

Antrag

der Abgeordneten Dr. Anna Lührmann, Karoline Otte, Misbah Khan, Dr. Konstantin von Notz, Andreas Audretsch, Awet Tesfaiyes, Katrin Göring-Eckardt, Sven Lehmann, Rebecca Lenhard, Lisa Paus, Dr. Armin Grau, Michael Kellner, Chantal Kopf und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Digitalabgabe für Werbeumsätze einführen – Medienvielfalt und Kulturstandort stärken

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Onlineplattformen und Suchmaschinen greifen maßgeblich in öffentliche Debatten und Meinungsbildungsprozesse ein. Ihrer großen gesellschaftlichen Verantwortung als Gatekeeper im Digitalen werden große Konzerne häufig nicht gerecht. Mit intransparenten Algorithmen entscheiden Social Media Plattformen, welche Inhalte Sichtbarkeit erhalten. Diese Algorithmen sind darauf ausgelegt, Nutzer*innen möglichst lange auf den Plattformen zu halten. So werden stark emotionalisierende Inhalte gegenüber sachlichen Informationen gezielt priorisiert. Das trägt zu einer weiteren gesellschaftlichen Polarisierung bei.

Zugleich dominieren Betreiber von Onlineplattformen wie Googles Mutterkonzern Alphabet und Meta den Onlinewerbemarkt. Solche Monopole führen unter anderem dazu, dass ein erheblicher Teil der Werbeerlöse bei den Digitalunternehmen verbleibt und bei den Medienunternehmen fehlt – mit teils gravierenden Folgen für ihre wirtschaftliche Existenz und die Vielfalt von Nachrichtenangeboten. Vor allem bei lokalen und regionalen Nachrichtenmedien stellt die Forschung eine zunehmende Ausdünnung des Angebots fest, das nicht mehr refinanziert werden kann (vgl. <https://www.wuestenradar.de/wp-content/uploads/sites/18/2024/11/Wuestenradar-2024-web.pdf>). Zurückgehende Erlöse aus Werbung gefährden die Versorgung mit professionell erstelltem Journalismus und damit die Grundlage für die politische Meinungsbildung. Denn eine pluralistische und freie Medienlandschaft ist zentral für eine funktionierende Demokratie.

Zudem verwenden Digitalkonzerne die Produkte von Kultur- und Medienschaffenden in den allermeisten Fällen ohne adäquate Entlohnung. Dabei sind Kultur- und Medieninhalte entscheidend für den wirtschaftlichen Erfolg von Online-Plattformen.

Wenn Plattformen Inhalte ohne Lizenzen verbreiten, sinken potenzielle Erlöse, vor allem bei freien Kulturschaffenden und Kreativen ohne Label oder Agenturen. Dieser Prozess wird zudem durch KI exponentiell beschleunigt. Auch bleiben zentrale Teile der Wertschöpfung von Digitalkonzernen von einer fairen Besteuerung unberührt. Die Regierungskoalition aus Union und SPD haben in ihrem

Koalitionsvertrag verabredet, die „Einführung einer Abgabe für Onlineplattformen, die Medieninhalte nutzen“ zu prüfen. Eine stärkere Heranziehung von Digitalkonzernen ist grundsätzlich zu begrüßen, muss aber mit politischer Priorität und zeitnah in die Tat umgesetzt werden. Sie sollte zielgerichtet, effektiv und rechtsicher ausgestaltet werden. Die Einnahmen sollen für eine Stärkung von Medienvielfalt, vielfältiger Kulturangebote sowie Medienkompetenz vorgesehen werden.

Aus diesen Gründen kann eine nationale Besteuerung von Werbeumsätzen nur ein erster Schritt sein, um die Macht der Tech-Giganten einzudämmen. Die Bundesregierung sollte eine breitere nationale Lösung anstreben, die auch Umsätze von E-Commerce und Cloudservices inkludiert. Sie sollte sich außerdem aktiv dafür einsetzen, dass Europa hier gemeinsam handelt. Digitale Unternehmen müssen angemessen zum EU-Haushalt und den Haushalten ihrer Mitgliedsstaaten beitragen, in denen sie wirtschaftlich tätig sind, und dadurch verlässliche Einnahmen für öffentliche Aufgaben sichern. Im Zoll-Konflikt mit den USA können sich die europäischen Staaten am besten vereint behaupten.

Der Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, Staatsminister Wolfram Weimer, hat zuletzt mehrfach öffentlich angekündigt, einen Gesetzesentwurf für eine Abgabe für Onlineplattformen in den Bundestag einzubringen. Dabei wolle er sich am österreichischen Modell einer Abgabe auf Onlinewerbeleistungen orientieren. Nach teils deutlichem Widerspruch aus den eigenen Reihen, treibt die Bundesregierung das Thema derzeit nicht mit der notwendigen Entschlossenheit voran.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

1. einen Gesetzesentwurf für eine Besteuerung von Werbeumsätzen von Onlineplattformen und Suchmaschinen in den Deutschen Bundestag einzubringen;
2. eine transparente, rechtsfest definierte Bemessungsgrundlage zu schaffen und mindestens 10 Prozent der Werbeumsätze von Onlineplattformen und Suchmaschinen einzunehmen;
3. die Einnahmen für die Förderung des Medien- und Kulturstandortes und von Medienkompetenz vorzusehen, um Nachteile auszugleichen, die Kultur- und Medienschaffenden und der Gesellschaft durch digitale Plattformen entstehen;
4. sich für eine einheitliche Besteuerung der Umsätze von Digitalkonzernen auf europäischer Ebene einzusetzen, darauf hinzuwirken, dass eine solche Steuer perspektivisch als neues Eigenmittel für den Haushalt der Europäischen Union ausgestaltet wird und national mit weiteren Schritten, insbesondere einer Verbreiterung der Bemessungsgrundlage auf Umsätze von E-Commerce und Cloud-Services, voranzugehen.

Berlin, den 14. Oktober 2025

Katharina Dröge, Britta Haßelmann und Fraktion