

MEINUNGSBAROMETER.INFO

DAS FACHDEBATTENPORTAL

DOKUMENTATION

FACHDEBATTE

WO BLEIBEN DIE EUROPÄISCHEN PLATTFORMEN?

Mit Regulierungs-Feuerwerk und Förderprogrammen in die
Zukunft?

Die Dokumentation beinhaltet alle Positionen,
ausführliche Analysen und Prognosen zu dieser
Fachdebatte sowie eine übersichtliche
Management Summary.

Debattenlaufzeit: 20.12.2022 - 27.08.2023

INHALTSVERZEICHNIS

DEBATTENBESCHREIBUNG	4
AKTIVE DEBATTENTEILNEHMER	5
MANAGEMENT SUMMARY	7
DEBATTENBEITRÄGE	11
VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE EFFEKTIVERE BEGRENZUNG VON MARKTMACHT SIND GESCHAFFEN Wie die EU-Regeln die großen Plattformen einhegen können PROF. ACHIM WAMBACH Präsident ZEW - Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH Mannheim	11
PLATTFORMEN MÜSSEN EUROPÄISCHES RECHT RESPEKTIEREN UND ANWENDEN Wie DSA und DMA den Markt verändern werden RENÉ REPASI Mitglied des Europäischen Parlaments Fraktion der Progressiven Allianz der Sozialdemokraten	14
WIE EUROPÄISCHE START-UPS UND KMU IN EINEM GLOBALEN UMFELD BESTEHEN KÖNNEN Und warum Regeln immer wieder angepasst werden müssen OLIVER SÜME Vorstandsvorsitzender eco - Verband der Internetwirtschaft e.V.	19
MITTELSTÄNDISCHE DIGITALUNTERNEHMEN PROFITIEREN VON NEUEN EU-REGELN Welche Chancen durch DMA und DSA entstehen PATRICK HÄUSER Leiter Hauptstadtbüro Bundesverband IT-Mittelstand e.V. (BITMi)	23
ÜBER DAS WELTWEIT ERSTE GESETZ ZUR REFORM DER STRUKTUREN DIGITALER MÄRKTE Wie DMA und DSA in der EU wirken ANDREAS SCHWAB Europa-Abgeordneter EVP (Christdemokraten)	27

DIE DREI GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIGITALE WIRTSCHAFT DURCH DIE NEUE EU-REGELN Wo der Teufel im Detail liegt	31
KATHARINA RIEKE Bereichsleiterin Politik und Gesellschaft Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)	
KOMMT EIN EUROPÄISCHER DATENRAUM? Welche Chancen und Herausforderungen die EU-Regeln bringen	37
PROF. DR. HENNING VÖPEL Direktor cep Centrum für Europäische Politik	
ÜBER DIE CHANCEN UND RISIKEN DER EU-DIGITAL-REGELN Welche Auswirkungen DMA und DSA auf europäische Anbieter haben	41
PROF. DR. MICHAEL BEURSKENS Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Deutsches, Europäisches und Internationales Wirtschaftsrecht Universität Passau	
IMPRESSUM	46

DEBATTENBESCHREIBUNG



INITIATORIN

DIPL.- JOURN. NIKOLA MARQUARDT

Founder & Herausgeberin

Meinungsbarometer.info

WO BLEIBEN DIE EUROPÄISCHEN PLATTFORMEN?

Mit Regulierungs-Feuerwerk und Förderprogrammen in die Zukunft?

Die großen Plattform-Unternehmen wie Meta, Alphabet und Amazon haben in den vergangenen Monaten ein regelrechtes Regulierungsfeuerwerk in der Europäischen Union erlebt. So sorgen unter anderem der Digital Services Act und der Digital Markets Act für eine strengere Kontrollen der Plattform-Giganten.

Das hat natürlich nicht nur Auswirkungen auf die großen US-amerikanischen und chinesischen Player sondern auch auf die europäischen Player. Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich aus den neuen Regeln für die Entwicklung einer europäischen Plattformökonomie? Und wie wirkt sich das speziell auf die Entwicklung der Plattformen in der D/A/CH-Region aus?

In unserer Fachdebatte erklären die Experten außerdem, wie die diskutierten Pläne für eine europäische Plattform öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter - ggf. unter Einbeziehung privater Medienanbieter zu bewerten ist. Und welche Rahmenbedingungen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln brauchen.

AKTIVE DEBATTENTEILNEHMER



PROF. DR. MICHAEL BEURSKENS

Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Deutsches,
Europäisches und Internationales Wirtschaftsrecht
Universität Passau



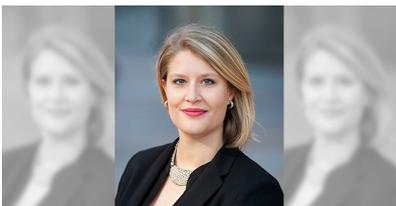
PATRICK HÄUSER

Leiter Hauptstadtbüro
Bundesverband IT-Mittelstand e.V. (BITMi)



RENÉ REPASI

Mitglied des Europäischen Parlaments
Fraktion der Progressiven Allianz der Sozialdemokraten



KATHARINA RIEKE

Bereichsleiterin Politik und Gesellschaft
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW)



ANDREAS SCHWAB

Europa-Abgeordneter
EVP (Christdemokraten)



OLIVER SÜME

Vorstandsvorsitzender
eco - Verband der Internetwirtschaft e.V.



