe „Frauen dürfen" macht Google im Februar 2018 den Vorschlag „Frauen dürfen ~~nicht wählen~~". Die Funktion „Autovervollständigung" (engl. „Autocomplete") stellt eine Art der #Autodiskriminierung dar. Seit April 2018 arbeitet Google verstärkt daran, dieses Problem zu lösen,[6]jedoch findet man drei Monate später immer noch zahllose Fälle der #Autodiskriminierung: „Merkel ist ~~Volksverhetzerin~~" oder „Flüchtlinge müssen ~~draußen bleiben~~". Die Recherchen von Goliathwatch zeigen, dass Strukturen hinter der #Autodiskriminierung stehen.

Nach aktuellen Studien[7] übernimmt jede*r Zweite die Autovervollständigungsvorschläge von Google. Laut der Studie der Onlineagenturen Fairrang/Revolvermänner[8] missversteht jede*r Dritte negative Google-Vorschläge als die Wahrheit. Privatpersonen und Unternehmen haben Angst vor dieser Rufschädigung. Die aus Vorschlägen resultierenden Suchergebnisse können Wahlen, Einkaufsentscheidungen oder die öffentliche Meinung verändern. „The general public are completely in the dark about very fundamental issues regarding online search and influence. We are talking about the most powerful mind-control machine ever invented in the history of the human race. And people don't even notice it."[9]

Mit dieser Hintergrundstudie wollen wir unsere Kritik an Google darstellen und die negativen Folgen aufzeigen. Goliathwatch fordert von Google daher das Ende der #Autodiskriminierung. Dies lässt sich am einfachsten durch die sofortige Abschaltung der Autovervollständigung erreichen. Weitere Schritte für ein gerechteres und freies Internet in Bezug auf die Macht und Abhängigkeit von Google sind notwendig.

Wir verwenden den Firmennamen Google synonym für den Mutterkonzern Alphabet, da in der öffentlichen Debatte selten differenziert wird. Für uns diskriminierende Aussagen wollen wir nicht unkommentiert wiedergeben und streichen sie daher im Text durch. Goliathwatch dankt allen Aktiven und Unterstützer*innen, bei der Erstellung dieser Studie. Wir danken der Stiftung Bridge für die Förderung unserer Kampagne „Google, Stop #Hatesearch", welche auf diese Studie aufbaut.

---

[5] Nach unserer Meinung problematische und diskriminierende Suchvorschläge streichen wir in unserem Text durch.
[6] Search Engine Journal (2018/4/24): Google to Remove More Types of Autocomplete Predictions,www.searchenginejournal.com/google-remove-types-autocomplete-predictions/250581/amp/ (12.8.2018).
[7] Bayer, Jacqueline (2017): Wie Nutzer mit Suchvorschlägen umgehen, https://edoc.hu-berlin.de/handle/18452/2813 (12.8.2018).
[8] Fairrank/Revolvermänner (2012): Suche oder Suggestion, www.revolvermaenner.com/reputation-bedeutung/ (12.8.2018).
[9] Epstein, Robert (2016) zitiert in: The Guardian (2016/12/4): Google, Democracy and the Truth About Internet Search, https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/04/google-democracy-truth-internet-search-facebook (12.8.2018).

2. Fälle von #Autodiskriminierung durch Autovervollständigung

„Don't be evil. We believe strongly that in the long term, we will be better served—as shareholders and in all other ways—by a company that does good things for the world even if we forgo some short term gains."

Sergey Brin und Larry Page im „Do not be evil"-Manifest, 2004[10]

Abbildung: Screenshots zu „Flüchtlinge müssen …~~gestoppt werden/draußen bleiben~~" und „Schwarze sind … weniger intelligent."

Quelle: www.google.de – Suche am 13. August 2018

Google hat in den letzten 20 Jahren eine der leistungsstärksten Suchmaschinen der Welt entwickelt. Die Suchmaschine hilft ebenfalls sofort dabei, die Suchanfrage mit weiteren Vorschlägen zu vervollständigen. Google will mit dieser Funktion, die als „Autovervollständigung" bzw. „autocomplete" bezeichnet wird, die Eingabe von Suchanfragen erleichtern und effizienter gestalten.[11]

Als wir im Februar 2018 verschiedene Begriffe eingegeben hatten, waren wir bei Goliathwatch sehr überrascht. Zahlreiche Ergänzungsvorschläge von Google verletzten (unsere Vorstellung) von Gleichbehandlung und Fairness. Zahllose Vorschläge waren diskriminierend und politisch stark einseitig. Aus „Flüchtlinge müssen" machte Google im Februar 2018 „Flüchtlinge müssen ~~zurück nach Syrien~~." Nach dem Streit in der Union schlägt Google im Juli dann vor, „Flüchtlinge müssen ~~zurück nach Italien~~" (vgl. Screenshot zu „flüchtlinge müssen").

Die Recherche von Goliathwatch hat zahllose Beispiele der Diskriminierung durch Google zu Tage gefördert: „Peruaner sind ~~dumm"~~ (Suche am 9. Juli 2018) oder „Chinesen sind ~~widerlich~~" (Suche am 9. Juli 2018). In den Algorithmus von Google ist nach unserer Auffassung eine automatische Möglichkeit integriert, Menschen zu diskriminieren, was wir als „#Autodiskriminierung" bezeichnen. Eine erfolgreiche und systematische Lösung dieses

[10] Zitiert im The Wall Street Journal: blogs.wsj.com/deals/2011/06/23/what-would-2004-google-say-about-antitrust-probe/ (13.8.2018).
[11] Nach Schätzungen von Google wird Eingabezeit um 25% reduziert. www.googlewatchblog.de/2018/04/autocomplete-googles-vervollstaendigung-jahre/ (13.8.2018).

Problems fehlt bisher von Google, auch wenn es langjährige Kritik von außen gab und Versuche von Google selbst unternommen wurden.

Fälle in Frankreich und in den USA

Im Jahr 2012 verklagten vier französische Menschenrechtsorganisation Google Frankreich wegen des Vorwurfs des „latenten Antisemitismus."[12]NGOs wie SOS Racisme kritisierten, dass Google zu Staatspräsidenten Nicolas Sarkozy (2007-2012) oder Francois Hollande (2012-2017) mit „juif," also „Jude," als Autovervollständigung anzeigte. Dies wurde als diskriminierend beurteilt. Google hat darauf reagiert und schlägt heute keine Sucherweiterungen zu „Jude" mehr vor. Auch bei rassistischen Suchergebnissen in den USA im Zusammenhang mit Obama und dem Weißen Haus, reagiert Google erst nach Kritik.[13]

Was passierte mit Frau Bettina Wulff, der Gattin des ehemaligen Bundespräsidenten?

Auch in der Bundesrepublik gab es bereits zahlreiche Skandale und gerichtliche Auseinandersetzungen. Mit den Gerüchten, die Bettina Wulff, der Gattin des damaligen Bundespräsidenten, eine falsche Vergangenheit im Rotlichtmilieu zuschreiben wollten,[14] reagierte der Suchalgorithmus von Google und reproduzierte diese. Die Autovervollständigung wurde z.B. als „neuzeitliche Rufmord-Maschine"[15]bezeichnet. Google hatte die falschen Gerüchte weiterverbreitet.

