

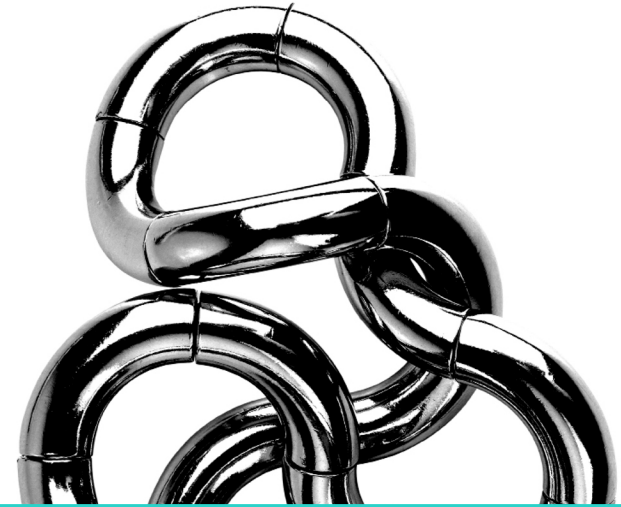
---

**KI UND REGULATORIK  
& DIGITAL ETHIK**

**78. Betriebswirtschaftler-Tag**

10. September 2024

RA Prof. Dr. Thomas Höppner, LL.M



# Betriebswirtschaftliche Herausforderungen

Wie vermeidet man

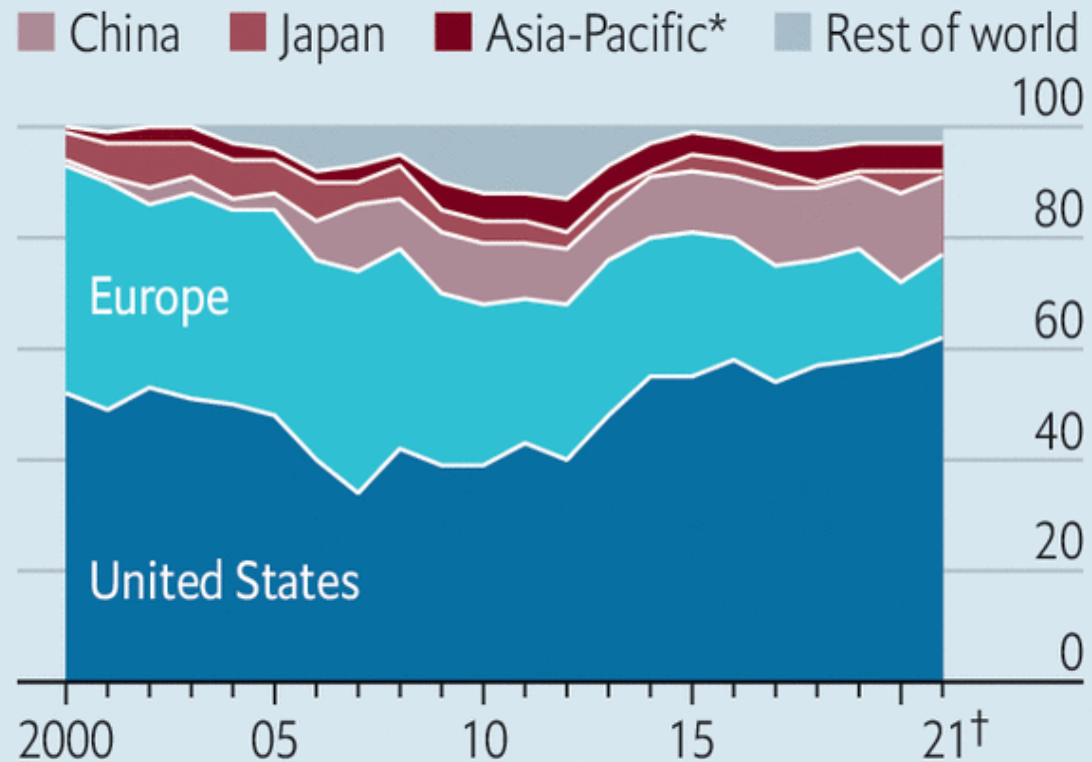
- 1) Abhängigkeiten von US Big Tech?
- 2) Marginalisierung/Gefangenendilemmas?
- 3) Wegfall lokaler Vielfalt?

