

Die Wettbewerbshüter in den USA und in Europa haben sich auf Amazon, Apple, Facebook und Google eingeschossen – die wichtigsten Hintergründe zum Vorgehen gegen Big Tech.

In nur einer Dekade sind die vier Tech-Firmen zu mächtigen Konzernen aufgestiegen. Ihr Einfluss erinnert an jenen von Giganten wie John D. Rockefellers Erdöl-Imperium Standard Oil. Dieses wurde schliesslich zerschlagen - ähnlich wie man es später bei Microsoft versuchte und es bei AT&T erreichte.

Stefan Häberli, Christiane Hanna Henkel und Christoph G. Schmutz, Brüssel

11 Kommentare →

20.10.2020, 21.30 Uhr

Inhaltsverzeichnis

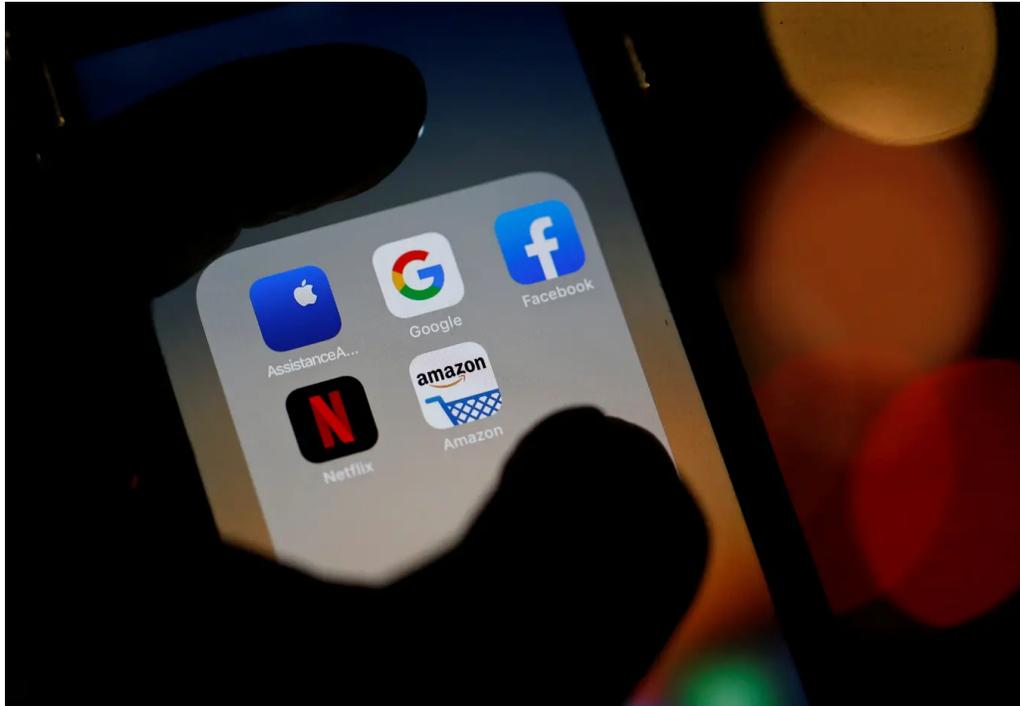
Warum lohnt es sich, sich mit Wettbewerbsfragen rund um die vier grossen Tech-Konzerne zu beschäftigen? ↓

Warum wollen die Behörden Google, Facebook, Amazon, Apple und Co. überhaupt regulieren? ↓

Warum sind die Behörden in den USA bisher nicht stärker eingeschritten? ↓

Wie konnten sie überhaupt so gross werden? ↓

Was könnte die Lösung des Problems sein? ↓



Amazon, Apple, Facebook und Google haben sich mit ihren Apps auf den Smartphones eingenistet. In den Augen mancher Wettbewerbsbehörden missbrauchen die Firmen ihre Marktposition.

Regis Duvignau / Reuters

Warum lohnt es sich, sich mit Wettbewerbsfragen rund um die vier grossen Tech-Konzerne zu beschäftigen?

