ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Haucap, Justus; Kehder, Christiane

Working Paper

Stellen Google, Amazon, Facebook & Co. wirklich die marktwirtschaftliche Ordnung zur Disposition?

DICE Ordnungspolitische Perspektiven, No. 62

Provided in Cooperation with:
Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Heinrich Heine University Düsseldorf

Suggested Citation: Haucap, Justus; Kehder, Christiane (2014) : Stellen Google, Amazon, Facebook & Co. wirklich die marktwirtschaftliche Ordnung zur Disposition?, DICE Ordnungspolitische Perspektiven, No. 62, ISBN 978-3-86304-662-0, Heinrich Heine University Düsseldorf, Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Düsseldorf

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/100084

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Düsseldorfer Institut
für Wettbewerbsökonomie

ORDNUNGSPOLITISCHE PERSPEKTIVEN

Nr 62

Stellen Google, Amazon, Facebook & Co. wirklich die marktwirtschaftliche Ordnung zur Disposition?

Justus Haucap,
Christiane Kehder

August 2014

HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT DÜSSELDORF

d|u|p düsseldorf university press

IMPRESSUM

DICE ORDNUNGSPOLITISCHE PERSPEKTIVEN

Veröffentlicht durch:
düsseldorf university press (dup) im Auftrag der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät,
Düsseldorf Institute for Competition Economics (DICE), Universitätsstraße 1,
40225 Düsseldorf, Deutschland
www.dice.hhu.de

Herausgeber:

Prof. Dr. Justus Haucap
Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)
Tel: +49(0) 211-81-15125, E-Mail: haucap@dice.hhu.de

DICE ORDNUNGSPOLITISCHE PERSPEKTIVEN

Alle Rechte vorbehalten. Düsseldorf 2014

ISSN 2190-992X (online) - ISBN 978-3-86304-662-0

Stellen Google, Amazon, Facebook & Co. wirklich die marktwirtschaftliche Ordnung zur Disposition?

Justus Haucap und Christiane Kehder*

August 2014

(erscheint in: *ifo Schnelldienst*)

Ja, lautet die Antwort des Bundeswirtschaftsministers, Sigmar Gabriel, nach dessen Worten Google, Amazon und Co. bzw. der „Informationskapitalismus" unsere marktwirtschaftliche Ordnung zur Disposition stellen (vgl. Gabriel, 2014). Deswegen bräuchten wir – so der Wirtschaftsminister – eine „neue Wirtschaftspolitik", um zu verhindern, dass „in neufeudaler Selbstherrlichkeit auftretende Monopolisten sich rechtsstaatlichen Regeln entziehen" und „Gratisangebote ganze auf bezahlten Gütern fußende Märkte zerstören" (Gabriel, 2014). Und auch Mathias Döpfner, Vorstandsvorsitzender von Axel Springer SE, hat „Angst vor Google" (Döpfner, 2014). Die Sorge „vor der wachsenden Fremdbestimmung durch diese eine allesbestimmende Spinne im Netz" und die „immer vollständigere Kontrolle durch Google" verlange nach einer strikteren Regulierung von Google. Ein Problem sei auch „die Fiktion von der Gratis-Kultur" im Internet. Döpfner (2014) hat Google dazu aufgefordert, „Transparenz zu schaffen, nicht nur, indem es Suchergebnisse nach klaren quantitativen Kriterien listet, sondern auch, indem es alle Algorithmus-Änderungen offen legt." Döpfner (2014) legte Google schließlich nahe, nicht „zu warten, bis der erste ernstzunehmende Politiker die Zerschlagung Googles fordert."

Eine Entflechtung von Google wie bei Strom- und Gasnetzen wurde in der Tat kurz später von Wirtschaftsminister Gabriel ins Spielgebracht, zumindest solle diese als *ultima ratio* ernsthaft erwogen werden. Zuerst fasse der Minister jedoch „eine kartellrechtsähnliche Regulierung von Internetplattformen ins Auge" (Gabriel, 2014).

Politökonomisch betrachtet ist durchaus nachvollziehbar, dass deutsche Politiker ernsthaft eine Regulierung von Google zu Gunsten deutscher Medienhäusern erwägen, zumal wenn es um so einflussreiche und meinungsbildende Medienhäuser wie den Axel-Springer-Konzern

* Professor Dr. Justus Haucap ist Direktor des Düsseldorfer Instituts für Wettbewerbsökonomie (DICE) an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Dr. Christiane Kehder ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Helmut-Schmidt-Universität/Universität der Bundeswehr Hamburg.

samt BILD-Zeitung und die Frankfurter Allgemeine Zeitung geht. In der vergangenen Legislaturperiode war bereits die ordnungspolitisch völlig fehlgeleitete Einführung eines sogenannten Leistungsschutzrechtes für Presseverlage ein solcher Versuch. Nach der ursprünglicher Konzeption des Leistungsschutzrechtes wollten zahlreiche deutsche Presseverlage von Google (und vielen anderen Internetplattformen und anfangs gar von sämtlichen gewerblichen Computernutzern) eine Einspeisevergütung für sämtliche von den Verlagen ins Internet hochgeladenen Artikel haben – angeblich, um so den Qualitätsjournalismus in Deutschland zu sichern (vgl. dazu kritisch Dewenter und Haucap, 2013). In der letztendlich dann doch stark verwässerten Form wird das 2013 eingeführte Leistungsschutzrecht den Verlagen jedoch kein automatisches Einsammeln von Einspeisevergütungen ermöglichen (vgl. z. B. Dworschak und Kersting, 2013).

