

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Abkürzungsverzeichnis	XI
1. Einleitung	1
1.1. Problemstellung	3
1.2. Forschungsziel.....	4
1.3. Gang der Untersuchung	4
2. Ausgewählte ökonomische Aspekte der Digitalökonomie.....	7
2.1. Die Digitalökonomie	7
2.2. Digitale Märkte und digitale Güter	8
2.2.1. Digitale Märkte	9
2.2.2. Digitale Güter.....	10
2.3. Netzwerke, Netzwerkgüter und Netzwerkeffekte.....	11
2.3.1. Direkte Netzwerkeffekte	12
2.3.2. Indirekte Netzwerkeffekte.....	13
2.4. Plattformen und mehrseitige Märkte	14
2.4.1. Definition und Kategorisierung von Plattformen.....	14
2.4.2. Plattformen als zwei- oder mehrseitige Märkte	16
2.4.3. Transaktions- und Nicht-Transaktionsplattformen.....	19
2.4.4. Asymmetrische Preisgestaltung auf Plattformmärkten	21
2.4.5. Determinanten für Plattformwettbewerb und Markt- konzentration	22
2.4.5.1. Beschränkung der Nutzung	23
2.4.5.2. Differenzierungsmöglichkeiten der Plattformen....	24
2.4.5.3. Multihoming und Wechselkosten	24
2.4.6. Wettbewerbsrechtliche Charakteristika von Plattform- märkten	26
2.4.6.1. Selbstverstärkende Effekte	26
2.4.6.2. Innovationsgetriebener Wettbewerbsdruck.....	27
2.4.6.3. Hohe Expansionstätigkeit	29

2.4.6.4. Marktkonzentration und Wohlfahrt auf Plattformmärkten	29
2.5. Die Rolle von Daten und Datenschutz in digitalen Märkten	30
2.5.1. Begriffsbestimmungen	30
2.5.2. Ökonomische Rolle von Daten in digitalen Märkten.....	32
2.5.2.1. Ökonomische Eigenschaften von Daten.....	32
2.5.2.2. Die Rolle von Daten in Geschäftsmodellen der Digitalwirtschaft.....	34
2.5.2.3. Auswirkungen der Datenverwertung auf die Wohlfahrt	35
2.5.3. Verhältnis Kartellrecht und Datenschutzrecht.....	37
2.5.4. Potenzielle Einflüsse des Datenschutzes auf den Wettbewerb.....	39
3. Marktabgrenzung in Fällen der Digitalökonomie	41
3.1. Allgemeines zur Abgrenzung des relevanten Marktes	42
3.1.1. Leitlinien und Bekanntmachungen der Kommission	42
3.1.2. Notwendigkeit der Marktabgrenzung	44
3.1.3. Die drei Dimensionen der Marktabgrenzung	45
3.1.3.1. Der sachlich relevante Markt	45
3.1.3.2. Der räumlich relevante Markt.....	46
3.1.3.3. Der zeitlich relevante Markt.....	47
3.2. Kriterien und Methoden der Marktabgrenzung in der Digitalökonomie	48
3.2.1. Nachfragesubstituierbarkeit.....	49
3.2.1.1. Die Nachfragesubstituierbarkeit im Allgemeinen...	50
3.2.1.2. Die Nachfragesubstituierbarkeit in Fällen der Digitalökonomie.....	52
3.2.2. SSNIP-Test	54
3.2.2.1. SSNIP-Test im Allgemeinen.....	54
3.2.2.2. SSNIP-Test in Fällen der Digitalökonomie	56
3.2.2.3. Modifikationen des SSNIP-Tests.....	59
3.2.3. Elastizitätsanalysen	61
3.2.3.1. Elastizitätsanalysen im Allgemeinen	62
3.2.3.2. Elastizitätsanalysen in Fällen der Digitalökonomie	63
3.2.4. Angebots substituierbarkeit.....	65
3.2.4.1. Die Angebots substituierbarkeit im Allgemeinen...	65
3.2.4.2. Die Angebots substituierbarkeit in Fällen der Digitalökonomie.....	67
3.2.5. Potenzieller Wettbewerb	68
3.3. Marktqualität bei fehlender monetärer Gegenleistung.....	70
3.3.1. Rechtsprechung zu unentgeltlichen Märkten.....	70

