

## Standorteffekt von Google in Deutschland

- Was ist eigentlich der Standorteffekt von Google in Deutschland? Welchen Mehrwert liefern unsere Dienste? Oder anders: Wann haben Sie zuletzt bei Google etwas gesucht? Wann haben Sie sich zuletzt bei YouTube über ein Handwerks-Problem im Haushalt informiert? Oder mit Ihrem Android-Telefon Erinnerungsfotos von Ihren Liebsten gemacht?
- Den „Standorteffekt von Google“ hat 2023 IW Consult im Auftrag von Google in der **Studie „Der digitale Faktor“** ausgerechnet. Zahlen, die eindrücklich unser Engagement in Deutschland unterstreichen:
  - **Mind. 53 Milliarden Euro** trugen Produkte wie Google Ads, Google Cloud, Android, die Google Suche oder YouTube 2023 geschätzt zur **Bruttowertschöpfung in Deutschland** bei.
  - Für geschätzt **860.000 Arbeitsplätze in Deutschland** sind Google-Dienste eine Grundlage. Dies entspricht 2 Prozent aller Erwerbstätigen in Deutschland.
  - **316 Millionen Ladenbesuche** hat Google Ads in Deutschland 2022 geschätzt angestoßen und so den stationären Handel unterstützt.
  - **2.000 Arbeitsplätze** sind seit 2019 in Deutschland in den Start-ups geschaffen worden, die an Programmen von Google for Startups teilgenommen haben.
  - Google hat angekündigt, bis 2030 **1 Milliarde Euro in Rechenzentren für Cloud-Dienste in Deutschland** zu investieren (z.B. in Frankfurt und eine zweite Cloud-Region in Berlin-Brandenburg). Ein Großteil dieses Geldes soll auch in die Produktion erneuerbarer Energien in Deutschland fließen.
- Mehr Details zu unserem Engagement in Deutschland finden Sie [hier](#).

## Internationale Steuerordnung

- Googles effektiver Steuersatz lag in den letzten zehn Jahren über 20% unseres Gewinns und damit sowohl über dem allgemein anerkannten globalen Mindeststeuersatz für Unternehmen von 15% als auch im Einklang mit den durchschnittlichen gesetzlichen Steuersätzen. Wir sind zwar einer der größten Unternehmenssteuerzahler (27Mrd. USD in 2024) weltweit, aber rund 80% unserer Körperschaftssteuer wurden in den Vereinigten Staaten gezahlt, wo Google gegründet wurde und wo die meisten unserer Produkte entwickelt werden.
- Wir unterstützen seit langem Bemühungen zur Aktualisierung der internationalen Steuerregeln, um zu einem System zu gelangen, bei dem mehr Besteuerungsrechte auf die Länder übertragen werden, in denen Produkte und Dienstleistungen konsumiert werden. So könnten US-Exporte, darunter eine Reihe von Technologien, im Ausland mit höheren Einkommenssteuern belegt werden, während ausländische Unternehmen, die in die USA exportieren, mehr an den US-Staat zahlen würden. Wie jedes gute Abkommen erfordert auch dieses ein gesundes Maß an Kompromissen. Öffentliche Aussagen von uns finden Sie dazu [hier](#) und [hier](#).
- Zur Einführung einer Digitalsteuer haben sich bereits zahlreiche Vertreter betroffener Branchen geäußert:
  - Der [BVDW](#) sieht den Vorschlag einer Digitalabgabe kritisch: “In Zeiten einer Rezession sind zusätzliche Abgaben schädlich”.
  - Der [eco - Verband der Internetwirtschaft](#) sieht den Vorschlag als schweren “Schlag für die Digitalisierung in Deutschland und die transatlantischen Beziehungen”.

- Der [BITKOM](#) erklärt zur Idee: “Jeder Aufschlag wird unmittelbar oder mittelbar zu einer Preiserhöhung führen und dies werden Unternehmen, Verwaltungen, Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland spüren.”
- Der [HDE](#) hat bereits 2021 erklärt, dass die Digitalsteuer in Frankreich “kleinen und mittleren Händlern einen Bärendienst erwiesen [hat]. Dort wurde der erhöhte Steuersatz direkt an die Marktplatzhändler weitergegeben”.
- Eine Deloitte-[Studie](#) zur französischen Digitalsteuer zeigt, dass sich die Gesamtbelastung durch die Digitalsteuer für die einzelnen Steuerpflichtigen wie folgt verteilt: 77 % Verbraucher, 23 % Werbetreibende und 0 % Plattform.

