

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

**Auszug aus:**

*Besonderheiten digitaler Monopole*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



IV.39

Märkte und Verbraucher

**Besonderheiten digitaler Monopole – Das Ende des Wettbewerbs?**

Nach einer Idee von Timo Schick und Anika Söber



Die Lernenden bearbeiten die Aufgaben und folgen der digitalen Monopolbildung und analysieren digitale Märkte. Sie lernen die Besonderheiten digitaler Monopole kennen und setzen die Klasse in Diskussion anhand der „David gegen Goliath“-Methode eine mögliche Strategie gegen den „Big-Five-Kartell“ und erörtern in einer abschließenden Klausur, ob gegen die Marktmacht eines Regierens vorgegangen werden soll.

**KOMPETENZPROFIL**

**Quelle:** 8-9. Lernfortschritte – Klasse des Digitalen Monopols (siehe unten) und der Fragepunkt der Digitalisierung des Lernens. Besonderheiten digitaler Monopole kennen.

**Kompetenzen:** Marktmacht der Big Five prüfen sich zur Abschlagung von Digitalisierung des Lernens. Gegenmaßnahmen erörtern.

**Thematische Bereiche:** Digitalisierung, Geschäftsmodelle, Wettbewerb, Plattformökonomie, Wettbewerb

**Medien:** ARD, CNN, Diagramm, Infografik, Gerd Gönner

## IV.39

### Märkte und Verbraucher

# Besonderheiten digitaler Monopole – Das Ende des Wettbewerbs?

Nach einer Idee von Timo Schuh und Anke Söllner



© RAABE 2023

© Tada Images/AdobeStock

Die Lernenden erarbeiten Ursachen und Folgen der digitalen Monopolbildung und analysieren digitale Märkte. Welche Handlungsmöglichkeiten gegen Monopolbildung gibt es und wie effektiv sind sie? Die Klasse diskutiert anhand der „Good Angel-Bad Angel“-Methode eine mögliche Zerschlagung von Tech-Giganten und erörtert in einer abschließenden Klausur, ob gegen die Marktmacht eines Megakonzerns vorgegangen werden soll.

---

#### KOMPETENZPROFIL

<b>Dauer:</b>	8–9 Unterrichtsstunden + Klausur
<b>Kompetenzen:</b>	den Begriff Monopol definieren und vor dem Hintergrund der Digitalisierung prüfen; Besonderheiten digitaler Monopole kennen; Marktmacht der Big Five prüfen; sich zur Zerschlagung von Digitalkonzernen positionieren; Gegenmaßnahmen prüfen
<b>Thematische Bereiche:</b>	Digitalisierung, Großkonzerne, Monopol, Plattformökonomie, Wettbewerb
<b>Medien:</b>	Artikel, Comic, Diagramm, Erklärvideo, Gesetzestext

---

## Fachliche Hinweise

Eine Milliarde Dollar Gehalt – seit Satya Natella Chef von Microsoft ist, hat er den Aktienkurs des US-Konzerns vervielfacht und persönlich enorm profitiert. Microsoft ist mittlerweile im Cloudgeschäft, mit LinkedIn, dem Netzwerk zur Pflege von Geschäftskontakten, oder der Bürokommunikationssoftware Teams, erfolgreich. Im Bereich künstliche Intelligenz hat sich der Tech-Riese durch die milliarden schwere Zusammenarbeit mit Open AI, das offiziell gemeinnützig ist und deshalb nicht anteilig zu Microsoft gehört, einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz erarbeitet.

Eine ähnliche Entwicklung wie bei Microsoft ist auch bei den anderen GAMAM-Konzernen (= Google [Alphabet], Apple, Meta [Facebook], Amazon, Microsoft, auch Big Five genannt) zu beobachten: Gewinne und Gehälter in Milliardenhöhe, die auf enormer Marktmacht basieren. Apple erreicht Mitte 2023 einen Börsenwert von mehr als 2,7 Milliarden Dollar und damit doppelt so viel Marktkapitalisierung wie alle 40 DAX-Konzerne zusammen. Die von Steve Jobs gegründete Firma machte schon im Herbst 2021 230 Millionen Euro Gewinn pro Tag.

