

**ICOMP begrüßt das Abkommen zwischen Microsoft und Yahoo!,
zeigt sich aber zugleich weiterhin besorgt über die Wettbewerbslage auf den Online-Märkten**

ICOMP, die Initiative für einen wettbewerbsfähigen Online-Markt, begrüßt die Genehmigung des Internetsuchabkommens zwischen Yahoo und Microsoft durch die Europäischen Kommission und das US-Justizministeriums.

Mit diesem Abkommen haben Microsoft und Yahoo die Möglichkeit, eine Suchplattform aufzubauen, die zumindest vom Umfang her das Potenzial hat, sich als Alternative zur dominierenden Google-Suche zu etablieren. Die Europäische Kommission hob hervor, dass der europäische Marktanteil von Google bei der Internetsuche und im Suchmaschinenmarketing generell mehr als 90% beträgt

Sowohl Online-Werbeträger als auch Online-Verleger und Nutzer werden von dieser Kooperation profitieren. Das Abkommen zwischen Microsoft und Yahoo ist zwar kein Patentrezept für die gegenwärtige Wettbewerbslage in Bezug auf Suchmaschinensuche und Suchmaschinenmarketing. Dennoch wird die gemeinsame Plattform von Yahoo und Microsoft immerhin eine praktikable Alternative darstellen.

Lord Watson, Vorsitzender von ICOMP, bewertet die Kooperation hinsichtlich ihrer Auswirkung für die Internetnutzer in Europa: „Wettbewerb und Innovation im Internet sind für die Internetnutzer in Europa äußerst wichtig. Diese Zusammenarbeit verspricht nicht nur eine verbesserte Auswahl für Nutzer sondern auch, dass Innovation und Entwicklung im Bereich von Suchmaschinen, Suchmaschinenmarketing und Online-Inhalten weiter vorangetrieben werden.“

Auch wenn das Abkommen zwischen Yahoo und Microsoft einen nützlichen ersten Schritt darstellt, so kann es nur ein Anfang sein. Mit Blick in die Zukunft wird deutlich, dass die Märkte für Suchmaschinen und Suchmaschinenmarketing dringend mehr Auswahl und Wettbewerb benötigen.

Derzeit beherrscht ein einziges Unternehmen – Google – den weltweiten Suchanfragenmarkt mit erstaunlicher Deutlichkeit. Wie bereits erwähnt liegen die Marktanteile von Google in Europa meist über 90 %. Sollte darüber hinaus das schwebende AdMob Abkommen zum Abschluss kommen, wird Google zusätzlich – im zunehmend bedeutenden Mobilfunksektor – über Anteile an App-Werbung und anderen Werbeformen in der Branche von mindestens 70 % verfügen.

Auch die jüngsten Ereignisse in Italien und Deutschland sowie die heutige Bekanntgabe, welche die französische Wettbewerbsbehörde dazu auffordert, Nachforschungen hinsichtlich eines möglichen wettbewerbswidrigen Verhaltens von Google anzustellen, sind Anzeichen für die wachsende Sorge in Bezug auf Googles Marktdominanz und die Notwendigkeit für eine entsprechende Reaktion.

Auch wenn die Zusammenarbeit von Microsoft und Yahoo eine wichtige Entwicklung in Richtung wettbewerbsfähigerer Märkte für Suchmaschinen und Suchmaschinenmarketing darstellt, bleibt noch viel zu tun. Neben der kontinuierliche Wachsamkeit der Wettbewerbsbehörden weltweit ist auch ein konsequentes Umsetzen der Wettbewerbsregeln von großer Bedeutung, um einen dynamischen, wachsenden und innovativen Online-Markt zu garantieren.