

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	9
Kapitel 1: Einführung	27
A. Plattformen, Ökosysteme und konglomerate Strukturen	27
I. Plattformökonomie	27
II. Aufkommen von Ökosystemen	28
B. Anlass und Gegenstand der Untersuchung	31
I. Ökosysteme als kartellrechtliche Herausforderung	31
II. Wesentliche Inhalte der bisherigen legislativen Initiativen	32
1. Anpassungen der Marktmachtkriterien an die Besonderheiten der Plattformökonomie	32
2. § 19a GWB – besondere Missbrauchskontrolle für Unternehmen mit überragender marktübergreifender Bedeutung für den Wettbewerb	34
a. Regelungssystematik des § 19a GWB	34
aa. UmüB als Normadressat	34
bb. Für UmüB verbotene Verhaltensweisen	36
b. Einordnung	36
3. Digital Markets Act – Regulierung von Gatekeepern	38
a. Regelungssystematik des DMA	38
aa. Gatekeeper als Normadressat	38
bb. Verhaltenspflichten des Gatekeepers	39
b. Einordnung	40
III. Offene Fragen für die Rechtsanwendung	40
C. Methodik und Gang der Untersuchung	43
Kapitel 2: Konzeptionalisierung plattformbasierter Ökosysteme	47
A. Konkretisierung des Untersuchungsgegenstands des plattformbasierten Ökosystems	47
I. Plattformbasiertes Multi-Akteur-Ökosystem	48
1. Begriffsbestimmung	48

2. Ökonomische Eigenschaften	51
a. Plattform als Intermediär	52
aa. Vermittlung von Interaktionen als Kernleistung	52
bb. Bedeutung des Einflusses auf die Interaktionen	53
b. Netzwerkeffekte	55
aa. Positive Netzwerkeffekte	55
bb. Negative Netzwerkeffekte	56
cc. Internalisierung der Netzwerkeffekte	56
dd. Zusammentreffen direkter und indirekter Netzwerkeffekte	57
c. Asymmetrische (nicht-neutrale) Preisstruktur	58
3. Plattformen im kartellrechtlichen Sinne	59
II. Produktökosystem	60
1. Begriffsbestimmung	60
2. Ökonomische Eigenschaften	63
a. Nachfrageseitige Verbundvorteile	63
aa. Interoperabilitätsbedingte Verbrauchssynergien	63
bb. Senkung der Such- und Transaktionskosten	64
b. Wechselkosten und Lock-in-Effekt	64
III. Zusammenfassung und Einordnung des Begriffs des plattformbasierten Ökosystems	67
B. Besonderheiten der ökosystembasierten Wertschöpfung	69
I. Daten als zentraler Wertschöpfungsfaktor	69
1. Plattformbasierte, datenzentrierte Intermediation und personalisierte Produkte	70
2. Wertschöpfung bei Daten	71
a. Abgrenzung nach dem Bezug der Daten	72
b. Art und Weise der Datengewinnung	73
aa. Bereitstellung, Beobachtung und Ableitung	73
bb. Möglichkeiten der Datenerhebung im Ökosystem	73
c. Auswertungen der Daten durch Algorithmen und künstliche Intelligenz	74
II. Koordinierung der Wertschöpfung	75
1. Modulares Systemdesign	75
2. Interoperabilität	77
a. Technische Grade der Interoperabilität	78
b. Verlaufsrichtungen der Interoperabilität	79

3. Offene und geschlossene Ökosysteme	79
a. Hybride plattformbasierte Ökosysteme	79
b. Skalierung der Wertschöpfung in offenen Ökosystemen	80
c. Kontrolle der Wertschöpfung in geschlossenen Ökosystemen	81
d. Bedeutung des Geschäftsmodells	82
III. Realisierung angebotsseitiger Verbundvorteile	83
1. Wiederverwendung modularer Produktarchitektur	83
2. Datengetriebene Verbundvorteile	84
C. Wettbewerbliche Auswirkungen plattformbasierter Ökosysteme	85
I. Auswirkungen auf den Wettbewerbsprozess	86
1. Konzentrationstendenzen	86
2. Wettbewerb um den Markt	88
3. Multidimensionales Wettbewerbsgefüge	89
a. Asymmetrischer Wettbewerb	89
b. Inter- und Intra-Ökosystemwettbewerb	92
II. Effizienzen und kartellrechtliche Problemlagen	93
1. Effizienzen plattformbasierter Ökosysteme	93
2. Ineffizienzen und marktübergreifende Machtpotenziale plattformbasierter Ökosysteme	95
D. Zusammenfassung und Einordnung des 2. Kapitels	96
I. Wirkungsgefüge plattformbasierter Ökosysteme	96
II. Drohende Gefährdung des funktionsfähigen Wettbewerbsprozesses	97
Kapitel 3: Marktabgrenzungsfragen im Kontext plattformbasierter Ökosysteme	99
A. Erforderlichkeit der Marktabgrenzung	100
I. Erforderlichkeit der Marktabgrenzung <i>de lege lata</i>	100
II. Schwierigkeiten der Marktabgrenzung in der digitalen Ökonomie	101
III. Kritik an der Marktabgrenzung	102