Die Innovationen und Dienstleistungen der Big Five erfüllen einerseits die Bedürfnisse von Milliarden Konsumentinnen und Konsumenten, andererseits stellen sie eine einzigartige Kombination von Geld und Macht dar, mit geradezu missionarischer Überzeugung, die Welt zu einem besseren Ort zu machen. Sie sind die Monopole des 21. Jahrhunderts. Da der Fall eines Alleinbieters abseits von staatlichen Monopolen jedoch sehr selten ist, bietet es sich an, von einer monopolistischen Stellung zu sprechen, wenn ein Unternehmen einen extrem hohen Marktanteil von z. B. 40 % hat.

Alle US-Digitalkonzerne sind bereits in Konflikt mit der EU-Wettbewerbsbehörde geraten. 2023 wurde beispielsweise Microsoft vorgeworfen, dass es seinen Kommunikationsdienst Teams mit seiner Bürosoftware koppelt und damit seine marktbeherrschende Stellung missbraucht. Dies würde cloudbasierte Wettbewerber, wie z. B. Slack, benachteiligen. In der Vergangenheit musste das Unternehmen für ähnliche Vergehen schon Bußgelder in Höhe von einer Milliarde Dollar bezahlen. Der Wirtschaftsjournalist Klaus-Jürgen Jacobs sieht in diesen Konzernen „Machtkörper mit gesellschaftspolitischem Anspruch und Sprengstoff“, die mächtiger als Staaten seien.

Die Big Five der Datenökonomie haben durch Netzwerkeffekte und viele Akquisitionen potenzielle neue Konkurrenz in das eigene Unternehmen integriert (z. B. Facebook und Instagram) oder nach dem Kauf vom Markt genommen (*buy to destroy*). Auch hier scheinen die Kartellbehörden auf den Plan gerufen. Der Kauf des Spieleherstellers Activision Blizzard wurde von der EU-Kommission genehmigt, aber von der US-Verbraucherschutzbehörde (FTC) zunächst gestoppt. Activision Blizzard hat populäre Spiele wie „Call of Duty“ und „World of Warcraft“ im Angebot. Computerspiele gelten als elementares Zukunftsgeschäft: Drei Milliarden Menschen verbringen damit ihre Freizeit. Microsoft möchte mit dem knapp 70 Milliarden Dollar schweren Kauf von Activision seine Spiele-Konsole „X-Box“ aufwerten. Amazon hatte das Streamingportal Twitch gekauft und auch für YouTube, das zu Google gehört, sind Live-Übertragungen von Gaming von großer Bedeutung.

Die Politik scheint generell den Ton im Umgang mit den Tech-Konzernen zu verschärfen. Die Vizepräsidentin der EU-Kommission, Margrethe Vestager, drohte Google mit der Zerschlagung. Die amerikanische Verbraucherschutzbehörde FTC hat ihre Fusionsrichtlinien überarbeitet, damit horizontale (z. B. von direkten Wettbewerbern) und vertikale Übernahmen (z. B. in der Lieferkette) erschwert werden.

Möglicherweise löst sich das Problem der digitalen Marktmacht aber auch im neoliberalen Sinne durch Wettbewerb und Innovationen auf. Im Bereich Cloud, sozialer Netzwerke und KI sind aus Monopolen Oligopole geworden. Die generative künstliche Intelligenz als „General Purpose Technology“ könnte die Machtverhältnisse völlig neu ordnen.