PROF. DR. HENNING VÖPEL

Direktor
cep | Centrum für Europäische Politik



PROF. ACHIM WAMBACH

Präsident
ZEW - Leibniz-Zentrum für
Europäische Wirtschaftsforschung GmbH Mannheim

MANAGEMENT SUMMARY

27.08.2023 | SUMMARY

DIE EU UND DIE GROSSEN PLATTFORMEN

Was was die Regeln des DSA und des DMA bringen



Nikola Marquardt - Herausgeberin Meinungsbarometer.info [Quelle: Meinungsbarometer.info]

Ein regelrechtes Regulierungsfeuerwerk hat die EU auf die großen Plattformen im Internet losgelassen. Der Digital Services Act und der Digital Markets Act sollen für mehr Ordnung auf dem Markt sorgen. Das bewegt auch die hiesige Wirtschaft. Oliver J. Süme, Vorstandsvorsitzender von eco – Verband der Internetwirtschaft, begrüßt insbesondere, „dass der DSA die Grundsäulen der eCommerce Richtlinie – wie die Haftungsbeschränkung auf Basis von Notice und Takedown, das Ursprungslandprinzip und das Verbot allgemeiner Überwachung – beibehält bzw. auf diesen aufbaut“. Ebenso begrüßt er ausdrücklich, „dass der DSA, die bisher geregelten Diensteanbieter – Caching-, Hosting- und Zugangsanbieter – nun um Plattformen erweitert“.

Damit sei eine der wesentlichen Forderungen des Verbandes erfüllt. Und damit werde die Möglichkeit eröffnet denjenigen Rechtssicherheit bei ihren Aktivitäten zu geben, die mehr können, mehr wissen und auch mehr tun wollen, ohne zugleich die

Geschäftsgrundlage für diejenigen zu kompromittieren, die weder die Inhalte kennen noch über die finanziellen oder personellen Ressourcen zur Inhaltsregulierung verfügen.

Katharina Rieke vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) verweist auf das Funktionieren der Abläufe. Trotz des hohen Stellenwerts dieser Gesetzgebung hätten es die EU-Institutionen geschafft, den DSA und den DMA in einer Rekordzeit zu verabschieden. „Zwei Jahre vom Kommissionsvorschlag bis hin zum verabschiedeten Gesetzespaket, das ist in der Europäischen Union leider nicht die Norm.“ Aus ihrer Sicht trägt die neue horizontal angelegte Gesetzgebung dazu bei, einen Schritt in Richtung Level-Playing-Field zu gehen. Es dürfe aber nicht vergessen werden, dass insbesondere beim DSA nicht nur große Online-Plattformen betroffen sind. „Im Rahmen des DSA gibt es viele Anforderungen, die von vielen anderen Internetunternehmen erfüllt werden müssen. Insofern muss auch jedes europäische Unternehmen aus der digitalen Wirtschaft prüfen, ob es in den Anwendungsbereich fällt.“

Auch Patrick Häuser vom Bundesverband IT-Mittelstand e.V. (BITMi) sieht die neuen Regeln als einen wichtigen Meilenstein europäischer Gesetzgebung. Denn mit den neuen Plattformregulierungen aus DMA und DSA habe die EU die Tür zu mehr digitaler Souveränität, also einer selbstbestimmten Gestaltung der Digitalisierung, aufgestoßen. Häufig werde aber vergessen, dass die Digitalwirtschaft in Deutschland und Europa mittelständisch geprägt ist. „So werden beispielsweise von den 10.000 digitalen Plattformen in Europa 9.000 von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) betrieben. Beherrscht wird der Markt in Europa aber bislang dennoch von großen Digitalkonzernen, insbesondere aus den USA.“ Deren dominante Position sei unter anderem durch sogenannte Lock-In-Effekte nahezu unangreifbar geworden. Das hemme mittelfristig digitale Innovationen hierzulande. Mit den eben skizzierten neuen Regeln werde nun endlich ein fairer Wettbewerb um die besten digitalen Lösungen und Produkte möglich.

Der Europa-Abgeordnete Andreas Schwab (EVP) betont die Bedeutung der Regeln.

„Der DMA ist weltweit das erste Gesetz, das solche Marktstrukturen digitaler Märkte grundlegend reformiert, um diese Probleme anzugehen.“ Die europäische Idee der sozialen Marktwirtschaft es eben, den freien Wettbewerb mit Marktregeln zu sichern, sodass sich die besten und nicht die größten Unternehmen durchsetzen. Dieser Grundsatz gelte zukünftig wieder in der Digitalwirtschaft. Das könne auch eine Signalwirkung über Europa hinaus entfalten, in den USA, UK, Korea und anderswo werden ähnliche Gesetze diskutiert.

Auch sein sozialdemokratischer Parlamentskollege René Repasi sieht dank der Regeln fairen und mehr Wettbewerb, sowie mehr Klarheit und Transparenz. „Am Ende wird dies zu einer besseren Auswahl und Schutz für Verbraucher:innen führen, die Geschäftsideen europäischer Unternehmen stärken“. Herausforderungen sieht er aber einmal beim Regulierer. Denn dieser müsse die Regeln für DSA und DMA jetzt mit Leben füllen. „Ob die personelle Aufstockung der zuständigen Abteilungen bei der Europäischen Kommission hierfür ausreicht, bin ich mir noch unsicher.“

