

05/2018

DIGITALER KAPITALISMUS – WIE ZÄHMEN WIR DIE TECH-GIGANTEN?

AUF EINEN BLICK

Die großen digitalen Plattformen sind mittlerweile so mächtig und allgegenwärtig, dass die Regierungen vor einer schwierigen Entscheidung stehen: ihre Souveränität in der digitalen Sphäre geltend zu machen oder sie an mächtige Unternehmen abtreten. Die Plattformen sind keine bloßen Marktteilnehmer mehr, sie bestimmen vielmehr die Funktionsweise der Märkte. Wird ihnen nicht Einhalt geboten, werden sie zu den de-facto-Herrschern des 21. Jahrhunderts.

Vor welche neuen Herausforderungen stellt der digitale Kapitalismus die politische Ordnung? Die Strategien der größten und erfolgreichsten Unternehmen legen eine bestimmte Schlussfolgerung nahe. Die Unternehmen fungieren häufig als Plattformen, auf denen sie sich aufs Ranking und Rating anderer Marktteilnehmer_innen beschränken, statt selbst Waren und Dienstleistungen bereitzustellen. Damit wälzen sie jedes Risiko auf die Verkäufer_innen und Konsument_innen ab, erhalten aber bei jeder Transaktion zuverlässig einen Anteil. Genauso wie ein Finanzvermittler Transaktionsgebühren erhebt, streichen die Plattformen schon vorab ihre Provision ein – unabhängig davon, wie gut oder schlecht das vermittelte Geschäft abgewickelt wird.

VOM TEILNEHMER ZUM HERRSCHER DES MARKTES

Diese Vermittlerrolle verschafft den Plattformen unzählige Möglichkeiten. Beispielsweise überwachen sie Transaktionen und entscheiden bei Streitfällen, was früher dem Staat vorbehalten war. Mit dieser neuen einflussreichen Rolle erlangen die Plattformen eine „funktionale Souveränität“. Dieser Begriff weist auf das Ausmaß der Macht hin, die ein Privatunternehmen ausüben kann, wenn es nicht länger einer von vielen Marktteilnehmer_innen ist, sondern zur Oberaufsicht und zum Organisator der tatsächlichen Marktteilnehmer_innen geworden ist.

Plattformen haben ein Interesse daran, bestimmte digitale Geschäftsbereiche sorgfältig zu überwachen und zu gestalten, um ihre Profite zu maximieren (und nebenbei ihr Renommee zu behaupten). In ihrem unaufhörlichen Streben, ihren eigenen Ökosystemen immer mehr Sektoren einzuverleiben, wagen sie sich jedoch allzu oft an Brocken, die sie nicht verkraften. Häufig überschätzen sie die Leistungsfähigkeit der Automatisierung, alle Anfragen zu bearbeiten, die sich auf einem modernen Marktplatz ergeben. Das hat zu einem weiteren Problem geführt, das schon aus der Geschichte von Monopolunternehmen bekannt ist: der sogenannte Absentismus (Absentee Ownership).

Wenn ein Riesenunternehmen Tausende Kilometer von seinem Hauptsitz entfernt einen Laden kauft, besitzt es diesen Laden und will auch Gewinne mit ihm machen. Der wirtschaftliche Erfolg dieses Ladens wird aber nur in groben Maßstäben gemessen, die kaum etwas mit einem Interesse an der unmittelbaren Umgebung (die Straße, das Viertel, die Stadt) zu tun haben, in die dieses Geschäft eingebettet ist. Um die von dem/der abwesenden Eigentümer_in geforderten Einnahmen zu maximieren, vernachlässigt der Laden möglicherweise die traditionellen Aufgaben, die er zuvor erfüllte. Unmittelbar dort ansässige Eigentümer_innen würden den Laden vermutlich auf eine Weise führen, die den Interessen und Werten der Umgebung weit mehr gerecht wird. Denn der/die anwesende Eigentümer_in bekommt alle Verbesserungen und Verschlechterungen, die der Laden vor Ort verursacht selber mit. Dieselbe Dynamik tritt im Internet auf. Google besitzt die größte Sammlung von Online-Videos, aber die Ertragskraft seiner Tochtergesellschaft YouTube beruht auf einer einkalkulierten Missachtung vieler Aspekte der Plattform.