Soziale Netzwerke, Chat-Dienste, Smartphones, Zugang zu weltweiten Informationen via Suchmaschinen, Online-Einkauf, die Organisation von Marktplätzen für kleine und mittlere Unternehmen sowie effiziente Werbemöglichkeiten für die Wirtschaft – Apple, Amazon, Facebook und der Google-Mutterkonzern Alphabet bieten Dienstleistungen und Produkte an, die wir uns vor einer Dekade nicht einmal hätten erträumen können. Nach dem Motto «Konkurrenz belebt das Geschäft»

haben sie zudem auch in angestammten Branchen einen Innovationsschub ausgelöst.

Heute stellt sich jedoch die Frage, ob die vier grossen Tech-Konzerne ihre



Sundar Pichai, CEO von Google
Geert Vanden Wijngaert / Bloomberg



Tim Cook, CEO von Apple.
Brooks Kraft / Apple Inc. / Reuters

Marktstellung nicht bereits ausnutzen, um Konkurrenten auszugrenzen und ihre Margen zulasten des Nutzens der Konsumenten zu steigern. Ist es etwa gerechtfertigt, dass Apple knapp einen Drittel des Umsatzes einfordert, den eine im App-Store platzierte

App erwirtschaftet? Nutzt Amazon die Daten, die es auf seiner Plattform durch den Verkauf von Waren sammelt, dazu, eigene Produkte bevorzugt anzubieten? Und funktioniert der Wettbewerb im Werbemarkt noch, wenn Google nicht nur der mit Abstand grösste Werbeträger im Werbemarkt ist, sondern überdies die informationstechnische Infrastruktur beherrscht, über die Werbeflächen bepreist und verkauft werden? Kauft Facebook gezielt junge Firmen auf, um schnell wachsende Konkurrenten auszuschalten? Bekommen wir als Konsumenten überhaupt noch das bestmögliche Angebot im Bereich soziale Netzwerke, wenn die grössten sozialen Netzwerke Instagram, Whatsapp und Facebook alle zu einem Konzern – nämlich Facebook – gehören?

Es lohnt sich auch deswegen, das Vorgehen der Wettbewerbsbehörden in den USA und in Europa zu verfolgen, weil die Tech-Konzerne in vielen Geschäftsfeldern der Zukunft wichtige Spieler sein dürften. Mit ihrer unternehmerischen und finanziellen Schlagkraft sowie ihren riesigen Datenschätzen sind sie gut dafür positioniert, auch den nächsten Technologiezyklus, etwa in den Bereichen künstliche Intelligenz oder Halbleiter, mitzubestimmen.

Mark Zuckerberg, CEO Facebook.
David Paul Morris / Bloomberg

Jeff Bezos, CEO von Amazon.
Clodagh Kilcoyne / Reuters

Neben dieser technologischen Bedeutung kommt ihnen wegen des Einflusses (vor allem der sozialen Netzwerke) auf den politischen Meinungsbildungsprozess auch eine hohe gesellschaftliche Bedeutung zu. Und vor dem Hintergrund der zunehmenden Spannungen zwischen den USA und China sind sie ein geopolitischer Faktor im technologischen Wettrennen der beiden Mächte. Nicht zuletzt hat ihre Zukunft handfeste Auswirkungen auf unseren Wohlstand – direkt im Fall des Besitzes von Aktien der Tech-Konzerne und indirekt etwa über die Entwicklung der Anlageergebnisse der Pensionskassen. Denn zusammen mit Microsoft machen Amazon, Apple, Alphabet und Facebook

immerhin knapp einen Viertel des amerikanischen Börsenindex S&P 500 aus.

Warum wollen die Behörden Google, Facebook, Amazon, Apple und Co. überhaupt regulieren?

Grundsätzlich gibt es aus wettbewerbsrechtlicher Sicht Bedenken, dass grosse Technologiefirmen wie Google ihre Marktmacht missbrauchen. Wohl kann eine starke Marktposition eines Unternehmens schlicht das Resultat des Angebots überzeugender Produkte und Dienstleistungen sein. Dagegen wendet das Kartellrecht weder in der EU noch in den USA etwas ein. Doch darf eine dominierende Marktstellung nicht missbraucht werden.