Auch Prof. Dr. Henning Vöpel vom Centrum für Europäische Politik sieht da noch Probleme. Er prognostiziert, dass die rechtliche Durchsetzung aufgrund geringer Kapazitäten sehr schwierig sein wird. Außerdem zeige das aktuelle Beispiel ChatGPT, dass plötzlich neue Innovationen auftreten können, die durch die bestehende Regulierung nicht abgedeckt sind. „Ich hätte mir insgesamt einen weniger komplexen, dafür robusteren Regulierungsansatz gewünscht, denn wir kennen die digitale Zukunft kaum. Wir erleben ja gerade eine enorme Beschleunigung und eine neue Qualität der technologischen Entwicklung.“ Die nächste Phase der Digitalisierung könne man möglicherweise das „Quantenzeitalter“ nennen, in dem Quantentechnologien zu Quantensprüngen in den Technologien führen werden. Das lange erwartete Rennen der Plattformen um künstliche Intelligenz gehe gerade los. „Es kann sein, dass die großen US-Tech-Player durch den Technologieschub sogar einen Machtzuwachs bekommen werden.“

Prof. Achim Wambach, Präsident des ZEW – Leibniz-Zentrums für Europäische Wirt-

schaftsforschung hält es für eine Illusion, anzunehmen, dass zunehmende Regulierung des digitalen Sektors eine Hilfe für kleine europäische Plattformen wäre. „Vermutlich ist eher das Gegenteil der Fall – große Plattformunternehmen können leichter mit den vielfältigen Auflagen umgehen als kleine Startups“. Regulierung sollte daher aus seiner Sicht immer auch die kleinen Unternehmen berücksichtigen etwa durch Schwellenwerte, unterhalb derer die Regulierungen nur eingeschränkt gelten. Auch Reallabore (wie bspw. die „Regulatory Sandbox“) können nach Ansicht des Forschers helfen, „wenn sie es kleineren Unternehmen ermöglichen, temporär mit geringeren Auflagen operieren zu dürfen“.

Prof. Dr. Michael Beurskens von der Uni Passau blickt auf die Chancen. So könnten langfristig neue Wettbewerber - aus der EU, aber ebenso aus Drittstaaten - auf den Markt kommen. „Die großen Anbieter werden durch strenge Regeln und Pflichten zur Öffnung ihrer Plattformen gezügelt, so dass die wilden Startups ohne derartige Vorgaben eine echte Chance erhalten.“ Gleichzeitig werde die Welt vielleicht ein wenig offener – mehr Anbieter könnten ihre Produkte auf Onlineplattformen - wie Smartphones, App-Stores oder dem Amazon Marketplace - platzieren; Plattformen können aus seiner Sicht durchlässiger werden, etwa wenn man schneller von Whatsapp zu Signal und umgekehrt wechseln oder wie auch bei der Telefonie mit Nutzern eines anderen Anbieters kommunizieren könne. „Das Internet wird weniger stark von kommerziellen Interessen getrieben, sondern es werden die großen Anbieter durch den Digital Services Act in die Pflicht genommen.“

DEBATTENBEITRAG

22.12.2022 | INTERVIEW

VORAUSSETZUNGEN FÜR EINE EFFEKTIVERE BEGRENZUNG VON MARKTMACHT SIND GESCHAFFEN

Wie die EU-Regeln die großen Plattformen einhegen können



Prof. Achim Wambach, Ph.D. - Präsident, ZEW - Leibniz-Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH Mannheim
[Quelle: Anna Logue Fotografie]

"Es wäre eine Illusion, anzunehmen, dass zunehmende Regulierung des digitalen Sektors eine Hilfe für kleine (europäische) Plattformen wäre", betont Prof. Achim Wambach, Präsident des ZEW – Leibniz-Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung. Für die Stärkung der Position etwa von Start-ups sieht er aber Möglichkeiten.

EU-weit sind mit dem Digital Markets Act sowie Digital Services Act weitreichende Regulierungen für große Plattformen in Kraft getreten und sollen in Kürze gelten. Inwieweit begrenzt das die Macht der großen Plattformen von außerhalb der EU künftig effizient?

Der Digital Markets Act (DMA) und der Digital Services Act (DSA) sind eingebettet in

eine Vielzahl von weiteren europäischen Maßnahmen zur Regulierung des digitalen Raumes, wie dem Data Governance Act, dem Data Act sowie dem Rechtsakt über Künstliche Intelligenz. Während viele Regulierungen für alle gelten, betrifft der DMA nur die großen Plattformunternehmen, die „Gatekeeper“. Ihnen werden Verhaltensauflagen zu Formen der Selbstbevorzugung, Interoperabilität und Datenportabilität gemacht.

Gemeinsam mit den nationalen Initiativen zur Begrenzung der Marktmacht von marktmächtigen Plattformen, etwa durch die 10. Novelle des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen in Deutschland, haben diese Maßnahmen das Potential, missbräuchliches und marktverschließendes Verhalten dieser großen Plattformen effektiver einzudämmen.

Viele Fragen hinsichtlich der Auslegung der jeweiligen Verhaltensauflagen sind allerdings noch ungeklärt. Auch wenn etwa die Europäische Kommission davon ausgeht, dass „die Gatekeeper ... sich an ... eine Reihe klar festgelegter Verpflichtungen und Verbote halten müssen“ und somit auch werden, wird sich die Wirkmächtigkeit des DMA wahrscheinlich erst in den Durchsetzungsverfahren der Kommission zeigen. Die Voraussetzungen für eine effektivere Begrenzung von Marktmacht sind aber jetzt geschaffen.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten die Regeln für europäische Plattformen?

Der DMA kennt keine Nationalität, nur Größe. Kleine Plattformen, darunter leider die meisten europäischen, profitieren durch die neuen Verhaltensauflagen für die großen Plattformen. So erlaubt ihnen Datenportabilität einen neuen Zugriff auf Daten, und eine Reduktion der Selbstbevorzugung sorgt für ein faireres Wettbewerbsgeschehen. Aber die Herausforderungen bleiben groß. Mehr dazu in Frage 4.