Bettina Wulff ging gerichtlich gegen den Google-Konzern vor und erst im Zuge einer Niederlage von Google vor dem Bundesverfassungsgericht (Urteil VI ZR 269/12) bei einem vergleichbaren Fall eines Unternehmens, das gegen Google klagte, lenkte der Digitalkonzern ein. Die negativen Autovervollständigungen zu Frau Wulff wurden gelöscht.[16]

UN Women spiegelt Frauendiskriminierung mit Autovervollständigung

Auch weitere Fälle der #Autodiskriminierung zeigen die Probleme. UN Woman, eine Unterorganisation der Vereinten Nationen, schaltete im Jahr 2013 Werbeanzeigen gegen die alltägliche Diskriminierung von Frauen.[17] Als Motiv wurden die Vorschläge von Googles Autovervollständigung benutzt. „Frauen müssen ~~kontrolliert werden~~, ~~diszipliniert werden~~". Es gab zahllose Reaktionen.[18]Die Plakate mit den Vorschlägen von Google zeigten deutlich die Verstärkungseigenschaft der Autovervollständigung. Diskriminierung oder Sexismus

---

[12]Virtuelles Datenschutzbüro (2012): Frankreich: Rassismusvorwurf gegen Google wegen „Autocomplete", web.archive.org/web/20150402104727/https://www.datenschutz.de/news/detail/?nid=5370(13.8.2018).
[13]The Guardian (2015/5/25):Google Says Sorry Over Racist Google Maps White House Search Results, www.theguardian.com/technology/2015/may/20/google-apologises-racist-google-maps-white-house-search-results?CMP=share_btn_tw (13.8.2018).
[14]SZ (2012/9/8): Klage gegen Google und Jauch Bettina Wulff wehrt sich gegen Verleumdungen, www.sueddeutsche.de/politik/klage-gegen-google-und-jauch-bettina-wulff-wehrt-sich-gegen-verleumdungen-1.1462439(13.8.2018).
[15]Pulkenat, F. (2013/7): Suchmaschine in der Kritik ,,Google – Die neuzeitliche Rufmord-Maschine", wirtschaftsrecht-news.de/2013/07/suchmaschine-in-der-kritik-google-die-neuzeitliche-rufmord-maschine/(13.8.2018).
[16] Heise.de (2015/1/15): Autocomplete-Funktion: Bettina Wulff schließt Vergleich mit Google www.heise.de/newsticker/meldung/Autocomplete-Funktion-Bettina-Wulff-schliesst-Vergleich-mit-Google-2518426.html (13.8.2018).
[17] UN Women (2013): UN Women Ad Series Reveals Widespread Sexism, www.unwomen.org/en/news/stories/2013/10/women-should-ads (13.8.2018). Kampagnenvideo: www.youtube.com/watch?v=IkNlGuW-0g8.
[18] Best Marketing (2018): Case Study: UN Women 'The Autocomplete Truth', www.best-marketing.eu/case-study-un-women-the-autocomplete-truth/ (13.8.2018).

Abbildung: Plakatserie von UN Women zur Diskriminierung von Frauen im Netz

Quelle: http://www.unwomen.org/en/news/stories/2013/10/women-should-ads (13.8.2018)

finden über die Vorschläge der Suchmaschine massenhafte Verbreitung. Es können so Stereotype und Vorurteile im Internet zusätzlich über Google verbreitet werden.[19]

Bei Kommentarfunktionen im Internet gibt es redaktionelle Anstandsregeln, eine sogenannte „Netiquette" und Moderator*innen, welche diskriminierende Beiträge löschen. Stark diskriminierende Videos auf YouTube werden von Google gelöscht. Es stellt sich für uns die Frage, warum Google seine Suchvorschläge nicht erst freischaltet, wenn die Gefahr von Diskriminierung ausgeschlossen ist.

Zahlreiche Medien und Zeitungen wie das amerikanische Computermagazin Wired im Februar 2018[20] greifen in unregelmäßigen Abständen die Diskriminierung durch Autovervollständigung auf. Diese Fälle zeigen, dass zwar Google auf breite Kritik teilweise reagiert, aber nicht grundsätzlich das Problem der #Autodiskriminierung löst.

Die Reputationsprobleme von Unternehmen

Die #Autodiskriminierung durch Suchvorschläge von Google beschäftigt auch Unternehmen. Viele Unternehmen sehen durch Suchvorschläge Risiken für ihre Unternehmensreputation. Wenn mögliche Neukund*innen bei ihrer Suchanfrage zur „Firma X" von Google automatisch Vorschläge wie „konkurs", „rechtsstreit" oder „menschenrechtsverletzung" erhalten, ist dies eine Bewertung des Unternehmens, welche auch nicht wahre Tatsachen widerspiegeln können.

[19] Vgl. Noble, Safiya Umoja (2018): Algorithms of Oppression, und Besprechung der genderdiskriminierenden Stellenanzeigen bei Google in: New York Times (2015/7/9): When Algorithms Discriminate, www.nytimes.com/2015/07/10/upshot/when-algorithms-discriminate.html (13.8.2018).
[20] „Google autocomplete still makes vile suggestions" https://www.wired.com/story/google-autocomplete-vile-suggestions/.

Es ist unseres Erachtens auch verwunderlich, dass die Suchvorschläge zu Google selbst weniger diskriminierend sind als die Suchschläge zu Konkurrenzunternehmen wie Amazon, Apple oder Facebook. „Amazon ist… ~~schlecht, teuer, asozial~~."[21]Es ist für uns nachvollziehbar, dass sich Google selbst nicht schlechter darstellen will, aber es ist m.E. zu kritisieren,[22] dass für Google die erste Suchfragenergänzung „Google ist dein Freund" ist.

Die negative Wirkung der Suchvorschläge

> *„Wenn es etwas gibt, von dem Sie nicht wollen, dass es irgendjemand erfährt, sollten Sie es vielleicht ohnehin nicht tun."*
>
> *Eric Schmidt, Ex-Google-Chef,*
> *Fernsehinterview auf CNBC am 3. Dezember 2009*

Die Studie der Online-Reputations-Dienstleister Revolverheld und Fairrank zeigt, dass jede*r dritte Google-Nutzer*in diese #Autodiskriminierungs-Vorschläge mit ihrer negativen Wertung Glauben schenkt.[23] „Die Ergebnisse der Studie zeigen deutlich, dass Nutzer in erheblichem Maße durch die Autovervollständigungen von Suchmaschinen beeinflusst und auf Themenbereiche gelenkt werden, die der Reputation eines Unternehmens / einer Person nachhaltig schaden können – unabhängig davon, ob diese der Wahrheit entsprechen oder nicht."[24] Firmen und deren Dienstleister für Internetreputation üben daher Druck auf Google aus. Es werden immer wieder Unterlassungsklagen gegen Google eingereicht, wie z.B. das Urteil vom Bundesverfassungsgericht und viele weitere Verfahren zeigen.[25] Ist das ein konkretes Beispiel? Dann „z.B." schreiben und Beispiel kurz betiteln

Aufgrund der dargelegten Problematik bieten zahllose Online-Dienstleister gegen Googles #Autodiskriminierung sogenanntes „Online Reputation Management" an. Im Gegensatz dazu wird die Verbesserung der eigenen Auffindbarkeit in der Google-Suche „Suchmaschinenoptimierung" genannt.

Tabelle: Die Struktur der #Autodiskriminierung

Eingabe in Google		Ergebnisvorschläge der Autovervollständigung
Gruppe	Verb	#Autodiskriminierung
Soldaten	…	Soldaten ~~sind Mörder~~
…	Nicht kaufen bei	~~Nicht kaufen bei Amazon~~
AfD	ist	AfD ist ~~nicht rechts~~
Antifa	ist	Antifa ist ~~faschistisch, lächerlich~~
Koran	ist	Koran ist ~~vom Teufel~~, Koran ist ~~wie mein Kampf~~
Klimawandel	ist	Klimawandel ist ~~ein Mythos~~, Klimawandel ist ~~eine Erfindung der Chinesen~~

[21] Suchvorschläge mit „amazon ist" am 2.8.2018 unter www.google.de
[22] Eine Recherche zu allgemeinen Grundsätze von Werbung zu dieser Aussage von Google wäre m.E. sinnvoll.
[23]Fairrank/Revolvermänner (2012): Suche oder Suggestion, www.revolvermaenner.com/reputation-bedeutung/(12.8.2018).
[24] Ecommerce-News-Magazin (2012): Studie „Suche oder Suggestion" – Revolvermänner und FAIRRANK untersuchen Google-Autovervollständigung, ecommerce-news-magazin.de/e-commerce-news/e-commerce-studien/studie-suche-oder-suggestion-revolvermanner-und-fairrank-untersuchen-google-autovervollstandigung/ (13.8.2018).
[25] BVerfG-Urteil VI ZR 269/12, VI ZR 489/16. Kommentierung der Entscheidung von 2018: dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=BGH&Datum=14.05.2013&Aktenzeichen=VI%20ZR%2026 9/12.