>

Die Debatten darüber, welche Verantwortlichkeiten die Vorherrschaft in einem Online-Bereich beinhaltet, reißen nicht ab. Eine faktisch souveräne Einheit sollte zumindest bestimmte grundlegende Formen der Verantwortung übernehmen. Diese Spannung zwischen funktionaler Souveränität und Absentismus erklärt die wichtigen politischen Auseinandersetzungen darüber, in welchem Ausmaß die Organisation des Online-Lebens den Internetunternehmen überlassen werden darf. Die Investoren wollen den Traum einer Monopolstellung verwirklichen: ihre Unternehmen sollen einen Bereich nicht nur besetzen, sondern auch Festungsgräben bauen, um andere Wettbewerber außen vor zu halten und die aktuellen Profite sowie zukünftiges Wachstum sicherzustellen. Allerdings treibt die tägliche Realität der Einschränkungen im Betriebshaushalt dieselben Firmen in Richtung der problematischen Absentee Ownership.

Die Gesetzgebung kann zur Lösung dieser Spannungen beitragen. Wettbewerbsgesetze richten sich gegen eine funktionale Souveränität und mindern so das Ausmaß der Vorherrschaft eines Unternehmens in einem bestimmten Bereich. Bestimmungen, wie sie für Versorgungsbetriebe im Bereich der Daseinsvorsorge gelten, lindern die schlimmsten Auswüchse des Absentismus. Jede einzelne Verordnung wirkt den ins Uferlose reichenden Bestrebungen dieser Bollwerke des digitalen Kapitalismus entgegen.

REGIEREN IM SELBST GESCHAFFENEN MACHTVAKUUM

Wirtschaftswissenschaftler_innen beschreiben den Umfang von Verordnungen häufig schlicht als eine Frage von Ausbau oder Abbau staatlicher Macht. Aus volkswirtschaftlicher Sicht rückt aber in den Vordergrund, dass Sozialbeziehungen ein Machtvakuum verabscheuen. Wenn Staatsgewalt abgebaut wird, füllen private Gruppierungen die Lücke und regieren. Diese Macht kann sich genauso erdrückend anfühlen und eine ebenso tiefgreifende Wirkung haben wie die Durchsetzung des Rechts durch den Staat.

Diese Art von Macht ist uns aus Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Verhältnissen bekannt oder auch aus Situationen, in denen Großkonzerne ihren Zulieferunternehmen Zugeständnisse abgewinnen (Anderson 2017). Was ist aber, wenn ein Unternehmen sich anmaßt, rechtliche Gewalt auszuüben – nicht als Konfliktpartei, sondern als die Autorität, die über den Konflikt entscheidet? Es ist sehr beunruhigend, dass ein solches Szenario zur Gewohnheit wird, wenn digitale Plattformen immer mehr Macht über unser Wirtschaftsleben bekommen (Srnicek 2017; Scholz/Schneider 2017). Sie sind keine bloßen Marktteilnehmer mehr, sondern auf ihren jeweiligen Gebieten Marktmacher: Sie sind in der Lage, regulatorische Kontrolle über die Bedingungen auszuüben, unter denen andere Anbieter Waren und Dienstleistungen verkaufen können. Überdies trachten sie danach, mit der Zeit weitere Regulierungsfunktionen außer Kraft zu setzen und die Logik der territorialen Souveränität durch die der funktionalen Souveränität zu ersetzen. In praktischen Bereichen von Zimmervermietung über Beförderungsmittel bis hin zum Handel werden die

Menschen zunehmend einer unternehmerischen statt einer demokratischen Herrschaft unterworfen sein.