## Didaktisch-methodische Hinweise

Die Unterrichtseinheit beginnt mit einer Szene aus einem Comic von Lucky Luke, in dem die Problematik eines Monopols im Fährbetrieb dargestellt wird. Comics erweisen sich im Unterricht als motivierend, sie erklären Sachverhalte verständlich und dienen als Abwechslung zur Textarbeit. Der Comic wird bereits in der ersten Stunde mit einem Zitat von Peter Thiel (Mitgründer von PayPal) konfrontiert, das auf die positiven Aspekte von Monopolen hinweist. Damit wird den Lernenden verdeutlicht, dass es auch Befürworter von Monopolen gibt. Diese Annahme steht vermutlich im Gegensatz zu dem, was die Schülerinnen und Schüler an Präkonzepten zum Thema Monopole mitbringen.

In der zweiten und dritten Stunde erarbeiten die Lernenden in Kleingruppen, wie es zur Entstehung von Monopolen kommt. Sie erkennen, dass digitale Güter nicht mit industriellen Gütern oder Dienstleistungen zu vergleichen sind. Während beispielsweise der Nutzen eines Gutes für Einzelne sinkt, wenn mehrere dieses erwerben – man denke an das Deutschlandticket, eine Zunahme an Passagieren und überfüllte Züge, die dazu führen können, dass Einzelne keinen Platz mehr bekommen –, verhält sich dies bei Plattformen wie Facebook oder Instagram anders. Nutzen mehr Personen diese Plattformen, wächst der Nutzen für Einzelne. Diesen Effekt, auch Netzwerkeffekt genannt, erarbeiten die Lernenden anhand eines Erklärvideos. Das unterschiedliche Verhalten bezüglich Produktions-, Grenz- und Stückkosten bei Industriegütern und digitalen Gütern erschließen sie sich anhand einer Grafik. Mit beiden Sachverhalten beantworten sie die Frage, ob digitale Monopole eine normale Konsequenz des Marktmechanismus sind und in der Logik des Kapitalismus stehen. Zudem setzen sie sich mit der Frage auseinander, ob die herkömmliche Definition eines Monopols auch für digitale Monopole angemessen ist. In dieser Stunde wird Wert darauf gelegt, dass die Lernenden mit unterschiedlichen Materialien konfrontiert werden (Text, Erklärvideo, Statistik), die sie arbeitsteilig entsprechend ihren Stärken und in ihrem eigenen Tempo bearbeiten können. Für Schnellere bietet das Material eine Extraaufgabe.

Die nachfolgende Stunde beginnt mit einem Brainstorming zum Thema Wettbewerb, in dem Vorwissen aktiviert wird. Diese Methode hat den Vorteil, dass die Schülerinnen und Schüler ihre Gedanken erst einmal frei äußern können, ohne dass diese gleich bewertet werden. Die Beschäftigung mit dem Thema Wettbewerb ist insofern wichtig, als dass dieser als ein Gegenstück zum Monopol betrachtet werden kann. Die Ergebnisse des Brainstormings werden idealerweise in einer Mindmap gesichert und können mit einer Musterlösung im Erwartungshorizont abgeglichen werden. In einem zweiten Schritt schätzen die Lernenden die Marktanteile von GAMAM (Google, Apple, Meta, Amazon und Microsoft). Dieses Vorwissen benötigen sie, um anhand des § 18 des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB) überprüfen zu können, ob die Unternehmen eine Monopolstellung innehaben und dadurch der Wettbewerb gefährdet ist.

Im Anschluss an diese Stunde erörtern die Schülerinnen und Schüler in einer „Good Angel – Bad Angel“-Diskussion, ob Digitalgiganten zerschlagen werden sollen. Hierfür stehen ihnen jeweils ein Pro- und ein Kontratext zur Verfügung. Zur Vorstrukturierung der Diskussion erarbeiten die Lernenden jeweils die Konsequenzen, die eine bzw. keine Zerschlagung für unterschiedliche Akteure hat. Diese Vorstrukturierung nutzen sie im Anschluss zur gegenseitigen Ergebnissicherung. Die eigenständige Ergebnissicherung führt dazu, dass die Schülerinnen und Schüler selbstverantwortlich als Team ihre Ergebnisse festhalten.

