

# **Digitalisierung der Energiewirtschaft**

**9. Göttinger Tagung zu aktuellen Fragen zur  
Entwicklung der Energieversorgungsnetze**

## **Veränderung von Märkten durch Daten und Digitalisierung**

9. Mai 2017



Bundeskartellamt

Sandro Gleave  
Bundeskartellamt  
6. Beschlussabteilung

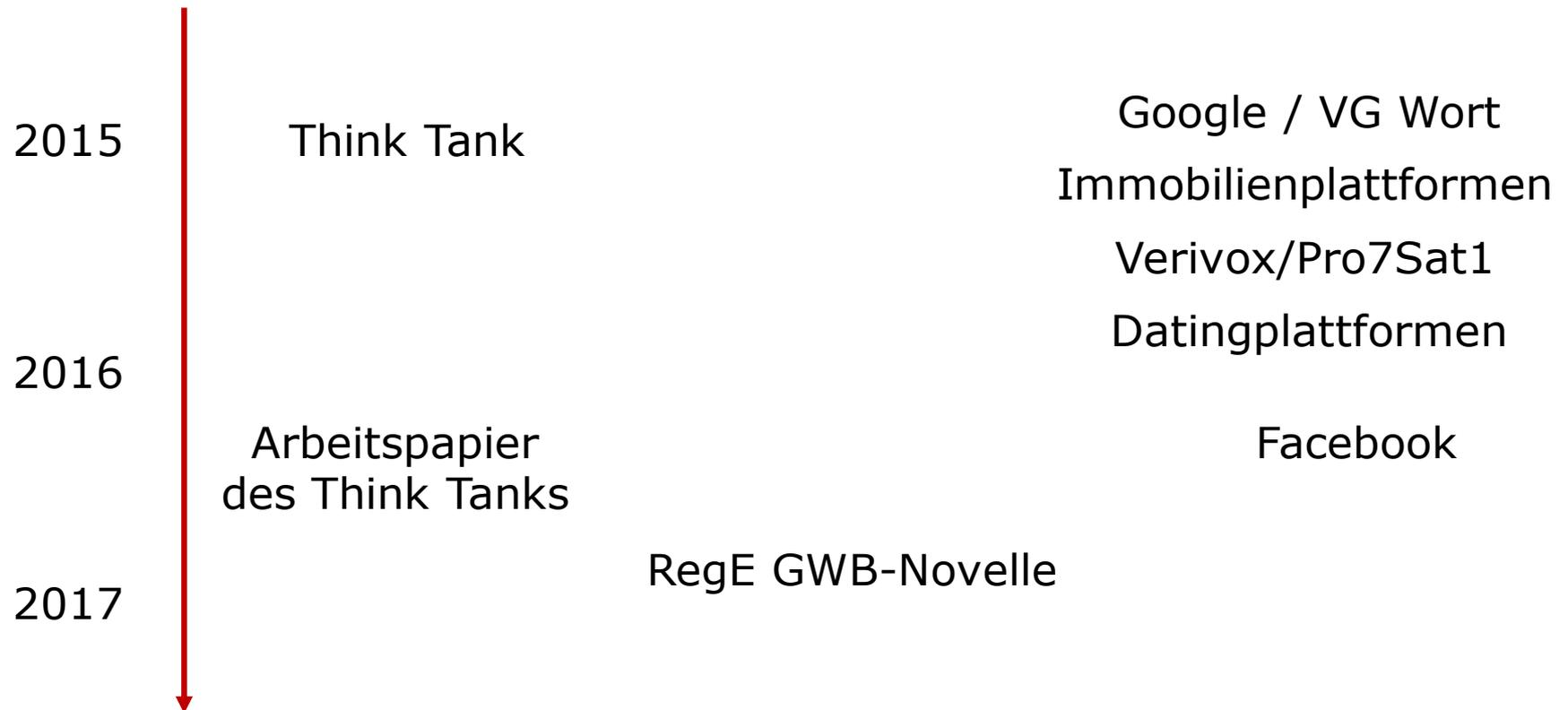
# Kartellrechtliche Perspektive

2

- Daten und Digitalisierung können neue Märkte schaffen oder bestehende Märkte verändern
- Wettbewerbsbehörden müssen sich mit diesen Veränderungen auseinandersetzen
  - Auswirkungen auf Marktabgrenzung
  - Bewertung von Marktmacht, insbesondere von Netzwerkeffekten und Innovationen
  - Bewertung von wettbewerbsrelevantem Verhalten
- Wettbewerbsbehörden müssen sich auch mit zukünftig relevanten Themen beschäftigen
  - Auswirkungen von zunehmender Markttransparenz
  - Zugang zu Daten
- Zentrale Fragen:
  - Reichen die kartellrechtlichen Instrumente aus oder sind Gesetzesänderungen erforderlich?
  - Inwiefern sollte die kartellrechtliche Prüfung modifiziert werden?

# Vom Think Tank zur GWB-Novelle

3



# Vom Think Tank zur GWB-Novelle

4

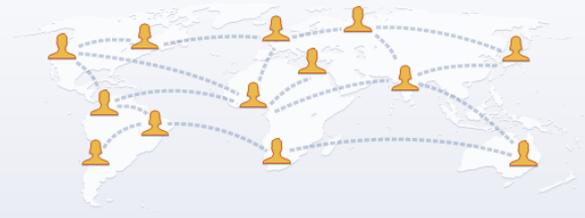
- „Arbeitspapier“ des Think Tank Internet
  - Konzepte zur Prüfung von Marktmacht bei Plattformen und Netzwerken einschl. Fallpraxis
