Medienrealität. Wie also kann ein „Netflix für Nachrichten", ein „Spotify für Journalismus" aussehen, gestaltet werden, welche Chancen ergeben sich und welche Risiken verbergen sich hinter diesen Konzepten? Die Beiträge des Buches lesen sich in seinem „Plattform-Teil" schnell und schlüssig, und man will als Leser sofort und unbedingt weiterdenken, man will mehr und vor allem die Nutzersicht auf abonnementbasierte, anbieterübergreifende Plattformen im Journalismus integriert wissen. Im Team des Rezensenten in Salzgitter (https://komma.ostfalia.de) diskutiert, zeigt sich ein Aspekt zentraler Kritik an einem Flatrate-Modell für Inhalte mit unterschiedlichem Geldwert heraus: Die Quantifizierung von Klicks, deren Bewertung und Rückwirkung auf die Produktion. Es steht zu vermuten, dass in einem solchen, wieder aufmerksamkeitsökonomisch geleiteten System überwiegend Inhalte generiert werden, die direkt den Nutzer im Sinne von Informiertheit, Mitredenkönnen oder Nutzwert in seinen handlungsleitend eingesetzten Bedürfnissen bedienen.

Damit bleibt der alte nie zu Ende geführte Diskurs weiter offen. Es ist der Diskurs um publizistische Qualität, um Boulevardisierung auf der einen, Vielfalt und deren Sicherung auf der anderen Seite, der Diskurs um die Berücksichtigung meritorischer Bedürfnisse, der Diskurs, der eine Gefahr von übermäßigem Clickbaiting selbst bei vermeintlich seriösen Anbietern sieht und der die Einschätzung zur Relevanz von Inhalten für die gelingende gesellschaftliche Kommunikation berücksichtigt wissen will. Auch das Buch von Christian Wellbrock und Christopher Buschow sagt letzten Endes: Wir müssen diesen Diskurs weiterführen – alles andere wäre demokratiefeindlich. Wir sollten dies dann tun, wenn wir den vorletzten Beitrag des Buches aufmerksam studiert haben, in diesem geht es um drei Szenarien für eine anbieterübergreifende Journalismusplattform, auch in Salzgitter wird, am Rande bemerkt, weiter an diesem Punkt geforscht.

Prof. Dr. Harald Rau
Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Salzgitter

Digitale Marktmacht

VOLMAR, Maximilian

Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2019
481 S., Broschiert, 109,00 Euro
ISBN 978-3-8487-6269-9
kostenlos als E-Book im Open Access

Die Dissertation von Maximilian Volmar „Digitale Marktmacht" hat die wirtschaftlichen Umwälzungen infolge der digitalen Revolution zum Anlass der wissenschaftlichen Untersuchung genommen. Der Verfasser wirft die Frage auf, inwiefern der Aufstieg monopolartiger Internetplattformen wie Amazon, Facebook und Google ein wettbewerbsrechtlich zu regulierendes Machtproblem darstellt. Für die Beantwortung widmet sich Volmar der Untersuchung, woraus die sog. GAFAs ihre wirtschaftliche Marktmacht generieren und ob der bestehende kartellrechtliche Rahmen dem Regulierungsbedürfnis gewachsen ist. Angesichts ihrer aktuellen, globalen Omnipräsenz ist die Thematik nicht nur in juristischer, sondern auch in politischer sowie ökonomischer Hinsicht von besonderer wissenschaftlicher Bedeutung.

Die Entwicklung der digitalen Marktmacht und die entsprechende Notwendigkeit der folgenden Untersuchung werden zunächst in einer Einleitung überzeugend vermittelt. Mit fünf weiteren Kapiteln kommt der Abhandlung ein bemerkenswerter Umfang von insgesamt 481 Seiten zu. Hier erfolgt anfangs eine rechtsvergleichende Aufbereitung der einschlägigen Rechtsmaterien in Deutschland, der Europäischen Union und den USA (Kapitel 1), gefolgt von einer knappen Begutachtung des eigentlichen Untersuchungsgegenstands, den Internetplattformen (Kapitel 2). Anschließend soll das für das Kartellrecht zentrale Kriterium der Marktmacht in den spezifischen digitalen Kontext einge-

ordnet werden, indem die Arbeit zum einen den konkreten Markt bestimmt (Kapitel 3) und zum anderen die dort bestehende Marktmacht der Internetakteure herausarbeitet (Kapitel 4). Schließlich dient ein Fazit der Zusammenfassung und Bewertung mitsamt Ausblick (Kapitel 5).