Merkel	ist	Merkel ist ~~Deutschlands Untergang~~, Merkel ist ~~Volksverhetzerin~~
Türken	werden	Türken werden ~~verbrannt~~
Flüchtlinge	nicht	Flüchtlinge ~~nicht retten,~~ Flüchtlinge ~~Nichtschwimmer~~
Flüchtlinge	nicht lassen	Flüchtlinge ~~erschießen nicht entkommen lassen~~
EU	muss/müssen	EU muss ~~sterben, damit Europa leben kann~~
Afrika	muss	Afrika muss ~~zur Hölle gehen~~
Griechen	können	Griechen können ~~nicht mit Geld umgehen~~
Behinderte	dürfen	Behinderte dürfen ~~nicht wählen,~~ Behinderte dürfen ~~keine Kinder bekommen~~
Menschen	sollen	Menschen sollen ~~aussterben~~
Homosexualität	sollte	Homosexualität sollte ~~verboten werden~~ (einziger Vorschlag)
Ausländer	nicht an	Nicht an ~~Ausländer verkaufen,~~ Nicht an Ausländer ~~vermieten~~
Türken	kaufe nicht beim tü..	~~Kaufe nicht beim Türken~~
Flüchtlinge	sollen i..	Flüchtlinge sollen in ~~Buchenwald wohnen~~
..	..	~~..~~

Diskriminierende Aussagen durchgestrichen.
Quelle: eigene Abfrage von Suchvorschlägen am 13. August 2018

Die strukturellen Möglichkeiten für #Autodiskriminierung

Die Struktur der #Autodiskriminierung ist sehr einfach. Die Verbindung aus der Bezeichnung einer gesellschaftlichen Teilgruppe oder einer Person mit einem Verb wie „ist" oder „soll" kann oft zu diskriminierenden Suchvorschlägen führen. Zahlreiche Beispiele unserer Recherche vom 13. August 2018 belegen dieses Struktur. Goliathwatch ist daher der Auffassung, dass Verbindungen dieser Verben mit Suchvorschlägen problematisch sind. Bei zahlreichen Begriffen wurden bereits die Suchvorschläge begrenzt oder abgeschaltet, was wir auch für weitere, leicht anfällige Kombinationen und Verben als wünschenswert erachten.

Google reagiert halbherzig

Google hat zeitgleich zu unserer Recherche im April 2018 seine erweiterten Grundsätze für Suchvorschläge nochmals klar kommuniziert.[26] „In den kommenden Wochen werden wir stärkere Kriterien für das Entfernen von Vorschlägen mit Hass und Gewalt anwenden. Unsere etablierte Politik schützt Gruppen und Einzelpersonen gegen Hass-Vervollständigungen (predictions) in Bezug auf ethnische Herkunft, Religion, Behinderung, Geschlecht, Alter, Nationalität, Veteranenstatus, sexueller Orientierung oder Geschlechteridentität."[27] (eigene Übersetzung) Man findet derzeit z.B. nicht mehr: „Frauen dürfen ~~nicht wählen~~." Diskriminierende oder menschenverachtende Buchtitel oder Songtexte sollen als Zitate kenntlich gemacht werden. Bei den Suchbegriffen „Auschwitz ist" schlägt Google vor: „Auschwitz ist ~~eure Heimat und die Öfen euer zu Hause~~". Diese viel kritisierte

[26] Google-Blog (2018/4/20): How Google Autocomplete Works in Search, www.blog.google/products/search/how-google-autocomplete-works-search/ (13.8.2018).
[27] Eigene Übersetzung von „In the coming weeks, expanded criteria applying to hate and violence will be in force for policy removals. Our existing policy protecting groups and individuals against hateful predictions only covers cases involving race, ethnic origin, religion, disability, gender, age, nationality, veteran status, sexual orientation or gender identity." Ders.

Aussage,[28] die von Fans von Lazio Rom stammt, müsste nach den neuen Grundsätzen von Google[29]erst in Kombination mit „Lazio Rom“ sichtbar gemacht werden, was bis zu unseren letzten Überprüfung am 13. August 2018 nicht umgesetzt wurde. Unseres Erachtens sollte einem der finanzstärksten Digitalkonzerne eine effektive Umsetzung der eigenen Richtlinien möglich sein.

Ähnliche Probleme bei anderen Suchmaschinen

Andere Anbieter haben bei der Funktion Autovervollständigung jedoch auch ähnliche Fälle von #Autodiskriminierung. Die bekannte US-amerikanische Alternative Duckduckgo schlägt vor: „Frauen sind ~~böse~~“. Ähnliches Ergebnisse bekommt man bei Facebook: „Frauen sind ~~böse~~“ (vgl. Abbildungen).

Beim Videoportal YouTube, welches auch zum Digitalkonzern Google gehört, kommt als Suchergänzung „Frauen sind ~~schwein~~“. Bei Amazon werden nur Buchtitel wie „Frauen sind keine Engel“ angezeigt, wo durch den Rechtsrahmen für Verlage klare Regeln gelten. Alternative Suchmaschinen wie Startpage.com, welche ohne Benutzerdaten auf Google zugreift, oder die bekannte deutsche Mehrfachsuchmaschine Metager.de machen keine Vorschläge für Suchanfragen. Das Problem der #Autodiskriminierung existiert bei zahlreichen Suchmaschinen, jedoch hat der Google-Konzern mit einem Marktanteil von ca. 90 Prozent bei Internetsuchmaschinen[30] für uns eine größere Wirkung auf die Gesellschaft und eine Vorbildrolle.

Abbildung: Screenshots von Facebook und YouTube zu „Frauen sind ~~böse~~“

Sceenshots vom 17.7.2018.

[28]Stern (2007/11/6): Lazio Rom: "Auschwitz ist eure Heimat", www.stern.de/sport/fussball/lazio-rom--auschwitz-ist-eure-heimat--3219840.html (13.8.2018).

[29] „With the greater protections for individuals and groups, there may be exceptions where compelling public interest allows for a prediction to be retained. With groups, predictions might also be retained if there's clear "attribution of source" indicated. For example, predictions for song lyrics or book titles that might be sensitive may appear, but only when combined with words like "lyrics" or "book" or other cues that indicate a specific work is being sought.“ Google-Blog (2018/4/20), www.blog.google/products/search/how-google-autocomplete-works-search/ (13.8.2018).

[30] Europäische Kommission (2017): CASE AT.39740: Google Search (Shopping), S.58-62.

Die Funktionsprinzipien der Autovervollständigung

„Wir wissen, wo du bist. Wir wissen, wo du warst. Wir können mehr oder weniger wissen, was du gerade denkst"

- Eric Schmidt, damals CEO Google,
Interview für die Monatszeitung „The Atlantic" am 1. Oktober 2010[31]

Der Google-Konzern betreibt große Computer- und Datenspeicherfabriken, die gemeinhin als „Serverfarmen" bekannt sind. Die konzerneigene Rechenleistung, Programme sowie gesammelte Benutzerdaten sind die Produktionsmittel des Digitalkonzerns.Durch die vielen Aktivitäten mit Dienstleistungen von Google wie Android-Handys oder der Google-Assistent ist der Konzernriese in der Lage massenhaft Daten zu sammeln. Diese Datenmengen werden mit Hilfe von mathematischen Formeln ausgewertet. Algorithmen bewerten die Daten anschließend, selektieren und erzeugen Erkenntnisse über jede*n Nutzer*in. Die Verhinderung der Datenspeicherung ist kaum möglich, wie dokumentierte Selbstversuche oder die langen Listen von notwendigen Gegenmaßnahmen belegen.