Im Gespräch ist die Schaffung einer europäischen Plattform öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter - ggf. unter Einbeziehung privater Medienanbieter. Was halten Sie von dieser Idee?

Im Onlinebereich treffen zwei verschiedene Systeme zum Schutz der Meinungsvielfalt aufeinander: Zum einen der öffentlich-rechtliche Rundfunk, der mittels der von ihm bereitgestellten Inhalte zur Meinungs- und Willensbildung beiträgt. Dann die privaten Anbieter, bei denen Meinungsvielfalt durch den Wettbewerb zwischen den Anbietern gesichert wird. Beide Systeme haben ihre Vor- und Nachteile, ein gegenseitiges Verdrängen sollte vermieden werden.

In Anbetracht der vielfältigen privatwirtschaftlichen Online-Angebote sollten sich die beitragsfinanzierten Rundfunkanstalten daher tendenziell zurückhalten und sich auf die sogenannten „Public-Value“-Inhalte fokussieren, also Inhalte von besonderer gesellschaftlicher und kultureller Relevanz, die von privaten Anbietern nicht oder nicht in einem ausreichendem Maße angeboten werden.

Welche Rahmenbedingungen brauchen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln?

Es wäre eine Illusion, anzunehmen, dass zunehmende Regulierung des digitalen Sektors eine Hilfe für kleine (europäische) Plattformen wäre. Vermutlich ist eher das Gegenteil der Fall – große Plattformunternehmen können leichter mit den vielfältigen Auflagen umgehen als kleine Startups. Regulierung sollte daher immer auch die kleinen Unternehmen berücksichtigen etwa durch Schwellenwerte, unterhalb derer die Regulierungen nur eingeschränkt gelten. Auch Reallabore (wie bspw. die „Regulatory Sandbox“) können helfen, wenn sie es kleineren Unternehmen ermöglichen, temporär mit geringeren Auflagen operieren zu dürfen.

Ansonsten sind die allgemeinen Hürden bei der Entwicklung junger Unternehmen in den Blick zu nehmen: Neben der Verbesserung der Finanzierungsbedingungen insbesondere für stark wachsende Unternehmen ist der Staat auch an anderer Stelle gefragt: So würden eine digitale Verwaltung und ein digitales Gesundheitssystem viele neue Geschäftschancen ermöglichen.

DEBATTENBEITRAG

27.12.2022 | INTERVIEW

PLATTFORMEN MÜSSEN EUROPÄISCHES RECHT RESPEKTIEREN UND ANWENDEN

Wie DSA und DMA den Markt verändern werden



René Repasi - MdEP, Fraktion der Progressiven Allianz der Sozialdemokraten [Quelle: Sabine Arndt]

"Mit den beiden neuen Gesetzen wird es einen aktualisierten Regelungsrahmen für das Internet geben", umschreibt der Europa-Abgeordnete René Repasi die Wirkung von Digital Services Act und Digital Markets Act. Der SPD-Politiker nennt aber auch die Herausforderungen, die mit den Regeln kommen.

EU-weit sind mit dem Digital Markets Act sowie Digital Services Act weitreichende Regulierungen für große Plattformen in Kraft getreten und sollen in Kürze gelten. Inwieweit begrenzt das die Macht der großen Plattformen von außerhalb der EU künftig effizient?

Der Digital Markets Act (DMA) und der Digital Services Act (DSA) bilden jetzt den neu-

en gesetzlichen Rahmen für das Internet. Ganz einfach gesagt, müssen in der EU aktive Plattformen künftig europäisches Recht respektieren und anwenden. Sollte das nicht so sein, sehen die neuen Gesetze DMA und DSA drastische Maßnahmen vor. Falls Twitter unter Herrn Musk weiter Beleidigungen und Hassrede frei zulässt und Journalist:innen nach Gesinnungsfarbe zu sperren, könnte das zur Folge haben, dass Twitter in der EU eine enorme Strafzahlung leisten müsste oder noch krasser, der Dienst abgeschaltet würde. Die klaren Worte von Digitalkommissar Breton und die Reaktion Musks zeigt, die neuen Regeln für Plattformen verfehlen ihre Wirkung nicht.

Für Plattformen haben die neuen Gesetze unterschiedliche Pflichten zur Folge. Alle Anbieter, die Online-Vermittlungsdienste in der EU anbieten, müssen eine Reihe von Verpflichtungen erfüllen, um Transparenz, Rechenschaftspflicht und Verantwortung für ihr Handeln entsprechend ihrer Rolle, Größe und Wirkung im Online-Ökosystem zu gewährleisten. Die Online-Plattformen werden stärker in die Verantwortung genommen, um illegale Waren, Dienstleistungen oder Inhalte zu bekämpfen. Hierfür werden auch die Haftungsregeln näher definiert. Ziel ist es, Rechte auf allen Online-Plattformen konsequenter durchzusetzen.

Für große Plattformen gelten in beiden Gesetzen besondere Regeln. Diese dürfen den Wettbewerb nicht mehr verhindern und unterliegen der besonderen Kontrolle durch die Europäische Kommission. Damit soll das Risiko für andere Marktteilnehmer und Verbraucher:innen, die von diesen besonders großen Plattformen ausgeht, verringert werden.

Dabei gilt für den Digital Services Act, dass diese Regeln ab dem 1.1.2024 in allen Mitgliedsstaaten angewendet werden müssen. Der Digital Markets Act muss früher, und zwar ab dem 2.5.2023 angewendet werden.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten die Regeln für europäische Plattformen?

