

Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1: Einführung	13
A. Einleitung	13
B. Ziele der Untersuchung	18
C. Gang der Untersuchung	19
Kapitel 2: Digitale Ökonomie	21
A. Plattformökonomik	21
I. Digitale Plattformen	21
II. Analoge und digitale Plattformen	27
B. Die Bedeutung von Netzwerkeffekten im Internet und ihre Auswirkungen	32
I. Allgemeines	32
II. Direkte Netzwerkeffekte	34
III. Indirekte Netzwerkeffekte, Daten-Netzwerkeffekte und externe Informationseffekte	37
Kapitel 3: Wettbewerbsschutz in der EU und Plattformdienste	43
A. Das Missbrauchsverbot im Europäischen Kartellrechtssystem	43
B. Bestimmung des sachlich relevanten Marktes	48
I. Traditionelle (einseitige) Märkte	51
1. Einleitung	51
2. Bedarfsmarktkonzept – funktionale Austauschbarkeit	52
3. Hypothetischer Monopolistentest – SSNIP-Test	55
II. Marktnachfrage auf Online-Plattformen unter Berücksichtigung von Netzwerkeffekten und der Theorie zweiseitiger/mehrseitiger Märkte	60
1. Einleitung	60
2. Zweiseitige/mehrseitige Märkte	61

3. Weitere Folgen der Gewinnung von Netzwerkeffekten für zweiseitige Märkte unter Berücksichtigung der kritischen Masse	66
a. Preisdifferenzierung	67
b. Negative Netzwerkeffekte, Umstellungskosten und Multi-Homing	70
c. Negative Netzwerkeffekte: Pfadabhängigkeit und Lock-in-Effekt	74
4. Plattformseitenübergreifender Markt – „single-market approach“	76
5. Marktseitenspezifische Marktabgrenzung – „multiple-markets approach“	79
6. Zwischenergebnis und Stellungnahme	83
a. „Mehrseitige Einzelmarktbeherrschung“	83
b. Loslösung vom starren Preisgefüge	89
C. Das „Ob“ der Marktabgrenzung in der Missbrauchskontrolle für Online-Plattformdienste	92
I. Marktabgrenzung als normativ unverzichtbarer Bestandteil der Missbrauchskontrolle	92
II. „Theory of Harm“ – Missbrauchsrecht als reine Schadenstheorie	92
III. Bewertung und Stellungnahme	95
D. Marktmacht	98
I. Allgemeines	98
II. Grundsätze der Marktmachtbestimmung	100
III. Marktmacht eines mehrseitigen Plattformdienstes	101
IV. Zusammenfassung und Stellungnahme	101
E. Missbräuchliche Verhaltensweisen	104
I. Ausbeutungsmissbrauch	106
1. Preis- und Konditionenmissbrauch	106
a. Erzwingung unangemessener Bedingungen – datenschutzrechtswidrige AGB von Facebook	107
b. Anwendung und Zwischenergebnis	112

2. Kopplungsverbot in Sinne eines Ausbeutungsmissbrauchs	114
a. Einführung	114
b. Kopplungsstrategien der Plattformbetreiber im Rahmen des Ausbeutungsmissbrauchs	116
c. Aufgedrängte Leistungserweiterung – Fall „Facebook“	117
aa. Anwendung der Grundsätze der BGH-Entscheidung	119
bb. Stellungnahme	121
II. Behinderungsmissbrauch	126
1. Übertragung von Marktmacht durch Plattformdienste, „Leveraging“	130
a. Einführung	130
b. Weitergehende Besonderheiten eines „Leveraging“ bei Plattformdiensten	133
c. Plattformumhüllung am Beispiel von Facebook-Marketplace und Amazon	134
aa. Grundsätze der Untersuchung der Kommission	134
bb. Folgerungen und Stellungnahme	136
2. Geschäftsverweigerung – Nichtaufnahme von Geschäftsbeziehungen – Essential-Facility-Doktrin ..	137
a. Einleitung	137
b. Natürliche Monopole	138
c. Essential-Facility-Doktrin	141
aa. Datenzugang	144
(1) Personenbezogene Daten	147
(2) Nichtpersonenbezogene Daten	151
bb. Stellungnahme	153
III. Selbstbevorzugung – „self preferencing“	154
1. Einleitung	154
2. Google-Shopping-Entscheidung	156
a. Allgemeines	156