Diesbezüglich ist die EU unter Wettbewerbskommissarin Margrethe Vestager seit einigen Jahren aktiv und verfolgt eine strenge Linie. Sie verhängte 2017, 2018 und 2019 Bussen in der Höhe von total gut 8 Mrd. € gegen Google. Brüssel warf dem Konzern vor, bei der Suchmaschinenwerbung, beim Betriebssystem für Mobiltelefone Android und beim Preisvergleichsdienst Google Shopping jeweils auf der eigenen Plattform die Google-Produkte gegenüber der Konkurrenz missbräuchlich zu bevorzugen. So soll Google den eigenen Preisvergleichsdienst auf Google prominenter angezeigt haben als Konkurrenzangebote. Eine ähnliche Untersuchung hat Vestager im Juni nun auch gegen Apple eröffnet. Die Dänin ist der Meinung, dass der iPhone-Hersteller in seinem App-Store Drittentwickler ungebührlich schröpft und die Apple-Pay-Schnittstellen für Konkurrenten nur ungenügend öffnet. Das Verfahren kann Jahre dauern und zu Bussen führen, die

maximal 10% des letzten Jahresumsatzes ausmachen, was bei Apple derzeit rund 26 Mrd. \$ wären.

Neuerdings will Vestager bereits früher gegen vermutete Probleme in den digitalen Märkten vorgehen und deren «Kippen» verhindern. So leitete sie im Juli eine Untersuchung zu intelligenten Kühlschränken, Waschmaschinen und Uhren ein, um zu schauen, ob es hier Selbstbevorteilung und Beschränkungen des Zugangs gibt. Falls nötig, will die Kommissarin künftig den Firmen nicht nur Geld abknöpfen, sondern sie auch wie im Fall Broadcom (Oktober 2019) zu vorsorglichen Verhaltensänderungen zwingen, um Märkte zu «flicken».

Nach der EU könnte nun auch Amerika den Technologieriesen strengere Regeln auferlegen. Im US-Kongress ist das Bewusstsein für das Problem der Grösse und der Marktmacht im vergangenen Jahr stark gewachsen. Auch in den Medien werden Skandale wie Cambridge Analytica ausführlich behandelt. Die Vertreter der Konzerne mussten in Anhörungen Stellung nehmen.

Warum sind die Behörden in den USA bisher nicht stärker eingeschritten?

Zunächst einmal kann man durchaus zu Recht die Meinung vertreten, dass es gerade zwischen den US-Tech-Firmen Google, Facebook, Apple, Amazon und Microsoft genug Wettbewerb gebe. Dieser sorgt dafür, dass die Kunden bei ungenügendem Angebot auf die Konkurrenz ausweichen. Und tatsächlich

greifen sich die Firmen regelmässig mit mehr oder weniger Erfolg gegenseitig an. Google lancierte ein Betriebssystem für mobile Geräte, Microsoft eine Suchmaschine und Google ein soziales Netzwerk.

Die Wettbewerbsbehörden brauchten auch Zeit, um die Eigenarten der stärker digital geprägten, häufig zweiseitigen Märkte zu erfassen. Zuweilen wurden sie von den Entwicklungen vielleicht geradezu überrollt. Facebook beispielsweise stellt sein Angebot den Nutzern gratis zur Verfügung. Gleichzeitig werden Werbekunden Reklamegefässe verkauft, die aufgrund der von den Nutzern geteilten Informationen bespielt werden. Wie soll da der relevante Markt definiert werden? Was ist, wenn ein Produkt keinen Preis hat?

Ferner mahlen die Mühlen der Kartellbehörden in vielen Ländern viel zu langsam, um mit der dynamischen Entwicklung in digitalen Märkten mitzukommen. Ein 2005 in der Schweiz von der Wettbewerbskommission eingeleitetes Verfahren gegen die Swisscom in Sachen Breitbandinternet war auch zehn Jahre später noch nicht abgeschlossen. Das sind in der Technologiebranche Ewigkeiten.

Und schliesslich sind die Wettbewerbshüter auch gar nicht immer sicher, was eine geeignete Gegenmassnahme wäre. So wird beispielsweise häufig über eine mögliche Zerschlagung beispielsweise von Google diskutiert. Doch das ist ein extremer Eingriff und hätte hohe Kosten zur Folge für die Firma und möglicherweise für die Gesellschaft als Ganzes. Diese Nachteile

dürfen aber nicht grösser sein, als das Problem, das man beheben will.

