

Inhaltsverzeichnis

A. Wettbewerbsrecht im Kontext digitaler Plattformen und Big Data	13
I. Die Plattformökonomie	17
1. Wirtschaftliche Bedeutung	17
2. Gründe für den Siegeszug der Plattformen	18
3. Die Nutzbarmachung der Digitalisierung	19
a) Relevante Geschäftsmodelle	19
aa) Online-Marktplätze	20
bb) Mobile Ökosysteme und Anwendungsvertriebsplattformen (App Stores)	22
cc) Internetsuchdienste	22
dd) Soziale Netzwerke und Content-Plattformen	25
ee) Werbeplattformen	27
b) Vorteile für die Unternehmen	28
c) Die Wertschöpfungskette der Daten	28
II. Big Data im Fokus des Wettbewerbsrechts	29
1. Der Datenbegriff	29
a) Allgemeines	29
b) Personenbezogene Daten	30
2. Die Dimensionen von „Big Data“	32
3. Abbau des digitalen Rohstoffs oder: Wege der Datenakquise	34
4. Daten als Machtfaktor im Wettbewerb	36
a) Daten als Infrastrukturressource	36
b) Big Data als Markteintrittsbarriere	38
c) <i>PeopleBrowsr v. Twitter</i>	41
III. Die wettbewerbsrechtliche Relevanz digitaler Plattformen bei der Datennutzung	44
1. Schnittstellen sozialer Netzwerke als Essential-Facility	44
2. Charakteristika digitaler Märkte und Plattformen	45
a) Mehrseitige Marktbeziehungen	45

aa) Wettbewerbsrechtliche Relevanz der Netzwerk- und Lock-in-Effekte	46
(1) Wirkungsweise	46
(2) Untersuchung der Auswirkungen auf den Wettbewerb im Einzelfall	48
(3) Bewertung	49
bb) Interaktion mit verschiedenen Nutzergruppen	51
b) Notwendigkeit des Zugangs zu großen Datenpools	51
IV. Bestimmung des sachlich relevanten Marktes	53
1. Grundsätze	54
2. Abgrenzung von Plattformmärkten	56
a) Annahme eines Marktes trotz unentgeltlicher Leistung	57
b) Alternative Parameter für einen modifizierten SSNIP-Test	59
aa) Ersetzung der monetären Gegenleistung	60
bb) Ermittlung der Substitutionsbeziehung durch qualitative Parameter	61
cc) Zwischenergebnis	63
c) Plattformspezifische Adaptionen der Marktabgrenzung	63
aa) Differenzierte Abgrenzung der verschiedenen Marktseiten	64
bb) Einbeziehung des Inputs in die Marktabgrenzung	67
cc) Anwendung eines plattformmarktspezifischen Bedarfsmarktkonzepts	69
(1) Onlinesuche	69
(2) Soziale Netzwerke	72
(3) Stärkere Berücksichtigung der Marktentwicklung	75
(4) Alternativen zur Marktabgrenzung	77
d) Fazit	78
V. Marktmacht auf Plattformmärkten	78
1. Ermittlung der marktbeherrschenden Stellung auf einseitigen Märkten	79
2. Ermittlung der marktbeherrschenden Stellung auf Plattformmärkten	81
a) Plattformökonomische Grundsätze	81
b) Marktbeherrschung auf Suchmaschinenmärkten	83

c) Marktbeherrschung im Bereich Social Media	85
d) Weitere relevante Kriterien	87
e) Fazit	89
B. Digitale Plattformen als Essential-Facilities	
des 21. Jahrhunderts	93
I. Möglichkeiten der Zugangsverschaffung	93
II. Die Essential-Facilities-Doktrin als Ausdruck eines	
Spannungsverhältnisses	96
III. Rechtsentwicklung	98
1. Ursprünge	98
2. Rechtsprechung des EuGH	100
a) Magill	101
b) Bronner	103
c) IMS Health	105
d) Microsoft	108
aa) Unerlässlichkeit	109
bb) Ausschluss des wirksamen Wettbewerbs	109
cc) Objektive Rechtfertigung	110
dd) Zwischenfazit	111
3. Digitale Plattformen als Essential-Facilities	111
a) Gegenstand eines Zugangsrechts	111
b) Kriterium der Unerlässlichkeit	113
aa) Intermediäre des Internets	116
(1) Der Google-Suchmaschinenindex	116
(2) Google Shopping	120
(3) Der Query-Prozessor	123
(4) Amazon	124
bb) Zugang zu Datenbeständen	126
cc) <i>hiQ Labs, Inc. v. LinkedIn Corp.</i>	130
dd) Maschinengenerierte Daten	132
(1) Wirtschaftliche Nutzbarmachung	132