Vielleicht ermuntert vom Erfolg der Presseverlage und Shopping-Portal-Betreiber (vgl. Maier, 2014) beklagen sich nunmehr auch Buchhändler und Buchverlage über den Strukturwandel in ihrer Branche, der vor allem durch Amazon vorangetrieben und symbolisiert wird. Die ZEIT hat die Situation jüngst so zusammengefasst (wenn auch komplett befreit von empirischer Analyse): „Der Internetversandhändler diktiert der Welt die Regeln, nach denen Bücher gelesen, geschrieben und publiziert werden“ (Radisch, 2014).

Das ist zwar wirklich Quatsch, aber unterstützt wird das Gejammer über den durch das Internet ausgelösten Strukturwandel in Medien und Handel durch allerlei intellektuelles Geschwurbel über das Ende von Freiheit und Selbstbestimmung und die Zukunft der digitalen Welt voller von amerikanischen Konzernen fremdbestimmter Menschen. Das Verhältnis von medialer Hysterie und Erregung zu sachlicher Analyse tendiert in der deutschen Öffentlichkeit in diesen Fragen aktuell gegen unendlich.

Wie berechtigt aber ist die Angst vor den neuen Internetgiganten wirklich? Benötigen wir tatsächlich eine neue Wirtschaftspolitik? Wenden wir uns dazu zunächst Google zu, bevor wir kurz auf die Marktstellung von Amazon eingehen.

Richtig ist zweifelsohne, dass einige – aber nicht alle – Plattformmärkte im Internet starke Konzentrationstendenzen aufweisen (vgl. Evans und Schmalensee, 2007; Haucap und Wenzel, 2009, 2011). Konzentrationsfördernd sind insbesondere hohe Wechselkosten, starke indirekte Netzeffekte und Kosten bei der Nutzung verschiedener Plattformen (Multi-

Homing).[1] Sind hingegen die Wechselkosten niedrig, die indirekten Netzeffekte schwach und die parallele Nutzung verschiedener Plattformen, also das Multihoming, einfach, dann spricht prima facie wenig für eine starke Marktkonzentration. Obwohl letzteres bei Google der Fall ist, hat Google aktuell in Europa aber doch einen Anteil von über 90% bei generischen Suchanfragen.[2]

Googles Marktmacht resultiert dabei weniger aus Wechselkosten und Netzeffekten als vielmehr zum einen aus der überlegenen Qualität der Dienste von Google (vgl. Manne und Wright, 2011; Argenton und Prüfer, 2012), zum anderen aus sehr spezifischen Größen- und Verbundvorteilen. So werden Googles Suchalgorithmus und damit Trefferlisten zum einen immer besser (d.h. den Nutzerwünschen entsprechend), gerade weil Google die meisten Suchanfragen hat und so die größten Lerneffekte erzielen kann. Zum anderen kann Google durch die Vielzahl seiner Dienste exaktere Nutzerprofile anlegen und so mehr und mehr für den Nutzer „maßgeschneiderte“ Suchergebnisse liefern. Zukünftige Entwicklungen wie Google Glass (die Googlebrille) und Google Car (das Google-Auto) würden als weitere nutzerspezifische Datensammelmaschinen (aus Googles Sicht) diesen spezifischen Verbundvorteil noch ausbauen. Ab wann nun die Grenzkosten der weiteren Datensammlung und -analyse ihren Grenznutzen aus Googles Sicht überschreiten, ist theoretisch nicht zu klären und empirisch umstritten. Manne und Wright (2012) z. B. argumentieren, dass Konkurrenten wie Bing, Yahoo! oder auch Facebook heute schon über ähnliche Datenbestände verfügen, um prinzipiell sowohl ähnlich gute Suchergebnisse zu produzieren als auch Werbeanzeigen ähnlich treffsicher zu platzieren wie Google. Gleichwohl kann aus unserer Sicht davon ausgegangen werden, dass sowohl der hohe Anteil an generischen Suchanfragen als auch der hohe Anteil im Markt für Online-Werbung bei Google eine gewisse Marktmacht reflektieren, die ihren Kern in der von Google analysierten Datenmenge und der Kombination verschiedener Daten hat. Somit stellt sich durchaus die Frage nach regulatorischem oder wettbewerbspolitischem Handlungsbedarf.

[1] Zu den Konzentrationstendenzen bei Google, Facebook und Amazon siehe im Detail Haucap und Heimeshoff (2014), für eBay Haucap und Wenzel (2009).

[2] Eine interessante und keineswegs triviale Frage ist nun die, ob diese 90 % auch mit dem Marktanteil auf dem kartellrechtlich relevanten Markt gleichzusetzen sind, da Nutzer im Internet auch bei Amazon, Wikipedia, Twitter, Expedia, RePEc, HRS etc. nach Informationen suchen, es also durchaus Substitute für Google gibt bzw. der Markt für Suchanfragen durchaus breiter definier werden kann als nur Google, Bing und Yahoo! (vgl. Haucap und Kehder, 2013).