Mit den beiden neuen Gesetzen wird es einen aktualisierten Regelungsrahmen für das Internet geben. Dadurch soll es fairen und mehr Wettbewerb, sowie mehr Klar-

heit und Transparenz für Verbraucher:innen geben. Die europäische Wirtschaft und Verbraucher:innen sind vor Missbrauch und großer Marktmacht geschützt werden. Am Ende wird dies zu einer besseren Auswahl und Schutz für Verbraucher:innen führen, die Geschäftsideen europäischer Unternehmen stärken und dank eines "level-playing fields" diese vor der erdrückenden Marktmacht ausländischer Plattformen absichern.

Damit dies auch so kommt, sehen DSA und DMA zahlreiche spezifische Regelungen vor. So soll es zum Beispiel bei Messengerdiensten eine Pflicht zur Interoperabilität für die besonders großen Dienste wie Whatsapp und Facebook Messenger geben. Dadurch können kleinere europäische Dienste mit einem europäischen Geschäftsmodell, das eben nicht auf dem Verkauf von Daten zu Werbezwecken basiert, ihre Attraktivität steigern und zu echten Alternativen werden. Gleichzeitig darf Werbung basierend auf sensiblen Nutzerdaten, wie etwa Angaben zur sexuellen Orientierung, politischen Überzeugung oder zur Gesundheit nicht mehr angezeigt werden. Persönliche Daten von Minderjährigen dürfen überhaupt nicht mehr verwendet werden. Dies stärkt ein Geschäftsmodell im Internet, das nicht auf der Ausnutzung der Verbraucher:innen basiert sondern europäische Werte, Normen und Standards, wie zum Beispiel die Pflicht zum Datenschutz, explizit mit einbezieht und so zur Grundlage macht. Für europäische Unternehmen ist dies ein enormer Wettbewerbsvorteil, da Verbraucher:innen ihnen so mehr Vertrauen schenken können und das weltweit.

Herausforderungen sehe ich aber zunächst einmal beim Regulierer. Denn dieser muss die Regeln für DSA und DMA jetzt mit Leben füllen. Ob die personelle Aufstockung der zuständigen Abteilungen bei der Europäischen Kommission hierfür ausreicht, bin ich mir noch unsicher. Eigentlich hatten wir uns als Europäisches Parlament hier mehr Personal gewünscht. Denn nur wenn diese neuen Regeln auch durchgesetzt werden, zahlen sie sich für europäische Unternehmen und Verbraucher:innen aus.

Im Gespräch ist die Schaffung einer europäischen Plattform öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter - ggf. unter Einbeziehung privater Medienanbieter. Was halten

Sie von dieser Idee?

Es ist eine Forderung der SPD im Europawahlprogramm gewesen, dass es eine solche Plattform öffentlich-rechtlicher Rundfunkangebote braucht. Aber ich kann nachvollziehen, dass einige private Anbieter davor eine Sorge haben. Jedoch sehen wir, dass die Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen Anbietern und privaten zu einem Mehrwert führen kann. Insofern könnte dies ein möglicher Ansatz sein um auf dem Medienmarkt eine Alternative zu großen ausländischen Plattformen zu schaffen. Insbesondere um den bekannten negativen Effekten der Plattformisierung vorzubeugen. Dann müsste man nicht nur passiv auf die Gesetzgebung von DMA und DSA zurückzugreifen, sondern würde aktiv die Rahmenbedingungen für Teilnehmer in der europäischen Medienwelt gestalten. Gerne auch so, dass private europäische Medienanbieter einbezogen werden, die dadurch wiederum Vorteile gegenüber den großen ausländischen Unternehmen hätten.

Außerdem könnte damit ein Element einer europäischen Öffentlichkeit geschaffen werden, die in Zeiten von Fake-News, Rechtspopulismus und Desinformation durch ausländische Sender mehr denn je auf eine seriöse europaweite Informationsbeschaffung angewiesen ist. Dies ist auch ein wichtiger Teil einer europäischen Strategie gegen die Einschränkung von Medien- und Pressefreiheit in Europa sein, die wir ja leider auch in einigen Mitgliedsstaaten beobachten können.

Welche Rahmenbedingungen brauchen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln?

Wenn wir uns anschauen was für Rahmenbedingungen es für erfolgreiches Wirtschaften von Plattformen braucht, dann ist die Europäische Union auf dem richtigen Weg. Hier gibt es einen Binnenmarkt mit rund 450 Millionen Verbraucher:innen, die in einem demokratisch und rechtlich stabilen und verlässlichen Umfeld leben. Gleichzeitig gibt es hier gute Investitionsbedingungen und sehr gut ausgebildetes Fachpersonal. Die Grundvoraussetzungen stimmen also. Jedoch dürfen sich die Fehler der Vergangenheit bei der Umsetzung Umsetzungen und Anwendungen der Plattformgeset-

ze. Hierauf gilt es zu achten und die Europäische Kommission hat die richtigen Voraussetzungen gewählt, da der Digital Markets und der Digital Services Act die Form einer Verordnung haben. Der Raum für unterschiedliche Auslegungen ist dadurch kleiner als bei den traditionellen Richtlinien. Zudem werden zentrale Elemente, wie die Bestimmung wer Gatekeeper ist und die Überwachung des Geschäftsgebharens besonders großer Plattformen, nicht durch nationale Behörden vorgenommen, sondern zentral von der Europäischen Kommission. Dies ist ein erster Schritt zu einem einheitlichen europäischen digitalen Markt.