B. Marktabgrenzung bei Plattformen	104
I. Abgrenzung einheitlicher oder getrennter Märkte für die Plattformseiten	104
1. Abgrenzung eines einheitlichen plattformseitenübergreifenden Markts	105
a. Plattfortmtypenlehre des BKartA	105
b. Weitere typisierende Konzepte	106
2. Abgrenzung getrennter Märkte für die Plattformseiten	107
3. Einordnung	108
a. Fehlende Zweckmäßigkeit der typisierenden Konzepte zur Abgrenzung einheitlicher Plattformmärkte	109
b. Keine Erforderlichkeit zur Abgrenzung einheitlicher Plattformmärkte	110
II. Anwendbarkeit des SSNIP- und des SSNDQ-Tests bei Plattformen	112
1. Schwierigkeiten bei der Anwendung des SSNIP-Tests	112
2. SSNDQ-Test als Alternative zum SSNIP-Test	114
III. Auswirkungen von Netzwerkeffekten auf die Marktabgrenzung	116
1. Auswirkung von Netzwerkeffekten auf die funktionale Austauschbarkeit	116
2. Keine Abgrenzung eines eigenständigen Plattformmarkts	116
IV. Marktabgrenzung bei wettbewerblichen Flaschenhälsen	117
1. Besondere Situation bei wettbewerblichen Flaschenhälsen	117
2. Implikationen für die Marktabgrenzung	118
a. Möglichkeit der Abgrenzung eines eigenständigen Plattformmarkts für die Multi-homing betreibende Plattformseite	118
b. Einordnung	119
aa. Erreichbarkeit der Single-homing betreibenden Nachfrager über andere Plattformen	119
bb. Heterogenes Nutzungsverhalten	119
cc. Vorbehalt der wettbewerblichen Beurteilung	120
V. Zusammenfassung und Einordnung der Marktabgrenzung bei Plattformen	121

C. Produktökosysteme und die Abgrenzung von Systemmärkten	122
I. Möglichkeiten der Abgrenzung von Systemmärkten	123
II. Allgemeine Überlegungen zur Abgrenzung von Systemmärkten	124
1. Bestehen von Transaktionskomplementaritäten	124
2. Abgrenzung von Systemmärkten nach dem Bedarfsmarktkonzept	125
3. Anwendung des SSNIP-Tests zur Abgrenzung von Systemmärkten	126
III. Wesentliche Faktoren bei der Abgrenzung von Systemmärkten bei plattformbasierten Ökosystemen	128
1. Transaktionskomplementaritäten als Indiz	128
2. Abgrenzung von Transaktionskomplementaritäten zu Verhaltenslimitationen (<i>behavioural biases</i>)	129
3. Getrennte Nachfrage nach einzelnen Produkten	130
4. Besonderer ökosystemimmanenter Mehrwert	131
5. Berücksichtigung von Konvergenzprozessen	133
6. Geringe indizielle Bedeutung angebotsseitiger Verbundvorteile	134
IV. Zusammenfassung und Einordnung der Marktabgrenzung von Systemmärkten bei plattformbasierten Ökosystemen	135
D. Asymmetrischer Wettbewerb in der Marktabgrenzung	137
I. Besondere Bedeutung asymmetrischen Wettbewerbs in der Fusionskontrolle	138
II. Bisherige Konzepte zur Erfassung asymmetrischen Wettbewerbs	139
1. Potenzieller Wettbewerb	139
2. Randwettbewerb	141
3. Konzept der Aufmerksamkeits- und Transaktionsmärkte	143
4. Einordnung	144
III. Entwicklung des Konzepts elastischer Marktgrenzen	145
1. Wettbewerbsverhältnisse bei differenzierten Produkten	146
2. Flexibilisierung der Marktabgrenzung unter Berücksichtigung differenzierter Wettbewerbsverhältnisse	147
3. Analyseschritte des Konzepts elastischer Marktgrenzen	149
a. Berücksichtigung von Bedarfskategorien und der Ökosystemebene	149