(2) Zuordnung der Daten	133
(a) Maschinengenerierte Daten als Gegenstand eines Schutzrechts	134
(b) Keine Notwendigkeit der Schaffung eines Datenerzeugerrechts	138
(3) Konzeption eines Zugangsanspruchs	141
ee) App Stores für mobile Ökosysteme	143
ff) Neue Beurteilungsansätze	145
(1) Analyse der begehrten Datensätze	145
(2) Missbrauch relativer Marktmacht	148
gg) Zwischenergebnis	151
c) Erfordernis eines neuen Produktes	151
aa) Bisherige Linie der Rechtsprechung	151
bb) Folgen für die Plattformökonomie	153
d) Objektive Rechtfertigung	155
aa) Stand der Rechtsentwicklung	156
(1) Allgemeines	156
(2) Bedeutung des Kriteriums der Effizienzvorteile	157
bb) Objektive Rechtfertigung für digitale Plattformen	159
(1) Feststellung schützenswerter Investitionsanreize	160
(2) Prüfung der Erforderlichkeit und Angemessenheit der Zugangsverweigerung zum Schutz der Investition ...	161
(3) Prognose der Auswirkungen der Zugangsverweigerung auf die Konsumentenwohlfahrt .	164
(4) Berücksichtigung der Dynamik des Marktgeschehens ..	166
(a) Rolle des Erfordernisses eines neuen Produktes ..	167
(b) Untersuchung der Geschäftsstrategie insgesamt ..	168
(5) Zwischenergebnis	169
e) Beweislast	171
4. Rechtsfolge	173
a) Allgemeines	173
b) Gewährleistung des Zugangs	174
c) Der Zeitfaktor in der Kartellrechtsdurchsetzung	177
aa) Vorzüge des einstweiligen Rechtsschutzes	177

bb) Einstweilige Maßnahmen	178
cc) Einsatzmöglichkeiten für Überwachungstreuhänder	180
C. Abstimmung des Datenschutzrechts und Kartellrechts für digitale Sachverhalte	183
I. Stand der Diskussion	185
II. Notwendigkeit einer stärkeren Verzahnung	187
III. Recht auf Datenübertragbarkeit, Art. 20 DSGVO	189
1. Zielrichtung	189
2. Tatbestand	190
a) Problematik der „bereitgestellten“ personenbezogenen Daten	191
b) Erfassung von Daten mit Drittbezug	192
c) Einschränkungen	194
d) Rechtsfolgen	194
3. Einordnung	196
IV. Datenschutzrechtliche Implikationen für die Datenzugangsgewährung	197
1. Anwendbarkeit	198
a) Anonymisierung	198
b) Pseudonymisierung	200
2. Rechtfertigung der Zugangsgewährung zu personenbezogenen Daten	202
a) Berücksichtigung der Datenschutzgrundsätze	202
aa) Grundsatz der Zweckbindung	202
bb) Grundsatz der Datenminimierung	203
cc) Kritik	204
b) Rechtfertigungstatbestände im Einzelnen	204
aa) Einwilligung	204
bb) Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung	206
cc) Zweckänderung	206
(1) Rechtsnatur des Art. 6 Absatz 4 DSGVO	207
(2) Notwendigkeit der primärrechtskonformen Auslegung	209

(3) Rechtsrahmen des Artikel 6 Absatz 4 DSGVO	209
(4) Zweckverbindung und Kontext der Weiterverarbeitung	210
(5) Beurteilung nach der Art der Daten	212
(6) Analyse der Folgen für die Betroffenen	213
(7) Analyse am Beispiel der Rechtssache <i>hiQ Labs, Inc. v. LinkedIn Corp.</i>	215
(8) Das Vorhandensein geeigneter Garantien	218
(9) Grundentscheidung zugunsten der Souveränität der Betroffenen	219
(a) Maßstab für die Beurteilung der Zweckänderung	219
(b) Wahrung der Nutzersouveränität bei der Umsetzung von Zugangsansprüchen	221
c) Schlussfolgerungen für die datenschutzrechtliche Zulässigkeit einer Zugangsgewährung	222
D. Zusammenfassung der Ergebnisse und Ausblick	225
1. Zu den plattformökonomischen Rahmenbedingungen	225
2. Zur Abgrenzung des sachlich relevanten Marktes	226
3. Zur Feststellung einer marktbeherrschenden Stellung	227
4. Zum Tatbestand der Essential-Facilities-Doktrin	228
5. Zur Möglichkeit der objektiven Rechtfertigung	230
6. Zur Anpassung der Abhilfemaßnahmen/Rechtsfolgen	231
7. Zum Verhältnis des Datenschutzrechts und des Kartellrechts bei digitalen Sachverhalten	232
8. Ausblick	233
E. Kartellrecht und digitale Plattformen – bieten die analogen Kartellvorschriften Lösungen für die digitale Ökonomie auf zweiseitigen Märkten?	235
Literaturverzeichnis	237