An anderen Stellen ist dies schwieriger. Denn wir Europäer:innen sprechen nun mal nicht alle dieselbe Sprache. Daraus folgt, dass es erstmal eben immer auch nationale Märkte mit nationalen Eigenheiten geben wird. Hier bedarf es mehr politischen Drucks digitale Dienste zunehmend interoperabel zu gestalten. Gemacht werden muss das im Rahmen des DMAs bei Messengerdiensten, allerdings nur von unten nach oben. Künftig wäre denkbar, dass auch Zahlungssysteme oder digitale Identifikationssysteme interoperabel sind. Am besten untereinander, unabhängig von der Größe. Dann könnte man mit der belgischen Bank-Applikation auch beim Einkaufen in Deutschland digital bezahlen. Auch wenn dieses Beispiel für viele noch Zukunftsmusik ist, würden dann nationale Märkte mit ihren nationalen Champions im echten Wettbewerb stehen. Zusammen, so zumindest die Idee, wären alle Unternehmen dann größer als Wettbewerber von außen und europäische System könnten sich behaupten, da sie schlichtweg attraktiver sind.

DEBATTENBEITRAG

02.01.2023 | INTERVIEW

WIE EUROPÄISCHE START-UPS UND KMU IN EINEM GLOBALEN UMFELD BESTEHEN KÖNNEN

Und warum Regeln immer wieder angepasst werden müssen



Oliver J. Süme - Vorstandsvorsitzender, eco - Verband der Internetwirtschaft e.V. [Quelle: eco]

"Der Erfolg europäischer Technologieunternehmen hängt maßgeblich von der Stärke des Europäischen digitalen Binnenmarktes ab", betont Oliver J. Süme, Vorstandsvorsitzender von eco - Verband der Internetwirtschaft. Digital Services Act (DSA) und Digital Markets Act (DMA) sind ein wichtiger Meilenstein. Aber es muss auch noch einiges passieren.

EU-weit sind mit dem Digital Markets Act sowie Digital Services Act weitreichende Regulierungen für große Plattformen in Kraft getreten und sollen in Kürze gelten. Inwieweit begrenzt das die Macht der großen Plattformen von außerhalb der EU künftig effizient?

Für eco ist mit dem Digital Services Act (DSA) nach dem vor allem Wettbewerbsaspekte adressierenden Digital Markets Act (DMA) das zweite vielbeachtete Digital-Regelwerk der EU-Kommission entstanden. Mit der Kombination dieser beiden Verordnungen wurde ein wichtiger Meilenstein erreicht, um den europäischen Rechtsrahmen an die technologischen und marktwirtschaftlichen Entwicklungssprünge der letzten 20 Jahre anzupassen. Gleichzeitig wurde damit die eCommerce Richtlinie abgelöst, die den Gegebenheiten der digitalen Kommunikation nicht mehr vollumfänglich gerecht wurde. Als Verband der Internetwirtschaft begrüßen wir insbesondere, dass der DSA die Grundsäulen der eCommerce Richtlinie – wie die Haftungsbeschränkung auf Basis von Notice und Takedown, das Ursprungslandprinzip und das Verbot allgemeiner Überwachung – beibehält bzw. auf diesen aufbaut. Auch begrüßen wir ausdrücklich, dass der DSA, die bisher geregelten Diensteanbieter – Caching-, Hosting- und Zugangsanbieter – nun um Plattformen erweitert. Das war eine unserer wesentlichen Forderungen. Damit wird die Möglichkeit eröffnet denjenigen Rechtssicherheit bei ihren Aktivitäten zu geben, die mehr können, mehr wissen und auch mehr tun wollen, ohne zugleich die Geschäftsgrundlage für diejenigen zu kompromittieren, die weder die Inhalte kennen noch über die finanziellen oder personellen Ressourcen zur Inhaltsregulierung verfügen.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten die Regeln für europäische Plattformen?

Der Erfolg europäischer Technologieunternehmen hängt maßgeblich von der Stärke des Europäischen digitalen Binnenmarktes ab. Nur in einheitlichen und harmonisierten Rahmenbedingungen können sich europäische kleine und mittelständische Unternehmen sowie Start-ups etablieren, Unternehmen neue Märkte über die Binnengrenzen hinweg erschließen und im internationalen digitalen Wettbewerb bestehen. Deshalb ist es so wichtig, die Zielsetzung des gemeinsamen europäischen digitalen Binnenmarktes in den Vordergrund der politischen Maßnahmen zu stellen, um eben Chancengleichheit und Vielfalt zu ermöglichen.

Auch wenn mit dem DSA jetzt sicherlich ein Meilenstein der europäischen Digitalpoli-

tik erreicht wurde, so wird er nicht auf Jahrzehnte Bestand haben, wie es bei der eCommerce Richtlinie der Fall war. Vielmehr wird es einer kontinuierlichen Anpassung und Fortentwicklung bedürfen, das ist bereits jetzt absehbar. Aufgrund der vollharmonisierenden Wirkung des DSA muss der nationale Rechtsrahmen konsequent überarbeitet und angepasst werden, da sehen wir schon Herausforderungen bei der Umsetzung in den Ländern.

Positiv bewerten wir in diesem Zusammenhang aber, dass das Netzwerkdurchsetzungs-Gesetz durch den DSA faktisch abgeschafft wurde. Die höchst umstrittene Meldepflicht und Ausleitung von Inhalten, IP und Nutzerdaten für verdächtige Inhalte zum BKA wird durch die Regelungen im DSA abgelöst. Im Ergebnis heißt das: Mit dem DSA hat die Europäische Union ein zentrales Gesetz der Plattformregulierung mit einem deutlich breiteren Fokus auf „illegale Inhalte“ geschaffen und damit ein wichtiges Signal gesendet.

Welche Rahmenbedingungen brauchen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln?