# Ökonomische Ausgangslage: Ein Realitätscheck

## If only we could turn back time

1

Top 100 companies by market capitalisation  
World, % of total

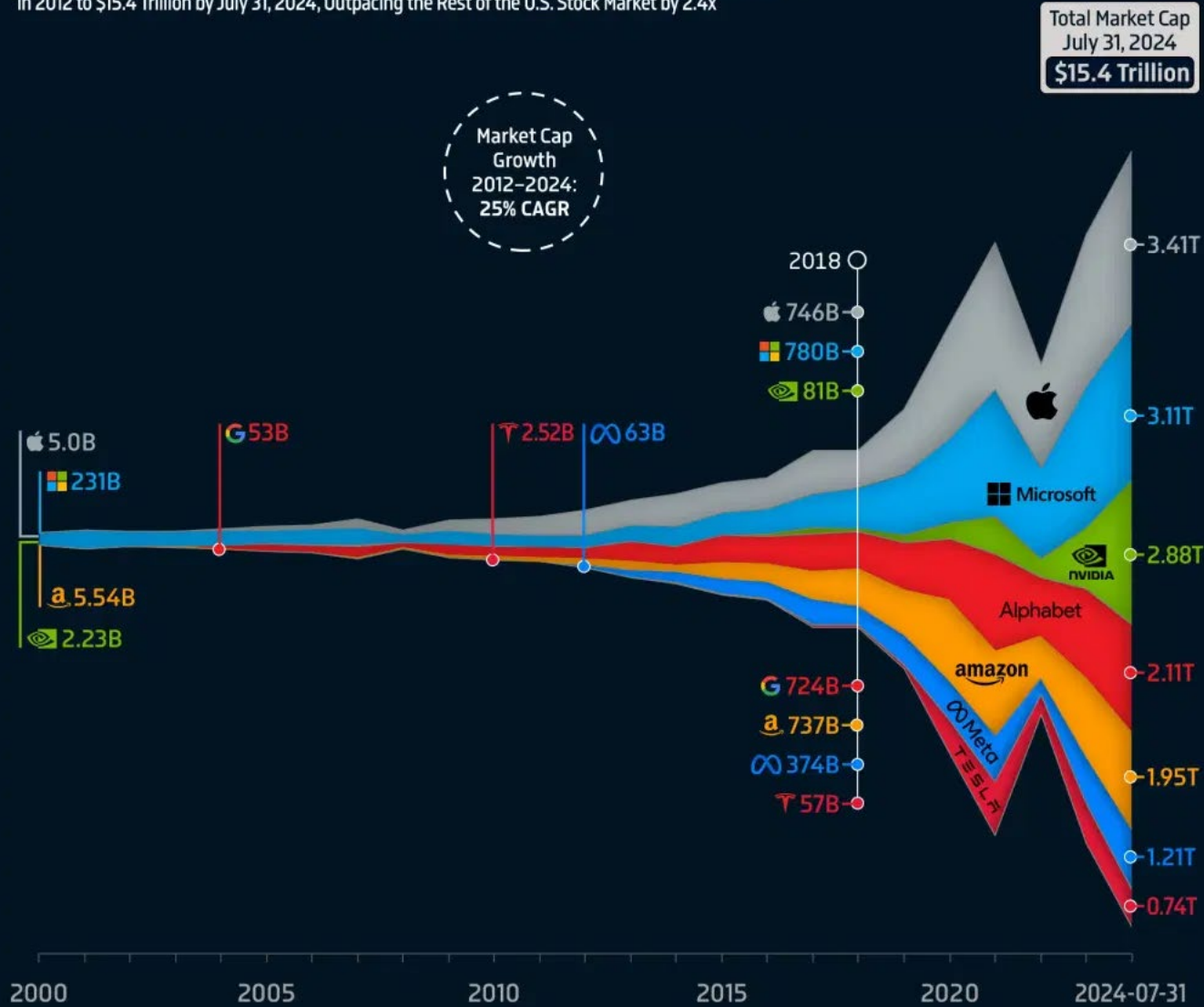


Sources: Bloomberg;  
*The Economist*

\*Excluding China and Japan  
†June 1st

# U.S. BIG TECH STOCKS SURGE

Market Capitalization of Seven Major U.S. Tech Companies Increased 13.5x (25% CAGR) from \$1.1 Trillion in 2012 to \$15.4 Trillion by July 31, 2024, Outpacing the Rest of the U.S. Stock Market by 2.4x



“the EU has developed few homegrown pan-EU digital platforms and no pan-EU platform is among the most visited in Europe. The Single Market is home today to only four of the fifty largest digital marketplaces worldwide, while the ten largest platforms serving EU citizens are owned by US (six) or Chinese (four) companies. Namely, the largest owners of digital worldwide platforms are Alphabet, Amazon, Meta, Apple, Microsoft, X (all US firms), as well as China’s Tencent, Alibaba, Byte Dance and Baidu. Only one EU-based company is designated as a gatekeeper under the Digital Markets Act and only four of the twenty Very Large Online Platforms designated by the Digital Services Act are EU companies. [..]

