



MaCCI, Mannheim, 29.11.2013

Die Wettbewerbspolitik des Internetsuchmaschinenmarktes

Machtmissbrauch auf Suchmaschinenmärkten? Google als Gatekeeper des Internet?

Prof. Dr. Torsten Körber, LL.M. (Berkeley)
Georg-August-Universität Göttingen

I. Rolle der Suchmaschinen

- 1990 Internet wird freigegeben
- 1993 World Wide Web startet
- 1998 Google geht online
- 1999 DSL startet in Deutschland
-
- 2011 634 Mio. Webseiten (2009: „nur“ 234 Mio.)
- 2012 YouTube: 60 Std. Video-Uploads pro Minute
- 2014 viermal so hoher Datenverkehr wie 2009
- ⇒ **Ohne Suchmaschinen geht es nicht**
- ⇒ **Aber Suchmaschinen haben auch eine große wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Macht**
- ⇒ **Kontrolle dieser Macht mit Mitteln des Kartellrechts?**

II. Kartellrechtliche Betrachtung

1. Marktabgrenzung und Marktmacht

- **Markt für (Vermittlung von) Online-Werbung**
 - insbesondere Markt für suchbasierte Werbung
(Anteil Google: weltweit 83 %)
- **Markt für Internetsuche bzw. für Indexierung von Inhalten?** (Anteil Google: Welt: 70,5 %, D: 90,3 %)
 - Keine monetäre Gegenleistung => kein Markt?
 - Währung heute = Nutzerdaten => Markt zu bejahen
- **Sehr hohe Marktanteile indizieren Marktmacht**
(Vermutung nach § 18 Abs. 4 GWB), beweisen sie aber nicht.

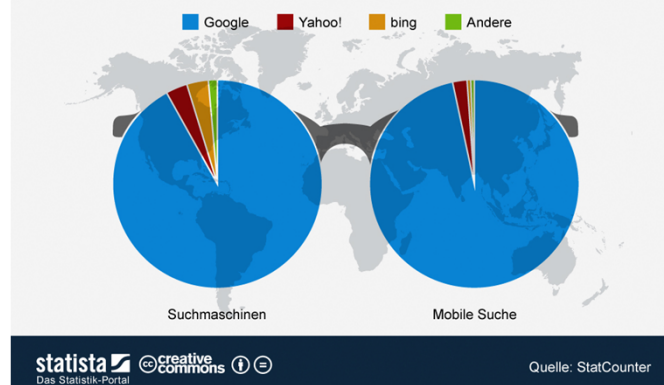
(c) Prof. Dr. Torsten Körber, Göttingen

3

II. Kartellrechtliche Betrachtung

Mit Googles Augen

Marktanteile von Suchmaschinen und mobilen Suchmaschinen weltweit Mai 2012



(c) Prof. Dr. Torsten Körber, Göttingen

4

II. Kartellrechtliche Betrachtung

2. Monopolisierung

- **Mutmaßliches „Quasi-Monopol von Google“**, aber
 - **Kartellrecht verbietet** (sogar in den USA trotz Wortlaut der Sec. 2 Sherman Act) **nicht Marktmacht** oder Monopolisierung als solche
 - Erst der Missbrauch dieser Macht gerät in Konflikt mit dem Kartellrecht (Sec. 2 Sherman Act, § 19 GWB, Art. 102 AEUV)
- **„Wettbewerb um den Markt“**, **„bestreitbares Monopol“**
 - [KOMM AOL/TimeWarner \(11.10.2000, M.1845\)](#)
 - MySpace/VZ-Netzwerke => Facebook => ?
 - [KOMM Microsoft/Skype \(7.10.2011, M.6281\)](#): 70 - 90 % Marktanteil unbedenklich, da Marktzutrittsschranken niedrig und Nutzer von Konsumentenkommunikationsdiensten sehr wechselbereit

II. Kartellrechtliche Betrachtung

3. Google als „Gatekeeper des Internet“?

(P) Google = essential facility i.S.v. § 19 Abs. 2 Nr. 4 GWB?

- In Deutschland rund 90 % aller Suchanfragen über Google
- Aber Zugang zu Angeboten auch über **andere Suchmaschinen** (Yahoo, Bing etc.) oder durch **direkte Eingabe bekannter Webadresse** (amazon.de, ebay.de usw.) möglich

=> Google (und andere Suchmaschinen) = Gateways zum Internet, aber **keine „Gatekeeper“** oder gar „Unsichtbarmacher“

Vgl. US-Fall [KinderStart.com LLC v. Google Inc.](#), C06-2057JF (N.D. Cal. 2007)

II. Kartellrechtliche Betrachtung

4. Machtmissbrauch

a) Behinderungsmissbrauch

- **Ciao-Fall:** Verbot der Nutzung konkurrierender Suchmaschinen und Vorenthalten von Nutzungsdaten gegenüber Konkurrenten
- **Euro-Cities-Fall:** „Verschenken“ der Dienste von Google Maps

b) Diskriminierung und Machtmachttransfer auf benachbarte Internetmärkte?