Deutschland und Europa haben mit ihrer besonderen Wirtschaftsstruktur, die auf vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen mit komplexen Lieferketten und Versorgungsstrukturen aufbauen, ja grundsätzlich schon einen strukturellen Nachteil. Der europäische Markt funktioniert einfach anders. Asiatische und nordamerikanische Länder, deren Volkswirtschaften überwiegend durch große kapitalkräftige Unternehmen geprägt sind, können vergleichsweise unkompliziert Technologien und deren breite Anwendung forcieren und ausrollen. Damit setzen sie eben auch schnell neue technische Maßstäbe.

Darum muss Netzpolitik auch unbedingt europäisch gedacht werden. Grundgedanke der Europäischen Union ist es doch, 27 Mitgliedstaaten näher zusammen zu bringen und Binnengrenzen abzubauen, das gilt insbesondere für digitale Angebote. Dazu gehört es auch, die politischen und wirtschaftlichen Verbindungen zwischen den Mitgliedstaaten zu intensivieren und Hemmnisse aus dem Weg zu räumen. Ein gemein-

samer europäischer digitaler Binnenmarkt ist stärker als seine 27 Teilmärkte und bietet Unternehmen mit einem Markt von rund 450 Millionen Einwohnern hervorragende Rahmenbedingungen für wirtschaftlichen Erfolg. Nur so wird es auch gelingen, im globalen Wettbewerb gegen andere Volkswirtschaften zu bestehen.

Bedauerlicherweise, hat sich die politische Debatte um den DSA auf europäischer Ebene sehr stark an den großen US-amerikanischen Plattformen fokussiert und weniger daran, wie wir Innovationsspielräume für europäische Unternehmen fördern und Überregulierung für diese Unternehmen abbauen können. Hier müssen wir den Hebel ansetzen, denn aus dem kompakten horizontalen Ansatz ist jetzt teilweise eine doch sehr kleinteilige Regelung geworden. Nur wenn unter Regulierungsbehörden ein konsistentes und einheitlich abgestimmtes Vorgehen besteht, wenn für Unternehmen klare geographische Zuständigkeiten existieren und wenn nicht die Größe einer Rechtsabteilung über den Erfolg eines Unternehmens in Europa bestimmt, können auch europäische Start-ups und KMUs in einem globalen Umfeld bestehen.

DEBATTENBEITRAG

10.01.2023 | INTERVIEW

MITTELSTÄNDISCHE DIGITALUNTERNEHMEN PROFITIEREN VON NEUEN EU-REGELN

Welche Chancen durch DMA und DSA entstehen



Patrick Häuser - Leiter Hauptstadtbüro des Bundesverband IT-Mittelstand e.V. (BITMi) [Quelle: BITMi]

"Mit den neuen Plattformregulierungen aus DMA und DSA hat die EU die Tür zu mehr digitaler Souveränität, also einer selbstbestimmten Gestaltung der Digitalisierung, aufgestoßen", betont Patrick Häuser vom Bundesverband IT-Mittelstand e.V. (BITMi). Er sieht eine erhebliche Stärkung nicht nur für unsere heimische Digitalwirtschaft in Europa. Dennoch bleibt einiges zu tun.

EU-weit sind mit dem Digital Markets Act sowie Digital Services Act weitreichende Regulierungen für große Plattformen in Kraft getreten und sollen in Kürze gelten. Inwieweit begrenzt das die Macht der großen Plattformen von außerhalb der EU künftig effizient?

In beiden Bereichen des Gesetzespakets bestehend aus DMA und DSA – also sowohl im Wettbewerbsrecht als auch im Verbraucherschutz – ist die EU mit weitreichenden Kompetenzen ausgestattet. Mit dem DMA steht ihr ein umfassendes Instrumentarium zur Sanktionierung zur Verfügung. Wettbewerbsschädigendes Verhalten kann damit u.a. durch empfindliche Geldstrafen geahndet werden. Ein großer Effizienzgewinn besteht darin, dass dies nicht mehr allein durch Einzelfallprüfungen geschieht, nachdem der Verdacht auf ein solches Verhalten entstanden ist („ex-post“). Stattdessen gibt es nun ein Regelwerk, das im Vorfeld („ex-ante“) festlegt, auf welche Art digitale Plattformen in der EU operieren dürfen – unabhängig davon, ob sie dort auch ihren Sitz haben.

Ähnlich verhält es sich mit dem DSA, der als eine Art Grundgesetz für das Internet Verantwortlichkeiten für Anbieter digitaler Dienste regelt. Dazu zählen Netzinfrastrukturdienste (z. B. Cloud und Webhosting), Online-Plattformdienste (z. B. App-Stores und Social-Media-Plattformen) sowie Dienste, die von sehr großen Online-Plattformen und sehr großen Online-Suchmaschinen angeboten werden, von denen besondere Risiken bei der Verbreitung illegaler Inhalte und gesellschaftlicher Schäden ausgehen. Zahlreiche Rechenschafts- und Transparenzpflichten sorgen dafür, dass sich insbesondere große Player für das profitable Geschäft in Europa auch einer entsprechenden Verantwortung gegenüber Verbrauchern stellen müssen.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten die Regeln für europäische Plattformen?

Unser Verband sieht die neuen Regeln als einen wichtigen Meilenstein europäischer Gesetzgebung. Denn mit den neuen Plattformregulierungen aus DMA und DSA hat die EU die Tür zu mehr digitaler Souveränität, also einer selbstbestimmten Gestaltung der Digitalisierung, aufgestoßen.