Weitere Beispiele für funktionale Souveränität: Wer braucht städtische Wohnungsbehörden, wenn Airbnb mit datengesteuerten Methoden effektiv die Vermietung von Zimmern und später von Häusern und schließlich die gesamte Stadtplanung regeln kann? (Kuang 2.08.2016) Welchen Sinn haben staatlich anerkannte Berufsabschlüsse noch, wenn Online-Plattformen wie LinkedIn Wissen und Fähigkeiten von Arbeitnehmer_innen mittels Rating-Systemen bewerten? (Vaheesan/Pasquale 2018).¹

DIGITALE POLITISCHE ÖKONOMIE

Die Verschiebung von territorialer zu funktionaler Souveränität lässt eine neue digitale politische Ökonomie entstehen. Der Aufstieg von Amazon ist aufschlussreich und die damit einhergehenden Dilemmata werden sich vermutlich – wenn auch in kleinerem Stil – wiederholen, wenn andere Plattformen versuchen, bestimmte Bereiche des Handels zu übernehmen. Lina Khan (2017: 567) erklärt, dass sich Amazon „im Zentrum des E-Commerce positioniert hat und jetzt als wesentliche Infrastruktur für eine Unzahl anderer Unternehmen fungiert, die auf Amazon angewiesen sind“. Der „Laden für alles“ erscheint vielleicht nur wie ein weiterer Anbieter auf dem Markt – ein virtuelles Einkaufszentrum. Aber wenn ein Unternehmen Abermillionen von Kunden und Kundinnen mit einer „Vertriebsplattform, einem Liefer- und Logistiknetzwerk, einem Bezahlservice, einem Kreditgeber, einem Auktionshaus, ...einem Hardware-Produzenten und einem führenden Anbieter von Cloud-Speicher“ kombiniert, ist das Khan zufolge nicht einfach nur eine weitere Einkaufsmöglichkeit.

Die digitale politische Ökonomie hilft uns zu verstehen, wie Plattformen Macht akkumulieren. Die Dominanz von Amazon veranschaulicht, wie Netzwerkeffekte sich selbst verstärken können. Je mehr Händler über (oder an) Amazon verkaufen, desto sicherer können die Käufer sein, dass sie alle möglichen Verkäufer im Blick haben. Je mehr Käufer über Amazon kaufen, desto mehr Verkäufer glauben, über die Plattform verkaufen zu müssen. Je größer die Massen auf beiden Seiten der Plattform, desto unabdingbarer wird der Vermittler. Natürlich könnte eine neue Plattform auf dem Markt aktiv werden. Doch bevor sie Zugang zu den 480 Millionen Artikeln erhält, die Amazon (häufig zu ermäßigten Preisen) verkauft, gibt es für den/die Durchschnittskäufer_in keinen Grund, zu dieser neuen Plattform abzuwandern. Wenn ich Mülltüten brauche und schon Amazon-Nutzer_in bin, will ich dann wirklich auf die Rewe-Webseite gehen, wo ich all meine Kreditkartendaten neu eingeben, mich neu registrieren, das Kleingedruckte über den Versand lesen und hoffen muss, dass dieser Wiederverkäufer einen besseren Handel mit dem Hersteller abschließen konnte? Oder will ich lieber bei einem vorausschauenden Lieferanten einkaufen, der meine Kaufgewohnheiten genauestens kennt und bei dem ich weiß, dass meine Wünsche mit einem Klick zu meiner Zufriedenheit erfüllt werden?

DIE PRIVATISIERUNG DER RECHTSPRECHUNG

Mit der Verbesserung der künstlichen Intelligenz wird die Suche nach Angeboten im Amazon-Universum sowohl für Käufer als auch für Verkäufer zur Selbstverständlichkeit. Um nur einer der vielen Zentripetalkräfte auf den Grund zu gehen, die Geld, Daten und Handel in Online-Moloch einsaugen, sollte man sich vor Augen führen, wie sich die Möglichkeit von Online-Konflikten zum Vorteil von Amazon auswirkt.