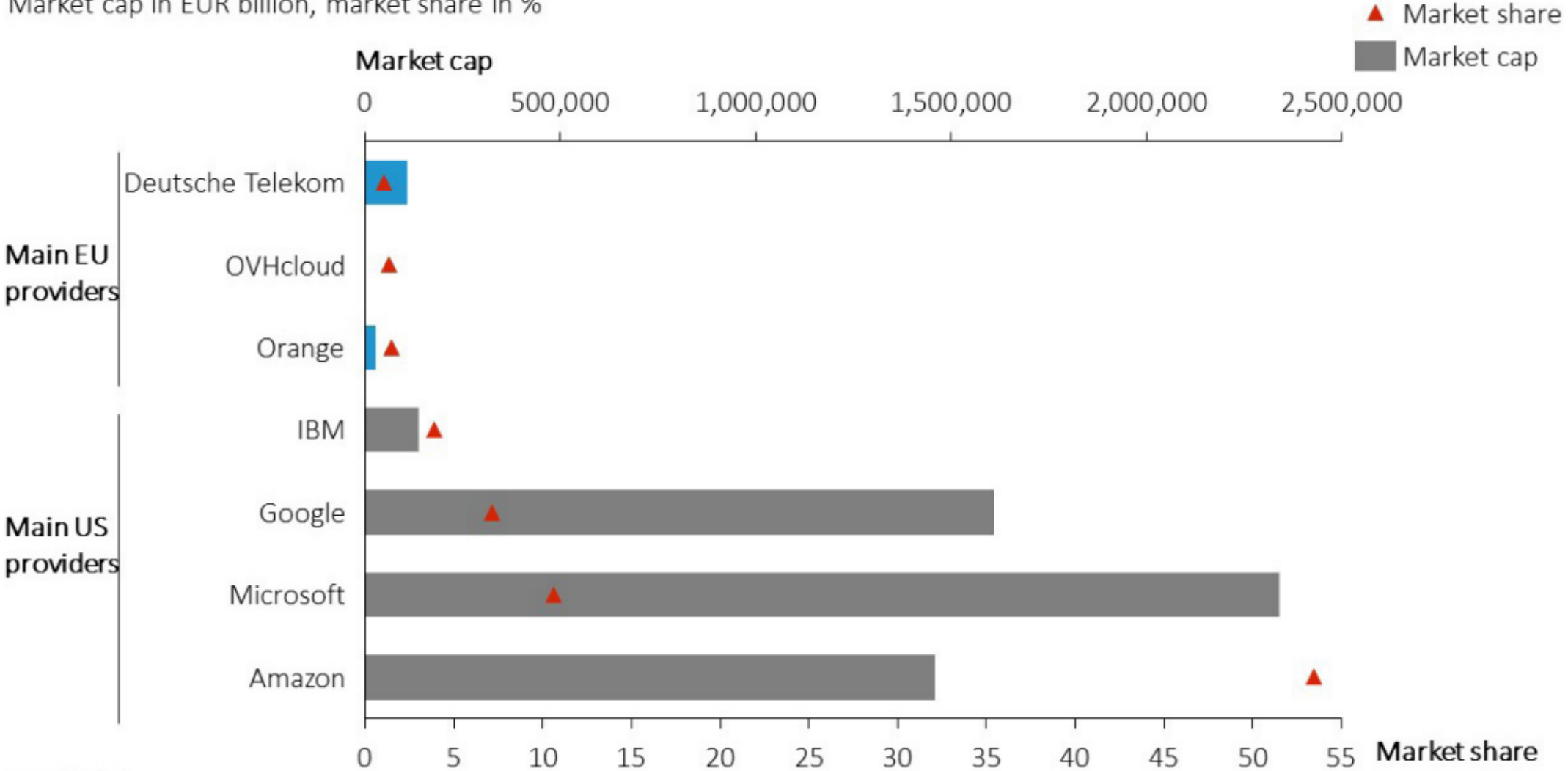
**“The EU cloud services market is also largely lost to US-based players. Computing needs and data volumes are skyrocketing across all sectors. Europe’s cloud computing market** was worth around EUR 87 billion in 2022 and is estimated to reach EUR 200 billion by 2028. The three US-based cloud ‘Hyperscalers’ (Amazon Web Services, Microsoft Azure and Google Cloud) **account for 65%** of this market. EU cloud providers’ share decreased to under 16% in 2021, with the largest operator (DT) capturing only 2% of the EU market. In addition, most EU providers offer basic services in the form of infrastructure-as-a-service (IaaS) and mostly depend on hosting or re-selling hyperscalers’ platform services (PaaS), which are harder to compete with, commercially stickier and more profitable.”

FIGURE 7

### Market cap and share of main cloud providers

Market cap in EUR billion, market share in %

Market cap in EUR billion, market share in %



Source: IDC, 2024.



**“The EU’s competitive disadvantage will likely widen in the cloud market [..] EU companies will hardly be able to enlarge their market share in cloud and invest in full platform services and will most likely continue to depend on hosting or reselling of solutions by US-based providers.”**