Bei den kartellrechtlichen Verfahren gegen Google in Europa und den USA lag bisher das Augenmerk vor allem auf der Frage, ob Google die sog. Suchneutralität verletzt und Trefferlisten bewusst zum eigenen Vorteil gegen das eigentliche Interesse der suchenden Nutzer verzerrt (sog. „Search Bias“). Daneben ging und geht es in den diversen Wettbewerbsverfahren gegen Google um (künstliche) Wechselkosten bei Online-Werbekampagnen, die unentgeltliche Nutzung einiger Inhalte von spezialisierten Suchmaschinen und Vergleichsportalen durch Google und mögliche Verdrängungsstrategien und Dumpingpreise bei der Verbreitung des Smartphone-Betriebssystems Android. Diese Verfahren spielen jedoch in der öffentlichen Diskussion kaum eine Rolle.[3]

Während die amerikanische Federal Trade Commission (2013) Google einstimmig von Vorwurf des Search Bias freigesprochen hat, ist die Verletzung der Suchneutralität Kern des Wettbewerbsverfahrens in der EU. Allerdings ist schwierig festzustellen, ob Google wirklich eine künstliche Verzerrung der Trefferlisten vornimmt. Zum einen ist der genaue Suchalgorithmus naturgemäß *das* Geschäftsgeheimnis von Google. Zum anderen sind Suchergebnisse personalisiert und z. B. von der eigenen Suchhistorie oder dem Standort abhängig, sodass nicht alle Nutzer dieselben Trefferlisten auf dieselbe Suchanfrage bekommen (vgl. im Detail Edelman, 2011; Edelman und Lockwood, 2011). Es ist jedoch auch klar, dass Anreize zu einer gewissen Verzerrung der Trefferlisten zu Gunsten konzerninterner Inhalte (wie Youtube, Google Maps etc.) für Google durchaus bestehen, auch wenn Manne und Wright (2011) – allerdings wenig überzeugend – argumentieren, dass die Nutzer bei suboptimalen Trefferlisten sehr schnell die Suchmaschine wechseln würden. Dies setzt jedoch voraus, dass die Nutzer Verzerrungen auch bemerken.

Aktuell kreist die öffentliche Debatte allerdings auch kaum darum, ob Google die Trefferlisten überhaupt „manipuliert“ oder nicht (da dies auch nur sehr schwer feststellbar ist), sondern um die Frage, wie einer solchen Gefahr, auch ohne Nachweis eines Missbrauchs, am besten begegnet werden kann.[4]

Zahlreiche Wettbewerber Googles wünschen aus offensichtlichen Gründen eine Entflechtung des Unternehmens. Diese müsste wohl so aussehen, dass Google selbst

[3] Für Details zu diesen Verfahren siehe Bork und Sidak (2012), Haucap und Kehder (2013) sowie von Engelhardt, Freytag und Köllmann (2013).

[4] Dazu auch Bracha und Pasquale (2008), Pollock (2010), Bork und Sidak (2012), Ammori und Pelican (2012) sowie Haucap und Kehder (2013).

keinerlei Inhalte mehr selbst produzieren darf. Bei einer hypothetischen Suchanfrage „Wetter Berlin“ dürfte dann nicht mehr direkt die Wetterprognose für Berlin gezeigt werden, bei „Aktienkurs BMW“ nicht mehr direkt der Aktienkurs und bei Adressabfragen nicht mehr direkt eine Karte von Google Maps, sondern nur Links zu entsprechenden Webseiten, auf denen dann gesucht werden kann. Dass die Betreiber diverser Portale das gern so hätten, ist klar. Die Nachteile für die Nutzer sind jedoch ebenso offensichtlich.

Ein alternativer Vorschlag besteht darin, dass Google seinen Suchalgorithmus bei einer – vermutlich europäischen – Regulierungsbehörde hinterlegt und jede Änderung dort anmeldet. 2012 hat Google allein 665 Änderungen am Suchalgorithmus vorgenommen.[5] Wenn diese Änderungen zukünftig von einer europäischen Regulierungsbehörde (und ggf. auch einer amerikanischen, chinesischen, indischen, japanischen, australischen etc.) genehmigt werden müssen, wird die Dynamik der Weiterentwicklung des Suchalgorithmus völlig erlahmen, Innovation und Fortschritt gebremst. In diesem Kontext sei auch darauf hingewiesen, dass es faktisch nicht möglich ist, ein objektives Kriterium für Neutralität in Bezug auf Suchergebnisse zu definieren, da die Trefferlisten eine Einschätzung darüber sind, was der Sucher wohl genau finden möchte, und somit nach Grimmelmann (2011) „Meinungen“ darstellen, die Listung und ihre Reihenfolge somit von der Meinungsfreiheit gedeckt sind (vgl. auch Ammori und Pelican, 2012, S. 13). Ein staatliches Intervenieren berührt also ggf. auch die verfassungsrechtlich geschützte Meinungsfreiheit, welche auch für Unternehmen gilt.

Dass eine Entflechtung und auch eine sektorspezifische Regulierung keine adäquaten Abhilfen gegen potenzielle Probleme darstellen, soll nicht bedeuten, dass Google keinerlei Marktmacht hätte und nicht auch Anreize, diese zu nutzen. Es ist klar, dass das Sammeln und Kombinieren von großen Datenbeständen Probleme schaffen kann: zum einen das der Marktmacht, zum anderen die eher gesellschaftliche Frage der (mangelnden) informationellen Selbstbestimmung. Um das Problem der Marktmacht zu lösen, haben Wettbewerber neben einer Entflechtung und behördlichen Regulierung auch vorgeschlagen, dass Googles Datenbestände auch Wettbewerbern zur Verfügung gestellt werden (vgl. z. B. Argenton und Prüfer, 2012). Dies würde das Problem der womöglich mangelnden informationellen Selbstbestimmung jedoch sogar noch weiter verschärfen. Um das Problem