### Wie YouTube das kreative Ökosystem unterstützt

- Mit YouTube erhalten deutsche Creator vielfältige Gelegenheiten – vom Karrierestart bis hin zum Unternehmenswachstum. Unternehmen können durch die auf YouTube erzielten Einnahmen wachsen und Arbeitsplätze unterstützen. Nutzer finden qualitativ hochwertige Nachrichten und Informationen, Musiker tauschen sich mit ihren Fans aus und unterschiedliche Stimmen finden ihre Communitys auf YouTube.
- YouTube ermöglicht Medienunternehmen, mit selbst erstellten Inhalten große nationale und internationale Zielgruppen zu erreichen und dadurch neue Umsatzmöglichkeiten zu erschließen.
  - 64 % der Medienunternehmen mit einem YouTube-Kanal stimmen zu, dass YouTube eine wichtige Einnahmequelle für ihr Unternehmen ist. ([Oxford Economics, 2024](#))
  - Mehr als 55% der Wiedergabezeit von Inhalten, die von Kanälen in Deutschland produziert werden, werden außerhalb Deutschlands abgespielt. (YouTube, interne Daten)
- Über das Modell der Umsatzbeteiligung, das 2007 eingeführte YouTube-Partnerprogramm, reicht YouTube die Hälfte der Werbeeinnahmen an Creator weiter.
  - Allein in den letzten drei Jahren wurden **mehr als 70 Milliarden US-Dollar** an Creator, Künstler und Medienunternehmen ausgezahlt.
- Das ermöglicht auch Kreativen in Deutschland den Aufbau florierender Unternehmen, die Schaffung von Arbeitsplätzen und Investitionen in neue kreative Möglichkeiten.
  - Das kreative Ökosystem von YouTube unterstützte im Jahr 2023 in Deutschland mehr als 25.000 Arbeitsplätze (Vollzeitäquivalent) unterstützt ([Oxford Economics, 2024](#)).
  - Das kreative Ökosystem von YouTube trug im Jahr 2023 über 900 Millionen Euro zum deutschen BIP bei ([Oxford Economics, 2024](#)).
- YouTube ist so konzipiert, dass jeder Akteur in unserem Ökosystem erfolgreich sein kann. Dies beinhaltet sowohl den Schutz der Rechteinhaber als auch die Sicherheit der Urheber, damit sie sich auf die Produktion von Inhalten konzentrieren können.
  - Wir haben Millionen Dollar in die Entwicklung zahlreicher Tools zur Verwaltung von Urheberrechten investiert, um den Anforderungen des gesamten Ökosystems noch besser gerecht werden zu können.
  - Außerdem arbeiten wir mit zahlreichen Rechteinhabern sowie Creatorinnen und Creatorn zusammen, um ihnen je nach individuellen Bedürfnissen und Ressourcen die passenden Funktionen zu bieten.
  - YouTube bietet Rechteinhabern mit seinen abobasierten und werbeunterstützten Modellen außerdem die Möglichkeit, sowohl mit ihren eigenen als auch mit von Nutzern hochgeladenen Inhalten Geld zu verdienen.
  - Durch unsere Partnerschaften mit Musiklabels, Gesellschaften zur Wahrnehmung der Urheberrechte, Musikverlegern, Fernsehsendern und Filmstudios erzielen wir beträchtliche Einnahmen für die Kreativbranche.

- Mit dem Content ID-System hat YouTube eine vollkommen neue Quelle für Einnahmen aus werbeunterstützten, von Nutzern erstellten Inhalten geschaffen. So erhielten Rechteinhaber weltweit bis Dezember 2024 allein aus Anzeigen **mehr als 12 Milliarden US-Dollar** durch Inhalte, die über das Tool beansprucht und monetarisiert wurden.

### **Wie Google den Journalismus und die Nachrichtenbranche unterstützt**

- Seit Eröffnung des ersten Büros von Google in Deutschland im Jahr 2001 haben wir den Journalismus und Verlage mit unterschiedlichen Maßnahmen in erheblichem finanziellen Umfang unterstützt – beispielsweise über die Ausschüttung von Erlösen an Partner in unserem Werbenetzwerk oder über eigens entwickelte Tools, Schulungsangebote oder finanzielle Förderung im Rahmen von Programmen wie der Google News Initiative oder Google News Showcase. Eine öffentlichen Überblick finden Sie hier:  
<https://blog.google/intl/de-de/produkte/suchen-entdecken/nachrichten/#ueberblick>
- **Zahlen aus unserem Kerngeschäft:**
  - **In Deutschland haben wir zwischen 2018 und 2020 etwa 330 Millionen € (mehr als 400 Millionen US-Dollar) an die fünf größten Verlagspartner in unserem Werbenetzwerk ausgezahlt.**
  - **8 Milliarden Klicks pro Monat** (3.000 Klicks pro Sekunde) werden von den Suchergebnissen der Google Suche und Google News auf die Online-Angebote von Verlagen in Europa weitergeleitet – laut einer Schätzung von **Deloitte im Wert von 0,04-0,06 €** (5-7 US-Cent) pro Klick.
- **Google News Showcase:**
  - Google hat im Rahmen von [Google News Showcase](#) 1 Milliarde US-Dollar zur Unterstützung der Verlagsbranche und für Partnerschaften bereitgestellt. Seit dem Start von News Showcase in Deutschland haben wir Verträge mit 32 Nachrichtenverlagen unterzeichnet, die mehr als 100 Publikationen in Deutschland repräsentieren.
- **Google News Initiative (GNI)**
  - Im Rahmen der Google News Initiative mit einem Umfang von **300 Millionen US-Dollar** zur Unterstützung der Nachrichtenbranche haben wir seit 2018 189 Millionen US-Dollar an Projekte in 118 Ländern ausgeschüttet, darunter **40 Millionen US-Dollar für die Programme „GNI Innovation Challenge“** und „YouTube Innovation Funding“, die sich an 213 Organisationen gerichtet haben.
  - In Deutschland hat Google im Rahmen des Digital News Innovation Fund **93 Projekte mit insgesamt 21,5 Millionen €** unterstützt, die sich mit einigen der größten Herausforderungen der Branche beschäftigen: dem Einsatz neuer Technologien, der Bekämpfung von Fehlinformationen, Storytelling auf lokaler Ebene und der Steigerung digitaler Erlöse.
  - Zur Linderung der Auswirkungen der **Corona-Pandemie** haben wir **37 Verlage in Deutschland mit insgesamt 364.000 US-Dollar** aus dem Journalism Emergency Relief Fund unterstützt.
  - Im Rahmen des **Digital Growth Programms** wurden **seit 2020 in mehr als 40 Verlage** digitale Schulungen durchgeführt.
    - Im Jahr 2024 wurden in Deutschland mehr als 41 Google-Schulungen und -Coachings durchgeführt.
    - Im Jahr 2024 wurden mehr als 730 Journalisten in Deutschland durch Google-Schulungsprogramme geschult.
- **Leistungsschutzrecht für Presseverleger**