# Beispiel Amazon – ein reiner E-Commerce-Händler?



HORIZONT

TEILEN thomas.hoepfner@ha

## Prime und Adtech: Wie Amazon sein Werbegeschäft anschiebt

von Klaus Janke  
Montag, 09. September 2024

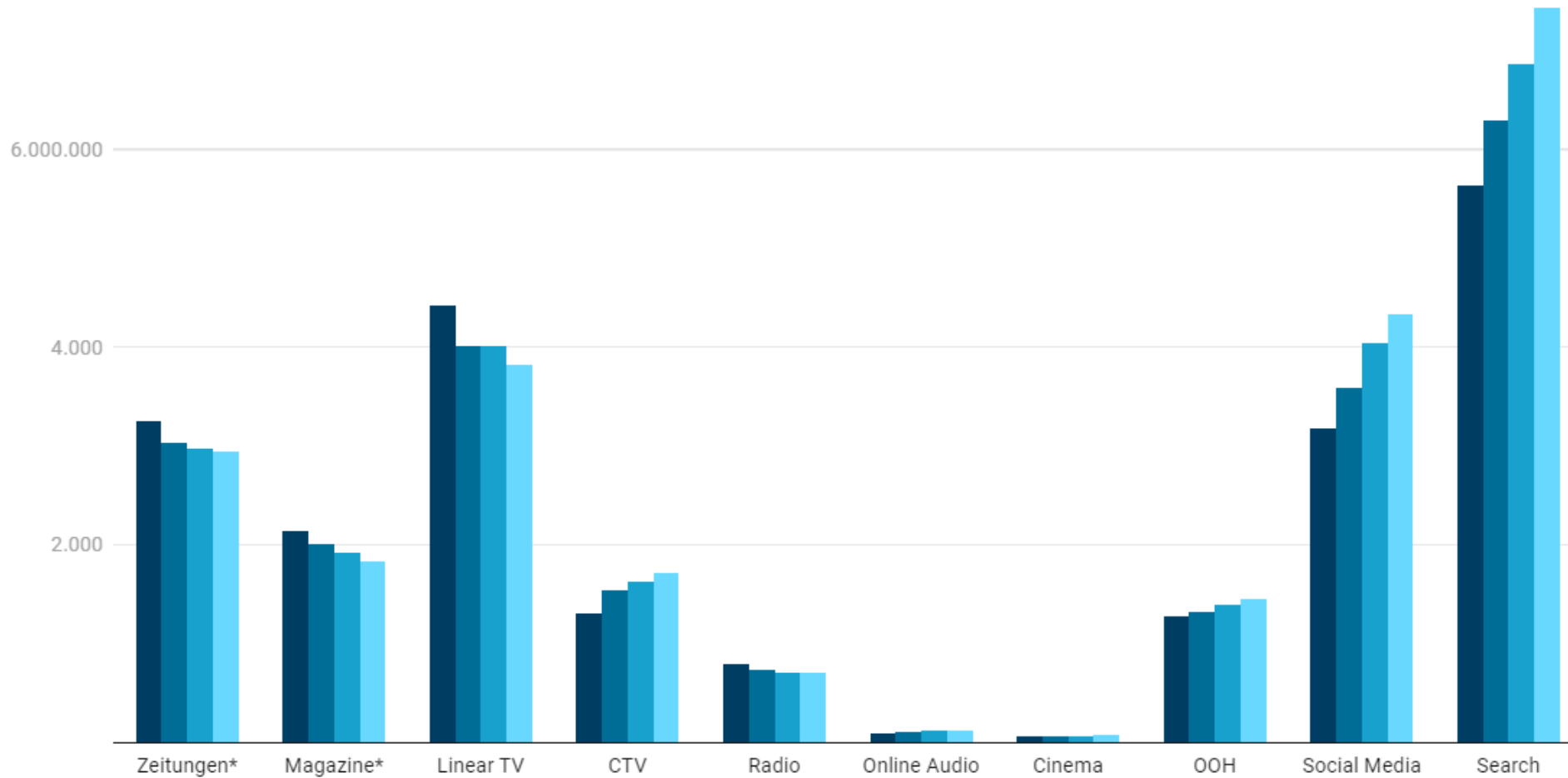
„Laut Geschäftsbericht 2023 ist der Umsatz der deutschen Werbetochter im vergangenen Jahr um 20,6 Prozent gestiegen. Die Amazon Online Germany GmbH erzielte Umsatzerlöse von rund 2,93 Milliarden Euro [..]. Bemerkenswert: Die Zahl der Mitarbeitenden hat sich 2023 mit 455 im Jahresschnitt kaum verändert. Die „Self-Service“-Ausrichtung sorgt offenbar dafür, dass die Geschäftsentwicklung nicht wesentlich von der Personalausstattung abhängig ist.“

- Umsatz von € 6.4 Mio. pro Sales-Mitarbeiter?
- Ist das „Werbung“ oder Ausbeutung eines Gefangenendilemmas?

# Entwicklung der Netto-Werbeumsätze nach Kanal in Deutschland

Angaben in Mio. €

2022 2023 2024 2025



\* Für deutsche Magazine und Zeitungen weist WARC nur Printwerbeumsätze aus

Grafik: HORIZONT / Marco Saal • Quelle: WARC • [Einbetten](#) • [Grafik herunterladen](#) • Erstellt mit [Datawrapper](#)

