



# XXXIX. Atelier de la Concurrence

Die Marktmacht der GAFAM & die Auswirkungen auf Werbe-sowie Medienmärkte. Was ist zu tun?

Enge Marktabgrenzung:

Ein Bremsklotz für einheimische Verlags- und Medienhäuser?

Dr. Theodor Thanner



# Eine Vision aus dem Jahr 2013:

- Die Werbung in den klassischen Printmedien nimmt ab.
- Die Online-Werbung hat die TV-Reklame überholt.
- Zutritt ausländischer Player (Medien, Internetunternehmen) auf den Schweizer Markt
- Zahlungspflichten für digitale Inhalte sind nur schwer durchzusetzen.



# Gliederung

- Die GAFAM's
- Verlage und digitale Plattformen
- Fälle
- Daten und Fakten Werbemarkt
- Beispiele Marktabgrenzung

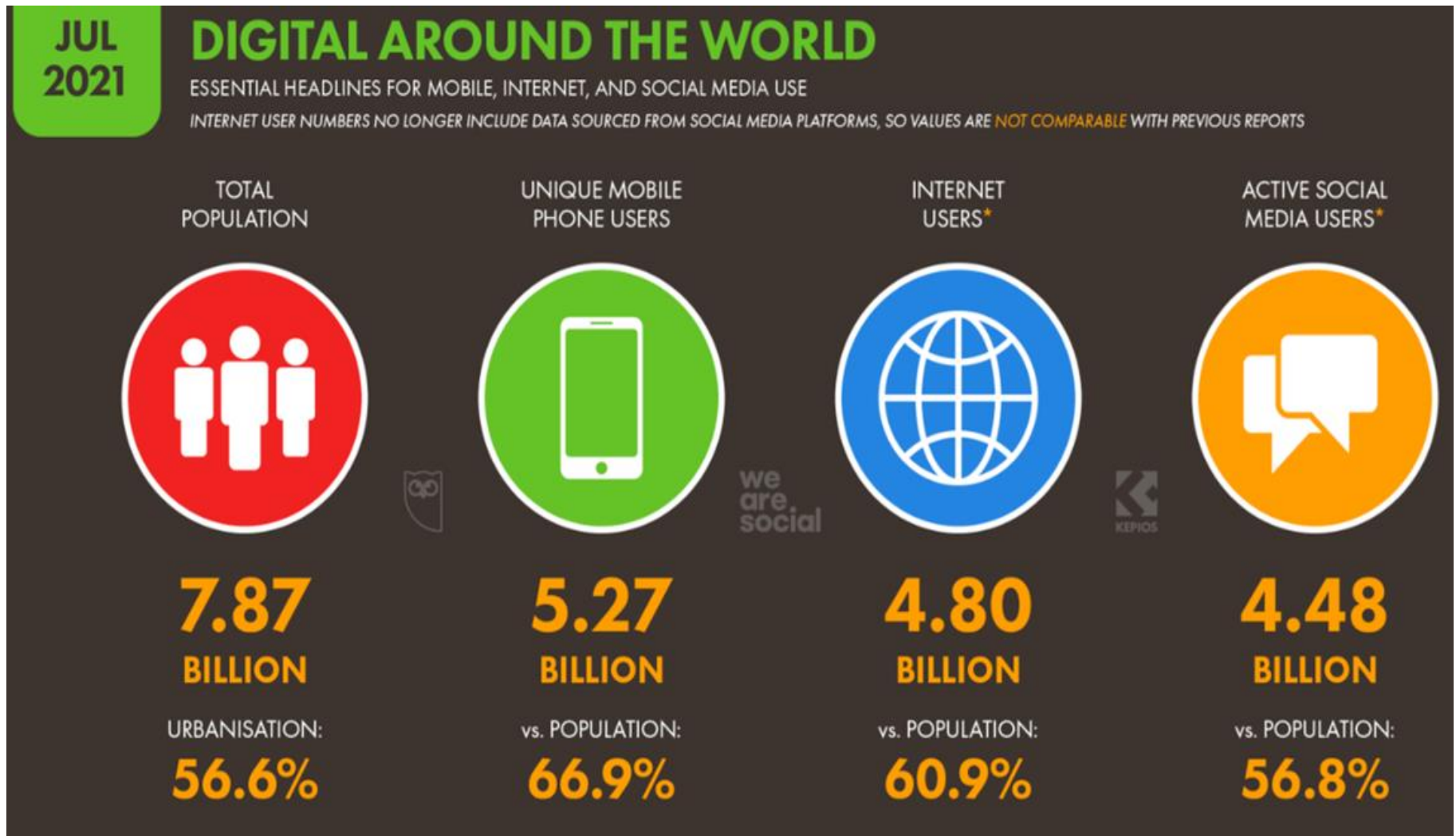
# Die GAFAM's

- **400** acquisitions by GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple Microsoft) in the last 10 years
- Just under 250 in the last 5 years
- Several high valuation acquisitions:

Year	Acquirer	Company acquired	Transaction value (million \$)
2006	Google	YouTube	1,650
2007	Google	DoubleClick	3,100
2011	Microsoft	Skype Technologies	8,500
2011	Google	Motorola	12,500
2012	Facebook	Instagram	1,000
2014	Apple	Beats Electronics	3,000
2014	Facebook	WhatsApp	19,000
2014	Facebook	Oculus	2,000
2016	Microsoft	LinkedIn	26,200

10

# Die GAFAM's



# Die GAFAM's

## 2021 This Is What Happens In An Internet Minute





# Die GAFAM's



# Nachrichtenverlage und digitale Plattformen

Veränderung in Verbreitung und Vermarktung von Medien

Veränderung bei Einnahmequellen





# Verhältnis zwischen Verlagen und digitalen Plattformen

vertikal

horizontal



# Marktmacht digitaler Plattformen, Auswirkungen

Snippets

Zugang zu Nutzerdaten und Monetarisierung

Algorithmen



# Schadenstheorien

Ausbeutung

Ausschliessende Verhaltensweisen

Mißbräuchliche Ausnutzung



# Fälle

Autorité de la Concurrence, Google/Online Werbung

Competition and Markets Authority, (CMA)  
Google/Privacy-Sandbox

Bundswettbewerbsbehörde, Meta(Facebook)/Giphy



# Daten Fakten Österreich 2021

MOMENTUM Spendingstudie 2021:

74,3 Prozent der Digitalwerbependings in Österreich fließen zu den Tech-Giganten wie Google, Meta, Amazon.

Digitalwerbemarkt hat 2021 im Jahresvergleich ein Wachstum von mehr als einem Drittel.

11,24 Prozent der Digitalwerbependings aus Österreich verbleiben auch in Österreich.



# Marktabgrenzungen Beispiele

Tamedia Basler Zeitung (2018)

Tamedia/PPSR (2009)

Außenwerbung (2003) OLG Wien

# EUK Evaluierung

## Marktabgrenzung 2021

Drittens zeigen die **Ergebnisse der Evaluierung**, dass die Grundsätze der Marktabgrenzung zwar unverändert sind, ihre **Anwendung im digitalen Kontext** jedoch komplexer sein kann, was in der Bekanntmachung möglicherweise **nicht vollständig berücksichtigt wird**. Zu nennen wären hier u. a. die Marktabgrenzung für mehrseitige Plattformen, insbesondere wenn Dienstleistungen zu einem monetären Nullpreis angeboten werden, die Marktabgrenzung für „Ökosysteme“ oder für Daten und die Bewertung des Online-Wettbewerbs gegenüber dem Offline-Wettbewerber.



# EUK Evaluierung Marktabgrenzung 2021

Die Ergebnisse der Evaluierung zeigen jedoch auch, dass nicht alle Probleme im Zusammenhang mit der Marktabgrenzung, die sich durch die Digitalisierung ergeben, bereits zu bewährten Verfahren geführt haben

– vielmehr dürften sich die Verfahren in Zukunft wahrscheinlich noch weiterentwickeln.





# EUK Evaluierung Marktabgrenzung 2021

Die Digitalisierung kann auch neue Hindernisse für den Markteintritt und Kosten für den Anbieterwechsel nach sich ziehen.

Gründe hierfür sind die Rolle von Daten (Portabilität), Interoperabilität, Datenschutzfragen, Netzwerkeffekte und Single-/Multi-Homing.

Darüber hinaus kann die Digitalisierung es erforderlich machen, bei Substitutionsbewertungen nichtpreisliche Erwägungen stärker zu berücksichtigen.



# EUK Evaluierung Marktabgrenzung 2021

Zusammenfassend ergibt sich, dass weiterhin Bedarf an einer Bekanntmachung besteht, die Aufschluss über den Ansatz der Kommission bei der Marktabgrenzung gibt. Wie die Ergebnisse zeigen, ist **die Bekanntmachung** angesichts der Entwicklungen in der Rechtsprechung der EU-Gerichte, der Präzisierungen in der Beschlusspraxis der Kommission und anderer Wettbewerbsbehörden sowie der neuesten Erkenntnisse in der wissenschaftlichen Forschung **jedoch möglicherweise nicht vollständig auf dem neuesten Stand.**



# Konsequenzen?

Enge Marktabgrenzungen zeitgemäß?

Methoden zur Marktabgrenzung aktuell?

Legistische Maßnahmen?

Vetiefte Untersuchung notwendig?



Danke für die Aufmerksamkeit!

Kontakt: [theodor.thanner@gmx.net](mailto:theodor.thanner@gmx.net)