[5] http://www.sistrix.de/frag-sistrix/google-algorithmus-aenderungen/wie-haeufig-nimmt-google-algorithmus-aenderungen-vor/

der mangelnden informationellen Selbstbestimmung zu adressieren, sind zwei Dinge denkbar: Zum einen sind die Möglichkeiten für Nutzer, ihre Daten löschen zu lassen, zu überprüfen, zum anderen ggf. die Transparenz zu erhöhen, damit Nutzer wirklich verstehen, in welche Nutzung ihrer Daten sie einwilligen. Diese letzten beiden Punkte sind jedoch keine wettbewerbsökonomischen Probleme, die durch eine Entflechtung oder eine behördliche Kontrolle von Suchalgorithmen in irgendeiner Form adressiert werden würden. Vor allem ist davon auszugehen, dass manche Nutzer durchaus in die Nutzung ihrer Daten einwilligen, um „maßgeschneiderte" Dienste zu erhalten, während andere Nutzer dies nicht tun werden. Angemerkt sei an dieser Stelle zudem, dass Facebook viel detailliertere persönliche Daten seiner Nutzer einsammelt und zudem durch Wechselkosten und indirekte Netzeffekte besser vor Wettbewerb geschützt ist als Google – perspektivisch also die größere Gefahr für einen funktionsfähigen Wettbewerb darstellen könnte.

Die der Europäischen Kommission in diesem Jahr – wohlgemerkt auf Basis des aktuell geltenden Kartellrechts – von Google angebotenen Zusagen weisen in die richtige Richtung. Danach wird Google u. a. konzerninterne Webseiten farbig anders hinterlegen, sodass Verbraucher sofort erkennen können, dass es sich um Google-Seiten handelt. Sofern die Nutzer dann den Verdacht hegen, dass hier Suchergebnisse zu Googles eigenem Vorteil manipuliert werden, könnten die Nutzer stattdessen auf andere Suchergebnisse oder andere Suchmaschinen zurückgreifen. Auch konkurrierenden Shopping-Plattformen wird ein besonderer Platz garantiert, wenn auch nicht unentgeltlich.

Ein paar Worte noch zu Amazon: Dass Amazon derzeit „der Welt die Regeln, nach denen Bücher gelesen, geschrieben und publiziert werden," diktiert, wie Radisch (2014) in der ZEIT schreibt, ist kaum haltbar. Amazons Anteil am Online-Buchhandel liegt zwar bei etwa 80% in Deutschland, am gesamten Buchmarkt jedoch nur bei etwa 25%. Damit ist Amazon sicher ein bedeutender Spieler in dem durch die Buchpreisbindung weitgehend vor Preiswettbewerb geschützten deutschen Buchhandel, jedoch bei weitem kein Monopolist. In der Öffentlichkeit haben zuletzt die Verhandlungen zwischen Amazon und einigen Verlagen für Diskussionen gesorgt. Nüchtern betrachtet sind diese Verhandlungen jedoch kaum anders zu bewerten als etwa Verhandlungen zwischen Lidl und Coca Cola über die Bezugskonditionen. Autoren und Verlage sind im Vergleich zum Lebensmitteleinzelhandel sogar in einer sehr starken Verhandlungsposition. Während die Autoren und Verlage ein Monopol auf ihr Werk haben und ein bestimmtes Buch für viele Leser eben nicht einfach gegen ein anderes

substituiert werden kann, ist Amazon darauf angewiesen, möglichst vollständig alle Bücher zu führen, um nicht an Reputation zu verlieren. Während die Verlage also durchaus auf Amazon verzichten könnten, kann Amazon nur schlecht darauf verzichten, auch alle Bücher liefern zu können, insbesondere nicht bei Bestsellern und großen Verlagen. Kleine Verlage werden durch §20 GWB sogar noch in ganz besonderer Weise durch das Kartellrecht geschützt, wenngleich dieser besondere Schutz kleiner und oftmals ineffizienter Strukturen gesamtgesellschaftlich zweifelhaft ist. Der Buchhandel ist zudem durch die Buchpreisbindung auch noch vor der Preiskonkurrenz durch Amazon geschützt.

Das Problem für den stationären Buchhandel besteht im Grunde im Strukturwandel, den die Digitalisierung auslöst und der durch Amazon lediglich symbolisiert wird. Viele Kunden schätzen bei Amazon offensichtlich die bequemen Einkaufsmöglichkeiten verbunden mit den maßgeschneiderten Informationen und Empfehlungen, die Amazon seinen Nutzern liefern kann (da Amazon die Historie der persönlichen Einkäufe und die „ähnlicher“ Nutzer besser kennt als die typische stationäre Buchhandlung). Bei vielen Feuilletonisten scheint hier jedoch die romantische Verklärung darüber, was der kleine Buchhändler um die Ecke angeblich leistet, den Blick auf die Realität zu vernebeln. Amazon setzt sich vor allem deshalb durch, weil die digitale Welt vielen Kunden bequemes Einkaufen und Online-Buchhändler faktisch auch eine bessere Beratung sowie ein größeres Sortiment ermöglichen als es der stationäre Buchhandel kann. Ein gesonderter Regulierungsbedarf, etwa um den Strukturwandel im Buchhandel zu bremsen, ist hier nicht erkennbar – es sei denn, man möchte gern Leute vom Lesen abhalten.

Literatur

Ammori, M. & L. Pelican (2012), Competitors’ Proposed Remedies for Search Bias: Search “Neutrality” and Other Proposals, *Journal of Internet Law*, 15 (11), 8-31.

Argenton, C. & J. Prüfer (2012), Search Engine Competition with Network Externalities, *Journal of Competition Law and Economics* 8 (1), 73-105.

Bork, R.H. & J.G. Sidak (2012), What Does the Chicago School Teach About Internet Search and the Antitrust Treatment of Google?, *Journal of Competition Law and Economics* 8, 663-700.

Bracha, O. & F. Pasquale (2008), Federal Search Commission? Access, Fairness, and Accountability in the Law of Search, *Cornell Law Review* 93, 1149-1209.