# Fügen wir noch KI in den Mix...

# Große Pläne: Kommt der persönliche KI-‘Assistent‘?

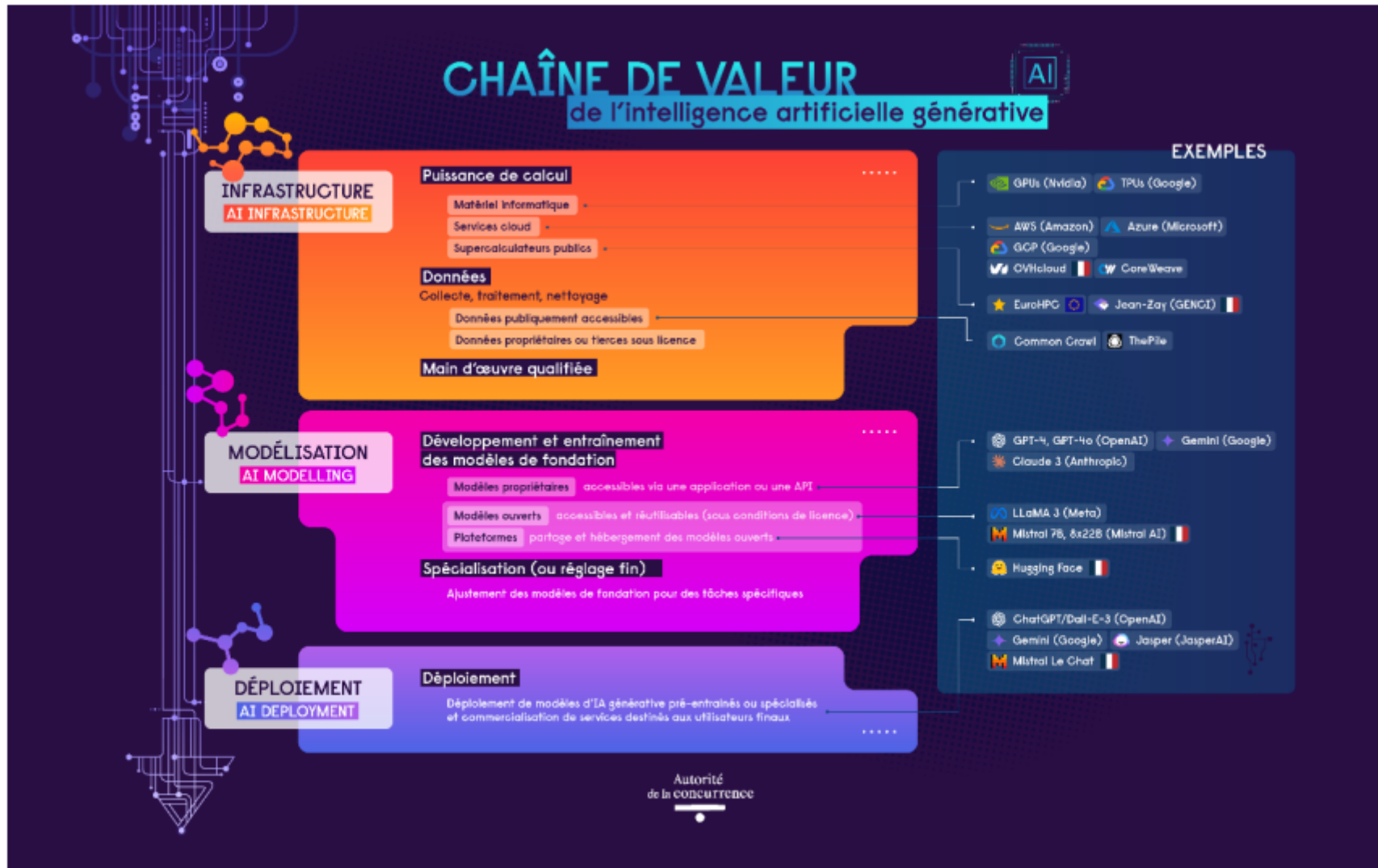


*“Eventually we'll create a personal agent that understands all your communication and understands what you're reading that can help you and give advice to you. In a sense, the personal agent will replace going directly to Amazon or going directly to Siri or going to Outlook. So the fact that Google owns search, Amazon owns shopping, Microsoft owns productivity, Apple owns, sort of everything on an Apple device - Once you get this personal agent, it kind of collapses those separate markets. ‘Hey, I only want one personal agent, and of course it can help me shop and plan and write documents and work across my devices in this rich way’.*

*So in a decade from now, we won't think of those businesses as quite as separate, because the AI, will know you so well that when you're buying gifts or planning trips, it won't care if Amazon has the best price or if someone else has a better price. You won't even have to think about it. So, it's a pretty dramatic potential”. Bill Gates, 2023*



Figure n° 2 : principaux acteurs de la chaîne de valeur de l'IA générative



Source : Autorité de la Concurrence, inspiré de l'article *ChatGPT, Bard & Co. : an introduction to AI for competition and regulatory lawyers* de Thomas Höppner et Luke Streatfeild, 23 février 2023

Figure 6 – Illustration of the presence of GAMMA firms across the FM value chain<sup>143</sup>

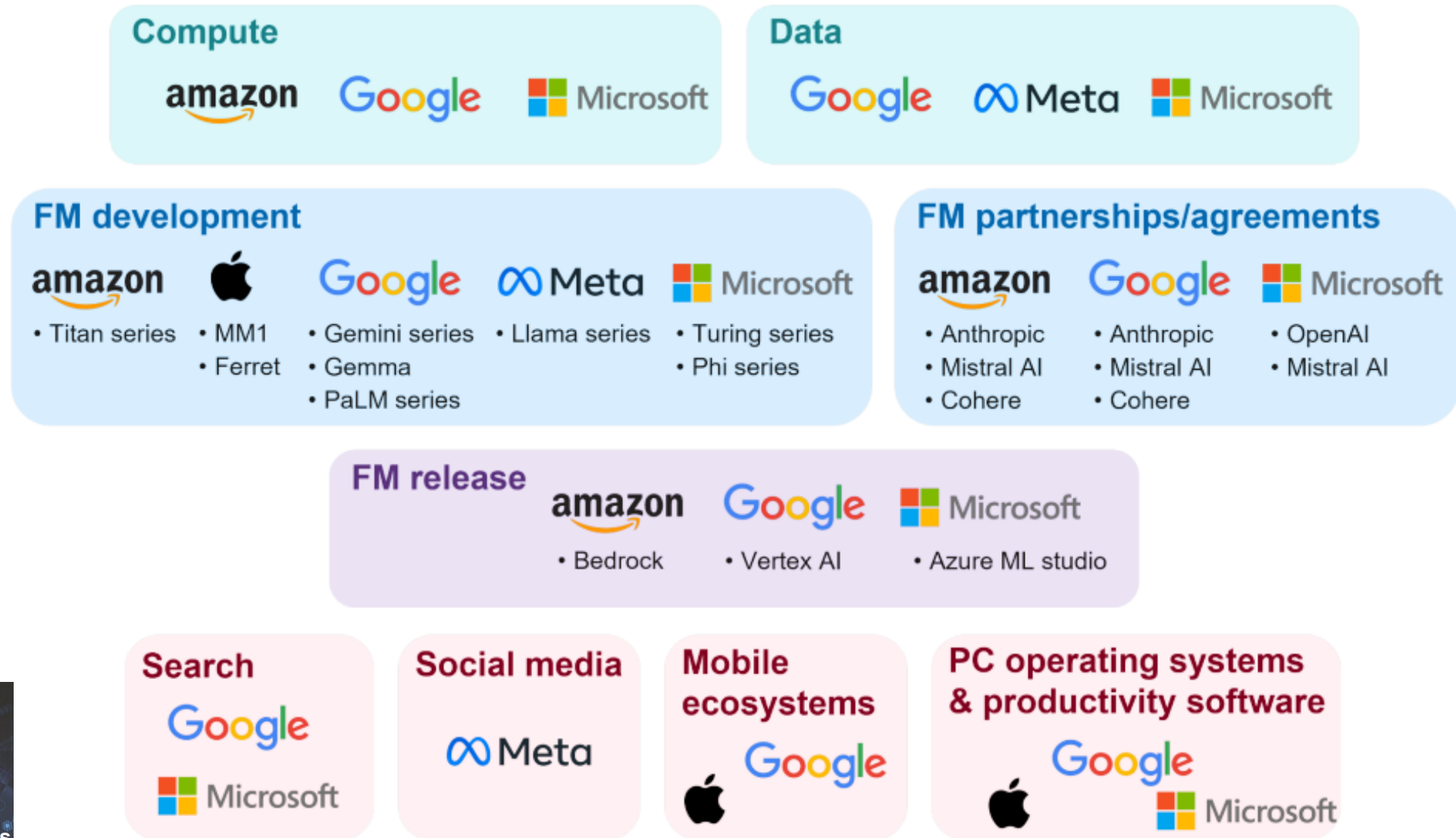
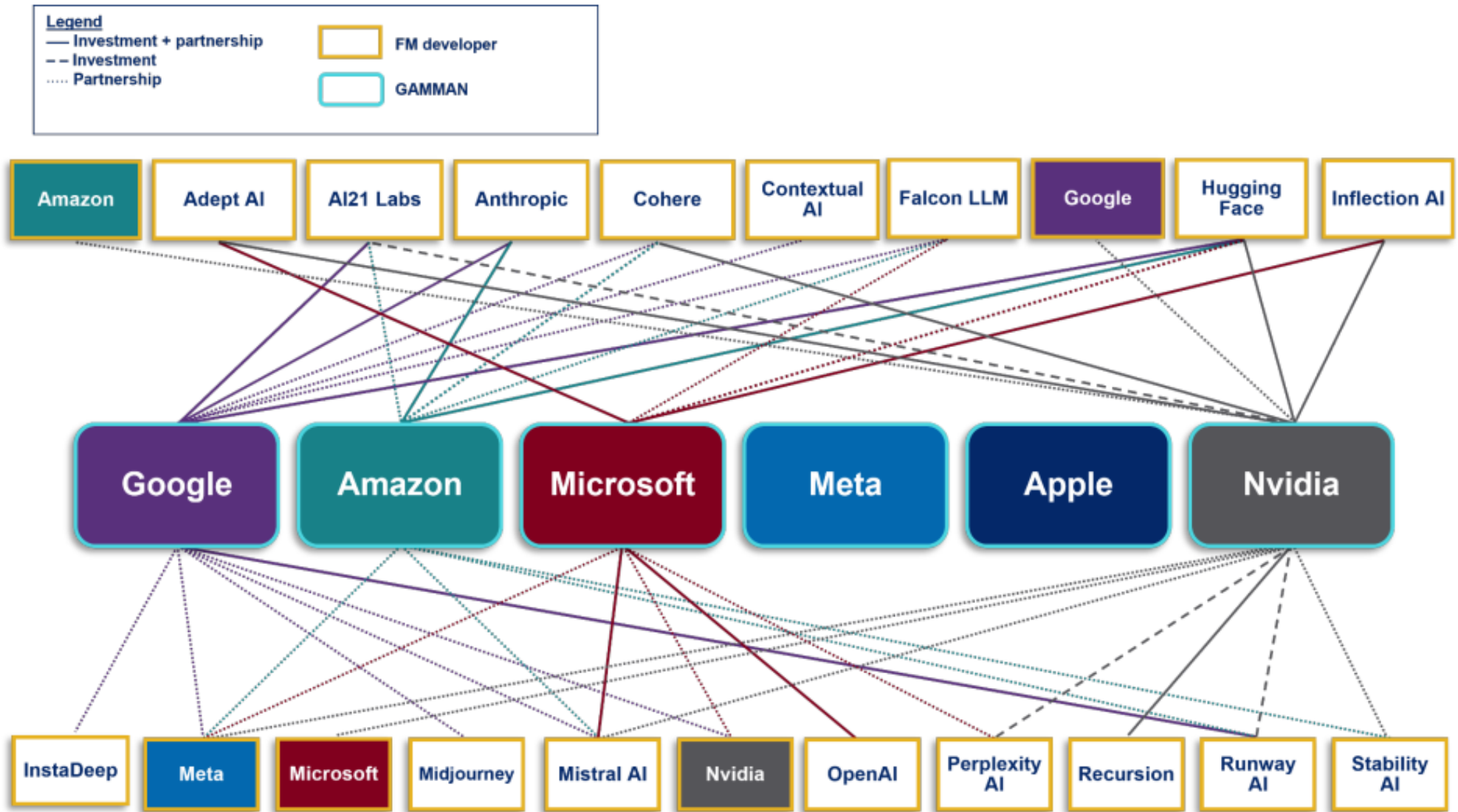




Figure 7 – Relationships between GAMMAN and FM developers<sup>146</sup>

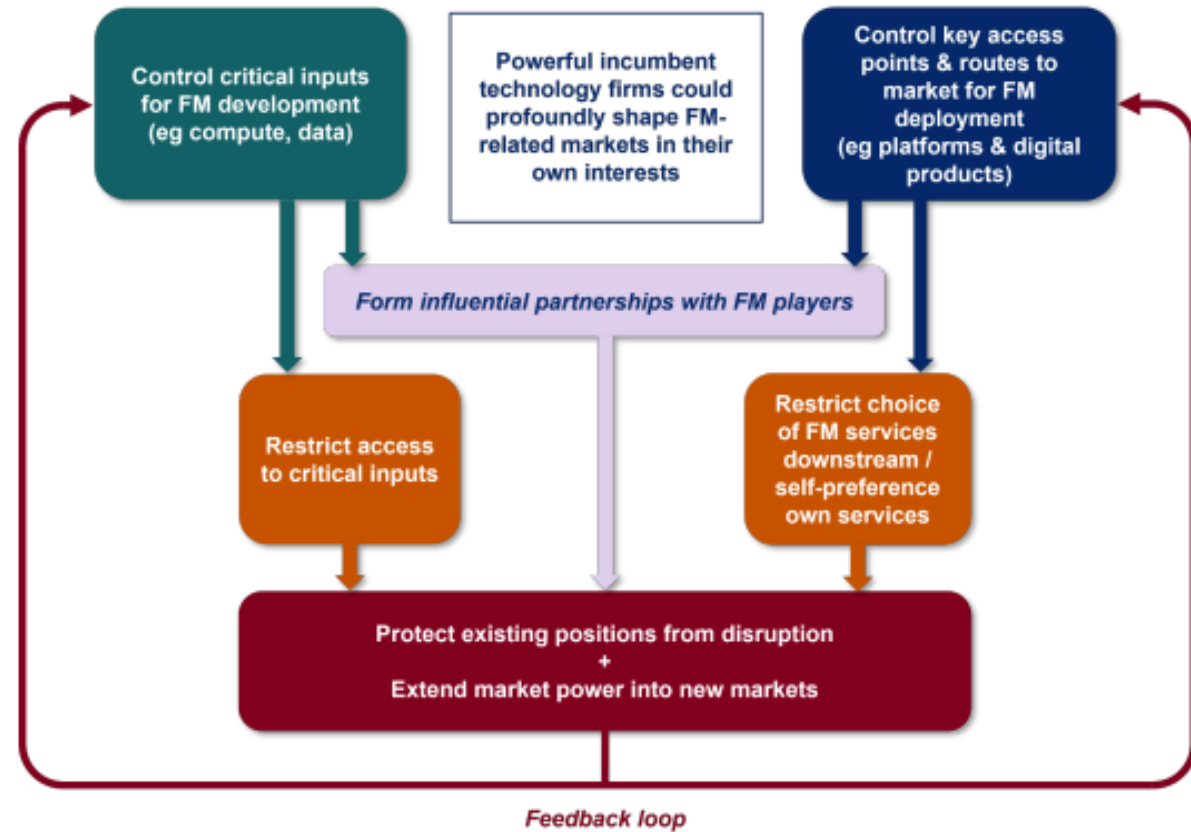




“The risk is for Europe to be totally dependent on AI models designed and developed abroad for both general-purpose AI and, progressively, for vertical uses dedicated to crucial EU sectors, including the automotive, banking, telecoms, health, mobility and retail industries. [...] The strong position of the US is mostly due to the scale of cloud hyperscalers (internally or through tight partnerships, like the one between Microsoft and OpenAI) and the availability of venture capital. [...] The few companies building generative AI models in Europe, including Aleph Alpha and Mistral, need large investment to become competitive alternatives to US players.”

