

## III.17

### Welt der Unternehmen

# Monopole in der digitalen Wirtschaft – Das Ende des Wettbewerbs?

Timo Schuh und Anke Söller



© Aerial Perspective Works/iStock Getty Images Plus

2022 überstieg der Börsenwert von Apple mit drei Billionen Dollar das Bruttoinlandsprodukt Frankreichs. Die US-Tech-Konzerne sind so mächtig wie Staaten. Der Aufstieg von Google & Co – der Big Five oder GAMAM – hat einen neuen Monopolismus geschaffen. Müssen die Internetriesen zerschlagen werden oder tut der Wettbewerb die Machtkonzentration auf? In dieser Unterrichtseinheit lernen die Schülerinnen und Schüler Ursachen und Folgen der digitalen Monopolbildung kennen und identifizieren die digitalen Märkte auf Machtkonzentration. Mit der „Good Angel – Bad Angel“-Methode erörtern sie die Option der Zerschlagung und Abspaltung von Teilen der Unternehmensriesen.

---

#### KOMPETENZPROFIL

<b>Klassenstufe:</b>	ab Klasse 10
<b>Dauer:</b>	8–9 Unterrichtsstunden
<b>Thematische Bereiche:</b>	Monopol; Digitalisierung, Plattformökonomie; Wettbewerb
<b>Medien:</b>	Comic, Erklärvideo
<b>Zusatzmaterialien:</b>	Klausurvorschlag

---

## Auf einen Blick

---

### 1. Stunde

**Thema:** Was ist ein Monopol und wie entsteht es?

**M 1** Nur im Wilden Westen? – Ein Unternehmen beherrscht den Markt

**Inhalt:** Die Schülerinnen und Schüler erarbeiten negative wie positive Folgen eines Monopols für verschiedene Akteure im Wirtschaftsgeschehen anhand eines Comics und eines Zitates.

**Benötigt:** Beamer/Whiteboard, Internetzugang

---

### 2./3. Stunde

**Thema:** Wodurch unterscheiden sich Monopole in der digitalen Welt?

**M 2** Digitale Monopole – Normale Logik des Wettbewerbs oder neue Art der Entwicklung?

**Inhalt:** Die Lernenden erkennen die Entstehung von Monopolen und die Bedeutung von Netzwerkeffekten für die Bildung digitaler Superplattformen und erklären diese.

**Benötigt:** digitales Endgerät, Internet

---

### 4./5. Stunde

**Thema:** Handelt es sich bei den bekannten Tech-Konzernen um Monopolisten?

**M 3** Plattformökonomie – Ein Welt der Monopole?

**Inhalt:** Die Lernenden erörtern anhand eines Paragraphen aus dem Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) überprüfen, ob die GAMAM-Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung einnehmen.

**Benötigt:** digitales Endgerät, Internet

**6./7. Stunde**

**Thema:** Sollte der Staat gegen die Tech-Konzerne vorgehen und ihre Macht begrenzen?

**M 4** **Staat vs. Tech-Konzerne – Zerschlagung zugunsten des Wettbewerbs?**

**Inhalt:** Die Schülerinnen und Schüler erörtern in einer „Good Angel – Bad Angel“-Diskussion aus der Perspektive der Nutzenden, der Unternehmen des Landes und der Wirtschaft die Frage, ob Digitalkonzerne zerschlagen werden sollen. Sie positionieren sich im Anschluss daran zu dieser Fragestellung auf einer Positionslinie und können ihre Haltung erläutern.

**8./9. Stunde**

**Thema:** Welche Lösungsvorschläge gibt es?

**M 5** **Wie kann die Macht der Tech-Konzerne begrenzt werden? – Zerschlagung, Regulierung oder Konkurrenz?**

**Inhalt:** Die Schülerinnen und Schüler erörtern weitere Vorschläge zum Umgang mit Tech-Konzernen und diese anhand des Kriteriums der Effektivität beurteilen.