Die Suchvorschläge und -ergebnisse von Google basieren auf Hunderten von Variablen, die stetig angepasst werden. Die Variablen sind nicht öffentlich und fast ausschließlich dem Google-Konzern bekannt. Auch Dienstleister, die den Unternehmen bei der sogenannten „Suchbox-„ oder „Suchmaschinenoptimierung" helfen, spekulieren über die Variablen. Google erklärt den Mechanismus so: „Die Vervollständigung von Suchanfragen wird automatisch und ohne menschliches Zutun durch einen Algorithmus generiert. Der Algorithmus arbeitet mit verschiedenen Faktoren, etwa wie oft Nutzer einen Begriff in der Vergangenheit gesucht haben, und ist darauf ausgelegt, die Vielfalt der im Web verfügbaren Informationen zu erfassen: Sie erhalten möglicherweise Vervollständigungen zu einer Vielzahl beliebter Themen."[32]

Bei anderen Onlinediensten wie dem Lexikon „Wikipedia" entscheidet ein Redaktionsteam über den Index.[33]Suchanfragen werden bei Wikipedia nur mit dem Index unterstützt. Die Suchvorschläge einer Internetsuchmaschine wie Google sind umfangreicher und komplizierter, aber Redaktionsprinzipien und transparente Entscheidungsstrukturen wären unseres Erachtens wie bei Wikipedia notwendig und möglich.

Personalisierung der Suchvorschläge und Suchergebnisse

Im Weiteren werden die Vorschläge und Suchergebnisse von Google personalisiert. Die „Personalisierung" von Suchvorschlägen bedeutet, dass nicht jede*r Nutzer*in die gleichen Vorschläge oder Suchergebnisse erhält. Im Gegensatz zu Twitter oder E-;ail-Programmen zeigt auch Facebook nur eine personalisierte Auswahl von abonnierten Posts. Google finanziert die Suchmaschine über Werbung, die auch für die Interessen der Werbekunden auf zahlreichen Webseiten, die auch nicht zum Konzern Google gehören, personalisiert werden. Google erreicht somit mit Werbung und Datensammlung Webseiten, die nicht zu Google gehören. Dieses Geschäftsmodell von Google, mit Werbung und persona-

[31]www.theatlantic.com/technology/archive/2010/10/googles-ceo-the-laws-are-written-by-lobbyists/63908/.
[32]Google (2018): Automatische Vervollständigung bei der Suche nutzen, https://support.google.com/websearch/answer/106230 (13.8.2018).
[33]Wikipedia (2018/6/26): Grundprinzipien, de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Grundprinzipien (13.8.2018).

lisierten Daten seine Dienste zu finanzieren, setzt falsche Anreize gegen die Freiheits- und Datenschutzrechte der Endnutzer*innen.

Die Auswahl der Suchvorschläge zum Vorteil von Google beim konzerneigenen Shoppingportal wurde bereits von der EU-Wettbewerbskommissarin Frau Vestager mit einer über 2,4 Mrd. Euro teuren Strafe wegen Ausnutzung der Marktmacht belegt.[34] Eli Pariser kritisiert die Personalisierung als Ursache für eine Spaltung der Internetkommunikation in sogenannte „Filterblasen"[35], in welchen Suchmaschinennutzer*innen nur ihre Interessen verstärkende Vorschläge und Suchergebnisse erhalten. Eine Personalisierung von Suchergebnissen nach geographischen und anderen Werten kann Vorteile generieren, jedoch können sich daraus zahlreiche Fragen einer Ethik des Internets ergeben. Es stellt sich daher die Frage, ob und wie stark Internetkonzerne wie Google ohne demokratische Beteiligung die Wegweiser im Internet definieren und individualisieren dürfen. Die Neutralität oder die Navigationsunterstützung im Internet bedarf unseres Erachtens einer demokratischen Gesetzesgrundlage wie bei Produktwerbung oder beim Aufstellen von Straßenschildern[36].

Um die Platzierung des beispielsweise eigenen Unternehmens auf den ersten Rängen in der Suchmaschine von Google sicherzustellen, ist eine regelrechte Dienstleistungsindustrie entstanden. Dieser Serviceist gemeinhin unter dem Begriff „Suchmaschinenoptimierung" oder kurz SEO (Search Engine Optimization) bekannt.

Firmen können auch selbst Anzeigen auf Google schalten, was dann als Werbeanzeige in den Suchergebnissen gekennzeichnet wird. Google bestreitet mit diesen Dienstleistungen 32 Prozent des Online-Werbemarktes[37] und finanziert so seine vermeintlich ‚kostenlosen' Dienste, die durch die Auswertung unserer Nutzerdaten für Werbung refinanziert werden.

3. Was ist Diskriminierung?

> *„Niemand darf wegen seines Geschlechtes, seiner Abstammung, … seiner Sprache, seiner Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner religiösen oder politischen Anschauungen benachteiligt oder bevorzugt werden. Niemand darf wegen seiner Behinderung benachteiligt werden."*
>
> *- Grundgesetz, Artikel 3 Absatz 3*

Zahlreiche Suchvorschläge von Google verletzen diesen Gleichheitsgrundsatz und verstoßen gleichermaßen gegen das Nichtdiskriminierungsgebot. Journalist*innen haben im Pressekodex Grundsätze für Nichtdiskriminierung in Ziffer 12 und 12.1 formuliert. „Niemand darf wegen seines Geschlechts, einer Behinderung oder seiner Zugehörigkeit zu einer ethnischen, religiösen, sozialen oder nationalen Gruppe diskriminiert werden. …In der Berichterstattung über Straftaten ist darauf zu achten, dass die Erwähnung der Zugehörigkeit der Verdächtigen oder Täter zu ethnischen, religiösen oder anderen Minderheiten nicht zu einer diskriminierenden Verallgemeinerung individuellen Fehlverhaltens führt. Die Zugehörigkeit soll in der Regel nicht erwähnt werden, es sei denn, es besteht ein be-

[34] Vgl. http://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39740.
[35] Pariser, Eli (2001): The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You.
[36] Auch Wegweiser und Straßenschilder sind gesetzlich geregelt und werden von Kommunen kontrolliert.
[37] Vgl. Statista.com.

gründetes öffentliches Interesse. Besonders ist zu beachten, dass die Erwähnung Vorurteile gegenüber Minderheiten schüren könnte." Die Suchvorschläge von Google können nicht mit Nachrichtenmeldungen und investigativem Journalismus verglichen werden. Die Frage der Standards und Ähnlichkeiten stellt sich trotzdem.

Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen Google und H&M oder Benetton

Zahlreichen Aussagen von Konzernen wurden in der Vergangenheit in der öffentlichen Debatte als diskriminierend beurteilt. Der Bekleidungskonzern H&M wurde mit seiner Werbung für einen Kapuzenpulli im Januar 2018 kritisiert.[38] Ein schwarzes Kind trug den Pulli mit der Aufschrift „~~coolest monkey in the jungle~~". Die Suchvorschläge von Google haben eine Ähnlichkeit mit diesen Fällen, wobei die gesellschaftliche Kritik und auch die Reaktionen bezüglich Google für uns vergleichsweise gering ausfielen.

Welcher Berufsethos passt zu Google oder warum Google mehr als eine Suchmaschine ist

Google verteidigt sich oft mit der Aussage, dass der Konzern in erster Linie nur eine Suchmaschine sei. Dies wird jedoch vielerseits in Frage gestellt. Siva Vaidhyanathan, der Autor des Google-kritischen Buches „Googlization of Everything" (2010), vergleicht die Content-Produktion von Google mit anderen traditionellen Publikationsorganen. Google ist daher mehr als eine Suchmaschine (vgl. Tabelle Suchmaschine).

Wäre Google einzig eine Suchmaschine, müssten ähnliche Funktionen gelten wie für ein Telefonbuch oder einen Bibliothekskatalog. Vollständige, genaue und neutrale Darstellung der verzeichneten Werke und eine leichte Suche über Parameter. Die Google-Suche kann jedoch nicht als neutral bezeichnet werden, weil Werbung und zahllose Variablen die Suchergebnisse gewichten und verändern. Jede*r Nutzer*in erhält sogar dessen personalisierten Ergebnisse von Google. Aber Google geht noch weiter. Der Inhalt des Internets wird bewertet und nach Auswahlkriterien durch den Konzern aufbereitet. Dies findet man besonders in den Google-Produkten wie YouTube oder GoogleBooks und dies ähnelt den bewussten Auswahlkriterien einer Bibliothek.

