



## Hintergrund-Briefing

# Die versteckte Macht der Suchmaschinen – Warum die #FreeWebSearch Charta jetzt kommt

**Die Frage, wie wir Informationen im Netz finden, hat weitreichende Konsequenzen für unsere Demokratie, Bildung, Wirtschaft und Gesellschaft.** Die Websuche ist längst mehr als eine technische Dienstleistung – sie ist das Tor zu Wissen und Informationen für Milliarden von Menschen. Hinzu kommt, dass das Problembewusstsein und die Kompetenz im Umgang mit Suchmaschinen allgemein noch nicht sehr ausgeprägt ist. Die Bedeutung der Websuche wird in den, meistens auf Social Media fokussierten, Debatten unterschätzt.

### Gatekeeper der Websuche

Suchmaschinen entscheiden, was im Web gefunden wird. Was nicht angezeigt wird, existiert digital nicht. Diese kritische Infrastruktur kontrollieren wenige Akteure aus den USA, Russland und China, die mit ihren Algorithmen darüber entscheiden, welche Informationen sichtbar gemacht werden und welche nicht.

### Internationale Dimension

- Alle relevanten Anbieter sitzen außerhalb der EU (Google: USA, Bing: USA, Baidu: China, Yandex: Russland).
- In Europa gibt es keinen Anbieter mit einem umfassenden Webindex.
- Rund 90% aller Webanfragen weltweit gehen über Google.<sup>1</sup>
- Kartellverfahren und Urteile gegen Google in den USA<sup>2</sup> und EU<sup>3</sup>, aber keine systemischen Änderungen, obwohl Google mit Chrome, Android, YouTube, GMail, Google Maps, ... das komplette Ökosystem inkl. der Vermarktung von Online-Anzeigen beherrscht.
- China: Eigenes Suchmonopol mit Baidu
- Russland: Yandex mit rund 70 Prozent Marktanteil (Google: 29 Prozent)<sup>4</sup>
- Globaler Süden: abhängig von US-Plattformen

### Das Problem in Zahlen:

- Websuche bestimmt, welche Informationen rund fünf Milliarden Menschen täglich sehen.
- Suchmaschinen Suchergebnisse beeinflussen Wahlen, Meinungsbildung und Kaufentscheidungen.
- 80 bis 90 Prozent weltweit laufen über Google<sup>5</sup>
- 8,5 Milliarden Suchanfragen verarbeitet Google täglich<sup>6</sup>
- 65% aller Google-Suchen enden ohne Klick (sog. „Zero-Click“-Suchen)<sup>7</sup>, das heißt, Anbieter von

1 Quelle: Statista (April 2024) - [statista.com/statistics/1386805/search-engines-market-share-all-devices-europe/](https://www.statista.com/statistics/1386805/search-engines-market-share-all-devices-europe/)

2 Quelle u. a.: <https://www.nytimes.com/2025/09/03/technology/google-ruling-antitrust.html>

3 Quelle u. a.: <https://www.reuters.com/legal/litigation/google-hit-with-345-billion-eu-antitrust-fine-over-adtech-practices-2025-09-05/>

4 Quelle: <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/russian-federation>

5 Die Zahl variiert je nach Quelle und Zählweise. <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share>

6 Quelle: <https://seo.ai/blog/how-many-people-use-google>

7 <https://searchengineland.com/google-search-zero-click-study-2024-443869>

<https://sparktoro.com/blog/2024-zero-click-search-study-for-every-1000-us-google-searches-only-374-clicks-go-to-the-open-web-in-the-eu-its-360/>

Informationen im Netz bekommen nur einen geringen Teil des Traffics ab

- 75% aller Klicks gehen an die Top-3-Ergebnisse<sup>8</sup>
- 371 Milliarden Euro Jahresumsatz macht Google 2025<sup>9</sup>, zahlt aber effektiv nur sehr geringe Steuern in der EU<sup>10</sup>
- Jede Suchanfrage verrät intimste Details - Gesundheitsängste, politische Zweifel, persönliche Krisen.
- Strukturelle Hindernisse und hohe Markteintrittsbarrieren machen es alternativen Anbietern schwer.

### **Hohe Markteintrittsbarrieren**

- Suchmaschinen benötigen einen Webindex, ein Art Verzeichnis aller Webinhalte. Einen Webindex zu erstellen und zu betreiben ist äußerst aufwändig und kostenintensiv. Nur Tech-Giganten können sich bisher diese Infrastruktur leisten.
- Die Tech-Plattformen sichern ihren Marktanteil ab u.a. durch Milliarden-Zahlungen an Hardware-Unternehmen wie Apple, um in den Geräten als Standardsuche eingestellt zu sein.

### **Warum bisherige Regulierung versagt**

- Regulierungen wie der Digital Market Act oder der Digital Services Act behandelt Websuche nur am Rande.
- Der Digital Markets Act fokussiert auf Wettbewerb, nicht auf Gemeinwohl.
- Die DSGVO schützt Daten, aber nicht vor algorithmischer Manipulation und nicht in allen relevanten Bereichen (Tracking, Dark Patterns, ...), und lässt viele Schlupflöcher.
- Nationale Gesetze greifen bei globalen Plattformen nicht.

<sup>8</sup> Quelle z.B.: <https://firstpagesage.com/reports/google-click-through-rates-ctrs-by-ranking-position/>

<sup>9</sup> <https://companiesmarketcap.com/alphabet-google/revenue/>

<sup>10</sup> <https://www.realinstitutoelcano.org/en/commentaries/the-google-tax-a-missed-opportunity-for-the-eu/>; <https://www.wirtschaftsdienst.eu/inhalt/jahr/2017/heft/11/beitrag/ein-groesseres-stueck-vom-kuchen-besteuerung-der-gewinne-von-google-und-co.html>; [https://www.netzwerk-steuergerechtigkeit.de/wp-content/uploads/2023/01/230113\\_AP2\\_Digitalkonzerne.pdf](https://www.netzwerk-steuergerechtigkeit.de/wp-content/uploads/2023/01/230113_AP2_Digitalkonzerne.pdf)