Folglich verspricht die Untersuchung einen stringenten Ablauf des anstehenden Programms. Zurecht beschäftigt sich das erste Kapitel mit einer überschaubaren Umschreibung der für die Marktmacht zentralen Rechtsquellen. Dass dies im Rahmen eines Rechtsvergleichs zwischen Deutschland, der EU und den USA erfolgt, ist angesichts der internationalen Bedeutung des technischen Wandels sachgerecht. Die eher faktische Beschreibung der mehrseitigen Internetplattformen im zweiten Kapitel ist sinnvollerweise kurzgehalten und vergegenwärtigt dem Leser auf diese Weise die Struktur der handelnden Akteure, die über § 18 Abs. 3a GWB Eingang in das deutsche Kartellrecht gefunden haben. Danach setzt die Arbeit im dritten Kapitel einen Schwerpunkt bei der Abgrenzung digitaler Märkte. Hier findet eine eingängige Umschreibung des Marktbegriffs statt, dem die Internetplattformen zugeordnet werden. Sehr ausführlich behandelt das vierte Kapitel nun die Begründung, Begrenzung und Indikatoren digitaler Marktmacht, womit der Verfasser die Bandbreite der Thematik ausschöpft und den Weg für ein abschließendes Fazit mit vielschichtigen eigenen Wertungen ebnet.

Inhaltlich gelingt die rechtsvergleichende Herausarbeitung der wesentlichen Unterschiede und Übereinstimmungen der kartellrechtlichen Marktmachtprüfung, die sich in den Rechtsordnungen vor allem durch das zweistufige Verfahren von Marktabgrenzung und Marktmachtbestimmung auszeichnet. An diesem Verfahren orientiert sich sodann verständlicherweise auch der schwerpunktmäßige Aufbau der Dissertation, zugeschnitten auf die digitalen Besonderheiten. Volmar charakterisiert den zumeist unentgeltlichen und mehrseitigen digitalen Markt und zeigt plausibel auf, dass das klassische Marktverständnis in Übereinstimmung mit der Rechtsprechung wettbewerbsrechtlich zu korrigieren ist. Die Arbeit benennt etwa mit dem vorgeschlagenen „konkretisierten Bedarfsmarktkonzept" und dem „SSNDQ-Test" (mit dem gefragt wird, ob Nutzer bei einer hypothetischen Verschlechterung der Qualität zu anderen Diensten wechseln) die nötigen Ansätze, um die Internetplattformen schlüssig in den kartellrechtlichen Rahmen einzuordnen. Lobenswert ist an dieser Stelle, dass gegebene bewährte Modelle nicht vollständig verworfen, sondern aufgegriffen und kohärent weiterentwickelt werden.

Das namensgebende Herzstück der Arbeit, die digitale Marktmacht, wird anschließend auf etwa 200 Seiten äußerst gründlich untersucht. Im Zusammenhang mit der Generierung digitaler Marktmacht beschäftigt sich Volmar mit marktinternen und vor allem marktexternen Netzwerkeffekten. Indem auf Datenbestände in Form des Marktanteils des Unternehmens abgestellt wird, ist zumindest ein praktikables Kriterium gefunden, um die Marktmacht der Internetplattform zu bestimmen. Positiv fällt auf, wie umfassend der Verfasser anschließend die Grenzen der Markmacht absteckt. Neben dem Primärindikator der Marktanteile plädiert Volmar noch für den Einbezug des Unternehmensverhaltens anhand bestimmter Fallgruppen und bietet somit ein solides Konzept, um die digitale Marktmacht zu erfassen.

In wissenschaftlicher Hinsicht handelt es sich um eine ordentliche Arbeit. Die Ausführungen sind wohl recherchiert und erfüllen eigentlich durchgängig den fachlichen Anspruch. Trotz der spezifischen Problemstellung ist die Sprache aber abgesehen von der notwendigen Fachterminologie klar gehalten, sodass auch unerfahrenen, aufmerksamen Lesern der Einstieg in das Gebiet ermöglicht wird. Die Verständlichkeit unterstützt der Verfasser, indem er häufig Beispiele einfließen lässt, um die abstrakte Materie plastischer zu machen. Obwohl sich die Arbeit zum Teil stark untergliedert, verliert sie nicht den Bezug zum übergeordneten Thema und hält den roten Faden somit aufrecht.

Im Ergebnis ist Volmar zu attestieren, dass er vertiefte Einblicke in die juristisch-ökonomischen Zusammenhänge des Kartellrechts liefert, ohne dabei ins Unverständliche abzurutschen. Ihm gelingt es, die wettbewerbsrechtlichen Normen erfolgreich mit den neuartigen digitalen Problemstellungen zu verknüpfen und auf diese Weise innovative Lösungsansätze anzubieten. Dabei bewegt sich die Arbeit stets auf hohem wissenschaftlichem Niveau, ohne den Blick für die realen Begebenheiten zu verlieren. Zwar muss vom Leser ein gehöriges Maß an Ausdauer für die vollständige Lektüre mitgebracht werden. Wer aber fachliches Interesse an der hochaktuellen, zukunftsträchtigen Thematik hat und die eine oder andere wirtschaftliche Formel und Begrifflichkeit nicht scheut, dem ist die Dissertation „Digitale Marktmacht" sehr ans Herz zu legen.

Professor Dr. Georgios Gounalakis
Professur für Bürgerliches Recht, Internationales Privatrecht, Rechtsvergleichung und Medienrecht an der Philipps-Universität Marburg