**Benötigt:** digitales Endgerät, Internet

**10. Stunde**

**Thema:** Welche Unternehmen bergen Monopole?

**M 6** **Klausur: Der Markt für Supercharger – Tesla auf dem Weg zum Monopol?**

**Erklärung zu den Symbolen**

	Dieses Symbol markiert differenziertes Material. Wenn nicht anders ausgewiesen, befinden sich die Materialien auf mittlerem Niveau.
	leichtes Niveau
	mittleres Niveau
	schwieriges Niveau

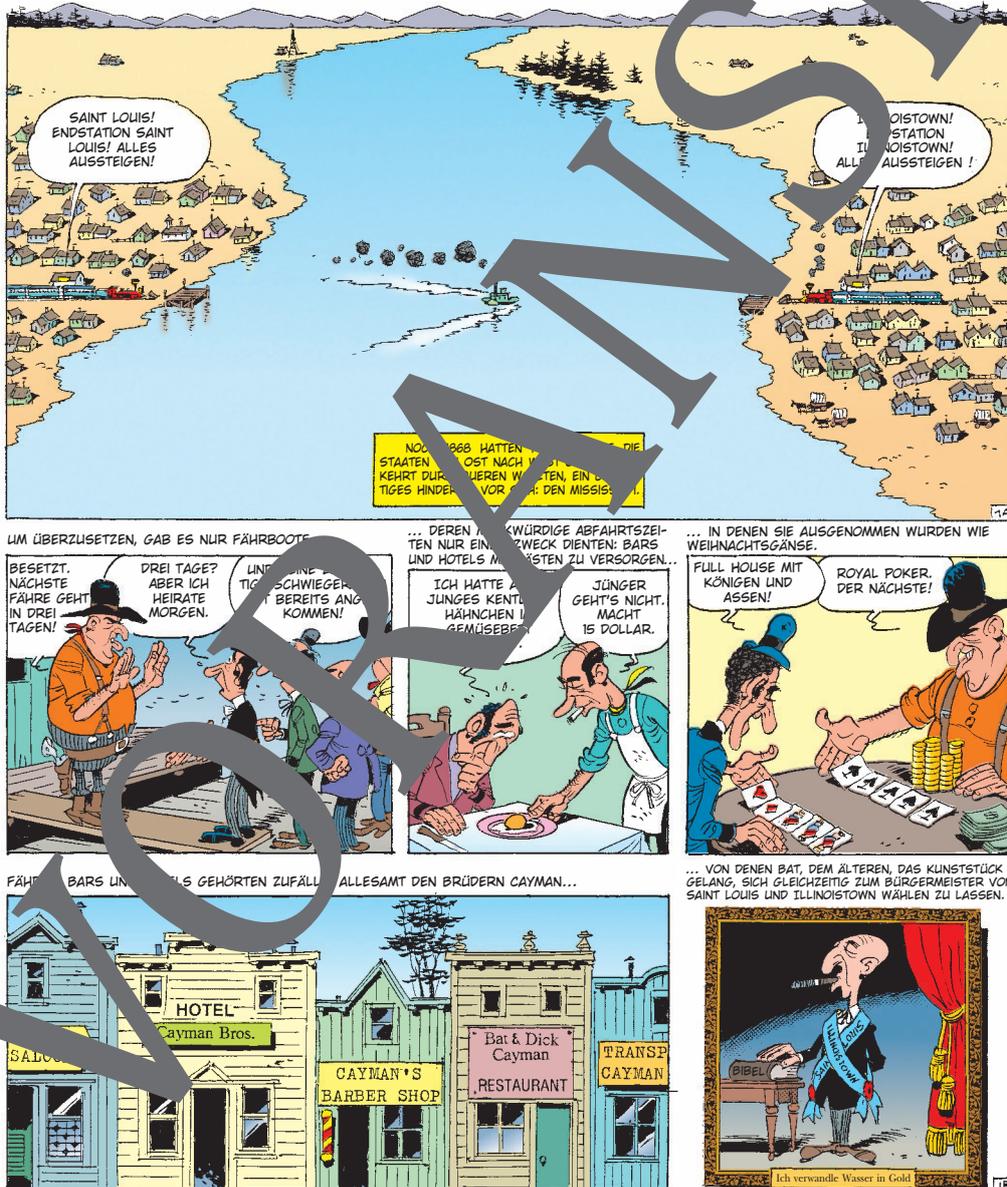
# Nur im Wilden Westen? – Ein Unternehmen beherrscht den Markt

M1

Im Wilden Westen, ohne staatliche Regelungen, setzten sich oft die Lautesten und Aggressivsten durch. Welche Folgen hat große Marktmacht für verschiedene Akteure? Gibt es heute noch vergleichbaren Wildwest-Kapitalismus? Wie sind Quasi-Monopole zu bewerten?