Wenn man ein Problem mit einem Online-Händler hat, will man da nach einem einzigen Einkauf gegen ihn vorgehen? Oder lieber als Käufer_in, dessen/deren Ansehen nach Dutzenden oder Hunderten von Transaktionen gefestigt ist, und als Person, die glaubwürdig damit drohen kann, Amazon pro Jahr mehrere hundert oder tausend Dollar an Einnahmen vorzuenthalten? Dasselbe gilt für Händler auf der Plattform. Je mehr Abgaben sie an Amazon zahlen können, desto höher wird ihre Sichtbarkeit bei den Suchergebnissen und desto mehr Aufmerksamkeit (oder vielleicht sogar Gefälligkeiten) werden ihnen zuteil, wenn es zu Streitigkeiten kommt. Was Bruce Schneier (26.11.2012) über Sicherheit sagte, trifft auch immer mehr auf den Online-Handel zu: Man will in der Gunst einer der neo-feudalen Riesen stehen, die Ordnung in einen rechtsfreien Raum bringen. Dennoch denken nicht wenige darüber nach, wie genau die digitalen Lehnsherren ihre datengestützten Herrschaftsvorteile gegen diejenigen nutzen könnten, die sie angeblich schützen (Ezrachi/Stucke 2016b).

Moderne Rechtsphilosoph_innen helfen uns dabei, diese Dynamik zu verstehen. Die Marktmacht von Internethändlern kann zu einer Privatisierung der Rechtsprechung führen. Um der Bürokratie aus dem Weg zu gehen, finden es die Käufer_innen vernünftiger, sich an Amazon statt an staatliche Behörden oder Gerichte zu wenden, um ihre Ansprüche durchzusetzen, wenn sie sich von einem/einer Verkäufer_in betrogen fühlen. Je mehr Online-Käufer und -Verkäufer sich auf Amazon verlassen, sich für sie einzusetzen oder ihre Streitigkeiten beizulegen, desto weniger Macht haben sie gegenüber Amazon selbst. Sie sind nicht so sehr unabhängige Unterhändler des Unternehmens als vielmehr Untertanen eines Despoten, zu dessen vielen Aufgaben es gehört, die Verbraucher_innen vor Betrug zu schützen.

EIN KARTELLRECHT FÜR DAS 21. JAHRHUNDERT

Es wird zweifellos schwierig, auf politischem Weg gegen die Macht von Amazon vorzugehen – Verbraucher_innen lieben es, wenn ihre Bestellungen noch am gleichen Tag geliefert werden. Ein erster Schritt aber wäre es, ein Verständnis für das Gesamtbild zu fördern. Die digitale politische Ökonomie erklärt die Gefahren, die von der zunehmenden Macht Amazons über den Handel ausgehen. Es geht nicht nur um die zweiseitige Transaktion zwischen einzelnen Verbraucher_innen und Händler_innen. Die Asymmetrien beim Datenzugriff werden noch über Jahre für beide Seiten von Nachteil und für Amazon als Vermittler von Vorteil sein (Stucke/Grunes 29.5.2015). Ebenso wenig darf man das Machtungleichgewicht isoliert betrachten: Vielsagend ist beispielswei-

se, wie Amazon kürzlich im Zusammenhang mit dem Wettbewerb um eine zweite Firmenzentrale seine Schlagkraft nutzte, um seine Steuerlast zu mindern und mögliche Standorte gegeneinander auszuspielen. Die politische Dynamik zu meistern, ist genauso wichtig für den Erfolg des Unternehmens wie technisches und geschäftliches Know-how. Und nur eine politische Ordnung kann die funktionalen Souveränitäten einer Plattform davon abhalten, die territoriale Regierungsgewalt im Herzen der Demokratie weiter zu unterminieren (Mitchell/LaVecchia 2016).