Wie konnten sie überhaupt so gross werden? ↑

Die Digitalisierung hat die ökonomischen Gesetze zwar nicht auf den Kopf gestellt, wie zuweilen behauptet wird. Doch die Tech-Giganten profitieren von drei Effekten, die ihre Dominanz zementieren könnten:

- **Netzwerkeffekte:** Während es Käufern im Normalfall egal sein kann, wie viele andere Konsumenten das gleiche Produkt kaufen, ist das bei Plattformen wie Facebook oder Whatsapp anders. Mit jedem zusätzlichen Nutzer werden diese attraktiver. Ist eine kritische Masse an Nutzern erreicht, wird das Wachstum zum Selbstläufer. Darum nehmen Kapitalgeber oft in Kauf, dass Tech-Startups zunächst schwindelerregende Summen verbrennen. Oberste Priorität hat das Wachstum. Denn in Märkten mit starken Netzwerkeffekten gilt das Prinzip «The winner takes it all». Und für den Gewinner werde sich die mit Verlusten erkaufte Dominanz später auszahlen, so die Hoffnung.
- **Skaleneffekte:** Im Gegensatz zu Atomen können Bits nahezu kostenlos reproduziert und weltweit verbreitet werden. Die Kosten, die ein zusätzlicher Download einer App verursacht (Grenzkosten), betragen nahezu null. Kosten, die unabhängig von der Nutzerzahl anfallen (Fixkosten), fallen viel stärker ins Gewicht – etwa jene für Forschung und Entwicklung. Auch dies begünstigt Marktkonzentration: Wer bereits mehrere Millionen Nutzer hat, kann die Fixkosten auf mehr Köpfe

verteilen. Die Konkurrenz kann mit tiefen Preisen oder besserer Qualität aus dem Markt gedrängt werden.

- **Verbundeffekte:** Industriekonglomerate sind aus der Mode geraten. Das liegt daran, dass die Vorteile der Spezialisierung oft höher ausfallen als jene allfälliger Synergien. Eine gegenläufige Tendenz ist bei den Tech-Firmen zu beobachten: Diese stossen permanent in neue Märkte vor. Das liegt zum einen daran, dass ihnen ihr technologisches Wissen auch in Bereichen Vorteile verschafft, die wenig mit ihrem ursprünglichen Kerngeschäft zu tun haben. So wurde aus dem einstigen Buchhändler Amazon der weltweit führende Cloud-Anbieter. Zum anderen liegt dies am datengetriebenen Geschäftsmodell: Die Nutzer bezahlen für «kostenlose» Dienste mit ihren Daten. Sie sind nicht Kunden, sondern Rohstofflieferanten der Tech-Firmen. Die eigentlichen Kunden von Google und Facebook sind die Werbetreibenden, die möglichst ohne Streuverluste ihre Produkte bewerben wollen. Je grösser die Menge und je besser die Qualität der Daten ist, umso zielgenauer können Werbeanzeigen geschaltet werden. Für Tech-Firmen lohnt sich deshalb potenziell die Expansion in alle Bereiche, in denen sie Daten sammeln können.

In diesen Märkten sind die Tech-Riesen stark

Marktanteil weltweit, in %

	Amazon	Apple	Facebook	Google	Microsoft
Online-Werbung	1,2	0	19,4	31,2	3,4
Betriebssysteme	0	22,7	0	38,3	36,6
Suchmaschine ¹	0	0	0	95,4	2,4
Online-Handel ²	38,7	3,7	0	0	0
Soziale Netzwerke	0	0	75,2	5	0,2
Messenger-Apps ³	0	10,8	54,2	1,3	6,8
Cloud	33	0	0	6	13

¹ Schweiz.

² Detailhandel USA.

³ Deutschland.

Quellen: Statcounter, eMarketer, Synergy Research Group, Statista

NZZ / hat.

Was könnte die Lösung des Problems sein?

↑

Zunächst einmal stellt sich die Frage, ob überhaupt ein Problem besteht. Marktmacht per se ist nicht schlecht. Die dadurch erzielbaren Gewinne sind der Lohn für Innovation und unternehmerischen Mut. Zudem besteht die Gefahr, dass die Nebenwirkungen staatlicher Regulierung schädlicher sind als die negativen Folgen der Marktmacht – etwa dann, wenn Innovation abgewürgt wird. Überdies disziplinieren sich Google und Co. gegenseitig, da sie sich die Märkte streitig machen.