3.3.2. Dogmatische Rechtfertigung der Annahme unentgeltlicher Märkte	72
3.4. Einheitliche oder getrennte Abgrenzung mehrseitiger Märkte	75
3.4.1. Abgrenzung nach Plattformtyp	76
3.4.1.1. Matching-Plattformen	77
3.4.1.2. Aufmerksamkeitsplattformen	79
3.4.1.3. Kritik an der Abgrenzung nach Plattformtyp	80
3.4.2. Zweigliedriges Bedarfsmarktkonzept	82
3.5. Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse	84
3.5.1. Nachfragesubstituierbarkeit	84
3.5.2. SSNIP-Test	85
3.5.3. Elastizitätsanalysen	85
3.5.4. Angebotssubstituierbarkeit	86
3.5.5. Märkte für unentgeltliche Leistungen	86
3.5.6. Abgrenzung mehrseitiger Märkte	86
4. Marktmacht in Fällen der Digitalökonomie	89
4.1. Allgemeines zur Marktmacht	89
4.1.1. Marktmacht im Sinne des Art 102 AEUV	90
4.1.2. Marktmacht im Sinne der FKVO	94
4.1.3. Gegenüberstellung von Marktmacht in Art 102 AEUV und Art 2 Abs 3 FKVO	95
4.2. Allgemeine Beurteilungskriterien der Marktmachtprüfung	97
4.2.1. Marktstrukturanalyse	98
4.2.1.1. Marktanteile	98
4.2.1.2. Potenzieller Wettbewerb und Marktzutritts-schranken	100
4.2.2. Unternehmensstrukturanalyse	103
4.2.3. Marktverhaltensanalyse	105
4.3. Marktmacht in Fällen der Digitalökonomie	107
4.3.1. Geringe Aussagekraft von Marktanteilen	107
4.3.2. Besondere Formen von Marktmacht in der Digital-ökonomie	111
4.3.2.1. Preisbestimmungsmacht	112
4.3.2.2. Qualitätsbestimmungsmacht	113
4.3.2.3. Intermediationsmacht	115
4.3.2.4. Konglomerate Macht	120
4.4. Besondere Kriterien der Marktmachtprüfung in Fällen der Digitalökonomie	126
4.4.1. Direkte und indirekte Netzwerkeffekte	127
4.4.1.1. Indirekte Netzwerkeffekte als Marktzutritts-schranken	127

4.4.1.2. Besonderheiten bei asymmetrischen indirekten Netzwerkeffekten.....	129
4.4.1.3. Ermittlung der indirekten Netzwerkeffekte.....	131
4.4.1.4. Beschränkung des Handlungsspielraums	132
4.4.1.5. Direkte Netzwerkeffekte.....	133
4.4.1.6. Rechtsprechungsanalyse	134
4.4.2. Größenvorteile	139
4.4.2.1. Kostenseitige Größenvorteile.....	139
4.4.2.2. Größenvorteile aus Netzwerkeffekten.....	140
4.4.2.3. Rechtsprechungsanalyse	141
4.4.3. Digitale Nutzungsformen	143
4.4.3.1. Allgemeines.....	143
4.4.3.2. Multi-homing	145
4.4.3.3. Single-homing.....	145
4.4.3.4. Competitive bottleneck	146
4.4.3.5. Rechtsprechungsanalyse	146
4.4.4. Zugang zu Daten und Datenmacht	149
4.4.4.1. Daten und Marktzutrittsschranken	149
4.4.4.2. Daten und Größen- bzw Verbundvorteile.....	151
4.4.4.3. Daten und Netzwerkeffekte.....	152
4.4.4.4. Rechtsprechungsanalyse	153
4.4.5. Innovationen und innovationsgetriebener Wettbewerbs- druck	158
4.4.5.1. Allgemeines.....	159
4.4.5.2. Aktueller Innovationswettbewerb.....	160
4.4.5.3. Potenzieller Innovationswettbewerb.....	161
4.4.5.2. Rechtsprechungsanalyse	163
4.5. Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse	164
4.5.1. Besondere Formen von Marktmacht in der Digitalökonomie	164
4.5.2. Netzwerkeffekte in der Marktmachtprüfung.....	165
4.5.3. Nutzungsformen in der Marktmachtprüfung	166
4.5.4. Größenvorteile in der Marktmachtprüfung	166
4.5.5. Daten in der Marktmachtprüfung	167
4.5.6. Innovationen in der Marktmachtprüfung.....	167
5. Stellungnahme und Ausblick.....	169
5.1. Stellungnahme	169
5.2. Ausblick	171
Literaturverzeichnis	173
Judikaturverzeichnis	181
Über den Autor	185