Autovervollständigung kann aber teilweise mit einer Tageszeitung oder einem Reiseführer verglichen werden. Google hat klare Regeln für die Erzeugung des Vorschlags und wählt damit bewusst aus. Es werden bestimmte Meinungen damit ausgewählt und verstärkt. Google ist kein Presseorgan, da keine öffentliche Debatte, Recherche oder Aufklärung erfolgt. Journalist*innen haben daher weitergehende Schutzrechte, Quellenschutz und Aufklärungspflichten wie Blogger*innen, aber nicht der Onlinedienst „Blogger" von Google.

Aus dem Vergleich wird klar, dass Google aufgrund der Autovervollständigung mehr als eine Suchmaschine ist, dadurch die dargelegten Mechanismen Meinungsbildung betrieben werden kann.

38 FAZ (2018 Januar 22): Kultursensibler Unterricht . H&M erhält nach Rassismusvorwürfen Nachhilfe aus Südafrika, http://www.faz.net/aktuell/gesellschaft/menschen/h-m-erhaelt-nach-rassismusvorwuerfen-nachhilfe-aus-suedafrika-15411360.html.

Tabelle: Google ist mehr als eine Suchmaschine

Autovervollständigung	Google-Produkt	Funktionslogik	traditionelle Medien
	---	Objektivität	Telefonbuch
	Suchmaschine	Vollständigkeit	Telefonbuch
Autovervollständigung	Suchmaschine	Qualitative Reihung	Hotelsterne
Autovervollständigung	Youtube, Google Books	Bewußte Auswahl	Bibliothek
Autovervollständigung	Youtube, Google Books	Ausschlußkriterien	Bibliothek
Autovervollständigung	Google-Maps	Meinungsbildung	Zeitung, Rundfunk
Autovervollständigung	Google-Maps	Redaktionsprinzipien	Zeitung, Rundfunk
	Blogger-Software	Öffentliche Debatte	Zeitung, Rundfunk
(wikipedia)	---	Aufklärung, Recherche	Zeitung, Rundfunk
	Google-Mail	Briefgeheimnis	Brief, Telefon

Quelle: eigene Zusammenstellung.

Gibt es eine Grenze der Meinungsfreiheit und wo beginnt Zensur?

Debattenreiche Diskurse spiegeln sich in der Frage der Regulierung von Meinungs- und Pressefreiheit wider. Als ein zentraler Pfeiler liberaler Demokratien sind sie als besonders schützenswerte Normen zu betrachten. Jedoch kommt es häufig zu Konflikten mit anderen Normen des gleichen Ranges. So stellt sich also die Frage, wo das Ende der Meinungs-und Pressefreiheit zu verorten sei.

Antwort auf diese Frage, kann in der Allgemeinen Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen gefunden werden, denn nach Artikel 12 hat jeder Mensch das Recht auf Privatsphäre, das Briefgeheimnis und den Schutz seiner Persönlichkeit: „Niemand darf willkürlichen Eingriffen in sein Privatleben, seine Familie, seine Wohnung und seinen Schriftverkehr oder Beeinträchtigungen seiner Ehre und seines Rufes ausgesetzt werden. Jeder hat Anspruch auf rechtlichen Schutz gegen solche Eingriffe oder Beeinträchtigungen." Außerhalb dieses Schutzes gilt das Recht auf Meinungsfreiheit nach Artikel 19. „Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten."

Abbildung: Meinungsfreiheit endet beim Persönlichkeitsschutz des Anderen

Quelle: eigene Abbildung.

Die Freiheit des einen endet, wo die Freiheit des Anderen beginnt. Das Recht auf Meinungsfreiheit endet deshalb, wo Beleidigung, Verleumdung oder Diskriminierung beginnen. Durch Meinungsvielfalt, Streit und Unterschiede entsteht Diskurs und Aufklärung. Wer jedoch Falschmeldungen, auch „fake news" genannt, verbreitet, verletzt ein Grund-

prinzip gesellschaftlicher Öffentlichkeit; die Suche nach vernünftigen Argumenten und Aufklärung. Etablierte Tageszeitungen und Medien fördern deshalb durch Gastkommentare die Meinungsvielfalt in der Berichterstattung und Beurteilung von Geschehnissen. Kritik und Debatte gehören genauso zu einer Demokratie wie Wahlen und Pressefreiheit. Google berichtet unter transparencyreport.google.com über die von staatlichen Stellen geforderte Zensur. „Oft betreffen Ersuchen von Behörden politische Inhalte und Regierungskritik. Behörden führen im Versuch, politische Reden aus unseren Diensten zu entfernen, Verleumdungs-, Datenschutz- und sogar Urheberrechte auf."[39]

Zensur ist nur legitim, wo Gewalt verharmlost oder verherrlicht wird, Personen verleumdet werden, Volksverhetzung stattfindet oder jugendgefährdende Schriften wie Pornographie verbreitet werden. Die Grundsätze bei Autovervollständigung tragen dem Rechnung, aber die Umsetzung und die Struktur sind unseres Erachtens nicht konsequent genug und Google muss darin besser werden.

Wohin verweisen die autodiskriminierenden Vorschläge der Autovervollständigung?

Die diskriminierenden Vorschläge führen auf teils aufklärende, können jedoch ebenfalls auf diskriminierende Webseiten und Inhalte im Internet leiten. Der bereits erwähnte Fall von „Auschwitz ist ~~eure Heimat und die Öfen euer zu Hause~~" verweist auf den Skandal, um italienische Fußballfans von Lazio Rom, die 1999 beim Stadtderby ein Plakat mit genau dieser Ausschrift entrollten. Google gibt an Zitate kennzeichnen zu wollen, was in diesem Falle jedoch noch nicht realisiert wurde. Im Fall von „Peruaner ~~sind dumm~~" verbindet Google die Inhalte einer Seite falsch. Hierbei wird der satirische Text der Ärzte „Männer sind Schweine" mit einer Diskussion der Beziehungskultur peruanischer Männer verbunden.

Andere Formen der #Autodiskriminierung verweisen direkt auf gezielte politische Seiten. Merkwürdig ist der Vorschlag zu „Menschen sollen". Hier schlägt Google „~~aussterben~~" vor und verstärkt damit die ideologische Denkrichtung des Antinatalismus. Deren Kritik besteht darin, dass die Fortpflanzung des Menschen teils oder komplett reduziert werden sollte.

Schlimmer sind jedoch die direkte Verstärkung und der Verweis auf einschlägige Seiten. Für die Suche „Merkel ist" schlägt Google zahlreiche diskriminierende Erweiterungen vor. Unter „Merkel ist ~~eine Volksverräterin~~" gelangt man dann direkt zu rechten Videoportalen und Internetseiten. Autovervollständigung verhilft so einseitigen Internetseiten zu überproportionaler Sichtbarkeit.

Wie effektiv sind Suchmaschinen oder welche manipulative Macht hat Google überhaupt?

Der Markttausch von wirtschaftlich wertvollen Daten und Werbung für kostenfreie Dienste von Google wird oft kritisiert. Diesen Tausch beurteilen wir von Goliathwatch als unfair, weil Beeinflussung mit diesem Tausch verbunden ist und es eine breite Kritik an dem Geschäftsmodell von Google gibt (vgl. Literaturliste).

---

39 Google Transparenzbericht 2018: https://transparencyreport.google.com/government-removals/overview?removal_requests=group_by:reasons;period:&lu=removal_requests.

Der Suchmaschinenmanipulationseffekt, der von amerikanischen Psychologen Robert Epstein entdeckt wurde, welcher sich auf Suchergebnisse und nicht -vorschläge bezieht, führt zu empirisch belegten Manipulationseffekten.[40]Experimente ergaben, dass ca. 25 Prozent der unentschiedenen Wähler*innen durch veränderte Suchergebnisse gesteuert werden könnten. "The general public are completely in the dark about very fundamental issues regarding online search and influence. We are talking about the most powerful mind-control machine ever invented in the history of the human race. And people don't even notice it."[41]

Die Kartellstrafe von 2 Mrd. Euro der EU gegen Google.shopping war auch auf die manipulierende Wirkung der Suchergebnisse gerichtet. Die Suchergebnisse stehen im klaren Verhältnis zu den Vorschlägen für Suchbegriffe. Die Fälle von #Autodiskriminierung bei Google sind im Vergleich zum nachgewiesenen Missbrauch der Marktmacht von Google bei Android oder Google.shopping anders. #Autodiskriminierung zeigt die diskursive Macht von Google.

