

Der Fall Google: Die Europäische Kommission verpasst die Gelegenheit, neutralere Suchergebnisse zu gewährleisten

Brüssel, 5. Februar 2014 – HOTREC, der europäische Dachverband der Hotel- und Gaststättenverbände, ist enttäuscht von der heutigen Ankündigung der Europäischen Kommission, dass Googles nachgebesserte Selbstverpflichtung geeignet sein solle bestehende Wettbewerbsbedenken zu zerstreuen. „Wettbewerbskommissar Joaquín Almunia sollte die entsprechenden Kartellermittlungen zur Online-Suche und Online-Werbung nicht einstellen, da Googles Vorschläge zu Selbstverpflichtung marginal sind und sogar kontraproduktiv wirken können“, fordert HOTREC-Präsident Kent Nyström. „Organische Suchergebnisse für Hotels und Restaurants müssen eine faire Chance haben, von Google direkt und nicht nur über bezahlte Aggregatoren wie Buchungsportale, Bewertungsanbieter oder Metasuchmaschinen angezeigt zu werden.“

Das europäische Gastgewerbe hält Googles Verpflichtungszusagen für nicht ausreichend, um neutrale Suchergebnisse auf Google zu gewährleisten. Dabei ist es von enormer Bedeutung, dass organische Suchtreffer im Vergleich zu kommerziellen oder beworbenen Ergebnissen (Metasuchmaschinen oder Googles eigene Spezialdienste) nicht benachteiligt werden. Die organischen Suchergebnisse sind der einzig verbliebene Bereich bei Google, wo einzelne Hotels und Gaststätten eine faire Chance haben, sichtbar zu sein und einen direkten Link zu ihren Angeboten zu platzieren. Entsprechend wichtig ist es für Verbraucher und Anbieter gleichermaßen, dass relevante organische Suchergebnisse von Google prominent platziert werden.

HOTREC lehnt daher auch Googles nachgebesserte Verpflichtungszusage ab. Stattdessen wiederholt HOTREC seinen Vorschlag, dass sich Google zu der generellen Regel verpflichten sollte, nicht mehr als 30 Prozent der sichtbaren Suchergebnisfläche eines jeden Bildschirms mit bezahlten Dienstleistungen (AdWords, Links zu Konkurrenten, Googles eigenen Produkten) zu bedecken; die restliche Fläche sollte organischen Suchergebnissen vorbehalten bleiben. So erhielte der beste neutrale Suchtreffer auch eine faire Chance angeklickt zu werden, denn Platzierungen auf nachfolgenden Suchergebnisseiten sind wie Studien belegen weitgehend irrelevant für den Nutzer.

Auf jeden Fall sollten die Europäischen Wettbewerbshüter den Suchmaschinenmarkt weiter im Auge behalten. „Eine striktere Regulierung ist notwendig. Die Europäische Kommission sollte ihrerseits eine Initiative starten, das Bieten auf fremde Markennamen (Brand Bidding), zum Beispiel durch Online-Buchungsportale bei Google AdWords, generell zu unterbinden“, schlägt Markus Luthé, zuständiges Mitglied im Executive Committee von HOTREC und Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland (IHA), vor.

HOTREC repräsentiert Hotels, Restaurants und Cafés in Europa. Die Branche steht für 1,8 Mio. Betriebe, von denen rund 91 % Kleinunternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten sind. Das Gastgewerbe bietet allein in der Europäischen Union 10,2 Mio. Arbeitsplätze. HOTREC vereint 42 nationale Hotel- und Gaststättenverbände aus 27 Ländern.

Weitere Information finden Sie auf www.hotrec.eu
Pressekontakt: Herr Daniel Makay, Tel. +32 (0)2 513 63 23, hotrec@hotrec.eu