Schliesslich sollte die Dynamik auf digitalen Märkten nicht unterschätzt werden. Die Dominanz von Microsoft, einst Inbegriff des «bösen Monopolisten», wurde nicht mit einem verschärften Kartellrecht gebrochen. Es war letztlich der technologische Fortschritt in Form des Smartphones, der Google die Chance gab, mit dem Android-Betriebssystem eine Windows-Alternative zu etablieren.

Allerdings sind Google und Facebook in den Augen mancher Beobachter nicht einfach marktmächtig. Als Gatekeeper des Internets *seien* sie in manchen Bereichen der Markt. Um die Gefahr eines Missbrauchs dieses Privilegs zu minimieren, wird etwa über folgende Massnahmen diskutiert:

- **Portabilität:** Was im Falle der Mobiltelefonnummer mittlerweile üblich ist, soll künftig auch für persönliche Daten auf Plattformen wie Facebook gelten: Sie sollen zu einem anderen Anbieter mitgenommen werden können. Dadurch reduzierte sich für die Nutzer der Aufwand für einen Wechsel zu einer anderen Plattform. Dies würde den Wettbewerb beleben.
- **Interoperabilität:** Dieser Ansatz zwänge Tech-Firmen zur Kooperation. Die Plattformen müssten sich mit standardisierten Schnittstellen für Konkurrenten mit ähnlichen Funktionen öffnen. So könnte beispielsweise jemand einer Whatsapp-Gruppe beitreten, obwohl er einen anderen Messenger benutzt. So würden nicht nur die Konzentration begünstigenden Netzwerkeffekte gedämpft, sondern auch das Entstehen firmenübergreifender Ökosysteme gefördert.

- **Aufspaltung:** Eine radikale Lösung wäre die Aufspaltung der Konzerne. Facebook müsste sich etwa von Whatsapp und Instagram trennen. Dies erschwerte das marktübergreifende Sammeln von Daten.
- **Keine Sonderbehandlung:** Amazon betreibt mit seiner Website nicht nur einen Handelsplatz für Dritte, sondern agiert darauf auch als Verkäufer. Entsprechend gross ist die Versuchung, eigene Angebote auf der Plattform zu bevorzugen. Um für gleich lange Spiesse zu sorgen, solle dies explizit verboten werden, so eine weitere Idee.
- **Einstweilige Massnahmen:** In manchen Fällen betreiben die Wettbewerbshüter derzeit quasi Wirtschaftsgeschichte. Bis ein Entscheid rechtsgültig ist, vergehen oft Jahre. Für einige Tech-Firmen gehören Bussen schon fast zum normalen Geschäftsaufwand. Sie leben gut mit Bussen im mehrstelligen Millionenbereich, weil sie bis zum Abschluss des Verfahrens die Zeit dazu nutzen können, ihre Position auf einem Markt mit missbräuchlichen Methoden zu festigen. Der vermehrte Einsatz von einstweiligen Massnahmen, die sofort wirksam sind, würde dieser Taktik einen Riegel schieben.

11 Kommentare

Philippe D. Dr. Brüggemann vor 7 Monaten

Betrachtet wird leider nur die kartellrechtliche Dimension. Die wichtigere Frage der politischen Breitenwirkung von Social Media und möglicher Interferenzen auf die politische Meinungsbildung und -vielfalt bräuchte wenigstens ebenso dringend einer Untersuchung!

[4 Empfehlungen](#)

Jürg Brechbühl vor 7 Monaten

Im Artikel geht es vor allem um Geld -- um das Geld, das Konkurrenten verdienen möchten. Mich stört hingegen viel mehr, dass unsere Wahrnehmung der Welt, in der wir leben, manipuliert wird.

[4 Empfehlungen](#)

[Alle Kommentare anzeigen](#)

Mehr zum Thema



KOMMENTAR

Rettet Silicon Valley vor den Regulierern

Die lange bejubelten Technologiekonzerne Facebook, Google, Amazon und Apple geraten zunehmend in die Kritik. Die Politik solle die Giganten endlich regulieren oder sie gleich zerschlagen. Doch das ist weder notwendig noch sinnvoll.

Christiane Hanna Henkel, New York 13.01.2018



Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG. Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von Neue Zürcher Zeitung ist nicht gestattet.