Der Rechtstheoretiker K. Sabeel Rahman (2017) liefert einen interdisziplinären und theoretischen Rahmen für eine Verbindung von kartellrechtlichen und Regulierungsansätzen als politischen Schritt, um eine zu große Macht von Unternehmen einzudämmen. Rahman zufolge können drei weitgefassete Regulierungskategorien „einen dem 21. Jahrhundert angepassten Rahmen für die staatliche Regulierung von Versorgungsbetrieben“ bieten:

- (1) Der Schutz von zentralen Bedürfnissen vor Verhaltensweisen und Praktiken, die die Basisversorgung mit diesen Gütern und Dienstleistungen gefährden könnten. Dies ist unter anderem durch strukturelle Einschränkungen für die Organisation und die Form von Unternehmen, die Infrastrukturgüter bereitstellen, zu erreichen.
- (2) Die Auferlegung staatlicher Verpflichtungen für Infrastrukturunternehmen, seien es negative Auflagen zur Verhinderung von Diskriminierung oder unlauteren Preisunterschieden oder positive Auflagen zur pro-aktiven Bereitstellung von gerechten, erschwinglichen und zugänglichen Dienstleistungen in schlecht versorgten Regionen.
- (3) Die Schaffung staatlicher Alternativen: vom Staat initiierte billigere Basisvarianten der Dienstleistungen als Alternative zur ausbeuterischen privatwirtschaftlichen Kontrolle über Märkte, die ansonsten vor Wettbewerbsdruck gefeilt sind.

Diese drei Ansätze haben in der Vergangenheit dazu beigetragen, dominante privatwirtschaftliche Marktakteure verstärkt in die Verantwortung zu nehmen. Kabelanbieter können einem Kunden oder einer Kundin nicht einen höheren Preis abverlangen, nur weil sie deren politische Einstellung nicht teilen. Ebenso wenig dürfen sie Unternehmen, die sie kaufen wollen, unter Druck setzen, indem sie auf dem Weg zum Übernahmziel immer höhere Preise verlangen, bis das Unternehmen nachgibt. Zudem sollten die Regulierungsbehörden auch gegenüber Beteiligungsgesellschaften misstrauisch sein, die sehr rücksichtslos grundlegende Dienstleistungen finanzialisieren.

Die Schutzstrategie liefert einen nützlichen Ansatz für zukünftige Fusionskontrollen im Technologiebereich. Mit dem Erwerb von Instagram, WhatsApp, tbn und jeder neuen am Horizont erscheinenden App fürs soziale Netzwerk preist Facebook seine Leistungsfähigkeit an. Mit einer Rundumüberwachung der Kunden und Kundinnen wird die Zielgruppenwerbung effektiver als je zuvor. Und doch wurde die einfache Geschichte von Kunden und Kundinnen, denen ein optimales Marketing zuteilwurde, von vielen Wissenschaftlern widerlegt (Patterson 2017; Ezrachi/Stucke 2016a).² Es ist längst überrückfälliger, dass diejenigen, die über Suchmaschinen schreiben, endlich erforschen, wie Verstöße mit Hilfe der Regulierungen für den

Versorgungsbereich schneller entdeckt und verhindert werden können, anstatt die Jahre abzuwarten, die das zugegebenermaßen löbliche von der Europäischen Kommission angestrebte Kartellverfahren gegen Google dauerte (Pasquale 2017).

Die Europäische Kommission hat dokumentiert, wie Google seine dominante Stellung bei Einkaufsdiensten missbraucht. Die dem Verfahren folgenden Abhilfemaßnahmen sollten viele Gelegenheiten für die Auferlegung staatlicher Verpflichtungen bieten (wie bspw. die Auflage, unter den Suchergebnissen bei häufig gestellten Fragen wenigstens einige nicht zu Google gehörende Anbieter an prominenter Stelle aufzulisten) und Schutzbestimmungen enthalten (zu denen bspw. auch eine strengere digitale Fusionskontrolle gehören könnte³). Ähnliche Maßnahmen sollten in Bezug auf Amazon bzw. jede Plattform in Erwägung gezogen werden, sobald diese eine beherrschende Stellung im Bereich der Handelsvermittlung einnimmt.

