

I

(Gesetzgebungsakte)

VERORDNUNGEN

VERORDNUNG (EU) 2022/1925 DES EUROPÄISCHEN PARLAMENTS UND DES RATES

vom 14. September 2022

über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor und zur Änderung der Richtlinien (EU) 2019/1937 und (EU) 2020/1828 (Gesetz über digitale Märkte)

(Text von Bedeutung für den EWR)

Das Gesetz über **digitale Märkte** (Digital Markets Act) ergänzt das **Wettbewerbsrecht** und **beschränkt die Macht** marktbeherrschender Digitalkonzerne¹ (u.a. Suchmaschinen, soziale Netzwerke oder Online-Vermittlungsdienste). -> ist ein **Verhaltenskodex** aus 20 zwanzig konkreten **Verhaltenspflichten/Verboten**, die marktbeherrschende Vermittlerplattformen² sowie alle **Gatekeeper**³ mit signifikanter Marktmacht (also GAFAM - [Google](#), [Amazon](#), [Facebook](#), [Apple](#), [Microsoft](#)) **proaktiv** umsetzen müssen und der den Markteintritt anderer Anbieter⁴ ermöglichen soll.

Diese asymmetrischen Verpflichtungen sind gegen eine „**winner-takes-all**“-**Konfiguration** gerichtet.

Die Maßnahmen betreffen (nach Art 2) **acht Kern-Plattform Dienste** (CPS):

1. online search engines (e.g. [Google Search](#));
2. online intermediation services (e.g. [Google Play](#), [App store](#));
3. social networks (e.g. [Facebook](#));
4. video sharing platforms (e.g. [YouTube](#));
5. communication platforms (e.g. [WhatsApp](#), [Gmail](#));
6. advertising services;
7. operating systems (e.g. [Google Android](#));
8. cloud services.

Was sind solche Plattformen/Vermittler und was tun sie?

-Diese Plattformen sind **Gatekeeper** mit **Steuerungs- Selektions- und Kontrollmöglichkeiten** für den auf Ihnen stattfindenden Markttausch. Für Angebot und Nachfrage werden **in der Mitte stehenden Leistungen** angeboten. Damit wird der Tausch **kontrolliert** (siehe Amazon, Booking, Uber), durch die Nutzung **interner**

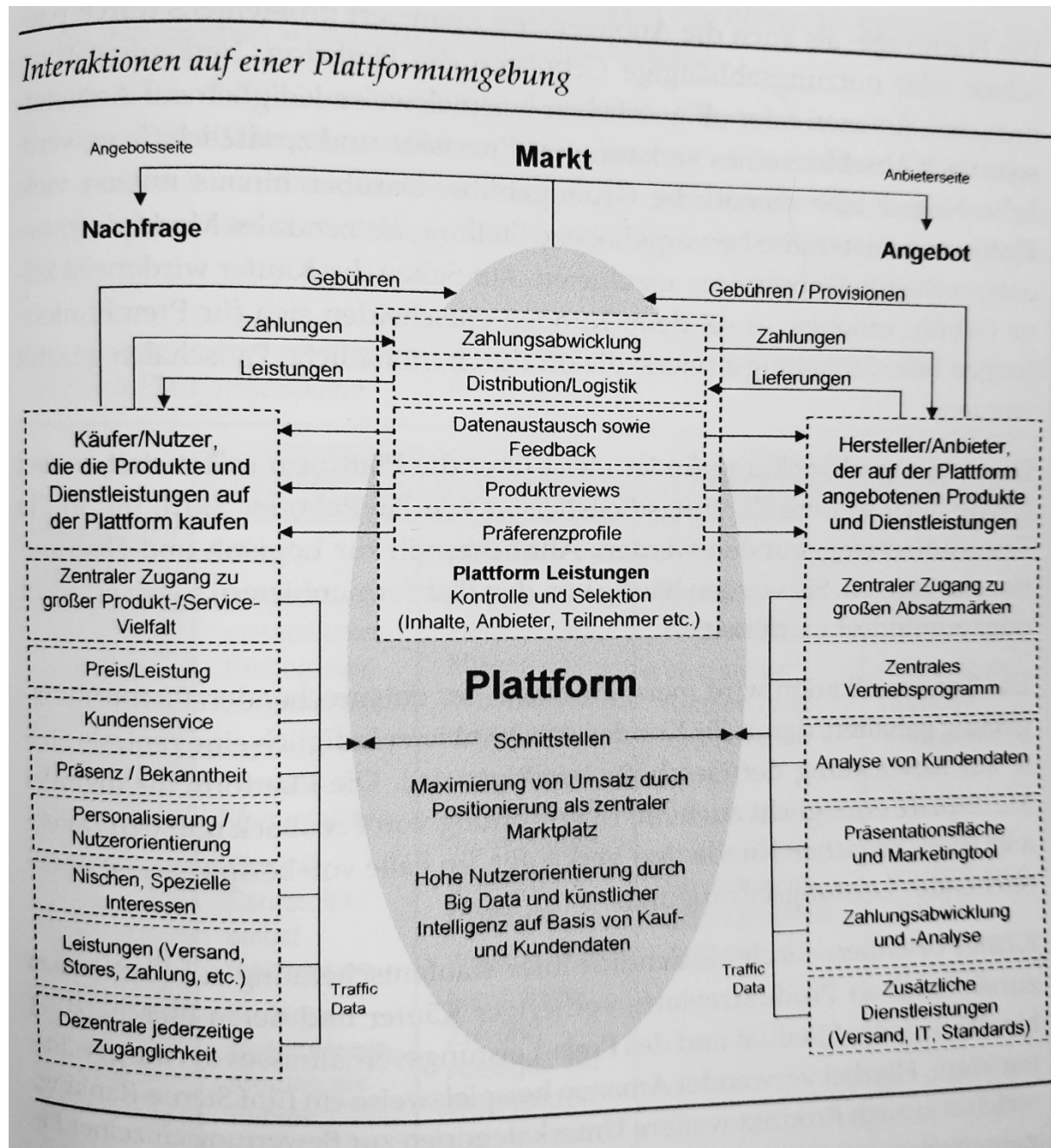
¹ Dazu hatte es in Deutschland bereits im Jahr 21 das GWB Digitalisierungsgesetz gegeben.
<https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/wettbewerbsrecht-1783534>

