

# Ein Kartellverfahren gegen Google in Europa?

2. März 2010

Im ordnungspolitischen Lektürekreis „Neue Freiburger Schule“ kam vor einigen Wochen unter Freiburger Studierenden kurzzeitig die Diskussion auf, ob die Suchmaschine Google ein Monopolist sei. Besonders kritisch wurde Googles DoubleClick- Akquisition aus dem Jahr 2008 gesehen, da sie die mächtige Stellung des Konzerns im Bereich der Online-Werbung verfestigt habe. Gegner dieser These erwiderten, Googles Vormachtstellung bedeute noch nicht zwangsläufig ein Monopol und sei begründet durch ein exzellentes Produkt.

Diese Diskussion wäre kaum bemerkenswert, hätte nicht offenbar in Redmond im US-Bundesstaat Washington zur selben Zeit ein ähnliches Gespräch stattgefunden. Die Überlegungen der Manager des Softwareriesen Microsoft waren allerdings weniger akademischer Natur – sie bereiteten vielmehr einen Schlag gegen den kalifornischen Konkurrenten Google vor. Am 24. Februar 2010 ließ die EU-Kommission verlauten, sie prüfe die Beschwerden dreier europäischer Firmen bezüglich der Platzierung in Google-Suchergebnissen sowie Googles Dominanz des Online-Werbemarkts.

Die Kläger als Strohmänner Microsofts zu bezeichnen, wäre noch zuviel der Ehre: Verbraucherportal ciao.de ist eine direkte Tochter des Konzerns, ejustice.fr und foundem.co.uk engagieren sich im „Competitive Online Marketplace (ICOMP)“-Netzwerk, einer Lobbygruppe, die teilweise von Microsoft finanziert wird.<sup>1</sup>

Doch wie Microsoft zwei Tage später in einem Blogartikel völlig zu Recht betonte<sup>2</sup>, liegt es in der Natur eines Kartellrechtsverfahrens, dass *Konkurrenten* sich gegenseitig anschwärzen. Insofern macht die Beteiligung des Konzerns die Klage nicht irrelevant, sondern betont ihren wettbewerbspolitischen Charakter. Hier geht es nicht um ein paar kleine Internetportale, sondern um die Vorherrschaft unter den Suchmaschinen – und so um die Kontrolle des damit verbunden Segments des Online-Werbemarkts.

In Europa liegt Googles Marktanteil für Suchanfragen bei mindestens 80%, in Deutschland sogar bei fast 90%.<sup>3</sup> Verbunden damit ist eine ähnlich starke Position auf dem Markt der Online-Werbung im Bereich der Suchergebnisse.

## **Die Vorwürfe gegen Google**

Googles Gegner glauben, dass diese marktmächtige Position missbräuchlich eingesetzt wird. Konkret lauten die Vorwürfe wie folgt:

1) foundem.co.uk und ejustice.fr behaupten, Google benachteilige sie in Bezug auf die ihnen zustehende Position in den Suchergebnissen, um eigenen Angeboten eine bessere Platzierung einzuräumen

2) ciao.de stört sich an den Vertragskonditionen auf Googles Werbeplattform AdSense

Sollten sich die Vorwürfe gegen Google erhärten, kann die Kommission dem Konzern konkrete Verhaltensaufgaben machen, zudem Strafen von bis zu 10% des Umsatzes erheben.<sup>4</sup>