MACHTMISSBRAUCH DURCH PLATTFORMEN ENDLICH ERKENNEN

Viele große Internetplattformen setzen ihren Datenvorteil jetzt gewinnbringend ein und investieren die Profite in die weitere Beherrschung von Werbemärkten. Das hat eine sich selbst verstärkende Dynamik: Mehr Daten bedeuten die Bereitstellung besserer, mehr auf Zielgruppen abgestimmter Dienstleistungen, die ihrerseits einen größeren Kundenstamm ansprechen, was wiederum weitere Gelegenheiten zur Datenerfassung mit sich bringt. Sobald eine kritische Masse an Nutzer_innen erreicht wurde, kann die vorherrschende Plattform sich am Überfluss an Käufer_innen und Verkäufer_innen bereichern. Beispielsweise hat Uber aufgrund des Drucks seitens der Investoren, die Betriebsverluste zu mindern, seinen Anteil an den Einnahmen der Fahrer_innen erhöht und einige Fahrer_innen mit Preisfestsetzungen anhand algorithmisch erstellter Bewertungen von deren Fähigkeiten und Zahlungsbereitschaft diskriminiert. Dasselbe Modell unterminiert gerade die Dienstprogramme von Google, wenn Werbung andere Informationen verdrängt und Facebooks Datenschutzbestimmungen, die ungeheuer einseitig zu Gunsten des Konzerns werden, je stärker die Dominanz des sozialen Netzwerks wird.

Bedrängt von einer sich schnell konsolidierenden Wirtschaft und steigender Arbeitsbelastung, stehen sowohl die Wettbewerbsbehörden als auch die Richter_innen vor einer verwirrenden Landschaft an Kommentaren über die Macht der riesigen digitalen Firmen. Einige Betriebs- und Wirtschaftswissenschaftler_innen halten die Plattformkapitalisten für mächtige Wohltäter für Verbraucher_innen, weil die Internetriesen unter Journalist_innen, Autor_innen, Chauffeur_innen, Hotels und nicht zuletzt unter allen Beschäftigten, außer denen, die bei den wichtigsten Plattformen gestellt sind, einen digitalen Preiskrieg anzetteln.

Dagegen warnen andere, dass die langfristigen Auswirkungen unheilvoll sein werden, ganz gleich, welchen kurzfristigen Nutzen diese Unternehmen auch anbieten (Pasquale 2016). Die Regulierung der Plattformen bedarf eines sektorenübergreifenden und interdisziplinären Ansatzes: offener für sozialwissenschaftliche Erkenntnisse und nicht nur auf die Betriebs- und Wirtschaftswissenschaften gestützt. Auf diese Weise können der Zweck und die Macht der staatlichen Regulierung von Handel im Zeitalter des digitalen Kapitalismus wiederhergestellt werden.

Autor

Frank Pasquale ist Professor für Recht an der Francis King Carey School of Law, University of Maryland.

Anmerkung zu dieser Publikation

Die Publikation beruht auf dem Einführungsvortrag, den der Autor auf dem Kongress „Digitaler Kapitalismus – Revolution oder Hype?“ am 3. November in der Friedrich-Ebert-Stiftung in Berlin hielt. Weitere Informationen sind auf der Webseite www.fes.de/digitalcapitalism zu finden.

Anmerkungen

- 1 – Das wurde von der „Economic Liberty Task Force“ der Federal Trade Commission erörtert. Eine Kritik dieser Idee findet sich in Vaheesan/Pasquale (2018).
- 2 – Patterson (2017) erörtert Themen wie die „einseitige Kontrolle über Daten durch einzelne Unternehmen“ und wie das zu einer Manipulierung der Daten durch diese Firmen führen kann. Ezrachi/Stucke (2016a) untersuchen die Auswirkungen der Erfassung von massenhaften Daten und der Anwendung von Algorithmen auf das Kartellrecht.
- 3 – Siehe z. B. List of Mergers and Acquisitions by Facebook, WIKIPEDIA, https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_mergers_and_acquisitions_by_Facebook.