4. Die Digitalkonzerne Google und Alphabet

Competition is for losers. If you want to create and capture lasting value, look to build a monopoly

- Peter Thiel, cofounder of PayPal and Palantir[42]

Google wurde am 4. September 1998 von Larry Page und Sergey Brin im Silicon Valley gegründet. Der Siegeszug der weltweit wichtigsten Suchmaschine vollzog sich kometenhaft. Immer neue Produkte, Datenmengen und Dienstleistungen wurden in den Konzern integriert. Im Juli 2015 wurde für die immer komplexere Konzernstruktur ein neuer Dachkonzern namens Alphabet geschaffen. Dieses Jahr wird der Konzern Google nun 20 Jahre alt.

Ein Verständnis über das Geschäftsmodell und die Marktmacht von Google hilft, um die Funktion #Autodiskriminierung besser zu verstehen. Google beschreibt sein Unternehmensleitbild wie folgt: „Die Informationen der Welt zugänglich und nutzbar machen – für alle Menschen, zu jeder Zeit."[43] Google stellt über 200 Produkte und Dienstleistungen her. Fast alles basiert auf Software und Datenanwendungen.

Der Konzern hat als erfolgreichste Suchmaschine ein Quasimonopol auf dem Markt für Internetsuche und hat damit verbunden eine führende Marktposition bei Onlinewerbung erreicht. Werbung über die Kanäle von Google ist wirkungsvoller als traditionelles Marketing. Der Konzern kann mit den gesammelten Daten gezielt fast jede*n Endnutzer*in ansprechen und damit effektiv zu einer Kaufentscheidung animieren. Der Marktanteil von

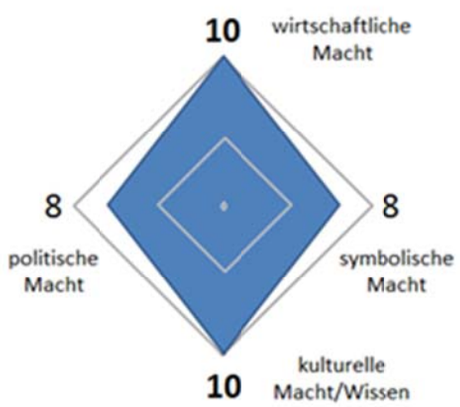
[40] Epstein, Robert/Robertson, Ronald E. (2015): The Search Engine Manipulation Effect (SEME) and its Possible Impact on the Outcomes of Elections, Proceedings of the National Academy of Sciences, Vol. 112 (33), S. E4512–E4521, http://www.pnas.org/content/112/33/E4512.
[41] Epstein, Robert (2016) zitiert in: The Guardian (2016/12/4): Google, Democracy and the Truth About Internet Search, https://www.theguardian.com/technology/2016/dec/04/google-democracy-truth-internet-search-facebook (12.8.2018).
[42] Zitiert in Moore/Tambini (2018): Digital Dominance, S.1.
[43] Selbstbeschreibung des Leitbildes von Google unter: https://www.google.com/intl/de/about/our-company/ (31.7.2018).

Google bei Online-Werbung beträgt ca. 32 Prozent.[44] Die Suchmaschine Google erwirtschaftet immer noch den Hauptteil des Unternehmensgeschäftes und davon 90% mit Werbung, sodass 73% des Umsatzes von Alphabet aus dem Werbeumsatz von Google stammen. Zu den bekannten Skandalen von Google gehören z.B. Google Street View (2008), Zusammenarbeit mit Geheimdiensten (z.B. Prism, Snowden 2013), der Anti-Diversity- Streit (2017) oder der Offene Mitarbeiterbrief gegen Waffenproduktion (2018)[45].

Die Machtfaktoren von Google bzw. Alphabet

Die Macht von Google kann mit vier mikroökonomischen Machtfaktoren beschrieben werden (vgl. Abb. Machtfaktoren).[46] Google hat 10 von 10 Punkten der wirtschaftlichen Macht aufgrund der sehr umfangreichen Marktmacht, die sich aus dem viert größten Börsenkapitalwert. 10 Machtpunkte von 10 bei kultureller Macht und Wissen, da Google die größte Daten- und Wissenssammlung der Welt besitzt. Bei politischer und symbolischer Macht gibt es noch größere Akteure wie den neoliberalen Marktfundamentalismus oder Goldman Sachs.

Abbildung: Würfel der Macht von Google



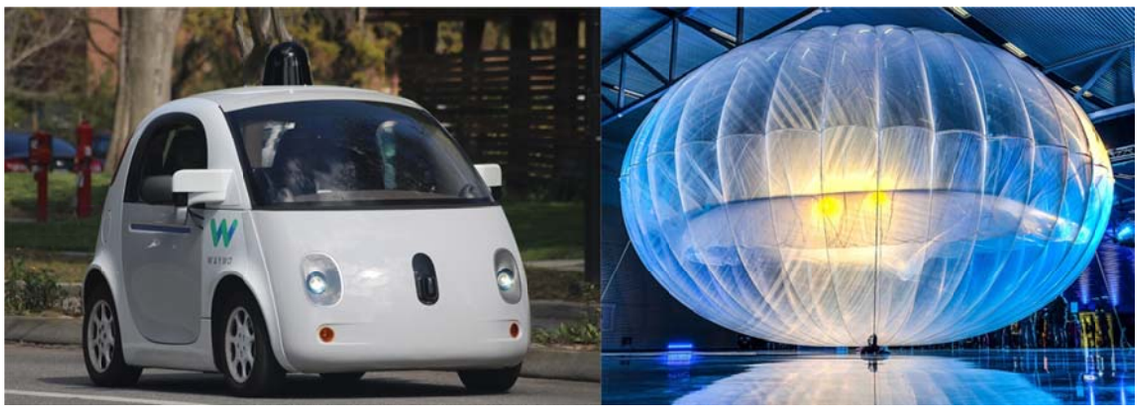
Quelle: eigene Darstellung.

Zu den über 200 Produkten von Google und Alphabet gehören u.a. Onlinenutzung von Künstlicher Intelligenz (Google Duplex/Google AI), Cloud Plattformen oder der digitale Butler (vgl. www.google.de).

„Google Assistent", Google.Play ,intelligente Haustechnik, das Handybetriebssystem Android oder Bezahlsysteme wie „Google Wallet". Google will in der Zukunft mit den „Loon" Ballons Afrika mit dem Internet verbinden. Mit dem geplanten und stark kritisierten „SelfishLedger will Google individuelle Handlungen voraussagen und beeinflussen.[47]

[44] Vgl. www.statista.com.
[45] Offener Brief zugänglich unter: https://static01.nyt.com/files/2018/technology/googleletter.pdf.
[46] Basierend auf die Dürmeier (2015): Politische Macht transnationaler Unternehmen.
47 Savov, Vlad (2018): Google's Selfish Ledger is an unsettling vision of Silicon Valley social engineering, In: The Verge, 17. Mai 2018, https://www.theverge.com/2018/5/17/17344250/google-x-selfish-ledger-video-data-privacy.

Abbildung: Weitere Produkte von Google wie auch das Ballon-Projekt als Internetzugang für Afrika oder selbstfahrende Autos



Quelle. www.google.de, Ballon: https://www.flickr.com/ Auto: . https://commons.wikimedia.org.[48]

In Bezug auf Digitalkonzerne wie Google und dessen Geschäftsmodell der Überwachung wird auch von „Überwachungskapitalismus" (Zuboff 2014) als neue Form der Marktwirtschaft gesprochen. Die wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Wirkungen von Big Data, Algorithmen und Digitalkonzernen werden in zahlreichen Bestsellern und aktuellen Büchern wie „Digital Dominance" (Moore/Tambini 2018/6), „Die Daten, die ich rief" (Nocun 2018/4), „Das Kapital sind wir" (Daum 2017) oder „The Four" (Galloway 2017) oft sehr kritisch besprochen. Eine gute Zusammenstellung der Gefahren und Risiken durch Google und Digitalisierung geben das Frauenhofer-Institut in ihrem „Web-Tracking-Report 2014"[49] oder das CrackedLab mit ihrem Bericht „Networks of Control"[50] von 2016.