  - Handlungsempfehlungen an Gesetzgeber
- Regierungsentwurf zur 9. GWB-Novelle
  - übernimmt Handlungsempfehlungen

# Netzwerke und Plattformen

5

## facebook

Auf Facebook bleibst du mit Menschen in Verbindung und teilst Fotos, Videos und vieles mehr mit ihnen.



## Netzwerk

Verbindung von Nutzern innerhalb einer Gruppe

➔ direkte Netzwerkeffekte

## Plattform

Verbindung von Nutzern unterschiedlicher Gruppen

➔ indirekte Netzwerkeffekte

Parship ♥

Optimale Bedingungen für Ihre Partnersuche

>28.000

SINGLES

Neue Singles  
jede Woche

Zahl der wöchentlichen Registrierungen bei Parship, weltweit

51%/49%

FRAUEN | MÄNNER

Ausgewogenes  
Geschlechterverhältnis

Verteilung der aktiven Premium-Mitglieder in DE bei Registrierung im Mai 2013

38%

ERFOLGSQUOTE

Hohe  
Erfolgsquote

Mitgliederbefragung nach Ende der Premium-Mitgliedschaft

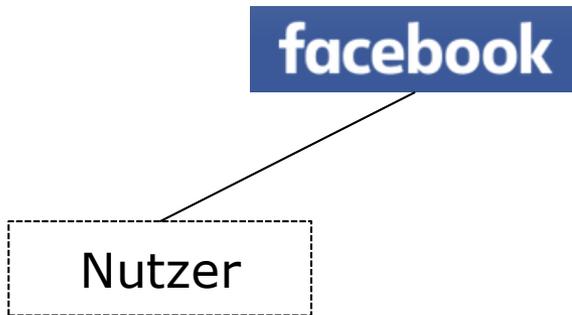
# Netzwerkeffekte

6

- Nutzen hängt von Anzahl/Identität anderer Nutzer ab
  - Zusätzlicher Nutzer kann sich auf Nutzen der anderen Nutzer auswirken → Externalität
  - Netzwerkeffekte können sein:
    - direkt oder indirekt,
    - positiv oder negativ
    - einseitig oder wechselseitig (bei indirekten Netzwerkeffekten)
- Auswirkungen auf Marktabgrenzung und  
Marktmachtprüfung