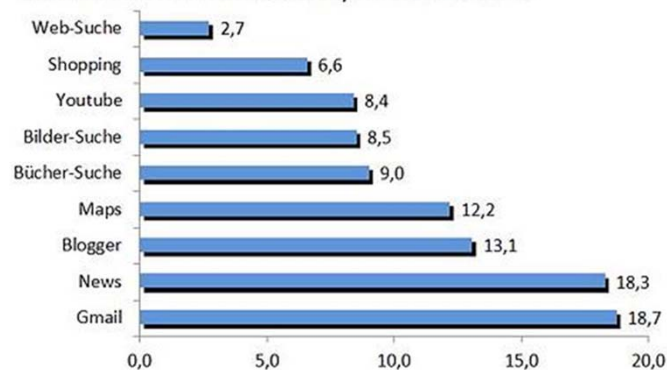
- **Foudem/eJustice:** Herabstufung von Konkurrenten in der Google-Suchliste und Bevorzugung eigener Dienste

(c) Prof. Dr. Torsten Körber, Göttingen

7

II. Kartellrechtliche Betrachtung

Google: Alle Dienste auf Wachstumskurs
Zunahme der Besucherzahl Jan 2011 / Jan 2012 in Prozent



http://www.focus.de/digital/internet/netzoeconomie-blog/suchmaschinen-googles-marktanteil-steigt-auf-96-prozent-in-deutschland_aid_723240.html

(c) Prof. Dr. Torsten Körber, Göttingen

8

II. Kartellrechtliche Betrachtung

Diskriminierung und Machttransfer auf benachbarte Internetmärkte?

- **Vorwurf:** „Google manipuliert die Suche, um eigene Dienste (Shopping, Gmail, Maps, YouTube usw.) auf der Suchliste nach vorn und Konkurrenten unter ferner liefen zu rücken“

=> **Herabstufung = Verstoß gegen die Suchneutralität**

- **Google:** Herabstufung Dritter aufgrund schlechter Qualität ihrer Seiten; es ist Aufgabe Googles, den Suchenden ein optimales Ergebnis zu liefern und nicht etwa schlechte konkurrierende Seiten bekannt zu machen

=> **Herabstufung = Folge der Suchneutralität**

II. Kartellrechtliche Betrachtung

Fälle (u.a.)

- **BMW** (2006: zeitweise Sperrung wg. Doorway Pages)
- **Foudem** und **eJustice** (2010: vertikale, d.h. spezialisierte Suchmaschinen = Kern des EU-Falles gegen Google)

Probleme

- **Google Universal Search** („Innovationsmissbrauch“ oder Produktinnovation im Dienste der Kunden?)
- **Search+** (personalisierte Suche incl. Google+, aber ohne Facebook etc.)
- **Zunehmende Integration zwischen Google-Diensten** (und insbesondere auch in das Android-Betriebssystem)

II. Kartellrechtliche Betrachtung

5. Diskriminierungsverbot und Suchneutralität

einerseits:

- **völlige Neutralität ist bei der Internetsuche unmöglich** (vgl. EU-Suchfunktion) = wesentlicher Unterschied zur Netzneutralität
- **Differenzierung ist die Essenz der Dienstleistung von Suchmaschinen**

andererseits:

- **Manipulation kann nicht ausgeschlossen werden, solange der Suchalgorithmus und dessen Anwendung geheim sind**
 - Möglichkeit von Diskriminierung/Marktmachttransfer nicht auszuschließen
 - ggf. sogar Möglichkeit zur Manipulation von Meinungen

III. Lösungsansätze

1. Strukturelle Maßnahmen ☹️

- Entflechtung von Google Search und anderen Diensten (Maps usw.) allenfalls als ultima ratio denkbar, wenn (a) Missbrauch erwiesen und (b) nichts anderes mehr hilft

2. Staatliche Regulierung ☹️

- Dynamik des Internet erfordert dynamischen Suchalgorithmus (550 Änderungen des Google-Algorithmus im Jahr!)
- Globales Netz vs. nationale Kontrolle
- Kontrolle durch den Markt (Internetsuche als Vertrauensprodukt)
- Ex ante-Kontrolle nach Muster des TKG oder gar des RStV daher weder geeignet noch erforderlich

III. Lösungsansätze

3. Förderung des Wettbewerbs durch mehr Transparenz 😊

- völlige Offenlegung des Algorithmus würde Manipulationen ermöglichen und damit seine Funktionsfähigkeit zerstören
 - aber etwas mehr Transparenz grds. wünschenswert
- ⇒ (P) Remedies in den Verfahren der FTC und insbesondere der EU-Kommission sinnvoll und ausreichend?



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Prof. Dr. Torsten Körber, LL.M. (Berkeley)

Georg-August-Universität Göttingen
Platz der Göttinger Sieben 6, D-37073 Göttingen
Telefon 0551-39 10156, Fax 0551-39 7414
Email: tkoerbe@gwdg.de
Website: www.ls-koerber.de