Dewenter, R. & J. Haucap (2013), Ökonomische Auswirkungen der Einführung eines Leistungsschutzrechts für Presseinhalte im Internet (Leistungsschutzrecht für Presseverleger). Gutachten im Auftrag des Bundesverbandes der Deutschen Industrie e.V. (BDI), DICE Ordnungspolitische Perspektiven 36, Düsseldorf.

Döpfner, M. (2014), Warum wir Google fürchten, Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) vom 16.4.2014, online unter: www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/mathias-doepfner-warum-wir-google-fuerchten-12897463.html

Dworschak, S. und C. Kersting (2013), Leistungsschutzrecht für Presseverlage: Müsste Google wirklich zahlen? Eine kartellrechtliche Analyse, *Neue Zeitschrift für Kartellrecht* 1, 46-53.

Edelman, B. (2011), Bias in Search Results? Diagnosis and Response, *Indian Journal of Law and Technology* 7, 16-32.

Edelman, B. & B. Lockwood (2011), Measuring Bias in "Organic" Search, online unter: http://www.benedelman.org/searchbias/.

Evans, D.S. & R. Schmalensee (2007), The Industrial Organization of Markets with Two-sided Platforms, *Competition Policy International* 3 (1), 151-179.

Federal Trade Commission (2013), Google Agrees to Change Its Business Practices to Resolve FTC Competition Concerns in the Markets for Devices Like Smart Phones, Games and Tablets, and in Online Search, online unter: http://ftc.gov/opa/2013/01/google.shtm.

Gabriel, S. (2014), Unsere politischen Konsequenzen aus der Google-Debatte, Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) vom 16.5.2014, online unter: www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/die-digital-debatte/sigmar-gabriel-konsequenzen-der-google-debatte-12941865.html

Grimmelmann, J. (2011), Some Skepticism about Search Neutrality, in: B. Szoka & A. Marcus (Hrsg.), *The Next Digital Decade: Essays on the Future of the Internet*, Washington, DC: TechFreedom, 435-459.

Haucap, J. & U. Heimeshoff (2014), Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet Driving Competition or Market Monopolization?, *International Economics and Economic Policy* 11, S. 49-61.

Haucap, J. & C. Kehder (2013), „Suchmaschinen zwischen Wettbewerb und Monopol: Der Fall Google“, in: R. Dewenter, J. Haucap & C. Kehder (Hrsg.), *Wettbewerb und Regulierung in Medien, Politik und Märkten: Festschrift für Jörn Kruse zum 65. Geburtstag*, Nomos-Verlag: Baden-Baden, S. 115-154.

Haucap, J. & T. Wenzel (2011), Wettbewerb im Internet: Was ist online anders als offline?, *Zeitschrift für Wirtschaftspolitik* 60, S. 200-211.

Haucap, J. & T. Wenzel (2009), Ist eBay unbestreitbar ein nicht-bestreitbares Monopol? Monopolisierungsgefahren bei Online-Marktplätzen, in R. Dewenter & J. Kruse (Hrsg.), *Wettbewerbsprobleme im Internet*, Nomos Verlag: Baden-Baden, S. 7-34.

Manne, G.A. & J.D. Wright (2011), Google and the Limits of Antitrust: The Case against the Antitrust Case against Google, *Harvard Journal of Law and Public Policy* 34 (1), 171-244.

Manne, G.A. & J.D. Wright (2012), If Search Neutrality is the Answer, What’s the Question?, *Columbia Business Law Review* 2, 151-239.

Maier, R.M. (2014), Von der Suchmaschine zur Weltmacht: Angst vor Google, Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) vom 16.4.2014, online unter: www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/weltmacht-google-ist-gefahr-fuer-die-gesellschaft-12877120.html

Pollock, R (2010), Is Google the Next Microsoft? Competition, Regulation in Internet Search, *Review of Network Economics* 9 (4).

Radisch, I. (2014), Buchhandel: Brauchen wir Amazon?, Die Zeit vom 31.7.2014, online unter: http://www.zeit.de/2014/30/buchhandel-amazon-autoren.

von Engelhardt, S., A. Freytag & V. Köllmann (2013), Wettbewerbspolitischer Handlungsbedarf bei der Verknüpfung von zweiseitigen Märkten im Internet: Der Fall Google, *Zeitschrift für Wirtschaftspolitik* 62, 311-332.

BISHER ERSCHIENEN

62 Haucap, Justus und Kehder, Christiane, Stellen Google, Amazon, Facebook & Co. wirklich die marktwirtschaftliche Ordnung zur Disposition?, August 2014.
Erscheint in: ifo Schnelldienst.

61 Coenen, Michael und Jovanovic, Dragan, Minderheitsbeteiligungen in der Zusammenschlusskontrolle: Zeigen schleichende Übernahmen auf eine Schutzlücke?, Juli 2014.
Erscheint in: Wirtschaft und Wettbewerb.

60 Mahlich, Jörg, Sindern, Jörn und Suppliet, Moritz, Vergleichbarkeit internationaler Arzneimittelpreise: Internationale Preisreferenzierung in Deutschland durch das AMNOG, Mai 2014.

59 Watanabe, Kou, Optimale Rahmenbedingungen in der wirtschaftspolitischen Beratung: Vier Konzepte als institutionelle Ergänzung, Mai 2014.

58 Haucap, Justus, Normann, Hans-Theo, Benndorf, Volker und Pagel, Beatrice, Das Rundfunkbeitragsaufkommen nach der Reform des Rundfunkfinanzierungsmodells, Februar 2014.

57 Bataille, Marc und Hösel, Ulrike, Energiemarkteffizienz und das Quotenmodell der Monopolkommission, Februar 2014.
Erschienen in: Zeitschrift für neues Energierecht. (ZNER), 18 (2014), S. 40-44.