b.	Beurteilung der Nähe der Wettbewerbsverhältnisse	150
aa.	Produktbezogene Kriterien	150
bb.	Marktbezogene Kriterien	152
cc.	Unternehmensbezogene Kriterien	154
4.	Veranschaulichung des Konzepts elastischer Marktgrenzen am Beispiel des Zusammenschlusses <i>Facebook/WhatsApp</i>	154
a.	Produktnähe	156
b.	Strategische Nähe	156
c.	Wettbewerbliche Annäherung durch sukzessive Erweiterung des Leistungsangebots	157
d.	Fazit zur wettbewerblichen Nähe von Facebook und WhatsApp	159
IV.	Zusammenfassung und Einordnung der Erfassung asymmetrischen Wettbewerbs	160
E.	Abgrenzung ökosystemspezifischer Sekundärmärkte	161
I.	Konzept des Sekundärmarkts	162
1.	Begriff des Sekundärmarkts und Relevanz im Kontext plattformbasierter Ökosysteme	162
2.	Marktabgrenzungsalternativen in Sekundärmarktconstellations	163
II.	Abgrenzung ökosystemspezifischer Sekundärmärkte nach dem Bedarfsmarktconcept	164
1.	Abgrenzung von Sekundärmärkten aus Sicht der Verbraucher	164
a.	Systemspezifische Sekundärmärkte bei geschlossenen Ökosystemen	164
b.	Systemübergreifende Sekundärmärkte bei offenen Ökosystemen	166
c.	Feststellung des abgeleiteten spezifischen Systembedarfs	168
2.	Abgrenzung aus Sicht der Anbieter von Sekundärprodukten	169
a.	Ausweichmöglichkeiten zwischen offenen Ökosystemen	170
b.	Ausweichmöglichkeit innerhalb des Ökosystems	173
c.	Abgrenzung von Sekundärmärkten bei geschlossenen Ökosystemen	174

3. Zwischenfazit zur Abgrenzung von Sekundärmärkten nach dem Bedarfsmarktkonzept	175
III. Berücksichtigung des Wettbewerbsdrucks auf dem Primärmarkt	176
1. Reaktionsverbundenheit zwischen Primär- und Sekundärmarkt	176
a. Kosten des Wechsels zwischen Ökosystemen	178
b. Informationskosten	180
c. Möglichkeit der Preisdiskriminierung	181
d. Funktionsfähiger Wettbewerb zwischen Ökosystemen	182
aa. Intensiver Wettbewerb in frühen Marktphasen	182
bb. Erlahmender Wettbewerb durch Pfadabhängigkeiten	183
cc. Geringer Wettbewerb in späten Marktphasen	184
e. Zwischenfazit zur Reaktionsverbundenheit zwischen Primär- und Sekundärmarkt	184
2. Einschränkungen bei der Berücksichtigung der Reaktionsverbundenheit	185
a. Faktische Grenzen der Reaktionsverbundenheit	185
b. Normative Grenzen der Reaktionsverbundenheit	186
IV. Zusammenfassung und Einordnung der Marktabgrenzung bei Sekundärmärkten	187
F. Zusammenfassung und Einordnung des 3. Kapitels	188
Kapitel 4: Marktübergreifende Machtfaktoren und systemische Marktzutrittsschranken bei plattformbasierten Ökosystemen	191
A. Bedeutung der Marktanteile als Marktmachtindikator	191
I. Kennzahlen zur Herleitung von Marktanteilen	192
1. Schwierigkeiten der umsatzbasierten Herleitung von Marktanteilen	192
a. Berücksichtigung der asymmetrischen Umsatzverteilung	193
b. Berücksichtigung unterschiedlicher Geschäfts- und Erlösmodelle	194
c. Kaum Aussagekraft bei fehlendem Umsatz	194