Wir bei Goliathwatch teilen die Ansichten zu den Gefahren für Demokratie, Gesellschaft und Wirtschaft und sehen unsere Kritik an Google und dessen #Autodiskriminierung als Beispiel für die Macht des Digitalkonzerns Google. Unser NGO-Netzwerk „Konzernmacht begrenzen"[51] kämpft für stärkere Wettbewerbskontrolle gegen Marktdominanz wie von Google oder gegen die Fusion von Bayer&Monsanto. In Berlin-Kreuzberg gibt es Widerstand gegen die Ansiedlung des Start-Up-Gebäudes „Google Campus."[52] Erfolge gegen Google gibt es bereits, aber die zahlreichen und zentralen Herausforderungen wie ein effektiver Kontrollrahmen oder eine umfassende Entflechtung stehen noch aus.[53]

---

[48] Loon-Ballon: iLighter (2013): Google Loon Launch Even June 2013, www.flickr.com/photos/ilitephoto/9052643301/in/photostream/ . Waymo-Auto: Grendelkhan (2017): Waymo self-driving car https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Waymo_self-driving_car_front_view.gk.jpg.
49 Downloadbar unter: www.sit.fraunhofer.de/fileadmin/dokumente/studien_und_technical_reports/Web_Tracking_Report_2014.pdf
50crackedlabs.org/en/networksofcontrol.
51 Weitere Informationen unter www.konzernmacht.de.
52 Vgl. google-ist-kein-guter-nachbar.de oder fuckoffgoogle.de.
53 Weitere Kampagnen gegen die Marktmacht von Google: citizensagainstmonopoly.org.

5. Die fünf Forderungen von Goliathwatch zu Google

Seit 20 Jahren produziert Google leistungsfähige und innovative Produkte wie Suchmaschinen. Die hier vorgestellte Kritik von Goliathwatch zeigt, dass die Produkte von Google an vielen Punkten besser sein könnten. Google bleibt unseres Erachtens stark hinter seinen Möglichkeiten zurück.

Goliathwatch schlägt daher fünf Schritte vor um eine Verbesserung herbeizuführen. Zwei Forderungen richten wir direkt an Google und drei weitere Forderungen an die verantwortlichen Stellen in der Politik. Goliathwatch will ein freies, gleiches und gerechtes Internet.[54]

Erste Forderung an Google: Autovervollständigung als eine Struktur von #HateSearch abschalten!

Beim Abwägen der Unterstützung der Suchmaschinennutzer*innen und der Diskriminierung durch mögliche Vorschläge zur Autovervollständigung fordern wir die Abschaltung dieser Funktion. Die Hilfsfunktion ermöglicht die schnelle und bequeme Eingabe von Suchanfragen, jedoch müssen mögliche Vorschläge, die nicht #autodiskriminierend sind, vor deren Freigabe von einem Redaktionsteam nach klaren Regeln genehmigt werden. Eine systematische Änderung des Algorithmus kann die #Autodiskriminierung nur geringfügig verhindern. Die bereits oben diskutierten Diskriminierungsrichtlinien wie im Pressekodex oder die Redaktionsprinzipien von Wikipedia wären mögliche Orientierungspunkte.[55] Eine gesetzlich verankerte Beteiligung und Transparenz zu allen relevanten Stakeholder*innen wie Datenschutzstellen, Menschenrechtsorganisationen, Verbraucherzentralen und Netzaktivist*innen müsste von staatlichen Stellen gesetzgeberisch gewährleistet sein. Die effektivste und sparsamste Lösung wäre daher eine Einstellung der Funktion Autovervollständigung. Die Entscheidung des BVerfG (VI ZR 269/12) hat rechtliche Auflagen für die Löschung von Suchvorschlägen geschaffen, aber die Funktion mit ihrer Verstärkungswirkung ist das grundlegende Problem. Andere Suchmaschinen wie Startpage bieten beispielsweise keine Vorschläge an.

Zweite Forderung an Google: Schutz des Privaten als Grundeinstellung festlegen!

Die Produktpolitik von Google erlaubt jedem*r Endnutzer*in zahllose Datensammelinstrumente von Google aktiv abzuschalten. Die Grundeinstellungen sind aber zum monetären Vorteil der Werbekunden anderer Big Data Kunden und zum Nachteil der Privatsphäre und der Freiheit der Endnutzer*innen. Softwareexpert*innen und Datenschützer*innen sprechen daher von „privacy by default". Die Grundeinstellungen sind auf den Datenschutz der Endverbraucher*innen zu optimieren.

Dritte Forderung an die EU und den Deutschen Bundestag: enge demokratische Grenzen von Datenstrukturen schaffen!

Die Datenbanken von Google müssen strukturelle Grenzen haben, damit einem Datenmissbrauch vorgebeugt wird. Auch zahlreiche Risiken aus der Datenüberwachung der Endverbraucher*innen der Suchmaschine können durch eine klare Begrenzung der Datenerfas-

54Vgl. z.B. digitalen Grundrechtecharta der Zeit-Stiftung: digitalcharta.eu.
55 Vgl. www.presserat.de/pressekodex/de oder.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Grundprinzipien.

sung verhindert werden. Fachleute sprechen von „privacy by design". Im selben Sinne wie die Datenspeicherung staatlicher Stellen begrenzt ist, so sollte auch die Struktur und Menge der sammelbaren Daten eines Privatunternehmens wie Google begrenzt sein.

Vierte Forderung an die Politik: Schaffung eines demokratischen Aufsichtsrats zur Wirkung von Algorithmen!

Der Gesetzgeber, also der Deutsche Bundestag und die Europäische Union, müssen gesellschaftliche Institutionen zur Steuerung digitaler Techniken und Algorithmen schaffen. Wie ein Aufsichtsrat der Eigentümer von Google für das unternehmerische Risiko ist auch ein demokratischer Aufsichtsrat aus der Gesellschaft für die Risiken und Fragen digitaler Techniken und Algorithmen einzurichten. Die klassische Technikfolgeabschätzung und der traditionelle Datenschutz würden so die Digitalisierung mit einer innovativen und partizipativen Aufsichtsstruktur proaktiv mitgestalten.

Der freiwillige Beirat für Datenschutz bei Google ist eine begrüßenswerte Initiative, sollte aber in eine gesellschaftlich verbindliche Daten- und Algorithmusaufsicht auf eine wirksame und breite Grundlage gestellt werden. Eine staatlich weitgehend unabhängige Stelle ist anzustreben, um den Datenmissbrauch staatlicher Stellen vorzubeugen.

Fünfte Forderung an den Bundestag: Google entflechten und eine gesellschaftliche Digitalisierungsstrategie formulieren!

Zahlreiche Entscheidungen der EU-Kommission oder anderer Wettbewerbsbehörden verweisen auf die Marktmacht von Digitalkonzernen wie Google. In der aktuellen Anpassung des Kartellrechts fordern wir die Schaffung rechtlicher Regeln, um die Marktmacht von Digitalkonzernen wie Google, Amazon, Facebook und Co. zu entflechten. Wir verweisen auf die Debatte zu „tatbestandsunabhängige Entflechtung", die nach unserer Meinung im Bereich der Digitalkonzerne und bei zweiseitigen Märkten[56]ein wirksamer Schritt wäre.

Für die Entwicklung der Digitalwirtschaft bedarf es einer gesamtgesellschaftlichen Strategie. Bisher findet die Entwicklung stark geleitet von neuen technischen Erfindungen oder Anwendungen statt. Negative externe Effekte wie auf Freiheitsrechte oder auf Wahlen wie durch Cambridge Analytica können durch Marktsignale alleine nicht ausreichend gesteuert werden.

