

Digitale Monopole regulieren. Aber wie?

Thomas Gegenhuber
Leuphana Universität Lüneburg
gegenhuber@leuphana.de

Facebook, Google, Amazon, Apple, Tencent meistern wie kaum andere Unternehmen die Prinzipien des digitalen Kapitalismus. Sie bedienen einen Mix aus plattform-basierte Organisationsformen, Netzwerkeffekten, den quasi Null-Grenzen-Kosten digitaler Güter, den UserInnen Daten sowie der Effizienz von Algorithmen- und AI-getriebenen Technologien (Evans & Schmalensee, 2016; Parker et al., 2016; Srnicek, 2017). Weiters haben diese Unternehmen gemeinsam, dass deren Produkte und Dienstleistungen Wert für UserInnen schaffen sowie meist mit hoher BenutzerInnenfreundlichkeit überzeugen.

Dem gegenüber stehen zahlreiche Bedenken (Kenney & Zysman, 2016). Aufgrund monopolistischer oder oligopolistischer Strukturen haben diese Unternehmen marktbeherrschende Positionen. Das behindert den innovationsförderlichen Wettbewerb, sagen die einen. Man denke hier an die EU Kommission, die schon mehrmals empfindliche Geldbußen über Google verhängt hat (EU Kommission, 2019). Manche gehen weiter und sind davon überzeugt, dass es eine Zerschlagung braucht um den Wettbewerb zu fördern. Darüber hinaus ist hier die Überzeugung, dass die Machtkonzentration an sich für eine Gesellschaft problematisch sei. Diese Position gewann international Aufmerksamkeit durch die Vorschläge der demokratischen Senatsabgeordnete Elizabeth Warren (Reich, 2019). Andere Beobachter treten dafür ein, die schädlichen Effekte dieser Plattformen zu verhindern. Zum Beispiel soll Facebook die Verbreitung von Fake-News und Unterwanderung des öffentlichen Diskurses durch externe Nationen in Wahlkämpfen verhindern (z.B. UK Cairncross Review, 2019).

Die Logik hinter diesen jeweiligen Bedenken sowie deren korrespondierende Gegenmaßnahmen ist oft widersprüchlich. Der Art des Widerspruchs hängt natürlich auch vom Betrachter ab. Es gibt gute Gründe warum Facebook im Grunde nichts gegen Regulierung im Bereich Fake-News hat bzw. diese nun sogar fordert (Kafka, 2019). Regulierungen können die eigene Position im Markt absichern. Eine Zerschlagung nicht.

Vor diesem Hintergrund versucht dieser Beitrag der Frage nachzugehen, *welche Strategien staatlichen AkteurInnen zur Verfügung stehen um digitale Monopole bzw. Oligopole in den Griff zu bekommen*¹. Der Fokus liegt auf sogenannten mehrseitigen Austauschplattformen, die verschiedenen Gruppen den Austausch bzw. die Verbreitung von Information ermöglichen

¹ Mit dem Begriff staatlicheR AkteurIn ist in diesem Beitrag entweder Deutschland bzw. die Europäische Union gemeint. Im Sinne der europäischen Idee und eines gemeinsamen digitalen Marktes sind europäische Lösungen zu bevorzugen. Im Zweifel sind jedoch auch nationalstaatliche Alleingänge zu befürworten um politische Maßnahmen zu testen und einen Veränderungsprozess in Gang zu setzen.

und deren Geschäftsmodell durch Werbung finanziert wird (Evans & Schmalensee, 2016; Parker et al., 2016). Also Facebook und Google². Im Beitrag werde ich im ersten Schritt im Detail die drei Strategien anhand von Beispielen diskutieren: Erstens, eine konservative Strategie der Wettbewerbspolitikgestaltung – im Grunde eine Fortschreibung der Politik der EU Kommission. Zweitens, eine radikale Strategie der Wettbewerbs- und Gesellschaftspolitik welche eine Zerschlagung dieser Unternehmen verfolgt, sowie drittens, eine Regulierung die vor dem Hintergrund stattfindet diese Unternehmen als BereitstellerInnen von öffentlicher Infrastruktur zu betrachten (vgl. Pasquale, 2018). Im darauffolgenden Schritt werde ich dann die Wechselwirkungen und (nicht-intendierten) Nebeneffekte dieser Strategien betrachten. Im letzten Schritt werde ich dann die Implikationen für staatliche AkteurInnen herausarbeiten.

Literatur

- EU Kommission 2019. http://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-1770_de.htm
- Evans, D. S., & Schmalensee, R. 2016. *Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms*. Boston, MA, USA: Harvard Business School Press.
- Hinings, B., Gegenhuber, T., & Greenwood, R. 2018. Digital innovation and transformation: An institutional perspective. *Information and Organization*.
- Kafka, P. 2019. <https://www.recode.net/2019/3/31/18289375/mark-zuckerberg-facebook-regulation-washington-post-op-ed>
- Kenney, M., & Zysman, J. 2016. The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*, (Spring 2016).
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. 2016. *Platform revolution*. W.W. Norton & Company. W. W. Norton & Company.
- Murillo, D., Buckland, H., & Val, E. 2017. When the sharing economy becomes neoliberalism on steroids: Unravelling the controversies. *Technological Forecasting and Social Change*, 125(May): 66–76.
- Pasquale, F. 2018. Tech Platforms and the Knowledge Problem. *American Affairs*, II(2).
- Reich, 2019. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2019/mar/09/elizabeth-warren-break-up-facebook-google-amazon>
- Srnicek, N., 2017. **Platform Capitalism**. Polity Press, Cambridge.
- UK Cairncross Review, 2019. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/779882/021919_DCMS_Cairncross_Review_.pdf

² In Debatten werden verschiedene Plattformen in einem Topf geworfen, obwohl sich unterschiedliche Herausforderungen stellen. So ist etwa Airbnb und Uber relativ leicht zu regulieren, da es sich um klar definierte Transaktionen handelt und deren Services im staatlichen Hoheitsbereich materialisiert werden (Hinings et al., 2018; Murillo et al., 2017). Aber auch hier gilt das Prinzip ein regulatorisches Flickwerk zu vermeiden um nicht-intendierte Effekte von Regulation zu verhindern. Denn im Vergleich zu seinen MitbewerberInnen verfügt Airbnb über die Ressourcen sich an lokal unterschiedliche Regulationen anzupassen.