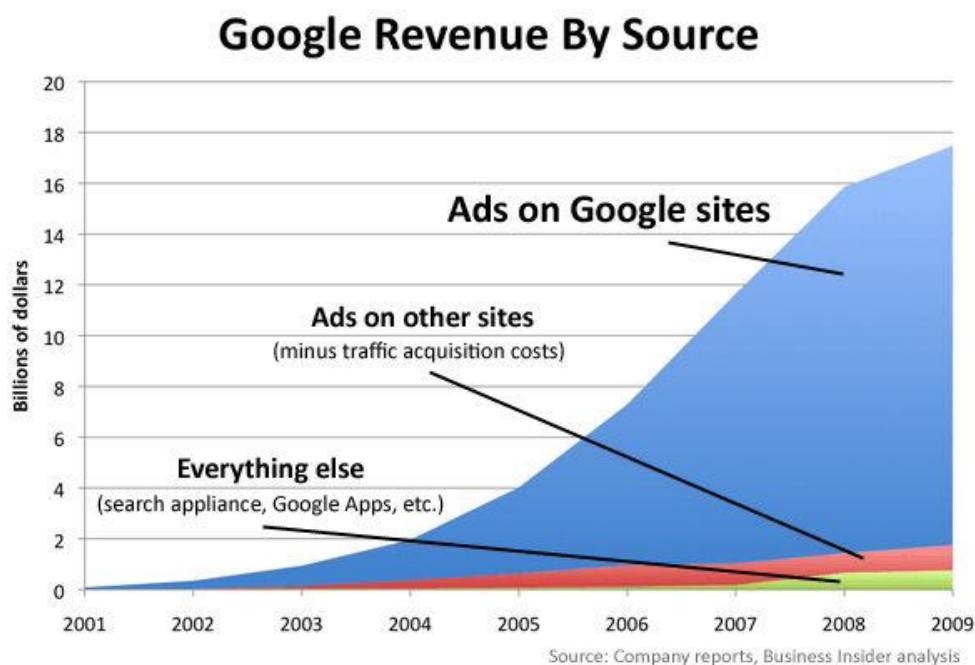
Zumindest der zweite Vorwurf lässt sich zunächst schwer entkräften. Details der Klage liegen nicht vor; auch lässt sich vermuten, dass ciao.de und Google zu einer individuellen Vereinbarung abseits der allgemeinen Vertragskonditionen des AdSense-Dienstes gekommen sind. Die New York Times berichtet, Microsofts Vorwürfe richteten sich gegen eine Vereinbarung zwischen ciao.de und Google, die noch aus der Zeit vor der Übernahme durch Microsoft stamme.<sup>5</sup> Im Einklang damit erklärt Google in einem Blogartikel, man habe immer ein gutes Verhältnis zu ciao.de gehabt, erst nach der Übernahme durch Microsoft in 2008 sei Kritik an AdSense laut geworden.<sup>6</sup>

Der erste Vorwurf ist deutlich leichter zu beurteilen. Im Mittelpunkt steht Googles „PageRank“-Algorithmus, das mathematische Verfahren, das die Suchmaschinenposition von Webseiten determiniert und laufend angepasst wird. An der Positionierung durch PageRank, auch das wird Microsoft im laufenden Verfahren nicht müde werden zu erwähnen, hängt das Wohl und Weh ganzer Branchen – die Klickwahrscheinlichkeit für die hinteren Plätze unter den Suchergebnissen (ganz zu schweigen von den hinteren Seiten) nimmt

rapide ab, die relative Position von Webangeboten im Google-Suchergebnis hat also entscheidenden Einfluss auf Besucherzahlen und Geschäftsergebnisse.

Wer auch nur einen kurzen Blick auf foundem.co.uk wirft, wird erkennen, welcher Teil des Vorwurfs gegen Google Substanz haben könnte: Dass Google foundem.co.uk im Zeitablauf immer schlechter bewertet hat. Es ist ein offenes Geheimnis, dass Google eine Abneigung gegen vertikale Content-Aggregatoren hat: Webseiten, die fremde Inhalte scannen und zum Beispiel Preisvergleiche ermöglichen. Da solche Webseiten aber häufig die Google-Suchergebnisse dominieren, wird vermutet, dass Anpassungen im PageRank-Algorithmus teilweise darauf ausgerichtet sind, Webseiten wie foundem.co.uk bewusst zu benachteiligen – aus Sicht des Verbrauchers vermutlich eher eine Verbesserung als eine Verschlechterung des Suchergebnisses.

Fragwürdig scheint allerdings der zweite Teil des Vorwurfs: Dass Google nämlich foundem.co.uk und ejustice.fr benachteilige, um eigene Angebote besser bewerben zu können. Nun ist Google zwar berühmt für die große Diversifizierung des Konzerns, kontextbezogene Kleinanzeigen auf eigenen Webseiten stellen aber nach wie vor die primäre Einnahmequelle dar, wie die Einkommensstruktur des Konzerns eindrücklich zeigt.<sup>7</sup>



Kurz: Die Anpassung des PageRank-Algorithmus, um eigene Angebote relativ besser zu positionieren, könnte nicht nur die wichtigste Einnahmequelle des Konzerns ins Zwielficht rücken, diese Anpassung würde auch zugunsten

vergleichsweise unbedeutender Produkte erfolgen. Bestenfalls Google Product Search (ehemals: Froogle), Googles mäßig erfolgreiche hauseigene Preissuchmaschine, könnte in direkter Konkurrenz zu einem Dienst wie foundem.co.uk gesehen werden; welche Google-Produkte gegen die Justizsuchmaschine ejustice.fr antreten, dürfte bis zur Eröffnung des Verfahrens das Geheimnis der Franzosen bleiben.

### **Forderungen an das Kartellverfahren**

Ein wettbewerbsrechtliches Verfahren sollte sich gerade *nicht* nur darauf stützen, ob Google seine marktmächtige Position missbraucht. Die Frage im Rahmen eines disaggregierten Regulierungsansatzes muss vielmehr lauten: Ist der symmetrische Zugang zu den relevanten Technologien gewährleistet, so dass Wettbewerbspotential im Bereich der Suchmaschinen besteht?