# Facebook als Netzwerk

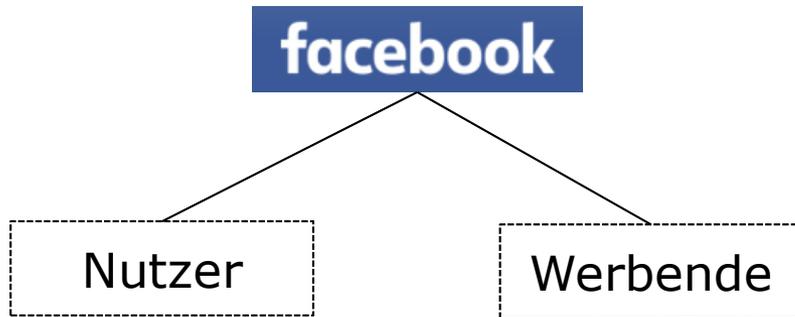
7



- Netzwerk bringt Nutzer zusammen
- Direkter Netzwerkeffekt
- Zusätzlicher Nutzer steigert Nutzen der anderen Nutzer
- Nutzen hängt von Anzahl und Identität der Nutzer ab
- Vernetzung der Nutzer untereinander („Freunde von Freunden von Freunden“)

# Facebook als Plattform

8



- Plattform bringt Werbung und Nutzer zusammen
- Vermutlich einseitiger indirekter Netzwerkeffekt für Werbende
- Nutzen für Werbende hängt von Anzahl (und Identität) der Nutzer ab

# Plattformen in der Energiewirtschaft

9

- Beispiele für Plattformen:
  - Prisma: Gastransportkapazitäten
  - Joint Allocation Office: Stromtransportkapazitäten
  - Verivox: u.a. Gas- und Stromlieferverträge
  - Check 24: u.a. Gas- und Stromlieferverträge
- Relevanz von Plattformen
  - Vgl. BDEW: Die digitale Energiewirtschaft
    - Plattformen für die Energiewirtschaft
    - Digitale Kundenschnittstellen

# Plattformen

10

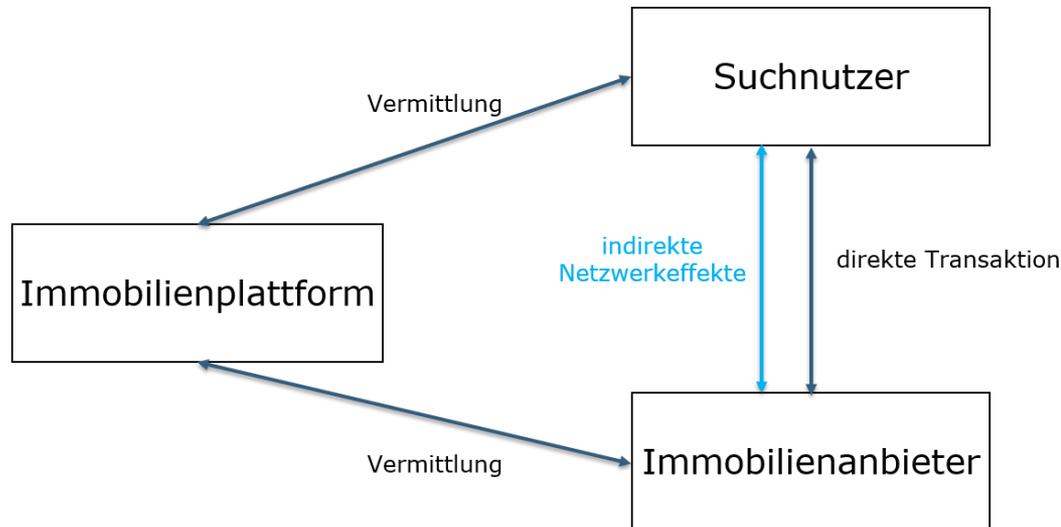
- Plattform = „mehreseitiger Markt“ (§ 18 Abs. 3 a GWB-Novelle)
- Definition:
  - Ermöglichung einer direkten Interaktion (Transaktion)
  - Zwei oder mehr Nutzergruppen
  - Indirekte Netzwerkeffekte
- Unterscheidung zwischen
  - Matching-Plattform
  - Aufmerksamkeitsplattform
- Relevanz für Marktabgrenzung