56 Haucap, Justus und Thomas, Tobias, Wissenschaftliche Politikberatung: Erreicht der Rat von Ökonomen Politik und Öffentlichkeit?, Januar 2014.
Erschienen in Wirtschaftsdienst, 94 (2014), S. 180-186.

55 Haucap, Justus und Pagel, Beatrice, Ausbau der Stromnetze im Rahmen der Energiewende: Effizienter Netzausbau und effiziente Struktur der Netznutzungs-entgelte, Januar 2014.
Erschienen in: List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 39 (2013), S. 235-254.

54 Coenen, Michael und Haucap, Justus, Krankenkassen und Leistungserbringer als Wettbewerbsakteure, Januar 2014.
Erschienen in: D. Cassel, K. Jacobs, C. Vauth & J. Zerth (Hrsg.), Solidarische Wettbewerbsordnung, Verlag medhochzwei: Heidelberg 2014, S. 259-282.

53 Coenen, Michael und Haucap, Justus, Kommunal- statt Missbrauchsaufsicht: Zur Aufsicht über Trinkwasserentgelte nach der 8. GWB-Novelle, Dezember 2013.
Erschienen in: Wirtschaft und Wettbewerb, 64 (2014), S. 356-363.

52 Böckers, Veit, Haucap, Justus und Jovanovic, Dragan, Diskriminierende Gebotsbeschränkungen im deutschen Großhandelsmarkt für Strom: Eine wettbewerbsökonomische Analyse, November 2013.

51 Haucap, Justus, Braucht Deutschland einen Kapazitätsmarkt für eine sichere Stromversorgung?, November 2013.
Erschienen in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 62 (2013), S. 257-269.

50 Haucap, Justus und Kühling, Jürgen, Systemwettbewerb durch das Herkunftslandprinzip: Ein Beitrag zur Stärkung der Wachstums- und Wettbewerbsfähigkeit in der EU? – Eine ökonomische und rechtliche Analyse, September 2013.
Erschienen in: W. Kaal, M. Schmidt und A. Schwartze (Hrsg.), Festschrift zu Ehren von Christian Kirchner: Recht im ökonomischen Kontext, Mohr Siebeck: Tübingen 2014, S. 799-815.

49 Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich, Klein, Gordon J., Rickert, Dennis und Wey, Christian, Die Bestimmung von Nachfragemacht im Lebensmitteleinzelhandel: Theoretische Grundlagen und empirischer Nachweis, September 2013.
Erscheint in: Wirtschaft und Wettbewerb.

48 Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich, Klein, Gordon J., Rickert, Dennis und Wey, Christian, Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel, September 2013.
Erschienen in: P. Oberender (Hrsg.), Wettbewerbsprobleme im Lebensmitteleinzelhandel, Dunckler & Humblot: Berlin 2014, S. 11-38.

47 Falck, Oliver, Haucap, Justus, Kühling, Jürgen und Mang, Constantin, Alles Regulierung oder was? – Die Bedeutung der Nachfrageseite für eine wachstumsorientierte Telekommunikationspolitik, August 2013.
Erschienen in: ifo Schnelldienst, 66/15 (2013), S. 42-46.

46 Haucap, Justus und Mödl, Michael, Entwickeln sich wirtschaftswissenschaftliche Forschung und Politikberatung auseinander? – Warum engagieren sich nicht mehr ökonomische Spitzenforscher in der Politikberatung?, Juli 2013.
Erschienen in: Wirtschaftsdienst, 93 (2013), S. 507-511.

45 Neyer, Ulrike und Vieten, Thomas, Die neue europäische Bankenaufsicht – eine kritische Würdigung, Juli 2013.
Erscheint in: Credit and Capital Markets (früher: Kredit und Kapital).

44 Haucap, Justus und Kehder, Christiane, Suchmaschinen zwischen Wettbewerb und Monopol: Der Fall *Google*, Juni 2013.
Erschienen in: R. Dewenter, J. Haucap & C. Kehder (Hrsg.), Wettbewerb und Regulierung in Medien, Politik und Märkten: Festschrift für Jörn Kruse zum 65. Geburtstag, Nomos-Verlag: Baden-Baden 2013, S. 115-154.

43 Dewenter, Ralf und Heimeshoff, Ulrich, Neustrukturierung der öffentlich-rechtlichen Fernsehlandschaft: Theoretische Hintergründe und Reformoptionen, Juni 2013.
Erschienen in: R. Dewenter, J. Haucap & C. Kehder (Hrsg.), Wettbewerb und Regulierung in Medien, Politik und Märkten: Festschrift für Jörn Kruse zum 65. Geburtstag, Nomos-Verlag: Baden-Baden 2013, S. 225-260.

42 Coppik, Jürgen, Wirkungen einer Einführung des Konzeptes der vermeidbaren Kosten auf die Endverbraucher, Juni 2013.
Erschienen in: Netzwirtschaften & Recht, 11 (2014), S. 20-30.

41 Haucap, Justus und Heimeshoff, Ulrich, Vor- und Nachteile alternativer Allokationsmechanismen für das 900- und 1800-MHz-Frequenzspektrum, März 2013.
Erschienen in: List-Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 39 (2013), S. 71-90.

40 Haucap, Justus und Mödl, Michael, Zum Verhältnis von Spitzenforschung und Politikberatung. Eine empirische Analyse vor dem Hintergrund des Ökonomenstreits, März 2013.
Erschienen in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 14 (2013), S. 346-378.