² Definition: „**Digital intermediation platforms**“ link and facilitate interactions between economic agents' groups from different sides of the markets.

³ „As the main 'bottleneck' to a large number of market participants, that are not reachable elsewhere“.

⁴ Kleinere Plattformen, KMU und Start-ups.

Kommunikationsanwendungen wird auch die **Kommunikation kontrolliert** (vgl. Ebay, Amazon, Booking). Absatz-, Konsum- und Präferenzprofile geben **Kontrollmöglichkeiten** über Anbieter und Nachfrager.



Quelle Wirtz 2020, S.165

Inkrafttreten des DMA: 1.11.2022 (eine ganze Anzahl von Artikeln treten später in Kraft, Mai und Juni 23)

Geltung: für alle, die ihre **Dienste im Binnenmarkt anbieten**, auch außereuropäische Anbieter.

Form des Akts: grundsätzliche **indizierte** („blacklisted“) **Handlungen** (Art. 5) und andererseits **Verpflichtungen** der betroffenen Vermittlerplattformen und Gatekeeper mit fallbezogener Bewertung (Art 6).

Wesentliche Aspekte:

- Verbot, ohne Zustimmung **Daten** aus zwei Plattformen (desselben Anbieters, oder mit Daten von anderen Anbietern) **zusammenzuführen** (z.B. Facebook und WhatsApp) (5a)
- Verbot von **Best-Preis-Klauseln** für Produktangebote mit Anbietern durch Plattformen (z.B. Amazon, Booking) (5b)
- Verbot des Zwangs, Provisionen auch für **Folgegeschäfte** aus durch die Plattform zustande gekommene Abos zu nehmen (Bsp.: Apples App Store 30%). Gatekeeper müssen es ihren gewerblichen Kunden erlauben, Verträge mit ihren Kunden außerhalb der Gatekeeper-Plattform abzuschließen. (5c)
- Verbot, gewerbliche Nutzer an der **Meldung wettbewerbsschädlicher Praktiken** zu hindern (5d).
- Verbot, von gewerblichen Nutzern die **Nutzung eines plattform-internen Identifizierungsdienstes zu verlangen** (5e)
- Verbot, die Nutzung eines **Dienstes vom Abo eines anderen Dienstes des Anbieters abhängig** zu machen (5e)
- Verpflichtung, **Auskunft über Preise** für Werbedienstleistungen an Verlage und Werbetreibende zu geben (5f)
- Verbot der **Nutzung** von bei Transaktionen für gewerbliche Nutzer **generierten Daten als Wettbewerbsvorteil** gegenüber diesen gewerblichen Nutzern (6a)
- Verbot von „**self-preferencing methods**“ used by platforms for promoting their own products: Gatekeeper werden verpflichtet, Kunden das **Löschen von vorinstallierten Anwendungen** zu ermöglichen (6b) den **Wechsel ihrer Standarddienste** und den Zugriff auf andere App Stores und Apps zu erleichtern⁵ (6c), **Verbot, die eigenen Dienste** (oder Dienste Dritter) in der Darstellung gegenüber anderen Diensten im Ranking des eigenen **App Stores zu bevorzugen** (6d)
- Werbetreibenden den **Zugang zu Leistungsmessung** ihrer Werbung zu ermöglichen (6g)
- gewerblichen **Nutzern den Zugang zu Leistungsmessungsdaten** zu ermöglichen (6i)
- (anderen) Suchmaschinenbetreibern **Zugang zu Ranking-, Such-, Klick- und Anzeigedaten** bzgl. bezahlter und unbezahlter Suchergebnisse zu gewähren (6j)
- faire und **diskriminierungsfreie Zugangsbedingungen zu den Appstores** zu gewähren (6k).

