

Google schluckt AdMob – Kartellprüfung muss verschärft werden

Die Kartellbehörde der Vereinigten Staaten hat der Übernahme von AdMob durch Google zugestimmt. Schon vor dieser Entscheidung war die Sorge groß, dass Google durch seine Dominanz auf dem Suchmaschinenmarkt jede Art von Konkurrenz bei der Online Werbung unterdrücken könnte – durch die Übernahme wird diese Befürchtung bestätigt.

Zuvor hatte Google noch versucht, AdMob im Bereich Mobilfunk durch verschärften Wettbewerb zu verdrängen. Wie wir bereits im [Newsletter vom 26. April](#) geschildert haben, hat sich Google AdMob jetzt einverleibt und so seine Marktdominanz weiter gefestigt. Der Bereich Handywerbung, vor allem auch in Verbindung mit Applikationen für iPhone & Co, indem AdMob sich gut positioniert hatte, ist nun ebenfalls Teil des Google-Imperiums.

Der Zusammenschluss von AdMob mit Google's Werbe-Plattform AdWord sorgt dafür, dass sich das Unternehmen auch in dem zurzeit kräftig wachsenden Markt der Handywerbung dauerhaft festsetzt. Die Konsequenzen für Konsumenten und Unternehmer sind verheerend: Investitionen in Mobilfunk Werbemarkt werden zu Nichte gemacht, Innovationen und Wahlmöglichkeiten für Handynutzer werden unterdrückt. Hinzu kommt, dass Googles Quasi-Monopol auf dem Suchmaschinenmarkt und bei der Suchmaschinenwerbung weiter unantastbar bleibt. Der Bereich Handy-Applikationen hätte mehr Wettbewerb hervorbringen können, jetzt ist auch diese Möglichkeit vertan.

In der [Stellungnahme der US-Kartellbehörde](#) ist zwar die Rede davon, dass die Übernahme durchaus in den Bereich der Kartellbildung fallen könnte, jedoch wurde in dem Zusammenhang darauf hingewiesen, dass auch Apple sich seit kurzem im Segment der Handy- und App-Werbung tummelt. Beide Entwicklungen gemeinsam, so die Behörde, werfen zu viele Fragen auf, um mit Sicherheit sagen zu können, ob tatsächlich das US-Kartellrecht verletzt wird.

ICOMP rechnet damit, dass Online-Werber, Anzeigenkunden und Verleger mit großer Besorgnis auf diese Nachricht reagieren. Sie werden sich an die Übernahme von DoubleClick 2008 erinnern, denn schon damals wurden Befürchtungen laut, dass Google jetzt womöglich seine Herrschaft im Bereich der Suchmaschinen noch weiter ausbauen könnte.

Seit sich das Unternehmen in jedem Bereich des Online-Anzeigenmarktes – vom Inserenten bis zum User – festgesetzt hat, kann faktisch niemand mehr mit Google konkurrieren. Durch die AdMob-Übernahme wird das Ganze noch um eine Stufe erweitert: Auch der neue Markt der Handywerbung ist jetzt Teil des allumfassenden Google-Monopols, und somit für alle anderen mehr oder weniger unerreichbar. Das Tragische daran ist, dass Google seine Herrschaft nicht auf Innovationen oder Wettbewerb gründet, sondern Konkurrenz beseitigt, indem es sie aufkauft.

Auch wenn die US-Behörden noch keine hinreichenden Beweise für eine Kartellbildung sehen, so wird die Reihe der letzten Übernahmen durch Google nicht ohne Folgen bleiben. Weltweit werden Wettbewerbswächter genau beobachten welche Schritte das Unternehmen als nächstes plant.

Ab jetzt muss die Überprüfung des Unternehmens auf globaler Ebene stattfinden. Geplante Übernahmen durch Google dürfen nicht länger isoliert betrachtet werden, sondern müssen als fester Bestandteil der wettbewerbsfeindlichen Unternehmenspraxis gesehen werden. Das Scannen von Büchern und andere Formen der Urheberrechtsverletzungen, die Vergabe von Search Penalties, Diskriminierungen aller Art, sowie die gängige Firmenstrategie Nutzer, Anzeigenkunden und Verleger durch einseitige Exklusivverträge an sich zu binden, sind Punkte an denen man ansetzen könnte.