2. Ergänzende Kennzahlen zur Herleitung von Marktanteilen	195
a. Anzahl der (aktiven) Nutzer und Nutzungshäufigkeit	195
b. Ambivalente Aussagekraft der Nutzeranzahl und Nutzungshäufigkeit	196
II. Aussagekraft der Marktanteilshöhe	197
1. Aussagekraft niedriger Marktanteile	198
2. Aussagekraft hoher Marktanteile	199
a. Kein allgemeiner innovationsgetriebener Wettbewerbsdruck in der digitalen Ökonomie	200
b. Marktanteile im Kontext wettbewerblicher Dynamik und der Marktphase	202
c. Eingeschränkte Aussagekraft hoher Marktanteile	204
III. Zusammenfassung und Einordnung der Bedeutung der Marktanteile als Marktmachtindikator	205
B. Bedeutung der Netzwerkeffekte als Marktmachtindikator	205
I. Preissetzungsverhalten bei Netzwerkeffekten	206
1. Keine Rückschlüsse vom Preissetzungsverhalten auf Marktmacht	206
2. Unentgeltlichkeit kein Indiz für fehlende Marktmacht	207
II. Reaktionsverbundenheit zwischen den Plattformseiten	208
1. Wechselwirkung zwischen Plattformseiten	208
2. Grenzen der Reaktionsverbundenheit	209
3. Möglichkeit asymmetrischer Marktmacht trotz Reaktionsverbundenheit	210
III. Zusammenfassung und Einordnung der Bedeutung der Netzwerkeffekte als Marktmachtindikator	211
C. Intermediationsmacht	212
I. Annäherung an das Konzept der Intermediationsmacht	213
1. Konzept des Zwangspartners	213
2. Konzept der Nachfragemacht	214
3. Konzeptionelle Gegenüberstellung	215
II. Faktoren für die Bestimmung von Intermediationsmacht	217
1. Eigenschaften und Funktionen der Vermittlungsleistung	217
2. Reichweite und Bedeutung der Vermittlungsleistung	218
3. Ausweichmöglichkeiten der Plattform	219

4.	Nutzungsverhalten der Verbraucher – wettbewerblicher Flaschenhals	219
a.	Preissetzungsmacht wettbewerblicher Flaschenhalse	220
b.	Intermediationsmacht wettbewerblicher Flaschenhalse	221
III.	Zusammenfassung und Einordnung der Intermediationsmacht von plattformbasierten Ökosystemen	222
1.	Voraussetzungen der Intermediationsmacht und Verhältnis zu den Marktanteilen	223
2.	Intermediationsmacht plattformbasierter Ökosysteme	224
D.	Systemische Marktzutrittsschranken im Wettbewerb mit plattformbasierten Ökosystemen	225
I.	Besondere Bedeutung der Bestreitbarkeit von Märkten und Marktpositionen	226
1.	Konzept der bestreitbaren Märkte	227
2.	Höhe der Marktzutrittsschranken als wesentlicher Indikator für die Bestreitbarkeit	228
II.	Netzwerkeffekte als Marktzutrittsschranke	228
1.	Bindungswirkung der Netzwerkeffekte und das <i>Henne-Ei-Problem</i>	229
2.	Stärke der Bindungswirkung der Netzwerkeffekte	230
a.	Auswirkung der Nachfragestruktur auf die Stärke der Bindungswirkung	230
b.	Auswirkung der marktübergreifenden Tätigkeit auf die Bindungswirkung der Netzwerkeffekte	232
aa.	Intensivierung der Bindungswirkung der Netzwerkeffekte durch die vertikale Integration	232
(1)	Stimulierung der Nachfrage	232
(2)	Vertikale Integration bei marktbeherrschenden Plattformen	233
bb.	Intensivierung der Bindungswirkung der Netzwerkeffekte durch die Expansion in verbundene Märkte	235
3.	Zusammenfassung und Einordnung der Netzwerkeffekte als Marktzutrittsschranke bei plattformbasierten Ökosystemen	236