# Marktabgrenzung: Produkteigenschaften

11

## ▪ **Matching-Plattform mit Transaktion**

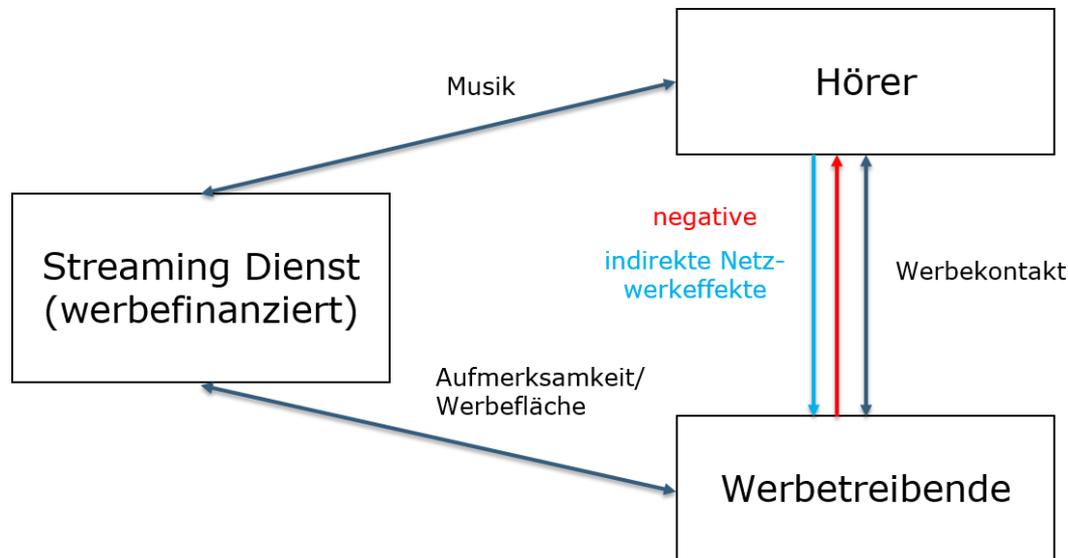
- Zusammenbringen („matching“) von Nutzern
- Wechselseitige positive indirekte Netzwerkeffekte
- (direkte) Interaktion besteht in (direkter) Transaktion



# Marktabgrenzung: Produkteigenschaften

12

- Im Gegensatz zu **Aufmerksamkeitsplattformen**
  - Zweite Seite ist strategisch hinzugefügt (Finanzierungsentscheidung)
  - Asymmetrische indirekte Netzwerkeffekte



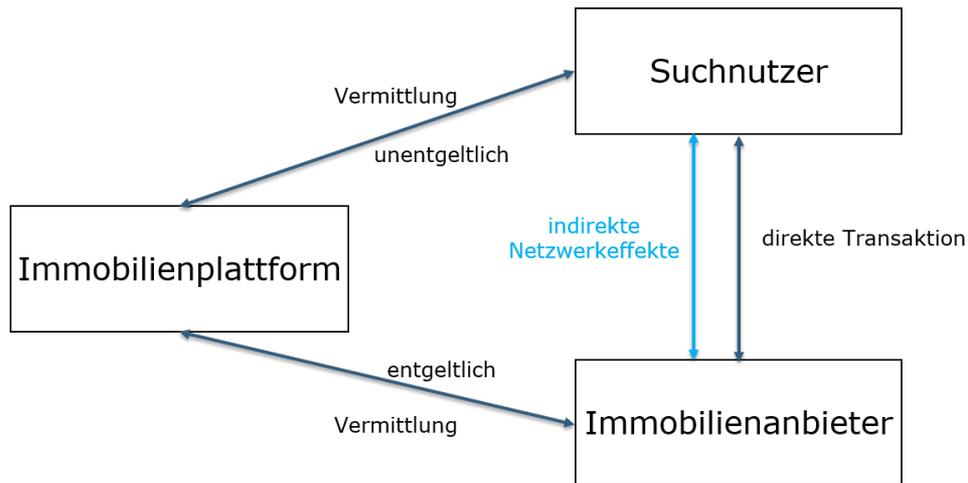
# Einheitliche Marktabgrenzung

13

- Bei **Matching-Plattformen** einheitlicher Plattformmarkt möglich
  - Produkt nur mit beiden Nutzergruppen existent
  - Verbindung der Gruppen durch beidseitige indirekte Netzwerkeffekte
- Keine Trennung der Plattformseiten, wenn
  - im Wesentlichen einheitlicher Bedarf der Nutzergruppen
  - keine Vertikalbeziehung (Handelsvertreter)