- Zwei Jahre nach Inkrafttreten des Leistungsschutzrechtes für Presseverlage hatten wir bereits Lizenzverträge mit mehr als 470 Publikationen abgeschlossen.
- Dazu gehören u.a. DER SPIEGEL, DIE ZEIT, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Funke Mediengruppe (u. a. Hamburger Abendblatt, Berliner Morgenpost, Westdeutsche Allgemeine, Thüringer Zeitung), Madsack Mediengruppe (u. a. Hannoversche Allgemeine Zeitung), Neue Pressegesellschaft (u. a. Südwest Presse, Märkische Oderzeitung), RTL Deutschland (u.a. stern, n-tv), Ströer (T-Online), Südwestdeutsche Medienholding (u. a. Süddeutsche Zeitung, Stuttgarter Zeitung, Schwarzwälder Bote), Tagesspiegel.
- Inzwischen haben wir uns auch mit der Verwertungsgesellschaft Corint Media auf eine mehrjährige Interimsvereinbarung geeinigt. Der betreffende Vertrag zwischen Google und Corint Media sieht eine jährliche Lizenzzahlung von 3,2 Millionen Euro vor.
- Europaweit haben wir über 1.500 Verträge zur Lizenzierung von Verlagsinhalten gemäß der europäischen Urheberrechtsrichtlinie in fünfzehn Ländern abgeschlossen (Stand Juni 2023).
- **Zur Studie von FehrAdvice & Partners:**
  - Die Studie versucht, abstrakt einen Wert der Presse für die Google Dienste zu ermitteln und daraus eine Zahlungspflicht abzuleiten. Dafür gibt es keine Grundlage: Die Google Suche ist ein Dienst, der Internetnutzern hilft, Informationen und Inhalte im Internet zu finden. Ihr Wert besteht darin, Internetnutzern relevante Inhalte anzuzeigen, und Webseitenbetreibern Traffic weiterzuleiten, den diese für sich vermarkten.
  - Im Übrigen beruht die Studie auf falschen Zahlen und logischen Fehlschlüssen, die ihr jeglichen Wert nehmen: Journalistisch geprägte Suchanfragen machen laut unabhängigen Analysen nur einen sehr geringen Teil aller Suchanfragen aus, nämlich 3,09 % aller Anfragen. Nur 0,25 % der journalistisch relevanten Anfragen sind auch kommerziell relevant. Die Fehlannahme über die Bedeutung und den Anteil informationsbezogener Suchen entzieht der Studie die Rechnungsgrundlage.
  - Ein weiterer logischer Fehlschluss besteht darin, dass die Umfrage aus dem Umstand, dass 73 % der Befragten eine Suchmaschine mit Treffern auf Presseveröffentlichungen gegenüber einer Suchmaschine ohne solche Treffer bevorzugen, den Schluss ableitet, dass 73 % der Umsätze aus informationsbezogenen Suchen der Presse zuzurechnen seien. Das ist ein evidenten logischer Fehlschluss. Das eine hat mit dem anderen schlicht nichts zu tun. Tatsächlich haben verschiedene Experimente gezeigt, dass kein Zusammenhang zwischen der Anzeige von Presseveröffentlichungen und den Einnahmen von Google erkennbar ist.
  - Schließlich ignoriert die Studie, dass die Presseverlage durch Google erheblichen Traffic erhalten, den sie selbst werbevermarkten, ohne Google hierfür eine Vergütung zu zahlen. Die Studie ermittelt die Vorteile der Presse daher schon im Ansatz einseitig.