

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Markus Tressel, Katharina Dröge, Dr. Konstantin von Notz, Renate Künast, Nicole Maisch, Dr. Thomas Gambke, Matthias Gastel, Dieter Janecek, Oliver Krischer, Stephan Kühn (Dresden), Steffi Lemke, Corinna Rüffer, Friedrich Ostendorff und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN

Marktmacht Google – Sichtbarkeit von Suchergebnissen im Online-Reisevertrieb

Wie andere Wirtschaftsbereiche ist auch die Tourismusbranche immer stärker von der großen Marktmacht Googles betroffen. Aktuell lässt sich anhand des EU-Wettbewerbsverfahrens gegen die Darstellung der so genannten Specialised Search Angebote von Google anschaulich darlegen, welchen Druck Google auf den – eigentlich sehr gut funktionierenden und prosperierenden – Online-Reisevertrieb ausübt und welche negativen Folgen dies für die Verbraucherinnen und Verbraucher (Reisenden) hat.

Googles Suchmaschine hat in Deutschland derzeit einen Marktanteil von circa 95 Prozent und ist für einen überwiegenden Teil der Bevölkerung Ausgangspunkt bei der Suche und bei der Planung von Reisen, Übernachtungen, Transport und touristischen Dienstleistungen. Hierauf hat sich die Branche eingestellt und es ist ein gesunder Wettbewerb vieler heterogener Player im Online-Reisevertrieb entstanden. Dies gilt jedoch für die organische Suche, d. h. den Bereich der Suche, der ohne kontinuierliche Bezahlung an Google Sichtbarkeit in der Suchmaschine ermöglicht. Heute beschäftigen sich zahlreiche spezialisierte Firmen mit der Herstellung, Strukturierung und dem Verkauf des Contents (Webseitentexte, Bewertungen, Fotos etc.) für die Onlineportale. Sie stellen ihnen den benötigten Content gegen Gebühren und Lizenzen zur Verfügung. Neben der organischen Suche existiert seit geraumer Zeit auch die Möglichkeit, bezahlte Werbemöglichkeiten (Google Adwords-Anzeigen) zu schalten. Diese ermöglichen touristischen Unternehmen bei fehlender organischer Sichtbarkeit, gegen kontinuierliche Bezahlung Sichtbarkeit zu erwerben (Cost per click-Geschäftsmodell).

Seit der Einführung eigener Google-Produkte im Bereich des Online-Reisemarktes, beispielsweise der Google-Hotelfinder und Google Flight Search und der Ausweitung der Sichtbarkeit der Adwords-Anzeigen gerät dieses Gleichgewicht und der bislang faire Wettbewerb zunehmend unter Druck. Google macht sich hier das Vertrauen (und die Gewohnheit) der Verbraucherinnen und Verbraucher zunutze und bietet auf seiner klassischen Suchmaschine selbst Angebote für Hotels oder Flüge (inklusive Bewertung, Fotos und Angebote) an, die oftmals sehr prominent gesetzt sind.

Dies hat große Auswirkungen auf Chancengleichheit und Sichtbarkeit anderer Anbieter am Markt, deren Chance ohne zusätzliche Bezahlung an prominenter Stelle auffindbar zu sein, immer geringer wird. Insgesamt besteht kaum Transparenz über die durch das Unternehmen verwendeten Algorithmen. Darüber

hinaus ist zu vermuten, dass sich das Unternehmen Wissen über den Tourismusmarkt und die Verbraucherinnen und Verbraucher auf Basis selbst generierter Daten bedient, welches Wettbewerbern nicht zur Verfügung steht und somit nicht von gleichen Marktchancen ausgegangen werden kann. Unter anderem sind diese Details derzeit Gegenstand eines wettbewerbsrechtlichen Verfahrens auf EU-Ebene.

Die finanziellen Folgen (z. B. durch Preissteigerungen) und datenschutzrechtlichen Konsequenzen für die Verbraucherinnen und Verbraucher sind kaum vorsehbar. Auch hierdurch wird die Frage aufgeworfen, ob das Unternehmen seine marktbeherrschende Stellung missbraucht.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Sieht die Bundesregierung in der derzeitigen Geschäftspraxis von Google, gleichzeitig sowohl die marktdominierende Suchmaschine als auch ein eigenes Meta-Suchportal mit Buchungsbutton für Reisen zu sein, ein kartell- und/oder wettbewerbsrechtliches Problem?
2. Welche nationalen kartell- und/oder wettbewerbsrechtlichen Möglichkeiten sieht die Bundesregierung, um die Geschäftspraxis von Google, gleichzeitig sowohl die marktdominierende Suchmaschine als auch ein eigenes Meta-Suchportal mit Buchungsbutton für Reisen zu sein, einzudämmen bzw. zu unterbinden?
 - a) Welche Rolle soll hierbei der vom Bundesminister für Wirtschaft und Energie, Sigmar Gabriel, angekündigten „kartellrechtsähnlichen Regulierung von Internetplattformen“ (vgl. FAZ.net, 16. Mai 2014, „Unsere politischen Konsequenzen aus der Google Debatte“) zukommen?
 - b) Zieht es die Bundesregierung in Betracht, Google als eines der größten Unternehmen der Welt „zu zerschlagen“ und, sollte dies der Fall sein, auf welchem Wege plant die Bundesregierung, auch vor dem Hintergrund des derzeit laufenden Verfahrens auf EU-Ebene, dies zu tun?
3. Welche konkreten Erkenntnisse liegen der Bundesregierung über das derzeit laufende Wettbewerbsverfahren gegen Google durch die Europäische Kommission im Speziellen zu der oben beschriebenen Problematik vor?
4. Wie beurteilt die Bundesregierung das von Google vorgeschlagene Auktionssystem in wettbewerblicher Hinsicht?
 - a) Teilt die Bundesregierung die Sorge der Fragesteller, dass das von Google als Kompromiss vorgeschlagene Auktionssystem zu höheren Preisen für Reisen führen könnte, und welche Position vertritt die Bundesregierung hierzu?
 - b) Teilt die Bundesregierung die verschiedentlich vorgetragene Bedenken, dass das Auktionssystem im Wettbewerb kleinere Anbieter schwächen wird?
5. Welche Aktivitäten hat die Bundesregierung in diesem Verfahren bereits wahrgenommen?
6. Welche Auswirkungen erwartet die Bundesregierung für die deutsche Online-Reisevertriebsbranche, sollte dem Vorschlag des Google Konzerns zugestimmt werden, und steht die Bundesregierung bezüglich dieser Problematik bereits im Austausch mit der Branche (bitte Auflistung von Treffen, Veranstaltungen o. Ä.)?
7. Welche Bedeutung misst die Bundesregierung einem fairen Wettbewerb und einer Ermöglichung von Sichtbarkeit bei Google im Bereich des Online-Reisevertriebs für die Verbraucherinnen und Verbraucher bei?

8. Welche Bedeutung misst die Bundesregierung einem fairen Wettbewerb im Bereich des Online-Reisevertriebs auch für die gesamtwirtschaftliche Tourismusentwicklung in Deutschland bei?

Berlin, den 18. August 2014

Katrin Göring-Eckardt, Dr. Anton Hofreiter und Fraktion