Literaturverzeichnis

- Anderson, Elizabeth 2017: *Private Government: How Employers Rule Our Lives (and Why We Don't Talk About It)*, Princeton.
- Ezrachi, Ariel; Stucke, Maurice E. 2016a: *Virtual Competition*, Cambridge, MA.
- Ezrachi, Ariel; Stucke, Maurice E. 2016b: *Is Your Digital Assistant Devious?*, University of Tennessee Legal Studies Research Paper No. 304, <https://ssrn.com/abstract=2828117> (10.1.2018)
- Khan, Lina M. 2017: *Amazon's Antitrust Paradox*, in: *Yale Law Journal* 126 (3), S. 564–907.
- Kuang, Cliff 02.08.2016: *An Exclusive Look at Airbnb's First Foray into Urban Planning*, in: *Co.Design*, <https://www.fastcodesign.com/3062246/an-exclusive-look-at-airbnbs-first-foray-into-urban-planning> (10.1.2018).
- Mitchell, Stacy; LaVecchia, Olivia 2016: *Report: How Amazon's Tightening Grip on the Economy Is Stifling Competition, Eroding Jobs, and Threatening Communities*, Institute for Local Self-Reliance, <https://ilsr.org/amazon-stranglehold/> (29.11.2016).
- Pasquale, Frank 2016: *Two Narratives of Platform Capitalism*, in: *Yale Law & Policy Review* 35 (1), S. 309–319.
- Pasquale, Frank 2017: *When Antitrust Becomes Pro-Trust: The Digital Deformation of U.S. Competition Policy*, in: *Competition Policy International: Antitrust Chronicle*, 15.05.2017, <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2017/05/CPI-Pasquale.pdf> (10.1.2018).
- Patterson, Mark 2017: *Antitrust Law in the New Economy*, Cambridge, MA.
- Rahman, K. Sabeel 2017: *Private Power, Public Values: Regulating Social Infrastructure in a Changing Economy*, in: *Cardozo Law Review* 39 (5), im Druck.
- Schneier, Bruce 26.11.2012: *When it Comes to Security, We're Back to Feudalism*, in: *Wired*, <https://www.wired.com/2012/11/feudal-security/> (10.1.2018).
- Scholz, Trebor; Schneider, Nathan 2017: *Ours to Hack and to Own: The Rise of Platform Cooperativism – A New Vision for the Future of Work and a Fairer Internet*, New York.
- Srnicek, Nick 2017: *Platform Capitalism*, Malden, MA.
- Stucke, Maurice E.; Grunes, Allen P. 29.5.2015: *Debunking the Myths over Big Data and Antitrust*, in: *CPI Antitrust Chronicle* (2), <https://www.competitionpolicyinternational.com/assets/Uploads/StuckeGrunesMay-152.pdf> (10.1.2018).
- Vaheesan, Sandeep; Pasquale, Frank 2018: *The Politics of Professionalism: Reappraising Occupational Licensure and Competition Policy*, in: *Annual Review of Law and Social Science*, im Druck.

Impressum

© 2018

Friedrich-Ebert-Stiftung

Herausgeberin: Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik
Godesberger Allee 149, 53175 Bonn
Fax: 0228 883 9202, 030 26935 9229; www.fes.de

Für diese Publikation ist in der FES verantwortlich:
Dr. Philipp Fink, Abteilung Wirtschafts- und Sozialpolitik
Bestellungen/Kontakt: wiso-news@fes.de

Die in dieser Publikation zum Ausdruck gebrachten Ansichten sind nicht notwendigerweise die der Friedrich-Ebert-Stiftung.
Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet.

ISBN 978-3-96250-092-4