# Markt ohne Geld?

14



- Marktqualität: bisher (-) OLG Düss., HRS
- § 18 Abs. 2a GWB-Novelle: „steht nicht entgegen“
- BKartA: bei Verknüpfung mit entgeltlicher Seite (+)
  - kein Nachweis eines Austauschverhältnisses

# GWB-Novelle: Marktbegriff

15

- § 18 Abs. 2a:

*„Der Annahme eines Marktes steht nicht entgegen, dass eine Leistung unentgeltlich erbracht wird.“*

# Tippinggefahr

16

- Konzentrationsneigung durch **Selbstverstärkung** von Netzwerkeffekten
  - Im Extremfall bis zum Monopol („**Tipping**“)
    - Steigender Nutzen durch steigende Nutzerzahl zieht immer mehr Nutzer an
    - Abwanderung der Kunden von Wettbewerbsprodukten
    - Ergebnis: Ausscheiden der Wettbewerber
  - Gesamtbetrachtung der Tippingfaktoren erforderlich:
    - Ausgeprägte wechselseitig positive indirekte Netzwerkeffekte
    - (Kostenseitige) Größenvorteile
    - Multi-Homing und Differenzierungsgrad
    - Internetdynamik
    - Daten
- = § 18 Abs. 3 a GWB-Novelle

# GWB-Novelle: Marktmacht

17

## ■ § 18 Abs. 3a:

*„Insbesondere bei mehrseitigen Märkten und Netzwerken sind bei der Bewertung der Marktstellung eines Unternehmens auch zu berücksichtigen:*

- 1. direkte und indirekte Netzwerkeffekte,*
- 2. die parallele Nutzung mehrerer Dienste und der Wechselaufwand für die Nutzer,*
- 3. seine Größenvorteile im Zusammenhang mit Netzwerkeffekten,*
- 4. sein Zugang zu wettbewerbsrelevanten Daten,*
- 5. innovationsgetriebener Wettbewerbsdruck.“*

# Wettbewerbsbeschränkungen: Bestpreisklauseln

18

- Plattformen verlangen besten Preis auf eigener Plattform verglichen mit
    - Eigenvertrieb
    - Vertrieb über andere Plattformen
  - Verfahren:
    - Amazon Marketplace (Handelsplattform)
    - HRS (Hotelplattform)
    - Verivox (Energie-Vermittlungsplattform)
    - Booking (Hotelplattform)
- ➔ Kartellrechtlich problematisch, wenn nicht sachlich gerechtfertigt

# Wettbewerbsbeschränkungen: Nutzungsbeschränkungen

19

- Produzenten verbieten Händler die Nutzung von Handelsplattformen
  - Produzenten verbieten Händlern die Nutzung von Preisvergleichsplattformen
- ➔ Kartellrechtlich problematisch, wenn nicht sachlich gerechtfertigt

# Markttransparenz

20

- Digitalisierung kann Markttransparenz erhöhen
- Mögliche Folgen:
  - Positiv: Reduktion der Such- und Transaktionskosten
  - Negativ: Vereinfachung von kollusivem Verhalten
- Kartellrechtliche Wertung im Einzelfall
- Mögliche Folgen:
  - Automatisierte Preissetzung durch Algorithmen
  - Preisdifferenzierung

# Zugang zu Daten

21

- Insbesondere marktmächtige Unternehmen haben großen Datenbestand
- Interesse von Wettbewerbern, Zugang zu diesen Daten zu erhalten
- Fraglich: Daten als Essential Facility?
- Kartellrechtlich sehr problematisch, da insbesondere
  - Daten reproduzierbar
  - Marktzutritt auch ohne/mit weniger Daten möglich

# Fazit

22

- Wettbewerbsbehörden müssen sich mit Veränderungen durch Digitalisierung auseinandersetzen
- Wettbewerbsbehörden müssen sich auch mit zukünftig relevanten Themen beschäftigen
- Wettbewerbsrecht grundsätzlich ausreichend, aber Modifikationen und neue Konzepte können erforderlich sein

# **Digitalisierung der Energiewirtschaft**

**9. Göttinger Tagung zu aktuellen Fragen zur  
Entwicklung der Energieversorgungsnetze**

## **Veränderung von Märkten durch Daten und Digitalisierung**

9. Mai 2017



Bundeskartellamt

Sandro Gleave  
Bundeskartellamt  
6. Beschlussabteilung