## Aufgaben

1. Betrachten und lesen Sie den Comic. Beschreiben Sie die Situation.
2. Nennen Sie die Akteure in diesem Wirtschaftsgeschehen. Erläutern Sie die Folgen für diese verschiedenen Akteure in der Situation.
3. Nennen Sie Beispiele für aktuelle Marktsituationen, die dem Fall im Comic entsprechen.
4. „Kreative Monopole ermöglichen neue Produkte, von denen alle profitieren. Wettbewerb bedeutet keinen Profit, für niemanden.“ Nehmen Sie Stellung zu dieser Aussage von Peter Thiel, der im Silicon Valley viel Geld mit Investitionen in PayPal und Facebook verdient hat.



© Quelle: Morris/Xavier Fauche/lean Léturgie, übersetzt von Andreas Boerschel: Lucky Luke, Bd. 68. Die Brücke am Ol' Man River, S. 3. © für den deutschen Text: 2009 Egmont Verlagsgesellschaften mbH/Egmont Comic Collection, Berlin, für die Grafiken: Mediatoon Paris.

© RAABE 2023

## Glossar

<b>GAFAM/Big Tech GAMAM</b>	GAFAM: Abkürzung für Google (Alphabet), Amazon, Apple, ehemals Facebook (heute „Meta Platforms“) und Microsoft. Nach der Umbenennung Facebooks wird das Akronym GAMAM verwendet. Die Unternehmen werden auch als die Big Five bezeichnet.
<b>Hydra-Effekt oder auch Hydra-Paradoxon</b>	Maßnahmen, die zur Verringerung eines Problems ergriffen werden, führen dazu, dass das Problem zunimmt. Der Begriff geht auf die griechische Legende der Hydra von Lerna zurück, der für jeden abgeschlagenen Kopf zwei neue Köpfe nachwuchsen.
<b>Markteintrittsbarrieren</b>	Hindernisse, die einen Markteintritt erschweren oder verhindern. Beispiele: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Technologisch: Lock-in-Effekt: Kunden sind stark an bestehende Unternehmen gebunden.</li> <li>• Ressourcen-basiert: Das Geschäftsmodell ist sehr kapitalintensiv.</li> <li>• Marktspezifisch: Konkurrenten haben aufgrund von Skaleneffekten eine starke Marktposition.</li> </ul>
<b>Netzwerkeffekt</b>	Der Nutzen, den ein Konsument von einem Produkt oder einer Dienstleistung hat, wird größer, je mehr Konsumenten das Produkt/die Dienstleistung nutzen (positiver Netzwerkeffekt/positiver externer Effekt). Sinkt der Nutzen bei steigender Nutzerzahl, sprechen wir von einem negativen Netzwerkeffekt.
<b>Oligopol</b>	Marktform, die dadurch charakterisiert ist, dass entweder wenige Anbieter (Angebotsoligopol) vielen Nachfragern gegenüberstehen oder viele Anbieter wenigen Nachfragern (Nachfrageoligopol).
<b>Plattformökonomie</b>	Bezeichnung für internetbasierte Geschäftsmodelle, die Anbieter und Kunden auf einem digitalen Marktplatz zusammenführen. Zum Beispiel Suchmaschinen, die Suchende und werbetreibende Unternehmen zusammenbringen, oder Handelsplattformen, auf denen sich Käufer und Verkäufer treffen.
<b>Skaleneffekt</b>	Mit steigender Zahl der Nutzenden sinken die Kosten pro Person (Skaleneffekte durch Fixkostendegression). Dies hat zur Folge, dass die Attraktivität und der Wert eines Unternehmens (z. B. einer digitalen Plattform) steigt. Im Falle eines Konkurrenzangebots können die Preise sinken und neue Features angeboten werden, wodurch die Attraktivität weiter steigt und weitere Nutzende angezogen werden.

# Sie wollen mehr für Ihr Fach?

## Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



✓ **Über 5.000 Unterrichtseinheiten**  
sofort zum Download verfügbar

✓ **Webinare und Videos**  
für Ihre fachliche und  
persönliche Weiterbildung

✓ **Attraktive Vergünstigungen**  
für Referendar:innen  
mit bis zu 15% Rabatt

✓ **Käuferschutz**  
mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:  
**www.raabe.de**