Figure 32 – Incumbent technology firms could shape FM-related markets in their own interests

# Wo ist das Problem? Ist Konzentration nicht Ausdruck von Effizienz?



5.3 Based on our work to date, we see the following three key interlinked risks to fair, open and effective competition:

1. Firms that control critical inputs for developing FMs may restrict access to them to shield themselves from competition.
2. Powerful incumbents could exploit their positions in consumer or business facing markets to distort choice in FM services and restrict competition in FM deployment.
3. Partnerships involving key players could reinforce or extend existing positions of market power through the value chain.

- 1) Wirtschaftliche Abhängigkeit führt zu ökonomischer Ausbeutung.
- 2) Ein Margen-Transfer, der das wirtschaftliche Gefälle noch verstärkt.
- 3) Lokale Unternehmen verkommen zu (Daten-/Rohstoff-) Lieferanten für US-Tech-Anbieter, die alle Infrastrukturen, Datenströme und Kundenkontakte kontrollieren und monetarisieren.

Es sei denn Regulierung interveniert.

- 1) Generative KI verkürzt den Prozess der Entscheidungsfindung, aber nicht immer zum besseren Ergebnis.
- 2) Garbage In - Garbage Out: Desinformation wird zunehmen.
- 3) Kooperieren GenAI Anbieter selektiv mit (hoffentlich vertraulichen) lokalen Inhalteanbietern, bleiben andere lokale Quellen ungehört.

Es sei denn Regulierung interveniert.

**Also wie geht man mit Frienemies um?**

**“Drum prüfe, wer sich ewig bindet...”**  
***Schiller***



Wozu brauche ich (wirklich) einen externen KI-Anbieter?

Gibt es nicht auch lokale Lösungen? Ggf. in Kooperation mit anderen?

Was will der (Big Tech) Anbieter am Ende wirklich von mir?

- unterschiedliche Geschäftsmodelle zielen auf verschiedene Assets
- im Zweifel wollen Big Techs aber Datenlieferanten in zahlende Kunden ihrer Technologie ummünzen.

# Wie verhindert man die eigene Marginalisierung? (Auswahl)



- Plattformisierung verhindern oder selbst zur Plattform werden – Man kann nur begrenzt Geschäft auf fremden Plattformen aufbauen
- Man sollte sich auf kein Spiel einlassen,
  - das nicht vollständig transparent und verständlich ist
  - das man von vornherein nicht gewinnen kann
  - bei dem die Mitspieler wahrscheinlich nicht fair spielen.
- Man muss seine zentrale Unternehmenswerte kennen – und vor jedem externen Zugriff schützen.

**Wenn Daten das neue Öl ist,**

**H**

**muss man nicht nur selbst Daten sammeln,  
sondern auch verhindern, dass die eigenen Daten nicht zur  
Konkurrenz durchsickern – und so Gemeingut werden.**



# Was kann man noch tun? Let's Discuss



PROF. DR. THOMAS HÖPPNER  
Rechtsanwalt / Partner  
Berlin  
thomas.hoppner@hausfeld.com

**„Thomas Höppner ist wahrscheinlich derjenige Kartell- und Regulierungsanwalt, der die Probleme und die Regulierung von BIG-Tech tatsächlich wie juristisch mit Abstand am besten in ganz Europa durchdrungen hat“.**

Legal 500, Deutschland 2023

Für weitere Informationen s.

<https://www.hausfeld.com/de-de/wer-wir-sind/prof-dr-thomas-hoppner/>

- *On the Antitrust Implications of Embedding AI in Core Platform Services* (Höppner/Uphues, CPI Antitrust Chronicles July 2024)
- *ChatGPT, Bard & Co: an introduction to AI for competition and regulatory lawyers* (Höppner/Streatfeild, Hausfeld Competition Bulletin, 1/2023, nominiert für Concurrences Antitrust Writing Award 2024)
- *Die neue Big Tech KI-Presse* (Höppner, Print+More 1/2023, S. 44-45)



‘Mr. Big Tech; keiner kennt sich im Bereich der digitalen Industrie besser aus als er’  
‘erstklassige Rechtsberatung, prägnante rechtliche Gutachten und hervorragende Prozessführung.’  
Legal500 Deutschland, 2023



‘extrem kompetent u. engagiert’, Juve 2021  
‘zeichnet sich dadurch aus, neue Trends (z.B. KI) frühzeitig zu erkennen und Mandanten entsprechend vorzubereiten.’  
Legal500 Deutschland 2024