

Jentzsch, Nicole

Article

Datenschutz und Wettbewerb: Genaue Prüfung des Falls Microsoft/LinkedIn notwendig

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Jentzsch, Nicole (2016) : Datenschutz und Wettbewerb: Genaue Prüfung des Falls Microsoft/LinkedIn notwendig, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 83, Iss. 48, pp. 1156-

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/148627>

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.



Dr. Nicola Jentzsch, wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Wettbewerb und Verbraucher am DIW Berlin
Der Beitrag gibt die Meinung der Autorin wieder.

Datenschutz und Wettbewerb: Genaue Prüfung des Falls Microsoft/LinkedIn notwendig

Die nächste Großfusion in der IT-Welt steht vor der Tür: Microsoft hat im Juni den Kauf des Netzwerks LinkedIn angekündigt. Bei der Europäischen Kommission traf das Vorhaben zunächst auf Bedenken. Diesen kommt Microsoft jetzt mit Zugeständnissen entgegen, die sich auf bestimmte Geschäftsbereiche (Hardware und Software) beziehen. Eine eingehende Prüfung des Falles wäre aber insbesondere hinsichtlich des Datenschutzes angezeigt.

Microsoft erwirbt mit LinkedIn das mit derzeit 433 Millionen Nutzern weltweit größte Berufsnetzwerk. Dafür bietet der Konzern rund 26,2 Milliarden Dollar (24,6 Milliarden Euro). Um die Bedenken der EU-Kommission auszuräumen, hat Microsoft Presseberichten zufolge versprochen, LinkedIn künftig nicht gegenüber Konkurrenznetzwerken zu bevorzugen. Hardware-Hersteller sollen außerdem die Möglichkeit erhalten, LinkedIn oder andere Netzwerke auf Computern zu installieren. Scheinbar ausgespart bleibt der Datenschutz. Gerade hier wäre Lehren aus den Fällen Google/DoubleClick (2008) und Facebook/WhatsApp (2014) zu ziehen.

Bei Fusionen sollte eingehender als bisher geprüft werden, welche Nutzerdaten verschränkt werden sollen. Große Datenagglomerate werden dann zu einem Wettbewerbshindernis, wenn sie nicht replizierbar, nicht substituierbar sowie nicht rival sind, also kein anderes Unternehmen solche Daten hat. Empirische Analysen haben gezeigt, dass bei massiven Datenmengen Größe und Varianz der Daten eine maßgebliche Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen spielen. Sie erlauben Lerneffekte über Dienst- und Produktportfolien hinweg. Die Frage, die sich hier stellt, ist, ob solche Effekte von Wettbewerbern repliziert werden können.

In den Fällen Google/DoubleClick und Facebook/WhatsApp blieb das Thema Datenschutz unterbelichtet, weil Wettbewerbsbehörden es bislang bei Datenschutzbehörden vertort sahen. Hier ist ein Umdenken notwendig. In Deutschland sind wichtige Aspekte des digitalen Wettbewerbs zwar

bereits in die Novellierung des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen eingeflossen. So sollen beim Vorliegen mehrseitiger Märkte unter anderem direkte und indirekte Netzwerkeffekte, Parallelnutzung mehrerer Dienste sowie der Zugang zu Daten untersucht werden. Letzterem sollte künftig sehr viel mehr Aufmerksamkeit gewidmet werden.

In der Fusionskontrolle wird in verschiedenen Schritten geprüft, ob ein fusioniertes Unternehmen Marktdominanz erreicht und Anreize hat, beispielsweise Preise über das wettbewerbliche Niveau anzuheben. Sollten zwei Unternehmen nicht auf demselben Markt tätig sein, gelten sie aber nicht als Konkurrenten. Im digitalen Wettbewerb geht es selten um den Kauf eines unmittelbaren Konkurrenten, wie der Fall Microsoft/LinkedIn erneut zeigt. Stattdessen werden Komplementärdienste und -technologien zugekauft, mit denen sich unter anderem die Dominanz im Kerngeschäft aufrechterhalten lässt.

Sollte Microsoft bei der Fusion mit LinkedIn *keine* bindenden Zugeständnisse im Bereich des Datenschutzes machen, könnte der Konzern in Zukunft beispielsweise LinkedIn-Daten über Geschäftsbeziehungen von NutzerInnen mit dem Nutzungsverhalten von Microsoft-Diensten und Produkten zusammenführen. Die Möglichkeiten neuer zielgerichteter Werbung werden von Microsoft-CEO Satya Nadella bereits propagiert. Wie die Fälle von Google/DoubleClick und Facebook/WhatsApp gezeigt haben, steht damit die Zusammenführung der Nutzerdaten an.

Es ist an der Zeit, das Thema Datenschutz im Wettbewerb ernst zu nehmen. Google und Facebook haben in der Vergangenheit gezeigt, dass es für sie ein Leichtes ist, Datenschutzversprechen so zu verändern, dass Daten über Dienste und Produkte hinweg zusammengeführt werden. Wettbewerbsbehörden müssen in diesem Falle die Frage beantworten, welche Unternehmen hier gleichziehen können.



DIW Berlin – Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung e.V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin
T +49 30 897 89 -0
F +49 30 897 89 -200
83. Jahrgang

Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Pio Baake
Prof. Dr. Tomaso Duso
Dr. Ferdinand Fichtner
Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.
Prof. Dr. Peter Haan
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Dr. Kati Krähnert
Prof. Dr. Lukas Menkhoff
Prof. Karsten Neuhoff, Ph.D.
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. C. Katharina Spieß
Prof. Dr. Gert G. Wagner

Chefredaktion

Sabine Fiedler
Dr. Gritje Hartmann
Dr. Wolf-Peter Schill

Redaktion

Renate Bogdanovic
Dr. Franziska Bremus
Prof. Dr. Christian Dreger
Sebastian Kollmann
Ilka Müller
Mathilde Richter
Miranda Siegel
Dr. Alexander Zerrahn

Lektorat

Prof. Dr. Gert G. Wagner

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 74
77649 Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. (01806) 14 00 50 25
20 Cent pro Anruf
ISSN 0012-1304
ISSN 1860-8787 (Online)

Gestaltung

Edenspiekermann

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit Quellen-
angabe und unter Zusendung eines
Belegexemplars an die Serviceabteilung
Kommunikation des DIW Berlin
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.