Weitere Fragen, die im Rahmen dieser Hintergrundstudie nicht bearbeitet werden konnten, sind Fragen wie die Zusammenarbeit von Google und der Rüstungsindustrie, ökologische und soziale Fragen von Digitalprodukten, die Besteuerung von Digitalkonzernen, Grenzen von personalisierter Werbung und Marketing allgemein, Gefahren für Märkte und für die Demokratie oder die Überwachung und Manipulation durch Digitalkonzerne.

Goliathwatch formuliert diese fünf Forderungen, um Freiheit und Gerechtigkeit im Internet stärker zu fördern. Ein besseres Internet bedarf einer breiten gesellschaftlichen Debatte und daraus folgenden demokratischen Entscheidungen.

56 Vgl. de.wikipedia.org/wiki/Netzwerkeffekt#Theorie_der_zweiseitigen_M%C3%A4rkte.

6. Ihre Möglichkeiten für Aktionen und Protest mit Goliathwatch

Goliathwatch will die #Autodiskriminierung in der Suchmaschine von Google beenden. Mit Aufklärung und politischem Protest wollen wir mehr Freiheit und Gerechtigkeit als Grenzen für den Digitalkonzern Google durchsetzen. Drei Möglichkeiten zur Unterstützung unserer Aktionen möchten wir kurz vorstellen.

Weitere Fälle von #Autodiskriminierung auf unserer Webseite hochladen

Der #Autodiskriminierung können wir mit ihrer Hilfe eine Autodokumentation gegenüberstellen. Wir können mit unserem keinen Team nicht alle Suchvorschläge durchsuchen. Helfen Sie uns und den Betroffenen konkret. Sie können diskriminierende Fälle auf unsere Webseite hochladen. Wir dokumentieren diese und leiten Sie an Google weiter. Wir berichten regelmäßig über positive und negative Entwicklungen der jeweiligen Google-Fälle.

Unterschriftensammlung an Politik und an Google

Wir wollen Google und den Verantwortlichen in der Politik zeigen, dass viele Menschen unsere Forderungen als sinnvoll erachten. Unterstützen Sie unsere Forderungen mit ihrer Unterschrift. Ihre Unterschrift können Sie direkt auf unserer Webseite www.goliathwatch.de abgeben oder mit der Rücksendekarte auf dem Umschlag der Studie per Post schicken. Wir wollen Google sagen, dass unsere Forderungen sinnvoll sind. Je mehr Leute von Google und von der Politik eine Veränderung fordern, desto stärker ist unser Protest und der Widerstand gegen #Autodiskriminierung. Viele Aktionen wie in Frankreich oder von Google-Mitarbeitern konnten so schon positive Veränderungen bewirken.

Finanzielle Unterstützung für die notwendige Fortsetzung der Arbeit zu Google

Unsere Kampagne soll nicht bei #Autodiskriminierung enden. Auch können wir die Aktionen und Aktivitäten zur Abschaltung von #Autodiskriminierung mit weiterer finanzieller Unterstützung noch ausbauen und verstärken. Helfen Sie uns. Jede kleine oder größere Spende macht einen enormen Unterschied. Wir sind eine kleine und neue Initiative. Wir haben noch keine Finanzierung einer Stelle ab Dezember. Wir haben keine Büroräume und wir haben aktuell nur wenige Fördermitglieder für eine nachhaltige Grundfinanzierung. Auf unserer Homepage können Sie unkompliziert Spenden, Fördermitglied werden oder nutzen Sie das Spendenformular auf der letzten Seite dieser kostenlosen Hintergrundstudie.

Goliathwatch bietet auch Vorträge und Workshops an. Wir informieren über unseren Newsletter und sind aktiv auf Twitter und Facebook. In Hamburg können Sie bei unseren Aktivenkreis aktiv werden. Auch bieten wir einen Praktikumsplatz an. Weitere Informationen, auch zu individuellen Möglichkeiten des Schutzes ihrer Daten und Privatsphäre, finden Sie auf unserer Homepage. Gerechtigkeit und Freiheit sind im Internet möglich, wenn sich Google und andere Digitalkonzerne ändern.

Literaturverzeichnis

Brooker, Charlie (2011 - ff): Black Mirror, TV-Serie, 5 Staffeln, UK, Netflix.

Gaylor, Brett (2015): Do Not Track, interaktive Dokumentation, ARTE et al., https://donottrack-doc.com

Kling, Marc-Uwe (2017): QualityLand, Buch und Hörbuch, Ullstein. https://qualityland.de

Moore, Martin und Tambini, Damian (Hrsg.) (2018): Digital Dominance, The Power of Google, Amazon, Facebook and Apple, Oxford University Press. Openaccess unter: http://fdslive.oup.com/www.oup.com/academic/pdf/openaccess/9780190845124.pdf

Noble, Safiya Umoja (2018): Algorithms of Oppression: How Search Engines Reinforce Racism, New York University Press.

Nocun, Katharina (2018): Die Daten, die ich rief: wie wir unsere Freiheit an Großkonzerne verkaufen, Lübbe. Twitterblog: @kattascha

Vaidhyanathan, Siva (2010): Googlization of Everything, University of California Press.

Wolfie, Christl und Spiekermann, Sarah (2016): Networks of Control, A Report on Corporate Surveillance, Digital Tracking, Big Data & Privacy, CrackedLabs, Openaccess unter: http://crackedlabs.org/en/networksofcontrol

Weiterführende Literatur auf unserer Webseite unter: www.goliathwatch.de

Spendenformular

Ich will die Kampagne von Goliathwatch gegen Google
mit einer Spende unterstützen.

Briefmarke bitte freimachen

◯ 20 Euro ◯ 50 Euro ◯ 100 Euro oder _____ Euro
oder jährlich als Fördermitgliedschaft ab 75 Euro oder _____ Euro

Goliathwatch e.V.

Noldering 21

22309 Hamburg

Meine Bank:

Meine IBAN:

ÜBER GOLIATHWATCH

Goliathwatch ist eine neue Nichtregierungsorganisation, die sich für eine Wirtschaft einsetzt, die sich in den Dienst aller Menschen und der Natur stellt. Wir machen die Macht von Konzernen sichtbar und kämpfen für demokratische Prinzipien.

Weitere Informationen unter:
www.goliathwatch.de

GOLIATH WATCH
Für Demokratie statt Macht der Konzerne.

WEITERFÜHRENDE LITERATUR UND AKTUELLE INFORMATIONEN:

Unsere Webseite mit weiteren Publikationen: www.goliathwatch.de

Unsere Facebook-Seite: www.facebook.com/goliathwatch/

Unser Twitter-Kanal: @goliathwatch

Jetzt - #HateSearch bei Google stoppen!

Autovervollständigung als Struktur der #Autodiskriminierung abschalten.
Unterschreiben Sie unsere erste Forderung für ein gerechteres und freies Internet.

Vorname:

Nachname:

E-Mail:

Postanschrift:

Unterschrift:

☐ Ich will weiter über Goliathwatch und die Kampagne informiert werden.
Sie erhalten dann unseren Newsletter.

UNSERE FÜNF FORDERUNGEN IM ÜBERBLICK:

1. Google: Autovervollständigung als das #Hatesearch abschalten
2. Google: Schutz des Privaten als Grundeinstellung festlegen
3. EU und Bundestag: enge demokratische Grenzen von Datenstrukturen schaffen
4. Politik: Schaffung eines demokratischen Aufsichtsrats über die Wirkung von Algorithmen
5. Bundestag: Google entflechten und eine gesellschaftliche Digitalisierungsstrategie formulieren

IMPRESSUM

Goliathwatch e.V.
Noldering 21
22309 Hamburg
www.goliathwatch.de
info@goliathwatch.de

Autor: Dr. Thomas Dürmeier
Redaktionelle Mitarbeit: Sven Perten uvm.
Layout: Dr. Thomas Dürmeier, Lea Franck
3. Sept. 2018

Lizenz: https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/

Gefördert durch
stiftung bridge Bürgerrechte in der digitalen Gesellschaft

GOLIATH WATCH
Für Demokratie statt Macht der Konzerne.