III. Zugang zu Daten	236
1. Erfordernis der marktbezogenen Einzelfallbetrachtung	237
2. Datenverfügbarkeit und wettbewerbsrelevanz der Daten	239
a. Verfügbarkeit über Daten und Analysewerkzeuge	239
b. Wettbewerbsrelevanz der Daten und Analysewerkzeuge	240
3. Duplizierbarkeit des Datenzugangs für Wettbewerber	241
a. Ökonomische Besonderheiten von Daten	242
b. Eigene Möglichkeiten der Datenerhebung von Wettbewerbern	243
c. Portierbarkeit von Daten – wettbewerbliche Bedeutung des Art. 20 DSGVO	245
aa. Tatbestandlich enge Grenzen	245
bb. Enge Rechtsfolge	246
cc. Geringe praktische Relevanz	247
dd. Keine disziplinierende Wirkung des Datenschutzrechts	248
d. Substituierbarkeit über Datenmärkte	249
e. Einordnung der Duplizierbarkeit des Datenzugangs für Wettbewerber	251
4. Größen- und Verbundvorteile im Zusammenhang mit der Verwertung von Daten	252
a. Phänomene im Zusammenhang mit der Verwertung von Daten	252
aa. Datengetriebene Netzwerkeffekte	252
bb. Datengetriebene Verbundvorteile	255
(1) Datengetriebene Verbundvorteile im engen Sinne	255
(2) Datengetriebene Verbundvorteile im weiten Sinne	257
cc. Datengetriebene Lerneffekte	257
dd. Datenbasierter Lock-in-Effekt	259
b. Implikationen für die kartellrechtliche Beurteilung datengetriebener Netzwerkeffekte, Verbundvorteile im engen Sinne, Lerneffekte und datenbasierter Lock-in-Effekte bei plattformbasierten Ökosystemen	260

c.	Wirkmechanismen datengetriebener Verbundvorteile im weiten Sinne – marktübergreifende Datenpotenziale	262
aa.	Anreiz zur Wiederverwertung von Daten	263
bb.	Marktübergreifendes Verdrängungspotenzial von Daten	263
d.	Implikationen für die kartellrechtliche Beurteilung datengetriebener Verbundvorteile im weiten Sinne bei plattformbasierten Ökosystemen	265
5.	Zusammenfassung und Einordnung des Zugangs zu Daten als Inputfaktor bei plattformbasierten Ökosystemen	266
6.	Informationsvorsprung – Panopticon-Macht	267
a.	Besonderer Zugang zu Informationen über Wettbewerber und Nachfrager	267
b.	Wettbewerbliche Bedeutung des Informationsvorsprungs	268
aa.	Wettbewerbsrelevanz des Informationsvorsprungs	269
bb.	Wettbewerbsvorteil aufgrund des Informationsvorsprungs	270
c.	Zusammenfassung und Einordnung der Panopticon-Macht plattformbasierter Ökosysteme	273
IV.	Lenkungsmacht	274
1.	Ursprung der Lenkungsmacht	274
a.	Informationsasymmetrien und kognitive Limitationen	274
b.	Principal-Agent-Problem	275
2.	Bedeutung für die Feststellung der marktbeherrschenden Stellung	277
a.	Kein unmittelbarer Rückschluss auf kartellrechtlich relevante Verhaltensspielräume	277
b.	Informationsasymmetrien und kognitive Limitationen als Marktzutrittsschranke	279
3.	Zusammenfassung und Einordnung der Lenkungsmacht plattformbasierter Ökosysteme	281

V. Portfolioeffekte	282
1. Auswirkungen von Portfolioeffekten auf die Marktstellung	282
2. Faktoren für die marktverschließende Wirkung von Portfolioeffekten bei plattformbasierten Ökosystemen	284
a. Angebotsseitige Verknüpfung des Produktportfolios	286
aa. Portfolioeffekte im engen Sinne	286
bb. Portfolioeffekte im weiten Sinne	287
b. Netzwerkeffekte, Größen- und Verbundvorteile	289
c. Erschweren von Preiswettbewerb	290
d. Bestehen von Marktmacht	292
e. Gegenstrategien der Anbieter einzelner Produkte	293
f. Kein beschränkender Multimarkt-Wettbewerb	293
aa. Begriffsbestimmung	294
bb. Indizien für bestehenden Multimarkt-Wettbewerb	294
cc. Eingeschränkter Wettbewerb durch Achtung von Interessensphären	295
dd. Geringe Marktrelevanz des übergeordneten Multimarkt-Wettbewerbs	296
3. Zusammenfassung und Einordnung der Portfolioeffekte bei plattformbasierten Ökosystemen	297
a. Berücksichtigung von Effizienzen durch Portfolioeffekte	297
b. Besonderes wettbewerbliches Gefährdungspotenzial von Portfolioeffekten bei plattformbasierten Ökosystemen	297
VI. Möglichkeit zum Multi-homing und Lock-in	299
1. Bedeutung des Multi-homings für den Wettbewerbsprozess	300
2. Konkretisierung des Begriffs des Multi-homings	301
3. Einordnung des Multi-homings und des Lock-ins bei plattformbasierten Ökosystemen	302
VII. Einfluss des innovationsbasierten Wettbewerbs	303
1. Innovationsphänomene	304

