

Google kauft Inhalte bei Zeitungsverlagen

Die Suchmaschine zahlt Lizenzgebühren für journalistische Inhalte

Der Online-Gigant will zum ersten Mal Lizenzverträge mit Zeitungsverlagen abschließen und damit auch Gebühren für die Präsentation journalistischer Inhalte bezahlen. Das teilte Google selbst auf dem eigenen, offiziellen [Blog](#) mit. Die dadurch verfügbaren Inhalte will Google dann auf den eigenen Plattformen Google News und Google Discover kostenlos für Nutzer zur Verfügung stellen. Wie genau dies aussehen wird, ist bis jetzt noch nicht klar.



Zukünftig will Google Lizenzgebühren an Zeitungsverlage zahlen.

Aktuell soll das Programm zunächst nur für Deutschland, Brasilien und Australien starten und bisher sind nur wenige Partner, wie die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Der Spiegel“, die „ZEIT“, die „Rheinische Post“ und der „Tagesspiegel“, mit an Bord. Es sollen aber zukünftig noch weitere Verlage und auch kleinere Lokalzeitungen oder andere Medienarten folgen. Interessant ist dabei, dass der Deal auch für Bezahlartikel gelten soll, die eigentlich hinter einer Paywall verborgen sind. Somit würden Google Nutzer auch diese Artikel kostenlos aufrufen können. Wie hoch die Zahlungen ausfallen, ist nicht bekannt.

Neue Produktinitiative: Google zahlt für Verlagsinhalte

Die Meldung stellt eine Trendwende da, hat sich doch der Google Mutterkonzern Alphabet bisher immer geweigert für Inhalte von Verlagen oder anderen Medien zu bezahlen. Auch in Deutschland gab es daher immer wieder Konflikte, weil Verlage Google beschuldigten, mit ihren journalistischen Erzeugnissen Geld zu verdienen, ohne die Urheber daran zu beteiligen.

Dazu wird Stefan Ottlitz, Geschäftsführer SPIEGEL-Gruppe im Google Blog wie folgt zitiert:

“Wir suchen stets nach innovativen Ansätzen, um Leser für unsere qualitativ hochwertigen Inhalte zu gewinnen. Diese interessante neue Partnerschaft mit Google versetzt uns in die Lage, unseren preisgekrönten Journalismus mit kuratierten Geschichten in ein neues Format einzubringen. So können wir unsere Reichweite erweitern und vertrauenswürdige Nachrichten in überzeugender Art und Weise über verschiedene Google-Produkte anbieten.”

Reaktion auf das Leistungsschutzgesetz?

Auch die Diskussionen über das europäische Leistungsschutzgesetz bekommen so eine neue Komponente. Ab Juni 2021 muss diese EU-Richtlinie in nationales Recht umgesetzt werden. Dabei geht es vor allem um die Frage, wie Google Presseinhalte ohne Lizenzen überhaupt in den Snippets anzeigen darf.

Google begründete den Schritt auch mit der immer wichtiger werdenden Entwicklung, dass verlässliche Inhalte angesichts globaler Gefahren, wie zum Beispiel einer Pandemie, für alle Menschen weltweit an Bedeutung zunehmen. Da viele Verlage mit sinkenden Verkaufszahlen im Printgeschäft kämpfen, ist es

für Google „von zentraler Bedeutung, Verlage bei ihrer wichtigen Arbeit zu unterstützen und gleichzeitig Nutzern Zugang zu relevanten Informationen zu ermöglichen“. Schon jetzt leitet Google monatlich mehr als 24 Milliarden Mal auf Nachrichtenseiten weiter.



Von den Lizenzgebühren könnten alle profitieren.

Win-Win-Situation für Google und den Journalismus?

Auf den ersten Blick profitieren alle Parteien von einem solchen Deal. Google kann den Nutzern noch mehr hochwertige Inhalte anbieten, was das Nutzererlebnis noch mehr verbessert. Die Verlage bekommen für Ihre Online-Inhalte etwas zurück, zusätzlichen Traffic und damit auch mehr potenziell zahlende Kunden bzw. Nutzer. Im Optimalfall werden so Google-Nutzer in zahlende Kunden verwandelt. Insgesamt könnte der Qualitätsjournalismus davon profitieren. Gleichzeitig gewinnen natürlich auch die Internetnutzer, bekommen Sie doch Zugang auf ein breites Spektrum an journalistischen Inhalten.

Verstärkte Abhängigkeit von Google?

Doch es lohnt sich auch hier wieder, die andere Seite der Medaille anzuschauen. Zwar erscheint ein solcher Deal für alle vorteilhaft, doch geraten alle Beteiligten damit noch weiter in eine Abhängigkeit von Google. Je mehr Traffic die Verlage durch die Suchmaschine erhalten und je mehr der Umsatz von derartigen Lizenzen abhängt, desto mehr Macht kann Google zukünftig ausüben.



Was denkt Ihr? Ein Schritt in die richtige Richtung oder doch eher Google auf dem Weg zum Internet-Monopol?

Titelbild © Andrei / stock.adobe.com

Beitragsbild © Andrei / stock.adobe.com

Beitragsbild ©Aquir / stock.adobe.com

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX