

HINTERGRUNDPAPIER

Der Digital Markets Act

Plattform-Regulierung für Demokratie und Nachhaltigkeit in der EU – aktueller Stand und Verbesserungspotenziale

Hendrik Zimmermann und Caroline Heinzl



Zusammenfassung

Im Dezember 2020 schlug die EU-Kommission ein Gesetzespaket vor: Bestehend aus dem Digital Services Act (DAS) und Digital Markets Act (DMA) soll es die Rechtslage für digitale Unternehmen auf europäischer Ebene harmonisieren.

Der DMA beschäftigt sich ausschließlich mit sogenannten Gatekeeper-Plattformen. Gatekeeper sind Unternehmen, die die Möglichkeit haben, den Zugang anderer Akteur:innen zu einem Markt oder einem realen oder virtuellen Raum zu beeinflussen oder sogar zu verweigern. Der DMA bestimmt für diese Gatekeeper eine Liste von Verpflichtungen und Verboten. Ziel ist es, faire Wettbewerbsbedingungen für digitale Unternehmen in der EU zu schaffen und Marktmissbrauch großer Plattformen – wie beispielsweise Google oder Amazon – effektiver zu bekämpfen.

Das vorliegende Papier liefert eine Übersicht über den DMA. Es beantwortet wichtige Fragen zu dem Gesetzesvorschlag. Indem häufige Kritikpunkte von Zivilgesellschaft und Politiker:innen dargestellt werden, werden mögliche Lücken sichtbar. Darauf aufbauend geben die Autor:innen an klaren Werten orientierte Handlungsempfehlungen, wie das Gesetz im Sinne von Demokratie und Nachhaltigkeit nachgebessert werden sollte:

Der DMA muss (1) Interoperabilitätspflichten für Kerndienstleistungen einführen, (2) Nutzer:innen in den Mittelpunkt stellen, (3) negative Effekte von Zusammenschlüssen von Digitalunternehmen stärker berücksichtigen, (4) zivilgesellschaftliche Organisationen und Endnutzer:innen stärker in Implementierungs- und Monitoring-Prozesse integrieren und (5) Alternativen zu rein profitorientierten digitalen Unternehmen fördern.

Nach einer Analyse der Änderungsvorschläge aus dem Rat der Europäischen Union und dem Europaparlament lässt sich sagen, dass wesentliche unserer Handlungsempfehlungen fehlen. Wir hoffen daher auf zukünftige Reformen. Wir erwarten ferner, dass der DMA zwar eine weitere Konzentration von Marktmacht erschweren wird und diesbezüglich eine wichtige Botschaft in die Welt senden kann. In seiner jetzigen Ausgestaltung wird er jedoch leider am Status quo bereits existierender Marktmacht viel zu wenig ändern.

Impressum

Autor:innen:

Hendrik Zimmermann und Caroline Heinzl

Redaktion:

Janina Longwitz

Titelbild:

Robin Worral, Unsplash

Herausgeber:

Germanwatch e.V.

Büro Bonn:

Dr. Werner-Schuster-Haus

Kaiserstr. 201

D-53113 Bonn

Telefon +49 (0)228 / 60 492-0, Fax -19

Büro Berlin:

Stresemannstr. 72

D-10963 Berlin

Telefon +49 (0)30 / 28 88 356-0, Fax -1

Internet: www.germanwatch.org

E-Mail: info@germanwatch.org

Januar 2022

Bestellnr: 22-3-2

Diese Publikation kann im Internet abgerufen werden unter:

www.germanwatch.org/de/84683



Bundesministerium
für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit
und Verbraucherschutz

Für den Inhalt sind alleine die Autor:innen verantwortlich.

Inhalt

1	Einleitung.....	5
2	Digital Markets Act (DMA) – Gesetz über digitale Märkte	8
2.1	Übersicht über den DMA.....	8
2.2	Was bedeutet der DMA konkret?.....	11
2.3	Bewertung durch andere unabhängige Organisationen und Personen	13
2.4	Positionierung der Fraktionen des Europäischen Parlaments.....	18
3	Handlungsempfehlungen	20
3.1	Kriterien für politische Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des DMA.....	20
3.2	Politische Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des DMA.....	23
3.3	Erste Bewertung der Änderungsvorschläge des Rates der Europäischen Union und des Europaparlamentes.....	26
4	Glossar	28
5	Literatur.....	29

1 Einleitung

Der Digital Services Act (DSA) und der Digital Markets Act (DMA) gelten als Leuchtturmprojekte der Europäischen Kommission unter Ursula von der Leyen. Die Digitalstrategie der EU-Kommission soll das aktuelle Jahrzehnt zur „Digital Decade“ Europas machen. Bislang werden digitale Unternehmen und Märkte durch die e-Commerce-Richtlinie aus dem Jahr 2000 (Richtlinie 2000/31/EG) geregelt, welche durch eine Vielzahl nationaler Gesetze vervollständigt wird, wie das deutsche Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG).

Im Dezember schlugen die EU-Kommissarin für Digitales, Margrethe Vestager, und der EU-Kommissar für Binnenmarkt und Dienstleistungen, Thierry Breton, ein Gesetzespaket vor. Bestehend aus dem DSA und dem DMA soll dieses die Rechtslage für digitale Unternehmen auf europäischer Ebene harmonisieren. Barbora Bukovská, Senior Director für Recht und Policy bei *ARTICLE 19*, bezeichnet DSA und DMA als eine „once in a generation opportunity to get regulation right“ (ARTICLE 19 2020).

Den DSA beleuchten wir ausführlich in einem anderen Hintergrundpapier (vgl. Zimmermann & Heinzl 2022). Hier geht es nur um den DMA:

Der DMA beschäftigt sich ausschließlich mit sogenannten **Gatekeeper**-Plattformen (siehe Glossar). Gatekeeper sind Unternehmen, die die Möglichkeit haben, den Zugang anderer Akteur:innen zu einem Markt oder einem realen oder virtuellen Raum zu beeinflussen oder sogar zu verweigern. Der DMA bestimmt für diese Gatekeeper eine Liste von Verpflichtungen und Verboten. Ziel ist es, faire Wettbewerbsbedingungen für digitale Unternehmen in der EU zu schaffen und Marktmissbrauch großer Plattformen effektiver zu bekämpfen.

Der DMA wurde von Beobachter:innen, wie zivilgesellschaftlichen Organisationen oder Digitalpolitiker:innen, bewertet und kritisiert. Der Gesetzesvorschlag wird von vielen Akteur:innen als besonderer Schritt eingeordnet. Dennoch gibt es zahlreiche Punkte, die kritisch betrachtet werden.

Germanwatch ist sich der Zusammenhänge zwischen Demokratie und Nachhaltigkeit bewusst (vgl. Zimmermann 2021b). Wir sind überzeugt, dass dem DMA daher eine große Bedeutung zukommt hinsichtlich der sozial-ökologischen Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft:

Erstens haben marktmächtige wirtschaftliche Akteur:innen wie Gatekeeper einen geringeren Anreiz, Nutzer:innen oder Konsument:innen eine **größere Auswahl oder andere Qualität** an Dienstleistungen und/oder Produkten anzubieten. Die Dienstleistung einer Handelsplattform besteht zum Beispiel darin, potenziellen

Konsument:innen Produkte (und/oder Dienstleistungen) in einer bestimmten Ordnung nach bestimmten Kriterien anzuzeigen. Wenn Nutzer:innen bzw. Konsument:innen keine oder nur wenige, möglicherweise aufwändigere, ggf. kostenintensivere Möglichkeiten haben, auf andere Plattformen auszuweichen, sind sie gewissermaßen gezwungen, die marktmächtige Plattform zu nutzen bzw. über sie nachzufragen. Man stelle sich vor, Nutzer:innen einer Handelsplattform würden Anzeigemechanismen bzw. –algorithmen präferieren, die im Sinne einer konsequenten Kreislaufwirtschaft eher Verleih- oder Reparaturmöglichkeiten anzeigen als Optionen des Neukaufs. Marktmächtige wirtschaftliche Akteur:innen hätten dann keinen Anreiz, diese Verleih- oder Reparaturmöglichkeiten anzubieten. Denn sie müssen keine Konkurrenz fürchten, die solche an einer konsequenten Kreislaufwirtschaft orientierten Anzeigemechanismen bzw. –algorithmen anbieten. Unsere erste Hypothese lautet also, dass Marktmacht durch diesen Wirkmechanismus einer konsequenten Kreislaufwirtschaft eher schadet.

Zweitens führt Marktmacht in aller Regel zu einem **Qualitätsverlust**, da marktmächtige wirtschaftliche Akteur:innen aufgrund mangelnder Konkurrenz keinen Anreiz haben, die Qualität von angebotenen Dienstleistungen und Produkten sicherzustellen bzw. in sie zu investieren. Die Dienstleistung einer Handelsplattform besteht darin, potenziellen Konsument:innen Produkte anzuzeigen. Marktmächtige Plattformen haben wenig Konkurrenz zu fürchten, die ihnen in Bezug auf Qualitätsmerkmale Kund:innen abspenstig machen könnte. Eine marktmächtige Plattform hat folglich weniger Anreiz, potenziellen Kund:innen zum Beispiel eine geographisch möglichst nahegelegene Reparaturmöglichkeit für ein Produkt anzuzeigen, die ggf. auch noch die notwendigen Fähigkeiten garantiert, das Produkt mit einer möglichst hohen Wahrscheinlichkeit reparieren zu können. Dies gilt noch weniger für die Anzeige von Leihmöglichkeiten, da Plattformen in der Regel an Leihgeschäften weniger verdienen können als an Neukäufen. Der marktliche Anreiz, bessere Leih- und Reparaturmöglichkeiten anzuzeigen, ist bei ausgeprägter Marktmacht von Handelsplattformen folglich geringer.

Drittens wirkt Marktmacht **innovationsfeindlich**. Wer keine Konkurrenz fürchtet, hat kaum Anreize, neue Produkte oder Dienstleistungen zu erfinden. Marktmacht macht Forschung weniger attraktiv. Für die sozial-ökologische Transformation, zum Beispiel hin zu einer echten Kreislaufwirtschaft, sind Forschung und Innovationen hingegen unerlässlich. Daher gehen wir davon aus, dass Marktmacht auch **transformationsfeindlich** wirkt.

Viertens sind für eine konsequente Kreislaufwirtschaft **kleine, regionale Kreisläufe** essenziell. Die Konzentration von wirtschaftlicher Macht an einem zentralen Ort, zum Beispiel bei einer Gatekeeper-Plattform, nimmt jedoch kleinen Kreisläufen sprichwörtlich die Luft zum Atmen, indem sie die bisherigen Entwicklungen der

Marktkonzentration weiter verschärft. So kämpft das Reparaturhandwerk bereits seit Jahrzehnten mit einem zunehmenden Bedeutungsverlust. Die Gründe hierfür sind vielfältig: Sinkende Neukaufpreise treffen auf steigende Reparaturkosten. Schlechte Reparierbarkeit sowie geringere Produktqualität von Neuwaren verunmöglichen die Reparatur nicht selten im Vorhinein. Darüber hinaus haben ein kultureller Wertewandel und kurze Innovationszyklen das Konsumverhalten beschleunigt (Heinz 2020). Plattformen verschärfen diesen Trend, weil sie die Attraktivität des Neukaufs durch personalisierte und dadurch an den Interessen und (scheinbaren) Bedürfnissen der Konsument:innen ausgerichteten Werbung weiter erhöhen sowie eine bequeme und von zuhause aus erreichbare Alternative zu regionalen und lokalen Marktplätzen schaffen. Ein Beispiel: Wenn die meisten Menschen sich bei Zalando oder Amazon neue Schuhe bestellen, sobald ihre alten kaputt gehen, kann die Schusterin aus der Nachbarschaft, die Reparaturleistungen anbietet, nicht prosperieren und muss möglicherweise ihr Geschäft einstellen. Lokale Handwerks- und Reparaturbetriebe sind jedoch wesentlich für den Erfolg einer konsequenten Kreislaufwirtschaft. Der aktuelle Trend birgt daher die Gefahr, dass Wissen über Handwerksfertigkeiten verloren geht, das für ein nachhaltiges Wirtschaftssystem essenziell ist.

Fünftens hat insbesondere die **Datenökonomie** eine inhärente Tendenz, einmal entstandene Marktmacht weiter zu verstärken (vgl. Zimmermann 2021a). Dies hat zur Folge, dass die Marktmacht einmal marktmächtiger Akteur:innen immer weiter wächst – mit all den genannten negativen Effekten für Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit.

Sechstens beeinflussen digitale Dienste, insbesondere Onlineplattformen wie sogenannte „Soziale Medien“, massiv den **öffentlichen Diskurs** und die Demokratie (vgl. Zimmermann et al. 2021c sowie Zimmermann 2021a). Diese stellen das Spielfeld dar, auf dem die sozial-ökologische Transformation hin zu einer echten Kreislaufwirtschaft und Klimaneutralität verhandelt wird. Gerade im Angesicht großer gesellschaftlicher Herausforderungen wie der Klima- und Ressourcenkrise sind demokratische Entscheidungen zwingend notwendig. Sind Onlineplattformen jedoch zu mächtig, so steht dies einem demokratischen Diskurs entgegen, der Grundlage ist dafür, dass sich die besseren Argumente durchzusetzen vermögen, beispielsweise für eine Kreislaufwirtschaft.

Das vorliegende Paper liefert eine Übersicht über den DMA (Kapitel 2.1) und beantwortet wichtige Fragen zum Gesetzesvorschlag (Kapitel 2.2). Indem häufige Kritikpunkte von Zivilgesellschaft und Politiker:innen dargestellt werden, werden mögliche Lücken sichtbar (Kapitel 2.3). Darauf aufbauend werden Handlungsempfehlungen formuliert. Hierfür erläutern wir zunächst unsere Wertebasis bzw. unsere Kriterien (Kapitel 3.1), auf deren Basis wir politische

Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des DMA entworfen haben (Kapitel 3.2). Zuletzt fügen wir aufbauend auf unseren Handlungsempfehlungen dieser Analyse eine kurze erste Bewertung der Änderungsvorschläge des Rates der Europäischen Union sowie des Europaparlamentes hinzu (Kapitel 3.3).

2 Digital Markets Act (DMA) – Gesetz über digitale Märkte

2.1 Übersicht über den DMA

Der Digital Markets Act soll faire Wettbewerbsbedingungen für digitale Unternehmen in der EU schaffen. Dies soll insbesondere durch neue Regelungen für Gatekeeper-Plattformen und eine schwarze Liste verbotener Geschäftspraktiken erreicht werden. Damit soll die Kommission die Möglichkeit bekommen, Marktmachtmissbrauch großer Plattformen effektiver zu bekämpfen (vgl. Europäische Kommission b).

Marktmacht geht häufig mit systematischen Benachteiligungen von Konkurrent:innen einher. Sie kann dadurch die schöpferische Zerstörung (nach Schumpeter) verhindern, die für Innovationen in Marktwirtschaften wesentlich ist.

Dies führt nicht nur zu marktlichen Ineffizienzen und überhöhten Preisen, sondern auch zu Abhängigkeiten und Innovationsfeindlichkeit, die für Transformationen schädlich sind. Damit tangiert Marktmacht verschiedene Facetten der Nachhaltigkeit, die auf eine innovationsgetriebene sozial-ökologische Transformation angewiesen ist.

Der DMA liefert eine Definition von Gatekeeper-Plattformen. Diese sollen besondere Pflichten und Verbote bekommen. Ein **Gatekeeper** hat dieser Definition nach ...

- eine starke wirtschaftliche Position und ist in mehreren EU-Ländern aktiv (mindestens 6,5 Milliarden Euro Jahresumsatz im Europäischen Wirtschaftsraum).
- eine große Nutzer:innenbasis (mindestens 45 Millionen monatlich aktive Nutzer:innen in der EU und mindestens 10.000 jährlich aktive gewerbliche Nutzer:innen mit Sitz in der EU).
- eine gefestigte Marktstellung (Kriterium 1 und 2 wurden in den letzten drei Geschäftsjahren erfüllt) (vgl. Europäische Kommission b; Europäische Kommission 2020c).

Verpflichtungen von Gatekeepern gemäß DMA:

- Gatekeeper müssen gewerblichen Nutzer:innen die Möglichkeit geben, **dieselben Produkte und Dienstleistungen** zu anderen Preisen oder Bedingungen **auf anderen Plattformen** anzubieten (vgl. DMA, Art. 5(b)).
- Gatekeeper müssen gewerblichen Nutzer:innen die Möglichkeit geben, über die Plattform gewonnenen **Nutzer:innen außerhalb der Plattform Angebote zu machen** und mit ihnen Verträge abzuschließen (vgl. DMA, Art. 5(c)).
- Nutzer:innen sollen **vorinstallierte Software-Anwendungen deinstallieren** können, die nicht unabdingbar für das Funktionieren des Betriebssystems sind (vgl. DMA, Art. 6(1)(b)). Zudem müssen **Software-Anwendungen und App-Stores Dritter auf Geräten installierbar sein**, auf denen das Betriebssystem läuft. Das heißt, ein Gatekeeper darf zum Beispiel nicht dafür sorgen, dass Nutzer:innen nur über die zentralen Plattformdienste des Gatekeepers auf Apps zugreifen können (vgl. DMA, Art. 6(1)(c)).
- Gatekeeper müssen Nutzer:innen und Erbringer:innen von Nebendienstleistungen, wie Zahlungsabwicklungsunternehmen, Cloud-Hosts oder digitalen Identitätsdiensten, **Interoperabilität mit denselben Systemen und Funktionen** ermöglichen, die dem Gatekeeper selbst für seine Nebendienstleistungen zur Verfügung stehen (vgl. DMA, Art. 6(1)(f)). Bietet ein Gatekeeper also beispielsweise einen in sein Betriebssystem integrierten Kalender an, so muss er es auch Dritten ermöglichen, unter denselben Bedingungen Kalenderdienste anzubieten (vgl. VZBV 2021).
- Gatekeeper müssen **Werbetreibenden Zugang zu den Informationen** gewähren, die sie für die Überprüfung ihrer Werbung benötigen (vgl. DMA, Art. 6(1)(g)).
- Gatekeeper müssen für die **Portabilität der Daten** sorgen, die von gewerblichen Nutzer:innen und Endnutzer:innen bei der Nutzung der Plattform generiert werden, u.a. anhand eines Echtzeitzugangs (vgl. DMA, Art. 6(1)(h)). Die Daten müssen in einem „strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format“ (DMA, ErwGr. 54) zur Verfügung stehen. Sie sollen „durch hochwertige Programmierschnittstellen (API) [...] in Echtzeit übertragen [werden] können“ (DMA, ErwGr. 54). Eine solche Portabilität der Daten kann beispielsweise einen Anbieterwechsel vereinfachen.

Verbote für Gatekeeper gemäß DMA:

- Gatekeeper dürfen **Daten nicht für ihren eigenen Marktvorteil zusammenführen**. Es ist ihnen verboten, personenbezogene Daten aus ihrem zentralen Plattformdienst mit solchen eines anderen ihrer Dienste oder mit solchen von Diensten Dritter zusammenführen. Ebenso dürfen sie Nutzer:innen nicht bei anderen eigenen Diensten ohne deren Einwilligung anmelden, um die personenbezogenen Daten zusammenzuführen (vgl. DMA, Art. 5(a)).
- Gatekeeper dürfen nicht von gewerblichen Nutzer:innen verlangen, für deren Angebote einen der **Identifizierungsdienste** der Gatekeeper zu nutzen (vgl. DMA, Art. 5(e)).
- Gatekeeper dürfen den Zugang für gewerbliche Nutzer:innen oder Endnutzer:innen nicht von der **Anmeldung bei einem anderen Dienst** abhängig machen (vgl. DMA Art. 5(f)).
- Gatekeeper dürfen die durch die Tätigkeiten von gewerblichen Nutzer:innen auf ihrer Plattform generierten, nicht öffentlich zugänglichen Daten **nicht im Wettbewerb** mit diesen verwenden (vgl. DMA, Art. 6(1)(a)).
- Gatekeeper dürfen **eigene Dienstleistungen und Produkte nicht gegenüber denen anderer Anbieter bevorzugen**. Allgemein muss das Ranking anhand fairer und diskriminierungsfreier Bedingungen geschehen (vgl. DMA, Art. 6(1)(d)).
- Gatekeeper dürfen Nutzer:innen nicht auf technischem Wege darin beschränken, **unterschiedliche Anwendungen und Dienste über ihr Betriebssystem** zu abonnieren oder unter diesen zu wechseln, auch hinsichtlich des Internetzugangsanbieters (vgl. DMA, Art. 6(1)(e)).

Marktuntersuchung:

Die Europäische Kommission kann Marktuntersuchungen einleiten (vgl. DMA, Art. 14) mit dem Ziel, bestimmte Betreiber als Gatekeeper zu benennen (vgl. DMA, Art. 15) oder neue unfaire Praktiken aufzudecken (vgl. DMA, Art. 17). Ergibt eine Marktuntersuchung, dass ein Gatekeeper seine Verpflichtungen systematisch nicht einhält, kann die Kommission jede angemessene und erforderliche Maßnahme treffen, von Geldbußen bis hin zur Zerschlagung (vgl. DMA, Art. 16).

Kontrollmechanismus:

Die Durchsetzung der Verordnung ist Aufgabe der **Europäischen Kommission**. Diese kann unabhängige externe Sachverständige und Prüfer:innen benennen, die sie dabei unterstützen (vgl. DMA, Art. 24). Zudem kann sie einen **Beratenden**

Ausschuss für digitale Märkte konsultieren, zusammengesetzt aus Vertreter:innen der Mitgliedsstaaten (vgl. DMA, Art. 32).

Die Kommission darf Unternehmen dazu auffordern, alle nötigen Informationen für die Durchsetzung und Überwachung der Verordnung zu liefern, insbesondere durch den Zugang zu Datenbanken und Algorithmen (vgl. DMA, Art. 19(1)). Hält sich ein Gatekeeper nicht an die Regeln, kann die Kommission **Geldbußen** von bis zu **10 %** des weltweiten Jahresumsatzes (vgl. DMA, Art. 26) und tägliche **Zwangsgelder** von bis zu **5 %** des durchschnittlichen Tagesumsatzes verhängen (vgl. DMA, Art. 27).

Bei systematischen Verstößen sind, als letztes Mittel, zusätzliche Maßnahmen in einem bestimmten Rahmen möglich. Beispielsweise kann die Kommission Gatekeeper dazu verpflichten, ein Unternehmen oder Teile davon zu verkaufen (Verkauf von Einheiten, Vermögenswerten, geistigen Eigentumsrechten oder Marken) (vgl. Europäische Kommission 2020c).

Der Gesetzesvorschlag im Gesetzgebungsverfahren der EU:

- Zuständiger Ausschuss: IMCO (Ausschuss für Binnenmarkt und Verbraucherschutz)
- Berichterstatter: Andreas Schwab (EVP)
- Schattenberichterstatter:innen: Evelyn Gebhardt (S&D), Andrus Ansip (Renew), Marcel Kolaja (Greens/EFA), Virginie Joron (ID), Martin Schirdewan (GUE/NGL), Adam Bielan (ECR) (vgl. Europäisches Parlament b).

Die Gesetzesvorschläge der Europäischen Kommission vom Dezember 2020 gingen im Rahmen des ordentlichen Gesetzgebungsverfahrens an das EU-Parlament und den Ministerrat weiter, welche den Vorschlag untersucht und Veränderungsvorschläge gemacht haben. Die Verhandlungen gehen im Januar 2022 in das Trilog-Verfahren zwischen EU-Kommission, EU-Parlament und Rat der Europäischen Union. Die Veränderungsvorschläge von Parlament und Rat analysieren wir kurz am Ende dieses Papieres.

2.2 Was bedeutet der DMA konkret?

Wer gilt als Gatekeeper?

Das Policy-portal VoxEU.org des britischen Forschungsinstituts *Centre for Economic Policy Research* macht folgende Einschätzung: Google, Amazon, Facebook, Apple und Microsoft werden auf jeden Fall als Gatekeeper gelten. Auch Oracle, SAP, Amazon Web Services und Microsoft Azure erfüllen die notwendigen Bedingungen und könnten damit unter die Kategorie fallen.

Einige Plattformen erfüllen aktuell einige, aber nicht alle Bedingungen, darunter Booking.com, Spotify, Uber, Bytedance/Tik Tok, Salesforce, Google Cloud und IBM Cloud. Die Dienste Twitter, AirBnb, Bing, LinkedIn, Netflix und Zoom erfüllen die Bedingungen nicht (vgl. Caffarra & Scott Morton 2021).

Für welche Dienste gilt Interoperabilität?

Interoperabilitätspflichten gelten nur für Nebendienstleistungen und nicht für zentrale Plattformdienste (vgl. Stolton 2021). Bei zentralen Plattformdiensten handelt es sich beispielsweise um soziale Netzwerke oder Messengerdienste. Nebendienstleistungen umfassen beispielsweise Zahlungs-, Identifizierungs- oder Werbedienste (vgl. DMA, Art. 2(14)). Letztere können von den Gatekeepern selbst oder von anderen Anbietern erbracht werden.

Im Rahmen des DMA müssten für Drittanbieter identische Bedingungen wie für die Plattform gelten. Damit wäre beispielsweise ein Anbieter wie Facebook/Meta dazu verpflichtet, es Drittanbietern zu erlauben, Zahlungsdienste anzubieten.

Gatekeeper müssen aber nicht andere soziale Netzwerke oder Messengerdienste miteinbinden (vgl. VZBV 2021, S. 14). Im Falle einer Interoperabilitätspflicht für Messengerdienste wäre es beispielsweise möglich, Whatsapp-Nachrichten zu Threema oder Signal zu senden, wie dies ja auch bei E-Mails möglich ist (vgl. Andresen 2021c).

Was bedeutet das Selbstbevorzungsverbot für Gatekeeper?

Laut DMA soll es Gatekeepern verboten sein, eigene Produkte oder Dienstleistungen gegenüber ähnlichen Produkten oder Dienstleistungen beim Ranking bevorzugt zu behandeln (vgl. DMA, Art. 6(1)(d)). Der Gatekeeper darf eigene Produkte und Dienstleistungen (oder die von Anbieter:innen, die Teil seines Unternehmens sind), „weder durch rechtliche noch durch kommerzielle oder technische Mittel anders oder bevorzugt behandeln“ (DMA, ErwGr. 49). Allgemein soll das Ranking anhand „fairer und diskriminierungsfreier Bedingungen“ (DMA, Art. 6(1)(d)) stattfinden.

Ein Beispiel von Selbstbevorzugung bei Onlineplattformen stellt eine Beschwerde von Spotify im Jahr 2019 gegen Apple dar. Der Musikstreaming-Dienst sei dazu gedrängt worden, Apples Bezahlssystem für In-App-Käufe zu nutzen und damit eine Steuer in Höhe von 30 % zu zahlen. Damit sei Spotify gezwungen, die Preise zu erhöhen, was dem Konkurrenten Apple Music zu Gute käme (vgl. Becker 2019).

Im April 2021 beanstandete die Kommission in einer ersten Einschätzung, dass Apple seine marktbeherrschende Stellung missbrauche und damit den

Wettbewerb störe. Dies ist der erste Schritt zu einer Kartellstrafe. Diese könnte bis zu 10 % des Jahresumsatzes von Apple betragen (vgl. ZDF 2021).

Ein weiteres Beispiel ist eine Kartellklage, die die Europäische Kommission im November 2020 gegen Amazon einreichte. Die Plattform hätte durch ihre Doppelrolle als Marktplatzanbieterin und Verkäuferin einen Vorteil. Amazon sammle Nutzer:innendaten, wie beispielsweise Kund:innenpräferenzen, und optimiere damit den Verkauf der eigenen Produkte. Zudem könne Amazon eigene Produkte stark bewerben, während Konkurrenzprodukte in den Hintergrund verlagert würden (vgl. Tagesschau 2020).

Auch Google machte im Rahmen von Selbstbevorzugungspraktiken Schlagzeilen. Im EU-Fall *Google Search* (Shopping) wird Google vorgeworfen, eigene Preisvergleichsdienste zu begünstigen und die Dienste von Drittanbieter:innen zu untergraben. Zudem verhängte die Kommission im Jahr 2018 eine Strafe gegen Google wegen unfairer Nutzung der Marktmacht. Dies betraf beispielsweise die Vorinstallation der Google-Suche und von Chrome auf Android-Geräten. Zudem biete Google Smartphonehersteller:innen einen finanziellen Anreiz, damit diese auf ihren Geräten ausschließlich die Google-Suche installieren (vgl. Proschofsky 2018).

Der DMA soll nun gegen solche Selbstbevorzugungspraktiken vorgehen.

2.3 Bewertung durch andere unabhängige Organisationen und Personen

Beobachter:innen bewerten verschiedene Aspekte des Gesetzesvorschlags positiv. Wojciech Wiewiórowski, der Europäische Datenschutzbeauftragte (EDSB), beispielsweise begrüßt die Initiative der Kommission, faire und offene Märkte zu schaffen (vgl. EDSB 2021b, S. 3).

Die zivilgesellschaftliche Organisation (ZGO) *ARTICLE 19*, welche sich für die Verteidigung der Meinungs- und Informationsfreiheit einsetzt, stimmt mit der Kommission überein, dass das Verhalten von Gatekeepern den Wettbewerb beeinträchtigt. Dieses führe zu schlechteren Marktergebnissen wie höheren Preisen, schlechterer Qualität, geringerer Auswahl und weniger Innovation (vgl. ARTICLE 19 2021b).

Auch die Digital- und Menschenrechtsorganisation *Privacy International* befürwortet, dass der DMA aktuelle Herausforderungen der Funktionsweise von digitalen Märkten angeht (vgl. Privacy International 2021a). Die ZGO *EDRi*, die sich für digitale Rechte und Freiheiten einsetzt, begrüßt die Liste verbotener Praktiken. Selbstbevorzugungspraktiken sind zum Beispiels das priorisierte Aufzählen von Gmail bei der Suche nach E-mail-Diensten durch Google Search oder die

Weiterverwendung von Daten anderer Dienste (wie das Kopieren des Whatsapp-Adressbuches durch Facebook). Diese Selbstbevorzugungspraktiken zu verbieten, sei ein wichtiger Schritt (vgl. Penfrat 2020).

Um ein pluralistisches, offenes und dezentrales digitales Ökosystem zu schaffen, müsse der DMA, so *ARTICLE 19*, aber noch ehrgeizigere Maßnahmen schaffen (vgl. *ARTICLE 19* 2021b).

Beobachter:innen betrachten verschiedene Punkte kritisch:

Interoperabilität nur für Nebendienstleistungen

Artikel 6(1)(f) des DMA sieht Interoperabilitätspflichten lediglich für Nebendienstleistungen vor. Für den *Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV)* ist nicht nachvollziehbar, warum sich diese Interoperabilität nicht ebenfalls auf die zentralen Plattformdienste von Gatekeepern bezieht (vgl. VZBV 2021, S. 14).

Auch Rasmus Andresen, Grünenpolitiker und Mitglied des Europäischen Parlaments (MdEP), fordert die Kommission auf, nicht „auf halber Strecke stehen [zu] bleiben“ (Andresen 2021a) und auch die Interoperabilität von Messengerdiensten zu integrieren (vgl. Andresen 2021a).

Stärkere Interoperabilitätsanforderungen könnten, so *ARTICLE 19*, Machtungleichgewichte verringern und positive Auswirkungen für gewerbliche Nutzer:innen und Endnutzer:innen haben. Letztere hätten eine größere Auswahl und könnten entscheiden, welche Art der Inhaltsmoderation sie zulassen und welchen Inhaltsregeln sie unterliegen möchten (vgl. *ARTICLE 19* 2020).

Auch *Privacy International* schließt sich dem Ruf nach Interoperabilität für zentrale Plattformdienste an. Dies könne auch negativen Effekten wie dem Lock-in-Effekt entgegenwirken und Nutzer:innen eine bessere Kontrolle über ihre Daten ermöglichen (vgl. Privacy International 2021b, S. 4f.).

Laut einer Pressemitteilung von Rasmus Andresen vom 4. März 2021 zeigt sich Margrethe Vestager offen für Gespräche im Bereich der Interoperabilität von Messengerdiensten. Eine solche Interoperabilität sei vor allem von Grünen- und EVP-Abgeordneten gefordert worden. Es komme also, so Andresen, „Bewegung in die Debatte“ (Andresen 2021c).

Nutzer:innen stehen nicht im Fokus des DMA.

Ein weiterer Kritikpunkt besteht darin, dass der DMA Wettbewerb und nicht die Nutzer:innen in den Fokus stelle. Barbora Bukovská von *ARTICLE 19* nach ist es jedoch für einen Erfolg des DMA zentral, den Menschen ins Zentrum der Regulierung zu stellen. Denn manche Plattformen fungierten nicht lediglich als ökonomische,

sondern auch als Menschenrechts-Gatekeeper und beeinflussten damit, wie Nutzer:innen ihre Rechte im digitalen Ökosystem ausüben (vgl. ARTICLE 19 2020).

In einem gemeinsamen Brief an die Mitglieder des Europäischen Parlaments fordern zivilgesellschaftliche Organisationen wie *Access Now*, *Amnesty International*, *ARTICLE 19*, *Bits of Freedom* und *EDRi*, dass Endnutzer:innen stärker in den Fokus des DMA gerückt werden. Viele Praktiken der Gatekeeper hätten direkte Auswirkungen auf ihre Rechte. Gatekeeper könnten auf dem Markt Qualitätsstandards diktieren, welche wiederum Auswirkungen auf die Meinungsfreiheit, den Datenschutz oder Nichtdiskriminierungsrechte hätten.

Der DMA berücksichtige diese Perspektive jedoch nicht. Er blicke lediglich auf die Beziehung zwischen Kernplattformen und ihren gewerblichen Nutzer:innen. Letztere sollten aber nicht, so die Position der ZGOs, einen stärkeren Schutz genießen als Endnutzer:innen (vgl. ARTICLE 19 2021c).

ARTICLE 19 zufolge illustriert Artikel 10(2)(a) des DMA diesen Fokus auf gewerbliche Nutzer:innen. Die Handlung eines Gatekeepers als unfair einzuschätzen, werde auf ein Ungleichgewicht der Rechte und Pflichten hinsichtlich gewerblicher Nutzer:innen limitiert. Um Endnutzer:innen im gleichen Maße wie gewerbliche Nutzer:innen zu schützen, müsse der Artikel auch das Ungleichgewicht der Rechte und Pflichten hinsichtlich Endnutzer:innen integrieren (vgl. ARTICLE 19 2021b).

Auch *Privacy International* merkt an, dass der DMA zwar negative Effekte der Gatekeeper für Endnutzer:innen anerkenne, sie jedoch nicht ausreichend adressiere. Er blicke auf ökonomische Aspekte und lasse Verbraucher:innenschutz, qualitative Innovation und den Schutz der Privatsphäre außen vor.

Beispielsweise sollten einstellbare Parameter zur Privatsphäre Teil einer Bewertung digitaler Märkte sein. Dann müssten Unternehmen um das Ausmaß der Privatsphäre auf ihrer Plattform konkurrieren (vgl. *Privacy International* 2021b, S. 3).

EDRi zufolge ist es enttäuschend, dass die Liste verbotener Praktiken nur die Bedürfnisse von gewerblichen Nutzer:innen berücksichtigt und die Rechte und Bedürfnisse von Endnutzer:innen außen vor lässt. Bei Interoperabilitätspflichten für Kerndienstleistungen handele es sich beispielsweise um eine Maßnahme, die das Interesse der Nutzer:innen in das Zentrum des DMA rücken würde (vgl. *EDRi* 2020d).

Die Macht bleibt in den Händen weniger Gatekeeper und der Status Quo bleibt bestehen.

In einem gemeinsamen Brief an die Mitglieder des Europäischen Parlaments kritisieren ZGOs, dass der DMA die Konzentration von Macht in den Händen weniger Gatekeeper nicht infrage stelle.

Statt die Entstehung alternativer Plattformen zu fördern, schaffe der DMA lediglich bessere Wettbewerbsbedingungen auf Ebene der gewerblichen Nutzer:innen. Er erleichtere damit nicht den Eintritt weiterer Plattformen in den Markt und schaffe nicht größere Auswahlmöglichkeiten für Nutzer:innen. Der DMA schütze gewerbliche Nutzer:innen beispielsweise vor Selbstbevorzugung, was aber den Wettbewerb auf Plattform-Ebene nicht wiederherstelle.

Artikel 6(1)(f) des DMA stehe beispielhaft dafür: Interoperabilität nur für Nebendienstleistungen fördere nicht das Entstehen neuer Plattformen, sondern erhalte die systemische Abhängigkeit von gewerblichen Nutzer:innen und Anbieter:innen von Nebendienstleistungen, die Position der Gatekeeper bleibe unverändert.

Eine solche eingeschränkte Perspektive mit einem Fokus auf den Markteintritt für gewerbliche Nutzer:innen behalte damit den Status Quo für Kernplattformen als Gatekeeper bei (vgl. ARTICLE 19 2021c). Auf diese Weise werde, so *EDRi*, ein stark zentralisiertes Umfeld geschaffen, in welchem einige zentrale Plattformen zu viel Macht über die Rechte von Nutzer:innen und den Informationsfluss hätten (vgl. *EDRi* 2021).

Negative Effekte von Zusammenschlüssen werden nicht adressiert

Privacy International kritisiert, dass negative Effekte von Zusammenschlüssen nicht adressiert würden. Aufgrund von Fusionen unterhalb der anmeldepflichtigen Schwelle und eines langwierigen Verfahrens der Kommission komme es häufig nicht zu rechtzeitigen Durchsetzungsmaßnahmen auf EU-Ebene. Artikel 12 des DMA berücksichtige dies aber nicht. Artikel 12(1) verpflichte Gatekeeper dazu, die Kommission zu informieren, wenn sie einen anderen Dienst erwerben. Dies müsse, so Artikel 12(3), innerhalb von drei Monaten geschehen.

Laut *Privacy International* führt eine solche Benachrichtigung jedoch nicht automatisch zu einer Untersuchung und verpflichtet den Gatekeeper auch nicht dazu, die Abwesenheit negativer Effekte durch seinen Erwerb zu beweisen. Zu dem Zeitpunkt der Benachrichtigung sei es mit hoher Wahrscheinlichkeit zu spät, um mögliche Bedenken auszuräumen.

Gatekeeper sollten also, so *Privacy International*, verpflichtet sein zu beweisen, dass ein geplanter Erwerb eines anderen Dienstes des digitalen Sektors keine negativen Effekte auf die Interessen und Rechte von Nutzer:innen hat. Auch sollte die Kommission ihre Untersuchungen bereits vor dem Erwerb des Dienstes durchführen können (vgl. *Privacy International* 2021b, S. 6f.).

Interne Prüfungen und Profiling

Privacy International fordert verschärfte Prüfungs- und Transparenzanforderungen beim **Profiling** (siehe Glossar). Artikel 13 des DMA verlangt von Gatekeepern, jährlich unabhängig geprüfte Beschreibungen ihrer Profiling-Techniken an die Kommission zu senden. Der Artikel sollte jedoch, so *Privacy International*, die Zusammenarbeit mit dem EU-Datenschutzbeauftragten, dem Europäischen Datenschutzausschuss, der Zivilgesellschaft und anderen Expert:innen voraussetzen. Ebenso sollten die Ergebnisse der Prüfungen veröffentlicht oder zumindest den Datenschutz- und Wettbewerbsbehörden der Mitgliedstaaten zur Verfügung gestellt werden (vgl. *Privacy International* 2021b, S. 7).

ARTICLE 19 zufolge sollten interne Prüfungen zudem über die Bewertung von Profiling-Techniken hinausgehen. Die Prüfungen müssten die gesamte Bandbreite von Aktivitäten umfassen, die von den Gatekeepern im Rahmen automatisierter Entscheidungssysteme durchgeführt werden. Dies würde das Datensammeln, das Profiling von Nutzer:innen und die darauf beruhende Personalisierung des Dienstes umfassen. Auch sollten die wichtigsten Parameter der verpflichtenden Prüfung, die Unabhängigkeit der Prüfer:innen und die verwendeten Kriterien deutlich gemacht werden (vgl. ARTICLE 19 2021b).

Nutzer:innen und die Zivilgesellschaft werden unzureichend in die Prozesse des DMA integriert.

Privacy International kritisiert, dass die Zivilgesellschaft nur unzureichend in die Implementierung und das Monitoring des DMA einbezogen werde. Die Kommission konzentriere einen Großteil der Macht in ihren Händen. Die einzige Ausnahme dieser Macht sei die Möglichkeit für drei oder mehr Mitgliedstaaten, bei der Kommission eine Anfrage zur Durchführung einer Marktuntersuchung zu stellen (vgl. DMA, Art. 33).

Für die Zivilgesellschaft, wie Verbraucher:innen-Organisationen, Organisationen digitaler Rechte oder Menschenrechtsorganisationen, sei jedoch keine Rolle vorgesehen. Ohne solche Organisationen miteinzubeziehen, könne der DMA Nutzer:innen jedoch keinen angemessenen Schutz bieten.

Daher sollte, so *Privacy International*, in den DMA integriert werden, dass ZGOs Anträge auf Einleitung von Marktuntersuchungen an die Kommission stellen können. Zudem sollten sie die Möglichkeit haben, die Kommission über mutmaßliche Verstöße gegen den DMA zu informieren und ihr Informationen über neue Dienste und neue Praktiken für die Einleitung von Marktuntersuchungen zu liefern (vgl. *Privacy International* 2021b, S. 8f.).

Auch *ARTICLE 19* betont, dass die Einleitung des Marktuntersuchungsmechanismus nicht aus einem geschlossenen Austausch zwischen Regulator:innen und Gatekeepern bestehen sollte. Auch Informationen von Endnutzer:innen sollten miteinbezogen werden. Ihre Stimmen zu berücksichtigen, würde dem DMA eine größere Legitimität verleihen (vgl. *ARTICLE 19* 2021b).

Fehlender Einbezug weiterer Institutionen und Behörden

Dem Europäischen Datenschutzbeauftragten (EDSB) zufolge sollten in Artikel 32(1) des DMA hinsichtlich der Zusammensetzung des Beratenden Ausschusses für digitale Märkte Vertreter:innen des EDSB integriert werden. Auch sollte eine institutionalisierte und strukturierte Zusammenarbeit zwischen den jeweils zuständigen Aufsichtsbehörden, einschließlich der Datenschutzbehörde, möglich gemacht werden (vgl. EDSB 2021b, S.4).

In einem Artikel der Frankfurter Allgemeinen Zeitung fordert der Wirtschaftswissenschaftler Torsten J. Gerpott, nationale Behörden stärker in die Durchsetzung des DMA einzubinden und damit eine zu große Machtfülle der Kommission zu verhindern.

Zuständige nationale Behörden sollten somit ein Einspruchsrecht bei Entscheidungen der Kommission erhalten, die die Aussetzung von DMA-Verpflichtungen oder das Verhängen von Bußgeldern betreffen. Auch sollten die Behörden ein Initiativrecht haben, um länderübergreifend über Maßnahmen und Bußgelder entscheiden zu können. Die Kommission sollte zudem von den Mitgliedsstaaten beigesteuerte, fallbezogene Marktdaten bei ihren Interventionen berücksichtigen (vgl. Gerpott 2021).

2.4 Positionierung der Fraktionen des Europäischen Parlaments

Wie auch beim Digital Services Act stehen die Mitglieder des Europäischen Parlaments dem Gesetzespaket grundsätzlich positiv gegenüber (vgl. Vorreiter 2020). Einige Aspekte werden jedoch auch kritisiert. Mehrere Fraktionen äußerten sich weniger umfangreich zum DMA, als sie es zum DSA taten.

Die Fraktion der **Europäischen Volkspartei (EVP)** veröffentlichte ein Positionspapier zum DSA, nicht aber zum DMA. In einem Interview mit dem Schweizer Blog „Hauptstadt-Bericht“ betont Andreas Schwab, EVP-Binnenmarktsprecher und Berichterstatter für den DMA, dass der Vorschlag in einem ersten Schritt positiv zu bewerten sei. Er merkt jedoch an, dass die Verordnung schneller als sechs Monate nach ihrer Ratifizierung Anwendung finden

sollte. Die Möglichkeit, große Unternehmen zu zerschlagen, sei wichtig und müsse weiterhin auf dem Tisch bleiben (vgl. Schwab 2021).

Schwab unterstreiche auch, so das Handelsblatt, dass die Regeln für Unternehmen leicht anwendbar sein müssten. Zudem müsste vorsichtig mit Verboten umgegangen werden, da diese auch die Entstehung neuer Konkurrenz zu den Monopolen verhindern könnten (vgl. Siebenhaar 2021).

Die Fraktion der **Progressiven Allianz der Sozialdemokraten (S&D)** begrüßt den Gesetzesvorschlag der Kommission. Auf ihrem Twitter-Kanal betont die Fraktion, dass DSA und DMA einen „game changer“ darstelle (vgl. S&D. 15.12.2020. Tweet). Tiemo Wölken kritisiert jedoch fehlende Interoperabilitätsanforderungen, welche Nutzer:innen eine breitere Auswahl ermöglichen würden (vgl. S&D 2020).

Die Fraktion **Renew Europe** begrüßt ebenfalls die Vorschläge der Kommission. Das Gesetzespaket sei ein wichtiger Schritt, um die digitale Zukunft Europas in die eigenen Hände zu nehmen. Das Gleichgewicht zwischen Markt und Verbraucher:innen müsse wiederhergestellt werden (vgl. Renew Europe 2020b).

Die Fraktion der **Grünen/Freie Europäische Allianz (Greens/EFA)** kritisiert, dass die Kommission mit ihrem Vorschlag nicht die Marktvorherrschaft von Tech-Monopolen breche. Das Kernproblem der Interoperabilität für alle Kommunikationsplattformen würde nicht adressiert, so MdEP Kim van Sparrentak (vgl. Greens/EFA 2020b).

Auch sei es notwendig, sogenannte „Killer-Fusionen“ zu verbieten, bei welchen kleine Unternehmen mit dem Zweck aufgekauft werden, die marktdominierende Position großer Plattformen nicht zu gefährden (vgl. Andresen 2021b). Die Kommission brauche zudem starke Kompetenzen, um die Bildung von Monopolen zu verhindern (vgl. Greens/EFA 2020b). Sie könne zwar als letztes Mittel Unternehmen zerschlagen, Kim van Sparrentak kommentiert jedoch: „The way that it's written right now, I don't think that it [breaking up companies] will ever happen“ (van Sparrentak 2021).

Der Vorschlag der Kommission drohe, so Rasmus Andresen, „wegen fehlender Instrumente in der Umsetzung wirkungslos zu bleiben“ (Andresen 2021b). Die Sanktionen und Eingriffsmöglichkeiten der Kommission gegenüber Gatekeepern sollten also ausgeweitet werden (vgl. Andresen 2021b).

Die Fraktion der **Europäischen Konservativen und Reformer (ECR)** erkennt die Notwendigkeit an, den digitalen Bereich zu regulieren. Dennoch hat die Fraktion Zweifel, ob der DMA die Wettbewerbsfähigkeit in der EU verbessern wird (vgl. ECR 2021). Weitere Äußerungen zum DMA durch die ECR-Fraktion konnten nicht gefunden werden.

Von der Fraktion **Identität und Demokratie (ID)** sowie von der Fraktion **Die Linke im Europäischen Parlament (GUE/NGL)** konnten zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Kapitels keine Äußerung zum Digital Markets Act gefunden werden.

3 Handlungsempfehlungen

3.1 Kriterien für politische Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des DMA

In diesem Kapitel stellen wir für uns grundlegende Werte und Kriterien dar, die wir angelegt haben, um für eine Weiterentwicklung des DMA politische Handlungsempfehlungen abzuleiten.

a) Demokratie

Germanwatch sieht Demokratie als eine wesentliche Grundlage an, damit die von den Vereinten Nationen beschlossene 2030-Agenda mit ihren Globalen Zielen für nachhaltige Entwicklung umgesetzt werden kann. Denn ohne demokratische Repräsentation und Deliberation, ohne aktive Beteiligung der von der notwendigen Transformation Betroffenen werden die Nachhaltigkeitsziele der Vereinten Nationen nicht zu erreichen sein. Ebenso wenig werden einige der Nachhaltigkeitsziele ohne digitale Technologien erreicht werden können. Die Digitalisierung hat hier das Potenzial, treibende Kraft zu sein. Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Demokratie stellen somit ein interdependentes Dreieck dar. Aus diesem Grund setzt sich Germanwatch im Sinne der 2030-Agenda auch für die Demokratie und für eine zukunftsfähige Digitalisierung ein. So sollten beispielsweise nicht Unternehmen darüber entscheiden, was legal ist und was nicht, sondern demokratisch legitimierte Politiker:innen.

Gatekeeper entscheiden häufig auf autoritäre Art, wer welche Informationen bekommt. So können einzelne Konzerne steuern, wer mit wem kommuniziert. Diese Rolle als Gatekeeper einzelnen Konzernen zu überlassen, ist für eine demokratische Gesellschaft inakzeptabel. Aktiennotierte Großkonzerne haben zudem in der Regel kurzfristige Profitinteressen, die häufig mit einer langfristigen ökologischen Transformation im Konflikt stehen. Damit Nachhaltigkeit demokratisch erwirkt werden kann, muss das bessere Argument eine Chance bekommen sich durchzusetzen – und nicht das Argument desjenigen, der die meiste Marktmacht hat.

b) Umweltschutz und Erhalt der ökologischen Lebensgrundlagen

Der Schutz der Umwelt und der Erhalt der ökologischen Lebensgrundlagen sind im Sinne eines integrierten Nachhaltigkeitsverständnisses die Basis für Wohlstand und Gerechtigkeit auf diesem Planeten. Um dieses Ziel zu erreichen, ist es wesentlich, eine konsequente Kreislaufwirtschaft zu etablieren. Dies meint, dass der primäre Ressourcenverbrauch absolut gesenkt, Rohstoffe im Kreislauf geführt und Abfälle und negative externe Effekte von Produkten und Dienstleistungen grundsätzlich vermieden werden müssen. Dies kann vor allem durch das ökologische Design von Produkten und Dienstleistungen, darunter effektive Ansätze der Sharing-Economy, durch Suffizienz-Strategien sowie durch Wiederverwendung und Reparatur erreicht werden und, sofern nicht anders möglich, auch durch technisches Recycling. Die dafür benötigten dezentraleren Wirtschaftskreisläufe werden häufig verhindert, wenn große Unternehmen zu viel Marktmacht besitzen. Marktmacht verhindert zudem Innovationen, die für eine sozial-ökologische Transformation von Wirtschaft und Gesellschaft wesentlich sind.

c) Recht auf nachhaltige Entwicklung aller Menschen

Allen Menschen steht gleichermaßen ein Recht auf nachhaltige Entwicklung zu. Darunter fällt der Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen sowie die Schaffung und gerechte Verteilung von Wohlstand für jeden Menschen. Die Konzentration von wirtschaftlicher Macht steht jedoch einer gerechten Verteilung von Wohlstand entgegen und damit dem Recht auf nachhaltige Entwicklung aller Menschen.

d) Menschenrechte

Die Menschenrechte stellen neben der Demokratie eine weitere wesentliche Grundlage dar, damit die von den Vereinten Nationen beschlossene 2030-Agenda mit ihren Globalen Zielen für nachhaltige Entwicklung umgesetzt werden kann. In Bezug auf den DMA ist hier vor allem das Recht auf Zugang zu Informationen (Art. 19, Allgemeine Erklärung der Menschenrechte) betroffen. Das Recht auf Zugang zu Informationen schließt unserem Verständnis nach ein, dass Menschen ein Mitbestimmungsrecht bezüglich der Auswahl von Informationen haben sollten, die sie erhalten. Sind jedoch einzelne Konzerne zu mächtig und kontrollieren zu stark den Zugang der Menschen zu Informationen, so ist die Durchsetzung dieses Rechts nach unserem Verständnis in Gefahr. Zudem hat eine zu große wirtschaftliche Macht auch Auswirkungen darauf, wo Arbeitsplätze entstehen und wo nicht, welche Löhne wo gezahlt werden und wer wie viel Freizeit hat (Art. 6-8, UN-Sozialpakt), wer sozial abgesichert ist (Art. 9) und wie sich – damit zusammenhängend – in unterschiedlichen Regionen Lebensstandard (Art. 11), Gesundheit (Art. 12) und Bildung (Art. 13, 14) entwickeln.

e) Verbraucher:innenschutz

Verbraucher:innen bzw. Nutzer:innen von digitalen Dienstleistungen sollten die Möglichkeit haben, faire Preise für Produkte oder Dienstleistungen zu zahlen, eine möglichst hohe Qualität angeboten zu bekommen und eine möglichst große Auswahl zwischen Angeboten verschiedener Qualität und verschiedener Preise haben. Marktmacht jedoch sorgt in der Regel für zu hohe Preise, für eine schlechtere Angebotsqualität und für eine geringere Auswahl an Produkten und Dienstleistungen. Der Qualitätsverlust erstreckt sich hierbei auch auf den Datenschutz und den Schutz der Privatsphäre. Zudem sind Menschen leichter beeinflussbar oder sogar manipulierbar, je mehr Akteur:innen, die die Absicht hegen, sie zu beeinflussen, über diese Menschen wissen. Auch die Praxis des Profilings ist also in vielen Fällen nicht mit einem hinreichenden Verbraucher:innenschutz vereinbar. Intransparente Beeinflussung oder gar Manipulation stehen dem Verbraucher:innenschutz entgegen.

f) Toleranz auf allen Gebieten der Kultur

Toleranz meint ein Geltenlassen und Gewährenlassen anderer oder fremder Überzeugungen, Handlungsweisen und Sitten – solange diese nicht die Freiheit heutiger oder künftiger Generationen (siehe BVerfG, April 2021) einschränken. Kultur wiederum beschreibt alles, was Menschen selbstgestaltend hervorbringen. Eine zu große Marktmacht prägt kulturelles Verhalten eher einseitig – gerade in Wirtschaftszweigen, die stark kulturell geprägt sind, wie beispielsweise Portale oder Handelsplätze für Filme oder Musik.

g) Wissenschaft und Forschung

Wissenschaft und Forschung bilden die Grundlage von Wissen, welches wiederum wesentlich für (politische) Entscheidungen sein sollte. Unabhängige Wissenschaft und Forschung sind daher die Basis des Erhalts der Lebensgrundlagen, des guten menschlichen Zusammenlebens sowie des Wohlstandes auf der Welt. Marktmacht macht jedoch in vielen Fällen Forschung von Akteur:innen, die nicht marktmächtig sind, weniger attraktiv, da diese keine Chance haben, ihre Ideen und Innovationen selbst zur Marktreife zu bringen, sofern sie sie nicht an eine:n marktmächtige:n Akteur:in verkaufen wollen.

3.2 Politische Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung des DMA

Die folgenden politischen Handlungsempfehlungen wurden auf Basis der im vorherigen Kapitel ausführlich dargestellten grundlegenden Werte und Kriterien entwickelt. Die grundlegenden Werte/Kriterien, die uns veranlasst haben, die jeweiligen Handlungsempfehlungen auszusprechen, werden hinter jeder politischen Empfehlung durch die jeweils **gefetteten** Buchstaben in der Reihenfolge „a b c d e f g“ angegeben. Hier kann kein Anspruch auf Vollständigkeit bestehen, da sich die einzelnen Werte/Kriterien zum Teil gegenseitig bedingen und daher manche Kriterien in Bezug auf manche Handlungsempfehlungen nur sehr mittelbar betroffen sind.

1. Der DMA sollte Interoperabilitätspflichten für Kerndienstleistungen einführen.

- Artikel 6(1)(f) des DMA sollte neben Interoperabilitätspflichten für Nebendienstleistungen auch **Interoperabilitätspflichten für Kerndienstleistungen** festlegen. Dies würde Endnutzer:innen mehr Auswahlmöglichkeiten¹ und eine bessere Kontrolle über ihre Daten ermöglichen sowie einem Lock-in-Effekt entgegenwirken². Zudem könnten bessere Wettbewerbsbedingungen auf Plattformebene hergestellt und das stark zentralisierte Umfeld der Onlineplattformen aufgebrochen werden³.

→ Werte/Kriterien **a b c d e f g**

2. Der DMA sollte Nutzer:innen in den Mittelpunkt stellen.

- Der DMA legt einen Fokus auf Wettbewerb und gewerbliche Nutzer:innen. Gatekeeper haben jedoch direkte Auswirkungen auf die Rechte von Nutzer:innen, beispielsweise auf die Meinungsfreiheit oder den Datenschutz. Um Endnutzer:innen stärker zu berücksichtigen, sollte in Artikel 10(2) des DMA die Handlung eines Gatekeepers nicht nur als unfair eingeschätzt werden, wenn ein **Ungleichgewicht der Rechte und Pflichten** hinsichtlich gewerblicher Nutzer:innen besteht, sondern auch **hinsichtlich Endnutzer:innen**⁴.

→ **a b c d e f g**

¹ vgl. ARTICLE 19 2020.

² vgl. Privacy International 2021b, S. 4f.

³ vgl. EDRI 2021.

⁴ vgl. ARTICLE 19 2021b.

- So sollten Endnutzer:innen nicht nur über den DSA, sondern auch über den DMA zugesichert bekommen, **Parameter zur Privatsphäre selbst wählen** zu können. Dies sollte bei der Bewertung digitaler Märkte eine Rolle spielen. Akteur:innen, die diese Möglichkeit nicht weitreichend anbieten, sollten strenger hinsichtlich ihrer Marktmacht bewertet werden. Eine bessere Regulierung der Privatsphäre-Einstellungen würde zudem die Hürden für personalisierte Werbung erhöhen, die unserer These nach den Konsum von Produkten steigert und damit unserem Verständnis einer konsequenten Kreislaufwirtschaft zuwiderläuft.

→ **a b c d e f g**

- Die Ergebnisse der unabhängigen **Prüfungen von Profiling-Techniken sollten veröffentlicht** sowie um **Untersuchungen bezüglich ihrer Anwendung in Algorithmen** erweitert werden.

→ **a b c d e f g**

- Es sollte **präzisiert** werden, was genau geprüft wird, welche Kriterien bei der **Prüfung** anzulegen sind und wie die Unabhängigkeit der Prüfer:innen sichergestellt werden kann.

→ **a b c d e f g**

3. Der DMA muss negative Effekte von Zusammenschlüssen stärker berücksichtigen.

- Negative Effekte von Zusammenschlüssen werden im DMA nicht ausreichend adressiert. Artikel 12 des DMA sollte es der Kommission ermöglichen, eine Untersuchung **bereits vor dem Erwerb** eines Dienstes durch einen Gatekeeper einzuleiten.

→ **a b c d e f g**

- Verfahren zur Feststellung unzulässiger Marktmacht sollten **beschleunigt** und **Fusionen häufiger verboten** werden, sofern sie Marktmacht erhöhen.

→ **a b c d e f g**

- Gatekeeper sollten **beweisen müssen, dass ein solcher Erwerb keine negativen Effekte** für Endnutzer:innen mit sich bringt⁵.

→ **a b c d e f g**

- Im DMA sollte eine durchaus realistische Möglichkeit zur **Zerschlagung marktmächtiger digitaler Unternehmen** vorsehen.

→ **a b c d e f g**

⁵ vgl. Privacy International 2021b, S. 6f.

4. Der DMA sollte zivilgesellschaftliche Organisationen und Endnutzer:innen stärker in Implementierungs- und Monitoring-Prozesse integrieren.

- Die Zivilgesellschaft sollte **stärker in die Implementierung und das Monitoring** des DMA integriert werden. Auch sollten ZGOs **Anträge auf Einleitung von Marktuntersuchungen** an die Kommission stellen können. Sie sollten zudem die Möglichkeit erhalten, die Kommission über mutmaßliche Verstöße gegen den DMA zu informieren und ihr Informationen über neue Dienste und Praktiken zur Einleitung von Marktuntersuchungen zu liefern⁶.

→ **a b c d e f g**

- Auch sollten **Informationen von Endnutzer:innen** bei Marktuntersuchungsmechanismen berücksichtigt werden⁷.

→ **a b c d e f g**

- **Zivilgesellschaftliche Organisationen** sollten bei den unabhängigen **Prüfungen von Profiling-Techniken** (und darauf aufbauenden angewandten Algorithmen) beteiligt werden.

→ **a b c d e f g**

- Im beratenden Ausschuss für digitale Märkte sollte das Thema **Datenschutz gestärkt** werden.

→ **a b c d e f g**

5. Der DMA sollte Alternativen zu rein profitorientierten digitalen Unternehmen fördern.

- Digitale Unternehmen sollten stärker dem **Gemeinwohl** dienen. Dies kann durch den Aufbau **öffentlich-rechtlicher digitaler Plattformen** erreicht werden. Deren Angebote sollten nicht allein über das Profitstreben angereizt werden. Vielmehr sollten Räte unter umfassender zivilgesellschaftlicher Beteiligung Entscheidungen treffen, die sich am Gemeinwohl ausrichten.

→ **a b c d e f g**

⁶ vgl. Privacy International 2021b, S. 8f.

⁷ vgl. ARTICLE 19 2021b.

3.3 Erste Bewertung der Änderungsvorschläge des Rates der Europäischen Union und des Europaparlamentes

Ende 2021 haben der Rat der Europäischen Union und das Europaparlament ihre Positionen zum DMA deutlich gemacht, mit denen sie dann zu Beginn des Jahres 2022 in den Trilog mit der Europäischen Kommission gehen werden.

Der Rat hat keine nennenswerten Änderungen am Kommissionsvorschlag vorgenommen. Hier drohte sogar eine Verschlechterung durch kleinere Mitgliedsstaaten wie Irland, Estland oder Luxemburg, die bevorzugt von großen Tech-Konzernen lobbyiert werden, sich aber nicht durchsetzen konnten.

Interessanter sind die Geschehnisse im Europaparlament: Das Parlament fordert erfreulicherweise Interoperabilität auch für Kerndienstleistungen bzgl. der Funktionen Text, Sprache, Bild und Videos. Auch soziale Medien sind hier betroffen und zwar bzgl. Beiträgen, Kommentaren und auch „Likes“. Wichtig erscheint uns hier aus Verbraucher:innenschutz-Perspektive, dass die Interoperabilitäten mit einem umfassenden Datenschutz vereinbar bleiben, also beispielsweise mit Ende-zu-Ende-Verschlüsselungen. Da der Rat auf Interoperabilitätspflichten verzichtet hat, werden hier die Trilog-Verhandlungen besonders spannend.

Bedauerlicherweise hat sich die konservative EVP-Fraktion dahingehend durchgesetzt, dass große Tech-Konzerne erst ab einem Jahresumsatz von 8 Mrd. € – anstelle der von der Kommission geforderten 6,5 Mrd. € – als Gatekeeper gelten sollen. Dafür sollen nun auch Browser, vernetzte Fernsehgeräte und Sprachassistenten bei ausreichender Größe als Gatekeeper gelten. Dies dürfte jedoch unter anderem am Widerstand Deutschlands im Rat und damit im Trilog scheitern. Zudem spricht sich das Parlament für eine Erhöhung der Strafen auf bis zu 20 % des Jahresumsatzes aus.

Wir begrüßen zudem, dass sich das Parlament dafür stark macht, Zusammenschlüsse zu erschweren: Übernahmen sollen jederzeit gestoppt werden können. Die von uns dringend geforderte Beweislast für Gatekeeper, dass eine Übernahme keine negativen Effekte für Endnutzer:innen mit sich bringt, scheiterte jedoch an konservativen und rechten Abgeordneten. Auch eine Zerschlagung marktmächtiger Konzerne sieht das Parlament nicht vor. So wird zwar eine weitere Konzentration von Marktmacht erschwert, am Status quo ändert sich jedoch viel zu wenig.

Wir begrüßen hingegen, dass Nutzer:innen dem beschlossenen Parlamentstext nach im Sinne der Verbraucher:innenschutzes Standardeinstellungen bei Gatekeepern jederzeit ändern können sollen – und damit nicht nur bei der Erstinstallation. Entsprechend seiner Position zum DSA (vgl. Zimmermann/Heinzel 2021) fordert das Parlament auch beim DMA ein Verbot von personalisierter Werbung bei Minderjährigen. Da personalisierte Werbung jedoch auch bei Volljährigen den Konsum anheizt und negative Effekte für die Demokratie haben kann, plädieren wir für ein generelles Verbot (vgl. ebd.).

Auch das Europaparlament bleibt an vielen Stellen hinter unseren Handlungsempfehlungen zurück. So sollen zivilgesellschaftliche Organisationen nicht stärker in Implementierungs- und Monitoring-Prozesse integriert werden. Und auch Alternativen zu rein profitorientierten digitalen Unternehmen tauchen im Parlamentstext an keiner Stelle auf.

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass die Vorschläge des Parlamentes für Nachschärfungen insbesondere hinsichtlich der Interoperabilitätspflichten sowie erschwerter Zusammenschlüsse zwar hoffen lassen. Jedoch fehlen wesentliche unserer Handlungsempfehlungen auch hier. Wir hoffen diesbezüglich auf zukünftige Reformen.

Wir erwarten ferner insgesamt, dass der DMA zwar eine weitere Konzentration von Marktmacht erschweren wird und diesbezüglich eine wichtige Botschaft in die Welt zu senden vermag. In seiner jetzigen Ausgestaltung wird er jedoch leider am Status quo bereits existierender Marktmacht viel zu wenig ändern.

4 Glossar

Profiling: Personenbezogene Daten werden automatisiert verarbeitet, um persönliche Aspekte zu analysieren und vorherzusagen, beispielsweise die Gesundheit, das Verhalten oder Interessen (vgl. Verordnung (EU) 2016/679, Art. 4(4)).

Gatekeeper: Unter Gatekeepern verstehen wir Unternehmen, die die Möglichkeit haben, den Zugang anderer Akteur:innen zu einem Markt oder einem realen oder virtuellen Raum zu beeinflussen oder sogar zu verweigern. Laut Definition im DMA-Vorschlag der EU-Kommission hat ein Gatekeeper eine starke wirtschaftliche Position und ist in mehreren EU-Ländern aktiv (mindestens 6,5 Milliarden Euro Jahresumsatz im Europäischen Wirtschaftsraum). Er verfügt über eine große Nutzer:innenbasis (mindestens 45 Millionen monatlich aktive Nutzer:innen in der EU und mindestens 10 000 jährlich aktive gewerbliche Nutzer mit Sitz in der EU). Er hat zudem dieser Definition nach eine gefestigte Marktstellung (Kriterium 1 und 2 wurden in den letzten drei Geschäftsjahren erfüllt) (vgl. Europäische Kommission b; Europäische Kommission 2020c).

5 Literatur

Andresen, Rasmus (2021a): „Digitale Oligopole schaden Demokratie und Wirtschaft“, *Cicero*, 01.03.2021. Online unter: <https://www.cicero.de/wirtschaft/google-amazon-facebook-eu-digital-services-markets-act>, zuletzt geprüft am 02.03.2021.

Andresen, Rasmus (2021b): „Der Digital Markets Act: Grüne Prioritäten und Zuständigkeit im ITRE“, Die Grünen/EFA im Europäischen Parlament, 22.02.2021. Online unter: <https://rasmus-andresen.eu/news/der-digital-markets-act-gruene-prioritaeten-und-zustaendigkeit-im-itre/>, zuletzt geprüft am 23.04.2021.

Andresen, Rasmus (2021c): „Auf Druck der Abgeordneten: Vestager zeigt sich offen für weitergehende Regeln zur Interoperabilität von Online Messengern“, Rasmus Andresen, Die Grünen/EFA im Europäischen Parlament, Pressemitteilung, 04.03.2021. Online unter: <https://rasmus-andresen.eu/news/auf-druck-der-abgeordneten-vestager-zeigt-sich-offen-fuer-weitergehende-regeln-zur-interoperabilitaet-von-online-messengern/>, zuletzt geprüft am 27.04.2021.

ARTICLE 19 (2020): „EU: The draft Digital Services Act and the Digital Markets Act must protect freedom of expression“, 15.12.2020. Online unter: <https://www.article19.org/resources/digital-rights/>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

ARTICLE 19 (2021b): „EU: More ambitious DMA needs to shape digital markets of our future“, 11.03.2021. Online unter: <https://www.article19.org/resources/eu-dma-needs-to-shape-digital-markets-future/>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

ARTICLE 19 (2021c): „EU: Joint letter on protecting end users‘ rights in the Digital Markets Act“, 11.02.2021. Online unter: <https://www.article19.org/resources/eu-joint-letter-on-protecting-rights-in-the-digital-markets-act/>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

Becker, Markus (2019): „Apple wehrt sich gegen Spotify Vorwürfe“, *Spiegel*, 24.06.2019. Online unter: <https://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/spotify-beschwerde-bei-eu-kommission-apple-wehrt-sich-a-1273755.html>, zuletzt geprüft am 16.03.2021.

Caffarra, Cristina & Scott Morton, Fiona (2021): „The European Commission Digital Markets Act: A translation“, VoxEu.org, *Centre for Economic Policy Research*, 05.01.2021. Online unter: <https://voxeu.org/article/european-commission-digital-markets-act-translation>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

DMA: „Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor (Gesetz über digitale

Märkte)“, Europäische Kommission, 15.12.2020, Brüssel. Online unter: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/de/TXT/?qid=1608116887159&uri=COM%3A2020%3A842%3AFIN>, zuletzt geprüft am 30.04.2021.

ECR (2021): „Week Ahead. 22-28 February 2021“, 19.02.2021. Online unter:.

EDRi (2020d): „The EU’s attempt to regulate Big Tech: What it brings and what is missing“, 18.12.2020. Online unter: <https://edri.org/our-work/eu-attempt-to-regulate-big-tech/>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

EDRi (2021): „The Digital Markets Act must do more to protect end users’ rights“, 11.02.2021. Online unter: <https://edri.org/our-work/eu-the-digital-markets-act-must-do-more-to-protect-end-users-rights/>, zuletzt geprüft am 16.03.2021.

EDSB (2021b): „Opinion 2/2021 on the Proposal for a Digital Markets Act“, Europäischer Datenschutzbeauftragter, 10.02.2021. Online unter: https://edps.europa.eu/system/files/2021-02/21-02-10-opinion_on_digital_markets_act_en.pdf, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

Europäische Kommission b: „Das Gesetz über digitale Märkte: für faire und offene digitale Märkte“. Online unter: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_de, zuletzt geprüft am 01.03.2021.

Europäische Kommission (2020c): „Digital Markets Act: Ensuring fair and open digital markets. Questions and answers“, 15.12.2020. Online unter: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/QANDA_20_2349, zuletzt geprüft am 03.03.2021.

Europäisches Parlament b: „Contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act), 2020/0374 (COD)“, Procedure file, Legislative Observatory. Online unter: [https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2020/0374\(COD\)&l=en](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2020/0374(COD)&l=en), zuletzt geprüft am 28.04.2021.

Gerpott, Torsten J. (2021): „Welche Rolle spielen künftig nationale Regulierer?“, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 24.02.2021. Online unter: https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/internet-regulierung-der-eu-die-rolle-der-nationalen-behoerden-17209611.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2, zuletzt geprüft am 27.04.2021.

Greens/EFA (2020b): „Commission proposal first step to end wild west of internet giants“, Pressemitteilung, 15.12.2020. Online unter: <https://www.greens-efa.eu/en/article/press/commission-proposal-first-step-to-end-wild-west-of-internet-giants>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

Heinz, Rebecca (2020): Reparatur, das große Comeback? Eine kleine Generationengeschichte über die Reparatur. Blogbeitrag erschienen auf Klima der Gerechtigkeit, 17.10.2020. Online unter: <https://klima-der-gerechtigkeit.boellblog.org/2020/10/16/reparatur-das-grosse-comeback/>

Kühl, Eike (2020): „Das neue Grundgesetz für Onlinedienste“, *Zeit Online*, 14.12.2020. Online unter: <https://www.zeit.de/digital/internet/2020-12/digital-services-act-eu-kommission-facebook-google-amazon-gesetz>, zuletzt geprüft am 02.03.2021.

Penfrat, Jan (2020): „The EU’s attempt to regulate Big Tech: What it brings and what is missing“, *EDRI*, 18.12.2020. Online unter: <https://edri.org/our-work/eu-attempt-to-regulate-big-tech/>, zuletzt geprüft am 01.04.2021.

Privacy International (2021a): „EU Digital Markets Act needs to be bolder to address data exploitation by digital gatekeepers“, 12.03.2021. Online unter: <https://privacyinternational.org/advocacy/4460/eu-digital-markets-act-needs-be-bolder-address-data-exploitation-digital-gatekeepers>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

Privacy International (2021b): „Privacy International’s preliminary comments on the Digital Markets Act“, März 2021. Online unter: <https://privacyinternational.org/sites/default/files/2021-03/PI%20submission%20on%20DMA%20final.pdf>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

Proschofsky, Andreas (2018): „EU verdonnert Google zu 4,34 Milliarden Euro Strafe“, *Der Standard*, 18.07.2018. Online unter: <https://www.derstandard.de/story/2000083694688/eu-verdonnert-google-zu-4-3-milliarden-euro-strafe>, zuletzt geprüft am 16.03.2021.

Renew Europe (2020b): „DSA/DMA: Europe needs to find its own digital model“, 15.12.2020. Online unter: <https://reneweuropengroup.eu/en/news/1747-dsa-dma-europe-needs-to-find-its-own-digital-model/>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

Schwab, Andreas (2021): „Interview mit Andreas Schwab (CDU) zum Digital Markets Act“, Hauptstadt-Bericht, 24.02.2021. Online unter: <https://hauptstadt-bericht.eu/andreas-schwab-digital-markets-act-interview/>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

Siebenhaar, Hans-Peter (2021): „Forderung der EVO: Die EU soll Google, Amazon und Co. strikter besteuern“, *Handelsblatt*, 04.02.2021. Online unter: <https://www.handelsblatt.com/politik/international/internetwirtschaft-forderung-der-evp-die-eu-soll-google-amazon-und-co-striker-besteuern/26883552.html?ticket=ST-6875163-NyZA9f6yl6nUMZQh0Zbf-ap4>, zuletzt geprüft am 02.03.2021.

S&D (2020): „A Digital Constitution for Europe that’s 20 years overdue. People must come before profit“, 15.12.2020. Online unter: <https://www.socialistsanddemocrats.eu/newsroom/digital-constitution-europe-thats-20-years-overdue-people-must-come-profit>, zuletzt geprüft am 16.03.2021.

S&D (@TheProgressives). „The #DSA and #DMA will be a game-changer for Europe's digital future! Finally tackling on the imbalance that exists in our digital market, holding the tech giants to account and putting people before platforms!“, 15.12.2020, 16:48. Tweet. Online unter: <https://twitter.com/TheProgressives/status/1338873490666102784>, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

Stolton, Samuel (2021): „Prohibit targeted advertising in Digital Services Act, EU data watchdog says“, *Euroactiv*, 10.02.2021. Online unter: <https://www.euractiv.com/section/digital/news/prohibit-targeted-advertising-in-digital-services-act-eu-data-watchdog-says/>, zuletzt geprüft am 15.03.2021.

Tagesschau (2020): „Verfahren gegen US-Konzern. EU wirft Amazon Kartellverstöße vor“, 10.11.2020. Online unter: <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/eu-kartellklage-gegen-amazon-101.html>, zuletzt geprüft am 17.05.2021.

van Sparrentak, Kim (2021): „Taking Back Control from Big Tech: The EU’s Digital Package“, *Green European Journal*, 15.02.2021. Online unter: <https://www.greeneuropeanjournal.eu/taking-back-control-from-big-tech-the-eus-digital-package/>, zuletzt geprüft am 23.04.2021.

Vorreiter, Paul (2020): „Digital Services Act und Digital Markets Act. Wie die EU die Tech-Konzerne regulieren will“, Moderation von Katja Bigalke und Denis Kogel, Deutschlandfunk, 19.12.2020. Online unter: https://www.deutschlandfunkkultur.de/digital-services-act-und-digital-markets-act-wie-die-eu-die.1264.de.html?dram:article_id=489546, zuletzt geprüft am 02.03.2021.

VZBV (2021): „Wahlfreiheit von Verbrauchern und effektiven Wettbewerb in digitalen Märkten sicherstellen“, *Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.*, 10.02.2021. Online unter: https://www.vzbv.de/sites/default/files/downloads/2021/02/16/21-02-16_vzbv_positionspapier_dma_de.pdf, zuletzt geprüft am 09.04.2021.

ZDF (2021): „Nach Klage von Spotify. Apple droht EU-Kartellstrafe wegen Musik-App“, *ZDF heute*, 30.04.2021. Online unter: <https://www.zdf.de/nachrichten/wirtschaft/apple-eu-musik-streaming-100.html>, zuletzt geprüft am 17.05.2021.

Zimmermann, Hendrik (2021a): Digitalisierung – Gefahr für die Demokratie? Wie die Monopolisierung von Datenmärkten unsere Zukunft bedroht, [online] <https://www.germanwatch.org/de/20542> [02.10.2021]

Zimmermann, Hendrik (2021b): Germanwatch für ein europäisches Modell der digitalen Transformation: Fünf gute Gründe gegen biometrische Massenüberwachung, [online] <https://www.germanwatch.org/de/20476> [02.10.2021]

Zimmermann, Hendrik & Heinzl, Caroline (2022): „Der Digital Services Act. Plattform-Regulierung für Demokratie und Nachhaltigkeit in der EU – aktueller Stand und Verbesserungspotenziale“, [online] <https://www.germanwatch.org/de/84669>

Sie fanden diese Publikation interessant?

Wir stellen unsere Veröffentlichungen zum Selbstkostenpreis zur Verfügung, zum Teil auch unentgeltlich. Für unsere weitere Arbeit sind wir jedoch auf Spenden und Mitgliedsbeiträge angewiesen.

Spendenkonto: BIC/Swift: BFSWDE33BER, IBAN: DE33 1002 0500 0003 212300

Spenden per SMS: Stichwort „Weitblick“ an 8 11 90 senden und 5 Euro spenden.

Mitgliedschaft: Werden Sie Fördermitglied (Mindestbeitrag 60 Euro/Jahr) oder stimmberechtigtes Mitglied (ab 150 Euro/Jahr, Studierende ab 120 Euro/Jahr) bei Germanwatch. Weitere Informationen und das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Website unter:

www.germanwatch.org/de/mitglied-werden

Wir schicken Ihnen das Anmeldeformular auf Anfrage auch gern postalisch zu:

Telefon: 0228/604920, E-Mail: info@germanwatch.org

Germanwatch

„Hinsehen, Analysieren, Einmischen“ – unter diesem Motto engagiert sich Germanwatch für globale Gerechtigkeit und den Erhalt der Lebensgrundlagen und konzentriert sich dabei auf die Politik und Wirtschaft des Nordens mit ihren weltweiten Auswirkungen. Die Lage der besonders benachteiligten Menschen im Süden bildet den Ausgangspunkt unseres Einsatzes für eine nachhaltige Entwicklung.

Unsere Arbeitsschwerpunkte sind Klimaschutz & Anpassung, Welternährung, Unternehmensverantwortung, Bildung für Nachhaltige Entwicklung sowie Finanzierung für Klima & Entwicklung/Ernährung. Zentrale Elemente unserer Arbeitsweise sind der gezielte Dialog mit Politik und Wirtschaft, wissenschaftsbasierte Analysen, Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Kampagnen.

Germanwatch finanziert sich aus Mitgliedsbeiträgen, Spenden und Zuschüssen der Stiftung Zukunftsfähigkeit sowie aus Projektmitteln öffentlicher und privater Zuschussgeber.

Möchten Sie die Arbeit von Germanwatch unterstützen? Wir sind hierfür auf Spenden und Beiträge von Mitgliedern und Förderern angewiesen. Spenden und Mitgliedsbeiträge sind steuerlich absetzbar.

Bankverbindung / Spendenkonto:

Bank für Sozialwirtschaft AG,
IBAN: DE33 1002 0500 0003 2123 00,
BIC/Swift: BFSWDE33BER

Weitere Informationen erhalten Sie unter
www.germanwatch.org
oder bei einem unserer beiden Büros:

Germanwatch – Büro Bonn

Dr. Werner-Schuster-Haus
Kaiserstr. 201, D-53113 Bonn
Telefon +49 (0)228 / 60492-0, Fax -19

Germanwatch – Büro Berlin

Stresemannstr. 72, D-10963 Berlin
Telefon +49 (0)30 / 5771328-0, Fax -11

E-Mail: info@germanwatch.org

Internet: www.germanwatch.org



Hinsehen. Analysieren. Einmischen.

Für globale Gerechtigkeit und den Erhalt der Lebensgrundlagen.