Diese Frage weist uns auf eine weitere kartellrechtliche Entscheidung der Europäischen Kommission hin. Wie schon das US-Justizministerium billigte sie nämlich nur Tage vor der Google-Klage den de facto-Zusammenschluss der Suchmaschinen von Yahoo und Microsoft („Bing“).<sup>8</sup> Nach Übereinkunft der beiden Konzerne wird Bing in Zukunft die Standardsuche auf Yahoo-Webseiten sein, im Gegenzug darf Yahoo die gemeinsamen Werbekunden über ihr Netzwerk „Search Marketing“ verwalten.

Angesichts der Marktsituation in Europa war die Genehmigung der Allianz nur eine Formsache. Aber ihre Bedeutung wird klar, wenn man den europäischen Raum verlässt. Googles weltweiter Marktanteil hat seinen Höchststand von 82,7% im Dezember 2008 nicht mehr überschritten, die chinesische Suchmaschine Baidu und Microsofts Bing gewinnen derzeit an Bedeutung. In den USA ist die Situation besonders deutlich:<sup>9</sup>

Dienst	Marktanteil Suchmaschinenanfragen US-Markt im Januar 2010
Google	65.4%
Yahoo und Bing	28,3%
Andere (Ask, Aol)	6,3%

Quelle: comScore qSearch analysis, Januar 2010

Innerhalb des letzten Jahres hat nur einer der Konkurrenten auf dem US-Markt Nutzer gewinnen können: Bing. Die Neuschöpfung am Suchmaschinenmarkt ist seit Mitte 2009 online, bekam freundliche Besprechungen in der Fachpresse und hat seither zunehmende Nutzerzahlen verzeichnet. Mit dem Yahoo-Deal dürfte sich Bing innerhalb kurzer Zeit als feste Nummer zwei hinter Google etablieren. Das Einzige, was Bing derzeit noch zu fehlen scheint, ist eine technische Eigenschaft, die der Dienst Google *voraus* hätte.

## **Fazit**

Sollte es tatsächlich zu einem Kartellverfahren gegen Google in Europa kommen, so darf das Ergebnis trotz der unbestreitbaren Marktmacht des Konzerns als offen gelten. Es bleibt unklar, wie sich die EU-Kommission zu den zwei unterschiedlichen Vorwürfen stellen wird und ob der Prozess Einblick in die PageRank-Logik geben könnte.

Aus wettbewerbstheoretischer Sicht relativiert der Blick auf den US-Markt die Anschuldigungen, denen sich Google ausgesetzt sieht: Nachdem es offenbar keine technologischen Schranken gibt, die potentielle Wettbewerber am Markteintritt hindern können, ist ein opportunistisches Verhalten Googles langfristig unplausibel – auch in Europa.

Daniel Nientiedt

## Quellen

1

<http://www.zeit.de/digital/internet/2010-02/eu-wettbewerbsbeschwerde-google-ciao>

<http://techcrunch.com/2010/02/23/eu-antitrust-google-microsoft/>

2

<http://microsoftontheissues.com/cs/blogs/mscorp/archive/2010/02/26/competition-authorities-and-search.aspx3>

<http://www.heise.de/newsticker/meldung/Microsoft-EU-verhaengt-497-Millionen-Euro-Strafe-95865.html>

3

<http://www.zeit.de/digital/internet/2010-02/eu-wettbewerbsbeschwerde-google-ciao>

<http://www.effizienzer.de/suchmaschinen-marktanteile-2009-europa-usa/>

4

<http://www.ftd.de/it-medien/medien-internet/:beschwerdewelle-europa-sagt-google-den-kampf-an/50079698.html>

5

<http://www.nytimes.com/2010/01/19/technology/19antitrust.html>

6

<http://googlepublicpolicy.blogspot.com/2010/02/committed-to-competing-fairly.html>

7

<http://www.businessinsider.com/chart-of-the-day-in-case-you-had-any-doubts-about-where-googles-revenue-comes-from-2010-2>

8

<http://www.ftd.de/it-medien/medien-internet/:erlaubnis-in-usa-und-eu-microsoft-und-yahoo-duerfen-vereint-gegen-google-suchen/50076575.html>

9

[http://comscore.com/Press\\_Events/Press\\_Releases/2010/2/comScore\\_Releases\\_January\\_2010\\_U.S.\\_Search\\_Engine\\_Rankings](http://comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2010/2/comScore_Releases_January_2010_U.S._Search_Engine_Rankings)