



Wettbewerb auf ad tech-Märkten

Selbstbevorzugung auf den
Werbetechnologiemärkten für
Displaywerbung

Von RAin Dr. Viola Theresa Pless

2025, 490 S., brosch., 159,- €

ISBN 978-3-7560-3480-2

E-Book 978-3-7489-6514-5

(Europäisches Wirtschaftsrecht, Bd. 90)



Online-Werbung bildet ein zentrales Finanzierungsinstrument der Digitalwirtschaft. Das Werk untersucht die wettbewerblichen Verhältnisse auf den Märkten für Online-Werbung. Insbesondere Selbstbevorzugungspraktiken des führenden Unternehmens Google werden im Hinblick auf einen Missbrauch von Marktmacht analysiert. Hierzu erfolgt eine Verortung in der kartellrechtlichen Dogmatik anhand der Entscheidungspraxis der Wettbewerbs-

behörden und des Entwurfs der Leitlinien zum Behinderungsmissbrauch als auch eine Beschäftigung mit neuen Instrumenten der Digitalgesetzgebung (DMA, DSA, § 19a GWB). Die Fragestellung hat Bedeutung für das Funktionieren digitaler Märkte insgesamt und reicht damit in weitergehende gesamtgesellschaftliche Belange hinein.



Wettbewerb auf ad tech-Märkten

Selbstbevorzugung auf den
Werbetechnologiemärkten für
Displaywerbung

By RAin Dr. Viola Theresa Pless

2025, 490 pp., pb., € 159.00

ISBN 978-3-7560-3480-2

E-Book 978-3-7489-6514-5

(Europäisches Wirtschaftsrecht, vol. 90)

In German



Online advertising is one of the main sources for funding the digital economy. The book examines the competitive conditions in **ad tech** markets. In particular, self-preferencing practices by the leading company Google are analysed with regard to an abuse of market power. For this purpose, the systematics of antitrust law based on the decision-making practice of the competition author-

ities and the draft guidelines on abusive exclusionary conduct as well as new instruments of digital legislation (DMA, DSA, § 19a German Act against restraints of competition (GWB)) are assessed. The research question is of relevance for the functioning of digital markets in general and thus concerns wider societal aspects.