b. Selbstbevorzugung als mögliche Verdrängungspraktik	159
aa. Feststellung von Wettbewerbsnachteilen	159
bb. Vorgehensweise in der Google-Shopping- Entscheidung	161
c. Stellungnahme und Folgeprobleme	162
aa. Stellungnahme	162
bb. Folgeprobleme	164
F. Lösungsansätze	165
I. Selbstregulierung – insbesondere durch Algorithmen der Privatakteure	166
II. Nachbesserung des bestehenden Wettbewerbsrechts – Auslegung und Methodik	167
III. Regulierung der Online-Plattformdienste	167
IV. Stellungnahme	169
Kapitel 4: Versuch eines regulatorischen Rahmens für Plattformen – „Neue Regeln für neue Macht“	171
A. Grundmechanismen der Marktregulierung	171
I. Einleitung	171
II. Digitale Plattformökonomie als Gegenstand des Regulierungsrechts	172
B. Gewährleistung wirksamen Wettbewerbs durch die P2B- Verordnung	177
I. Einführung	177
II. Gegenstand, wesentlicher Inhalt der Zielsetzungen der P2B-VO und Einsetzung einer EU-Beobachtungsstelle	179
III. Normativer Regulierungsrahmen der P2B-VO	183
1. Anwendungsbereich	183
2. Art. 4 Abs. 1, 5 P2B-VO und das interne Beschwerdemanagementsystem Art. 11 Abs. 1, 2 P2B-VO	188
3. Art. 5 P2B-VO – Auswahl und Reihung innerhalb eines Rankings und Datenzugang, Art. 9 P2B-VO	189

4. Art. 7 P2B-VO Selbstbevorzugung bei vertikal integrierten Plattformmärkten	190
a. Regelungsgegenstand – „Hilfe zur Selbsthilfe“	190
b. Bewertung	193
aa. Vorteile des gewählten Ansatzes	193
bb. Schwächen des gewählten Ansatzes	195
IV. Abschließende Stellungnahme zum Regelungsansatz der P2B-VO	197
V. Künftige Ausrichtung	202
C. Digital Market Acts	204
I. Einführung	204
II. Regulierungsrahmen und Regelungsgehalt	209
1. Zielsetzungen	209
a. Einleitung – Fairness und Bestreitbarkeit der Märkte	209
b. Bestreitbarkeit der Märkte – aus ökonomischer Perspektive	210
c. Rechtliche Zielsetzungen der Bestreitbarkeit im Regulierungssektor der digitalen Plattformökonomik	214
2. Rechtsgrundlage, Art. 114 AEUV	220
a. Legitimation einer Sektorregulierung des digitalen Binnenmarktes	220
aa. Art. 114 AEUV	221
bb. Art. 103 AEUV	221
b. Stellungnahme	222
3. Anwendungsbereich – „Gatekeeper Stellung“	224
4. Normative Verpflichtungen für Gatekeeper	228
a. Kopplungsverbot, Art. 5 Abs. 2 lit. b) DMA	228
b. Datennutzung zu Wettbewerbszwecken	230
c. Datenzugang, Art. 6 Abs. 10 u. 11 DMA	232
d. Zwischenergebnis	234
III. Abschließende Stellungnahme/Ergebnis	235
IV. Zusammenfassung	239

Kapitel 5: Ein Regulierungsrahmen im digitalen Sektor – eine Abkehr
von starren Sanktionsregulierungen 241

Literaturverzeichnis 245