39 Böckers, Veit, Coenen, Michael und Haucap, Justus, Stellungnahme zu: Mit mehr Marktwirtschaft die Energiewende aktiv gestalten - Verantwortung für den Energie- und Industriestandort Nordrhein-Westfalen übernehmen, Februar 2013.

38 Herr, Annika (Hrsg.), Beiträge zum Wettbewerb im Krankenhaus- und Arzneimittelmarkt - Band 2: Arzneimittel, Januar 2013.

37 Herr, Annika (Hrsg.), Beiträge zum Wettbewerb im Krankenhaus- und Arzneimittelmarkt - Band 1: Krankenhäuser, Januar 2013.

36 Dewenter, Ralf und Haucap, Justus, Ökonomische Auswirkungen der Einführung eines Leistungsschutzrechts für Presseinhalte im Internet (Leistungsschutzrecht für Presseverleger), Januar 2013.

35 Coenen, Michael und Haucap, Justus, Ökonomische Grundlagen der Anreizregulierung, November 2012.
Erschienen in: Bernd Holznagel und Rainer Schütz (Hrsg.), AregV, Anreizregulierungsverordnung, Kommentar, Beck: München 2013, S. 48-67.

34 Coenen, Michael und Haucap, Justus, Stellungnahme zum Entwurf des Gesetzes zur Förderung des Mittelstandes in Nordrhein-Westfalen (Mittelstandsförderungsgesetz), November 2012.

33 Haucap, Justus und Kühling, Jürgen, Zeit für eine grundlegende Reform der EEG-Förderung - das Quotenmodell, November 2012.
Erschienen in: Energiewirtschaftliche Tagesfragen, 63/3 (2013), S. 41-49.

32 Haucap, Justus, Wie lange hält Googles Monopol?, November 2012.
Erschienen in: MedienWirtschaft: Zeitschrift für Medienmanagement und Kommunikationsökonomie, 9 (2012), S. 40-43.

31 Herr, Annika, Rationalisierung und Wettbewerb im Arzneimittelmarkt, Oktober 2012.
Erschienen in: List-Forum für Wirtschafts-und Finanzpolitik, 39 (2013), S. 163-181.

30 Smeets, Heinz-Dieter, Zum Stand der Staatsschuldenkrise in Europa, Oktober 2012.
Erschienen in: Jahrbuch für Wirtschaftswissenschaften, 63 (2012), S.125-169.

29 Barth, Anne-Kathrin und Heimeshoff, Ulrich, Der angemessene Kostenmaßstab für Terminierungsentgelte - „Pure LRIC“ vs. „KeL“, September 2012.
Erschienen in: List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 40 (2014), S. 65-88.

28 Haucap, Justus, Eine ökonomische Analyse der Überwälzbarkeit der Kernbrennstoffsteuer, September 2012.
Erschienen in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 61 (2012), S. 267-283.

27 Haucap, Justus, Lange, Mirjam R. J. und Wey, Christian, Nemo Omnibus Placet: Exzessive Regulierung und staatliche Willkür, Juli 2012.
Erschienen in: T. Theurl (Hrsg.), Akzeptanzprobleme der Marktwirtschaft: Ursachen und wirtschaftspolitische Konsequenzen, Duncker & Humblot: Berlin 2013, S. 145-167.

26 Bataille, Marc, Die Anwendung theoretischer Wettbewerbskonzepte auf den Busliniennahverkehr, Mai 2012.
Erschienen in: List-Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik, 38 (2012), S. 56-99.

25 Haucap, Justus,Tarifeinheit nicht durch Gesetz verankern, Mai 2012.
Erschienen in: Wirtschaftsdienst, 92 (2012), S. 299-303.

24 Böckers, Veit, Giessing, Leonie, Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich und Rösch, Jürgen, Braucht Deutschland einen Kapazitätsmarkt für Kraftwerke? Eine Analyse des deutschen Marktes für Stromerzeugung, Januar 2012.
Erschienen in: Vierteljahrshefte zur Wirtschaftsforschung, 81 (2012), S. 73-90.

23 Haucap, Justus und Heimeshoff, Ulrich, Sind Moscheen in Deutschland NIMBY-Güter?, Januar 2012.
Erschienen in: R. Schomaker, C. Müller, A. Knorr (Hrsg.), Migration und Integration als wirtschaftliche und gesellschaftliche Ordnungsprobleme, Lucius & Lucius: Stuttgart 2012, S. 163-184.

22 Haucap, Justus und Klein, Gordon J., Einschränkungen der Preisgestaltung im Einzelhandel aus wettbewerbsökonomischer Perspektive, Januar 2012.
Erschienen in: D. Ahlert (Hrsg.), Vertikale Preis- und Markenpflege im Kreuzfeuer des Kartellrechts, Gabler Verlag: Wiesbaden 2012, S. 169-186.

21 Wey, Christian, Nachfragemacht im Handel, Dezember 2011.
Erschienen in: FIW (Hrsg.), Schwerpunkte des Kartellrechts 2009/2010: Referate des 37. und 38. FIW-Seminars, Carl Heymanns Verlag: Köln 2011, S. 149-160.

20 Smeets, Heinz-Dieter, Staatschuldenkrise in Europa - Ist die Finanzierung der Schuldnerländer alternativlos?, November 2011.
Erschienen in: Dialog Handwerk, Nordrhein-Westfälischer Handwerkstag, 2 (2011).

19 Haucap, Justus, Steuern, Wettbewerb und Wettbewerbsneutralität, Oktober 2011.
Erschienen in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 13 (2012), S. 103-115.

18 Bräuninger, Michael, Haucap, Justus und Muck, Johannes, Was lesen und schätzen Ökonomen im Jahr 2011?, August 2011.
Erschienen in: Perspektiven der Wirtschaftspolitik, 12 (2011), S. 339-371.

