

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Barbara Benkstein, Eugen Schmidt, Steffen Janich, Edgar Naujok, Beatrix von Storch und der Fraktion der AfD

Zum Ranking der Ergebnisse einer Google-Suche und seiner Beeinflussung durch die Bundesregierung

Die Suchmaschine Google LLC des Konzerns Alphabet (abc.xyz) dominiert seit zwei Jahrzehnten den Markt der Suchmaschinen. International kommt Google im Vergleich zu anderen Dienstleistern auf einen Marktanteil von rund 80 Prozent (de.statista.com/statistik/daten/studie/225953/umfrage/die-weltweit-meistgenutzten-suchmaschinen/), in Deutschland liegt der Wert auf Standrechnern ähnlich hoch, auf mobilen Geräten gar bei nach Auffassung der Fragesteller monopolverdächtigen 95 Prozent (seo-summary.de/suchmaschinen/), was primär an den Voreinstellungen unter dem Betriebssystem Android liegt. Die Antworten auf eine Frage werden in einer Rangliste von Links (Verweisen) ausgegeben, wobei der Nutzer nicht auf Anhieb erkennen kann, warum manche Links ganz oben stehen und damit mehr auf Aufmerksamkeit erhalten als jene, die beispielsweise erst am Fuß der Seite 4 der Ergebnisliste auftauchen.

Der Algorithmus, der hinter dem Zustandekommen der Reihenfolge der Ergebnisse steht, gehört zu den bestgehüteten Geheimnissen der Google LLC und ihres immensen wirtschaftlichen Erfolgs. Das Unternehmen verweist vage auf Aspekte wie bei der Frage verwendeter Wörter, Relevanz und Aktualität des Themas, Verlässlichkeit der Quellen sowie Standort des Nutzers (www.google.com/intl/de/search/howsearchworks/how-search-works/ranking-results/); darüber hinaus ist von 200 Faktoren die Rede, die das präsentierte Suchergebnis mitbestimmen (www.suchmaschinen-doktor.de/suchmaschinen/google/rankingfaktoren.html).

Ein weiterer Faktor zur Beeinflussung des Suchergebnisses ist Geld. Unternehmen, Behörden und Einzelpersonen bezahlen den Dienstleister Google dafür, dass er einen Verweis auf das eigene Angebot in der Antwort auf eine Frage ganz oben auf der Seite und damit prominent sichtbar platziert. Ein so gemachtes Angebot, das durchaus wie ein redaktioneller Beitrag daher kommen kann, wird mit dem Hinweis „Gesponsert“ gekennzeichnet; man könnte in den Augen der Fragesteller in einem solchen Fall von einem hybriden Informationsangebot Googles sprechen, da es inhaltliche und monetäre Kriterien der Präsentationsreihenfolge vermischt.

Auch die Bundesregierung schaltet bezahlte Werbung bei Google, um die eigenen Aktivitäten besser zu erklären respektive zu rechtfertigen (vgl. apollo-news.net/bundesregierung-schaltet-werbung-um-die-finanzierung-von-radwegen-in-peru-zu-rechtfertigen/). Gefragt nach den finanziellen Aufwendungen der Bundesregierung in den vergangenen zehn Jahren zur Verbesserung des Google-Rankings in ihrem Sinne antwortet diese unvollständig und nicht nach