2. Zusammenspiel von Innovation und Marktbeherrschung	304
a. Keine Ableitung des innovationsgetriebenen Wettbewerbsdrucks aus F&E-Ausgaben	305
b. Aussagekraft des Innovationsgeschehens für das Bestehen von Marktmacht	306
c. Vielgestaltigkeit von marktbeherrschungsbedingten Verhaltensspielräumen	307
3. Innovationsbasierte Produktdifferenzierung als strategische Marktzutrittsschranke	309
a. Strategie der (innovativen) Produktdifferenzierung	309
b. Pervertierung von Innovationen	310
4. Zusätzliche innovationshemmende Marktzutrittsschranken für Wettbewerber	311
a. Angebotsseitige Größen- und Verbundvorteile als innovationshemmende Marktzutrittsschranke	312
aa. Angebotsseitige Größenvorteile	312
(1) Wirkmechanismus angebotsseitiger Größenvorteile	312
(2) Wettbewerbliche Bedeutung angebotsseitiger Größenvorteile	313
bb. Angebotsseitige Verbundvorteile und Innovationskapazitäten	314
b. Fehlende Interoperabilität als innovationshemmende Marktzutrittsschranke	316
aa. Einschränkung der horizontalen Interoperabilität	316
bb. Einschränkung der vertikalen Interoperabilität	317
c. Fehlende Kapitalausstattung für innovative Wettbewerber als Marktzutrittsschranke und Finanzkraft der Ökosysteme	318
aa. Innovationshemmende fehlende Kapitalausstattung für Wettbewerber	318
bb. Finanzkraft der Ökosysteme	320
5. Zusammenfassung und Einordnung des Einflusses des innovationsbasierten Wettbewerbsdrucks auf plattformbasierte Ökosysteme	321

E. Zusammenfassung und Einordnung des 4. Kapitels	322
I. Marktübergreifende Machtfaktoren und systemische Marktzutrittschranken	322
II. Zusammentreffen und Wechselwirkung der Machtfaktoren und Marktzutrittschranken	323
Kapitel 5: Zusammenfassung der Ergebnisse und Implikationen für die Rechtsanwendung	325
A. Zusammenfassung der Ergebnisse	325
I. Verständnis für die Wirkungsgefüge plattformbasierter Ökosysteme	325
II. Flexiblere Marktabgrenzung zur Erfassung interdependenter Marktverhältnisse	326
III. Interdependente Marktmachtfaktoren und marktübergreifende Betrachtung	328
B. Implikationen für die Rechtsanwendung	329
I. Beurteilung von Marktmacht im Kontext plattformbasierter Ökosysteme <i>de lege ferenda</i>	329
1. Marktmacht als marktübergreifende Gefährdungslage – Sicherung der Bestreitbarkeit der Märkte	329
2. Bisher defizitäre Erfassung marktübergreifender Machtaspekte	331
3. Bessere Erfassung der marktübergreifenden Tätigkeit als Marktmachtfaktor <i>de lege ferenda</i>	332
a. Kriterium des § 18 Abs. 3a GWB – Besonderheit plattformbasierter Ökosysteme	333
b. Tatbestandsmerkmal der <i>marktübergreifenden Tätigkeit</i>	333
c. Tatbestandsmerkmal der <i>Wechselwirkung</i>	334
II. Einordnung der Untersuchung in den Kontext des § 19a GWB	335
1. Feststellung des Ökosystemcharakters des Normadressaten	336
2. Feststellung der erheblichen Tätigkeit auf Märkten im Sinne des § 18 Abs. 3a GWB	338

3. Feststellung der überragenden marktübergreifenden Bedeutung	339
a. Marktbeherrschende Stellung auf einem oder mehreren Märkten	340
b. Finanzkraft oder Zugang zu sonstigen Ressourcen	341
aa. Marktübergreifende Bedeutung der Finanzkraft	341
bb. Zugang zu sonstigen Ressourcen	343
c. Vertikale Integration und die Tätigkeit auf in sonstiger Weise miteinander verbundenen Märkten	343
d. Zugang zu wettbewerbsrelevanten Daten	344
e. Bedeutung der Tätigkeit für den Zugang Dritter zu Beschaffungs- und Absatzmärkten sowie der damit verbundene Einfluss auf die Geschäftstätigkeit Dritter	345
4. Einordnung des § 19a GWB	346
C. Ausblick	347
Literaturverzeichnis	349