

## Google im Kreuzfeuer des EU-Markt-Tests: Das europäische Gastgewerbe plädiert für strengere Verpflichtungen

**(Brüssel/Berlin, 27. Mai 2013)** HOTREC, der europäische Dachverband der Hotels, Restaurants und Cafés, hat in einer Stellungnahme an die Europäische Kommission seinen Standpunkt zu den von Google mit Blick auf das laufende EU-Wettbewerbsverfahren angebotenen Selbstverpflichtungen verdeutlicht. So erwartet das Gastgewerbe zur Vermeidung von Wettbewerbsnachteilen, dass bei Google die organischen Suchergebnisse mit den direkten Verknüpfungen zu den gesuchten Betrieben immer an der Spitze der Suchergebnisse erscheinen und nicht unter lauter Werbeanzeigen und Links zu anderen Google-Diensten untergehen.

Dem öffentlichen Aufruf der Europäischen Kommission (Case COMP/C-3/39.740) folgend, lieferte HOTREC seinen fachlichen Beitrag zum Wettbewerbsverfahren gegen Google, der einflussreichsten Suchmaschine in Europa und weltweit. Der atomistisch strukturierte gastgewerbliche Markt in Europa, der vor allem durch Kleinst- und viele kleine und mittlere Betriebe geprägt ist, sieht sich generell mit Praktiken im Bereich der organischen Suche und Metasuche, der Buchungsportale und Bewertungsplattformen konfrontiert, die immer mehr Betriebe als unausgewogen oder ungerecht empfinden.

Als Reaktion auf die von Google angebotene Verpflichtungserklärung im aktuellen Wettbewerbsverfahren betont HOTREC, dass es für die kleinen und mittleren Unternehmen entscheidend ist, in den Suchergebnissen nicht durch Werbung und Links anderer, teils von Google betriebener, kommerzieller Dienste, immer weiter nach unten verdrängt zu werden. Denn dadurch wird Traffic von der Website des gesuchten Betriebes weggeleitet. HOTREC fordert daher, dass jegliche Suchergebnisse werblicher Art von den organischen Suchergebnissen hinreichend klar getrennt dargestellt werden sollten.

Darüber hinaus sollte es verboten werden, dass Hotelnamen ohne die Zustimmung des Eigentümers in fremden Anzeigen und Suchergebnissen verwendet werden und so der Eindruck einer direkten Verlinkung zum gesuchten Dienst oder Betrieb entsteht, während in Wirklichkeit der Traffic auf Webseiten Dritter umgeleitet wird.

*„Die von Google bisher angebotenen Zusagen zur Ausräumung der wettbewerbsrechtlichen Bedenken der Kommission, sind aus unserer Sicht nicht ausreichend. Eine strengere Regulierung ist erforderlich und darüber hinaus sollte die Kommission auch eine gesetzgeberische Initiative zum generellen Verbot von Brand Bidding und Keyword-Advertising von OTAs auf Hotelnamen starten“, fordert HOTREC-Präsident Kent Nyström.*

### Über HOTREC

HOTREC repräsentiert Hotels, Restaurants und Cafés in Europa. Die Branche steht für 1,7 Mio. Betriebe, von denen rund 99,5% Klein- und Mittelbetriebe sind. Das Gastgewerbe bietet allein in der EU 9,5 Mio. Arbeitsplätze. HOTREC vereint 44 national Hotel- und Gaststättenverbände aus 27 europäischen Ländern.

Für weitere Informationen: [www.hotrec.eu](http://www.hotrec.eu)

PRESSEKONTAKT: Anna Maria Torres, CEO, + 32(0)2 513 63 23, [hotrec@hotrec.eu](mailto:hotrec@hotrec.eu)