allen gefragten Jahren differenzierend (Antwort auf die Schriftliche Frage 3 auf Bundestagsdrucksache 20/10565) und beklagt zu wenig Zeit für eine erschöpfende Antwort. Für die Fragesteller ein Grund, die Frage nach den finanziellen Aufwendungen der Bundesregierung zur Beeinflussung des Google-Rankings erneut zu stellen.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche Motive hat die Bundesregierung, bezahlte Werbung für ihre politische Arbeit auf der Suchmaschine Google zu zahlen (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte ausführen)?
2. Anhand welcher Kriterien trifft die Bundesregierung die Entscheidung, bezahlte Werbung auf der Suchmaschine Google zu schalten (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte ausführen)?
3. Verfügt die Bundesregierung über einen gesonderten Haushaltsposten, aus dem heraus bezahlte Werbung auf der Suchmaschine Google in ihrem Sinne bestritten wird?
 - a) Wenn ja, in welchem Ressort liegt dieser Posten, und wie hoch ist er?
 - b) Wenn nein, woraus bestreitet die Bundesregierung dann ihre werblichen Ausgaben auf der Suchmaschine Google?
4. Wie viel Geld hat die Bundesregierung von 2013 bis 2023 insgesamt für die in ihrem Sinne Verbesserung des Google-Rankings ausgegeben (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte die Summe nach Jahren aufschlüsseln)?
5. Welche Bundesministerien innerhalb der Bundesregierung haben von 2013 bis 2023 Gelder zur Verbesserung des Google-Rankings ausgegeben (bitte in absteigender Reihenfolge inklusive der aufgewendeten Beträge auflisten sowie nach Jahren differenzieren)?
6. Auf welchen Internetadressen (URL) wurden zwischen 2013 und 2023 von der Bundesregierung bezahlte Werbeanzeigen auf der Suchmaschine Google zur Beeinflussung des Suchergebnisses geschaltet (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte ausführen)?
7. Wie hoch waren die finanziellen Aufwendungen der Bundesregierung, um während der Corona-Jahre auf der Suchmaschine Google ihre Entscheidungen und Maßnahmen zu Corona prominent darzustellen und zu erläutern (bitte nach Jahren aufschlüsseln)?
8. Wie hoch waren die bisherigen finanziellen Aufwendungen der Bundesregierung, um auf der Suchmaschine Google ihre Entscheidungen und Maßnahmen zum Krieg in der Ukraine prominent darzustellen und zu erläutern (bitte nach Jahren aufschlüsseln)?
9. Zieht die Bundesregierung eine positive Bilanz ihrer Praxis des Schaltens bezahlter Werbung auf der Suchmaschine Google zur Beeinflussung der Suchergebnisse von 2013 bis 2023 (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte begründen)?
10. Wird die Bundesregierung die Praxis bezahlter Werbung auf der Suchmaschine zwecks Beeinflussung der Suchergebnisse in ihrem Sinne fortsetzen (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte ausführen)?
11. Schaltet die Bundesregierung auch auf anderen Konsumentendiensten der Google LLC, etwa bei www.youtube.com, bezahlte Werbung, und wenn ja, seit wann, und in welcher Höhe (bitte nach Jahren differenzieren)?

12. Hält die Bundesregierung Kontakte zu Repräsentanten des Suchmaschinenanbieters Google LLC, um auf anderen denn auf finanziellen Wegen Einfluss zu nehmen auf die Präsentation der Suchergebnisse, und wenn ja, welche Wege wären das?
13. Bei welchen politischen Themen hält es die Bundesregierung für besonders geboten, mit bezahlter Werbung die Reihenfolge der Suchergebnisse auf der Suchmaschine Google in ihrem Sinne zu beeinflussen (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte ausführen)?
14. Schaltet die Bundesregierung auch auf anderen Suchmaschinen bezahlte Werbung, um das dortige Suchergebnis in ihrem Sinne zu beeinflussen (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte ausführen)?
15. Trainiert die Bundesregierung auf der Basis künstlicher Intelligenz (KI) arbeitende Suchmaschinen im Internet (etwa www.bing.com oder you.com) zu ihr wichtigen Themen mit für sie zentralen Schlagworten, um so die Wahrscheinlichkeit zu steigern, dass künftige Nutzer dieser Suchmaschinen KI-generierte Antworten im Sinne der Bundesregierung erhalten (bitte ausführen)?
16. Wie stehen die Aufwendungen der Bundesregierung zum Schalten bezahlter Werbung auf der Suchmaschine Google im Verhältnis zum Schalten bezahlter Anzeigen in Printprodukten in den Jahren 2013 bis 2023 (siehe Vorbemerkung der Fragesteller, bitte nach Jahren differenzieren)?

Berlin, den 25. März 2024

Dr. Alice Weidel, Tino Chrupalla und Fraktion