Die Unterrichtseinheit endet mit einer Beurteilung weiterer Vorschläge, um die Macht der Digitalkonzerne zu beschränken. Diese Bewertung erfolgt nach dem Kriterium der Effektivität, d. h. der Frage, wie wirksam die Maßnahmen eingeschätzt werden, ihr Ziel zu erreichen.

## Weiterführende Medien

- ▶ Mankiw, Nicholas Gregory/Taylor, Mark P.: Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Schäffer-Poeschel, Stuttgart 2021  
Empfehlenswert ist das Kapitel „Monopol“, u. a. mit Ausführungen zur Preisbildung eines Monopolisten.
- ▶ Jakobs, Hans-Jürgen: Das Monopol im 21. Jahrhundert. Wie private Unternehmen und staatliche Konzerne unseren Wohlstand zerstören. Deutsche Verlags-Anstalt, München 2023.  
Kritische Analyse verschiedener Ausprägungen des Monopolismus. Enthält zahlreiche Grafiken.
- ▶ Staab, Philipp: Digitaler Kapitalismus. Markt und Herrschaft in der Ökonomie der Unknappheit. Suhrkamp, Berlin 2019.  
Profunde Analyse der neuen digitalen Märkte. Staab zeigt, dass das Neue an der Plattformökonomie die Herausbildung „proprietärer Märkte“, also das Eigentum an den Märkten selbst, das Ziel sei.
- ▶ Krämer, Hagen: Digitalisierung, Monopolbildung und wirtschaftliche Ungleichheit, in: Wirtschaftsdienst, Zeitschrift für Wirtschaftspolitik, 99. Jahrgang, Heft 1/2019, S. 47–52.  
Der Beitrag beschäftigt sich mit den zwei zentralen Problemen, der Monopolbildung auf den Märkten für digitale Güter und den Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt durch Robotik und KI.

## 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, ggf. Internetzugang

---

### 2./3. Stunde

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

**M 2** **Digitale Monopole – Normale Logik des Kapitalismus oder neuartige 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, Internetzugang

---



### 4./5. Stunde

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

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

**Inhalt:** Die Lernenden können anhand des GWB prüfen, ob die GAMAM-Unternehmen eine marktbeherrschende Stellung einnehmen.

**Benötigt:** digitales Endgerät, Internetzugang

---

**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 multiperspektivisch die Frage, ob Digitalkonzerne zerschlagen werden sollen. Sie positionieren sich im Anschluss 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 können weitere Vorschläge zum Umgang mit Tech-Konzernen erläutern und diese anhand des Kriteriums der Effektivität beurteilen.

**Benötigt:** digitales Endgerät, Internetzugang

**10. Stunde**

**Thema:** Welche Gefahren bergen Monopole?

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

Klausurvorschlag

**Erklärung zu den Symbolen**

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

# SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

**Auszug aus:**

*Besonderheiten digitaler Monopole*

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



IV.39

Märkte und Verbraucher

**Besonderheiten digitaler Monopole – Das Ende des Wettbewerbs?**

Nach einer Idee von Timo Schick und Anke Söber



Die Lernenden bearbeiten die Aufgaben und folgen der digitalen Monopolbildung und analysieren digitale Märkte. Sie lernen die Besonderheiten digitaler Monopole kennen und setzen die Klasse in eine Diskussion anhand der „David gegen Goliath“-Methode eine mögliche Strategie gegen den „Big-5-Kartell“ und erörtern in einer abschließenden Klausur, ob gegen die Marktmacht eines Regulierungsversuch möglich ist.

**KOMPETENZPROFIL**

**Quelle:** 8-9. Lernfortschritte – Klasse des Big-5-Monopols (siehe unten) und der Fragepunkt der Digitalisierung des Marktes. Besonderheiten digitaler Monopole kennen.

**Kompetenzen:** Marktmacht der Big-5-Kartell prüfen sich zur Abschlagung von Digitalisierung des Marktes. Kompetenzen sind:

**Thematische Bereiche:** Digitalisierung, Geschäftsmodelle, Monopole, Kartellverbot, Wettbewerbsrecht

**Medien:** ARD, CNN, Diagramm, Infografik, Glosse