Abbildung 3

Verbote und Gebote für Gatekeeper - Was bedeutet das für die Gatekeeper?

Die Änderungen bedeuten Pflichten für Gatekeeper - Verbote und Gebote, an die sie sich im Geschäftsalltag zu halten

Beispielsweise müssen Gatekeeper künftig:

- ✓ Dritten in bestimmten Situationen die Zusammenarbeit mit ihren eigenen Diensten erlauben,
- ✓ es ihren gewerblichen Nutzern ermöglichen, auf die Daten zuzugreifen, die sie bei der Nutzung der Gatekeeper-Plattform generieren,
- ✓ den Unternehmen, die auf ihrer Plattform Werbung betreiben, die Instrumente und Informationen zur Verfügung stellen, die sie brauchen, um eine eigene, unabhängige Überprüfung ihrer Werbung auf der Gatekeeper-Plattform vornehmen zu können,
- ✓ es ihren gewerblichen Nutzern ermöglichen, ihr Angebot zu bewerben und Verträge mit ihren Kunden außerhalb der Gatekeeper-Plattform abzuschließen.

Das dürfen Gatekeeper-Plattformen künftig nicht mehr:

- x Dienstleistungen und Produkte, die der Gatekeeper selbst anbietet, gegenüber ähnlichen Dienstleistungen oder Produkten, die von Dritten auf der Plattform des Gatekeepers angeboten werden, in puncto Reihung bevorzugt behandeln,
- x Verbraucher/innen daran hindern, sich an Unternehmen außerhalb ihrer Plattformen zu wenden,
- x Nutzer/innen daran hindern, vorab installierte Software oder Apps zu deinstallieren, wenn sie dies wünschen.

Quelle: Europäische Kommission. Faktenblatt DMA: Das Gesetz über digitale Märkte: für faire und offene digitale Märkte.

zit. in Burggraf et al. 2021, S. 297

⁵ Bisher verwenden zwischen 90 und 95 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer die vorinstallierten Standarddienste wie z.B. den Webbrowser.

Sanktionsmechanismen: umfassen Strafen in Höhe bis zu **10% des weltweiten Umsatzes**, im **Wiederholungsfall bis zu 20 Prozent**. Bei systematischen Verstößen kann die Kommission dem Unternehmen **für eine bestimmte Zeit verbieten, andere Unternehmen aufzukaufen**.

Unterschied zwischen DMA und DSA: Während es beim DMA vor allem um **Marktmacht** und deren Ausnutzung **durch Gatekeeper** geht und darum, Unternehmen eine **faire Chance im Wettbewerb** zu garantieren, regelt der DSA auf der inhaltlichen Ebene, was Anbieter digitaler Dienste dürfen und müssen. Ein wichtiger Punkt dabei ist, wie Plattformen mit illegalen Inhalten umgehen, etwa Aufrufen zur Gewalt oder Volksverhetzung, „Inhalte“ betrifft aber auch die auf Produkte bezogenen Contents.

Quellen:

- Burggraf, J., Herlach, C., Wiesner, J. (2021) EU Digital Services und Digital Markets Act. In: Media Perspektiven 5/2021, S. 292-300
- Europäische Kommission: Gesetz über digitale Märkte, COM(2020) 842 final
- Wirtz, B.W. (2020) Electronic Business, 7.Aufl., Wiesbaden, SpringerGabler Verlag

Onlinequellen:

- https://www.zeit.de/digital/2022-03/digital-markets-act-eu-tech-unternehmen-regulierung-faq?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.startpage.com%2F#was-ist-der-digital-markets-act
- <https://www.bundesregierung.de/breg-de/suche/eu-regeln-online-plattformen-1829232> - https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_Markets_Act
- https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/QANDA_20_2348
- <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/2022/03/20220325-staatssekretar-giegold-mehr-fairness-und-wettbewerb-auf-digitalen-markten.html>
- https://de.wikipedia.org/wiki/Vorschlag_f%C3%BCr_ein_Gesetz_%C3%BCber_digitale_M%C3%A4rkte

Referenz in den Medien z.B.

Süddeutsche Zeitung

Di. 18. Oktober 20... ▼

Ohne Regionalteil ▼

Unternehmenspolitik

Außenpolitik

Panorama

Feuilleton

Medien

Forum & Leserbrief...

Wissen

Wirtschaft

Sport

München und Reg...

Dienstag, 18. Oktober 2022
Artikel 6/15

Digitalpolitik

EU könnte Googles Suchergebnisse ändern

Ein EU-Gesetz soll das Vorgehen gegen Tricks mächtiger Digitalkonzerne vereinfachen. Preisvergleichsportale fordern die Kommission nun dazu auf, es einzusetzen. Sie fühlen sich von Google benachteiligt.

VON BJÖRN FINKE