17 Coenen, Michael, Haucap, Justus, Herr, Annika und Kuchinke, Björn A., Wettbewerbspotenziale im deutschen Apothekenmarkt, Juli 2011.
Erschienen in: ORDO – Jahrbuch für die Ordnung von Wirtschaft und Gesellschaft, 62 (2011), S. 205-229.

16 Haucap, Justus und Wenzel, Tobias, Wettbewerb im Internet: Was ist online anders als offline?, Juli 2011.
Erschienen in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 60 (2011), S. 200-211.

15 Gersdorf, Hubertus, Netzneutralität: Regulierungsbedarf?, Juli 2011.
Erschienen in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 60 (2011), S. 187-199.

14 Kruse, Jörn, Ökonomische Grundlagen des Wettbewerbs im Internet, Juli 2011.
Erschienen in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 60 (2011), S. 175-186.

13 Coenen, Michael, Haucap, Justus und Herr, Annika, Regionalität: Wettbewerbliche Überlegungen zum Krankenhausmarkt, Juni 2011.
Erschienen in: J. Klauber et al. (Hrsg.), Krankenhausreport 2012, Schattauer: Stuttgart 2012, S. 149-163.

12 Stühmeier, Torben, Das Leistungsschutzrecht für Presseverleger: Eine ordnungspolitische Analyse, Juni 2011.
Erschienen in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 61 (2012), S. 82-102.

11 Haucap, Justus und Coenen, Michael, Mehr Plan- als Marktwirtschaft in der energiepolitischen Strategie 2020 der Europäischen Kommission, April 2011.
Erschienen in: D. Joost, H. Oetker, M. Paschke (Hrsg.), Festschrift für Franz Jürgen Säcker zum 70. Geburtstag, Verlag C. H. Beck: München 2011, S. 721-736.

10 Göddeke, Anna, Haucap, Justus, Herr, Annika und Wey, Christian, Stabilität und Wandel von Arbeitsmarktinstitutionen aus wettbewerbsökonomischer Sicht, März 2011.
Erschienen in: Zeitschrift für Arbeitsmarktforschung, 44 (2011), S. 143-154.

09 Haucap, Justus, Steuerharmonisierung oder Steuerwettbewerb in Europa?, Dezember 2010.
Erschienen in: Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen, 64 (2011), S. 25-28.

08 Haucap, Justus, Eingeschränkte Rationalität in der Wettbewerbsökonomie, Dezember 2010.
Erschienen in: H. Michael Piper (Hrsg.), Neues aus Wissenschaft und Lehre. Jahrbuch der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2010, Düsseldorf University Press: Düsseldorf 2011, S. 495-507.

07 Bataille, Marc und Coenen, Michael, Zugangsentgelte zur Infrastruktur der Deutsche Bahn AG: Fluch oder Segen durch vertikale Separierung?, Dezember 2010.
Erschienen in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 60 (2011), S. 370-388.

06 Normann, Hans-Theo, Experimentelle Ökonomik für die Wettbewerbspolitik, Dezember 2010.
Erschienen in: H. Michael Piper (Hrsg.), Neues aus Wissenschaft und Lehre. Jahrbuch der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2010, Düsseldorf University Press: Düsseldorf 2011, S. 509-522.

05 Baake, Pio, Kuchinke, Björn A. und Wey, Christian, Wettbewerb und Wettbewerbsvorschriften im Gesundheitswesen, November 2010.
Erschienen in: Björn A. Kuchinke, Thorsten Sundmacher, Jürgen Zerth (Hrsg.), Wettbewerb und Gesundheitskapital, DIBOGS-Beiträge zur Gesundheitsökonomie und Sozialpolitik, Universitätsverlag Ilmenau: Ilmenau 2010, S. 10-22.

04 Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich und Stühmeier, Torben, Wettbewerb im deutschen Mobilfunkmarkt, September 2010.
Erschienen in: Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 60 (2011), S. 240-267.

03 Haucap, Justus und Coenen, Michael, Industriepolitische Konsequenzen der Wirtschaftskrise, September 2010.
Erschienen in: Theresia Theurl (Hrsg.), Wirtschaftspolitische Konsequenzen der Finanz- und Wirtschaftskrise, Schriften des Vereins für Socialpolitik, Band 329, Duncker & Humbolt: Berlin 2010, S. 57-84.

02 Haucap, Justus, Heimeshoff, Ulrich und Uhde, Andre, Zur Neuregulierung des Bankensektors nach der Finanzkrise: Bewertung der Reformvorhaben der EU aus ordnungspolitischer Sicht, September 2010.
Erschienen in: Albrecht Michler, Heinz-Dieter Smeets (Hrsg.), Die aktuelle Finanzkrise: Bestandsaufnahme und Lehren für die Zukunft, Lucius & Lucius: Stuttgart 2011, S. 185 -207.

01 Haucap, Justus und Coenen, Michael, Regulierung und Deregulierung in Telekommunikationsmärkten: Theorie und Praxis, September 2010.
Erschienen in: Stefan Bechtold, Joachim Jickeli, Mathias Rohe (Hrsg.), Recht, Ordnung und Wettbewerb: Festschrift zum 70. Geburtstag von Wernhard Möschel,
Nomos Verlag: Baden-Baden 2011, S. 1005-1026.

Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

Düsseldorfer Institut für Wettbewerbsökonomie (DICE)

Universitätsstraße 1 _ 40225 Düsseldorf
www.dice.hhu.de

ISSN 2190-992X (online)
ISBN 978-3-86304-662-0