Häufig wird vergessen, dass die Digitalwirtschaft in Deutschland und Europa mittelständisch geprägt ist. So werden beispielsweise von den 10.000 digitalen Plattformen in Europa 9.000 von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) betrie-

ben. Beherrscht wird der Markt in Europa aber bislang dennoch von großen Digitalkonzernen, insbesondere aus den USA. Deren dominante Position ist unter anderem durch sogenannte Lock-In-Effekte nahezu unangreifbar geworden. Das hemmt mittelfristig digitale Innovationen hierzulande, was wir uns definitiv nicht leisten können. Mit den eben skizzierten neuen Regeln wird nun endlich ein fairer Wettbewerb um die besten digitalen Lösungen und Produkte möglich. Ein Beispiel: Im Bereich der Messaging-Dienste müssen sich die großen Anbieter kleineren Wettbewerbern fortan öffnen, um Interoperabilität zu gewährleisten. Daraus können neue Geschäftsmodelle für Dienstleister entstehen, die bisher auf dem Markt keine Chance mehr hatten. Auch dürfen mächtige Gatekeeper-Plattformen ihre eigenen Dienste nicht mehr uneingeschränkt bevorzugt anbieten, um Nutzer noch stärker an sich zu binden. Davon profitieren mittelständische Digitalunternehmen, die auf diese Weise mehr Sichtbarkeit erhalten und besser konkurrieren können.

Die neue Regulierung bedeutet somit eine erhebliche Stärkung nicht nur für unsere heimische Digitalwirtschaft in Europa.

Welche Rahmenbedingungen brauchen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln?

China und die USA geben in nahezu allen Bereichen der Digitalisierung global das Tempo an. Viele Studien zeigen, wie weit wir dahinter zurückfallen. Durch die somit wachsenden Abhängigkeiten leidet unsere digitale Souveränität. Selbstverständlich müssen wir in Europa nicht alles selber machen, das wäre auch wenig sinnvoll. Aber für eine selbstbestimmte digitale Transformation ist es ganz entscheidend, dass wir die eigenen technologischen Fähigkeiten stärken und Abhängigkeiten von Tech-Giganten reduzieren, wo es noch möglich ist – nämlich insbesondere im B2B-Bereich.

Damit das klappt, brauchen wir in Deutschland dringend einen digitalpolitischen Aufbruch, der der Digitalisierung endlich die notwendige Priorität gibt. Der BITMi hat sich deshalb erst kürzlich in einem offenen Brief* an die Bundesregierung gewandt und

darin konkrete Handlungsvorschläge gemacht. Beispielsweise fordern wir eine Änderung im Vergaberecht, die deutschen und europäischen Anbietern bei gleichem Leistungsumfang bessere Chancen gegenüber IT-Lösungen aus Übersee einräumt. Aber auch ein verbesserter Zugang zu Wachstumskapital würden helfen, dass aus aufstrebenden Tech-KMU in Deutschland global wettbewerbsfähige Player entstehen.

* <https://www.bitmi.de/offener-brief-digitale-abhaengigkeiten>

DEBATTENBEITRAG

27.01.2023 | INTERVIEW

ÜBER DAS WELTWEIT ERSTE GESETZ ZUR REFORM DER STRUKTUREN DIGITALER MÄRKTE

Wie DMA und DSA in der EU wirken



Andreas Schwab - Mitglied des Europäischen Parlaments, Sprecher der EVP-Fraktion im Binnenmarktausschuss (IMCO) [Quelle: EVP]

Der Europa-Abgeordnete Andreas Schwab betont die Fairness der neuen EU-Digital-Regeln, denn "wer im Binnenmarkt aktiv sein will, muss sich an sie halten, es wird aber nicht nach der Herkunft der Unternehmen unterschieden". Der EVP-Politiker verweist aber auch darauf, dass weitere Rahmenregelungen angepasst werden sollten.

EU-weit sind mit dem Digital Markets Act sowie Digital Services Act weitreichende Regulierungen für große Plattformen in Kraft getreten und sollen in Kürze gelten. Inwieweit begrenzt das die Macht der großen Plattformen von außerhalb der EU künftig effizient?

Die neue Digitalgesetzgebung wird den europäischen Binnenmarkt im Digitalen nach-

träglich prägen. Dabei sind die Regeln fair: wer im Binnenmarkt aktiv sein will, muss sich an sie halten, es wird aber nicht nach der Herkunft der Unternehmen unterschieden. Fakt ist, dass die größten Digitalkonzerne der Welt wie Google, Amazon, Meta, Microsoft und Apple die Digitalisierung weltweit vorangetrieben haben und dadurch heute über weitreichende Produkt-Ökosysteme verfügen. Weder Unternehmen noch Verbraucher kommen umhin, diese zu nutzen. Innerhalb ihrer Ökosysteme kontrollieren die Digitalriesen zentrale Kontaktpunkte zwischen Unternehmen und Verbrauchern, z.B. App-Stores, Suchmaschinen, Messaging-Dienste oder Social Media. Durch diese „Gatekeeper“-Stellung (Torwächter auf Deutsch) konnten sie die Funktionsweise der Digitalmärkte zu ihrem Vorteil ausgestalten. Unfaire Selbstbevorzugung, Interessenskonflikte und ungebremst wachsender Datenzugang zum Nachteil konkurrierender Unternehmen und Verbrauchern waren die Folge. Der DMA ist weltweit das erste Gesetz, das solche Marktstrukturen digitaler Märkte grundlegend reformiert, um diese Probleme anzugehen. Denn die europäische Idee der sozialen Marktwirtschaft ist ja, den freien Wettbewerb mit Marktregeln zu sichern, sodass sich die besten und nicht die größten Unternehmen durchsetzen. Dieser Grundsatz gilt zukünftig wieder in der Digitalwirtschaft. Das kann auch eine Signalwirkung über Europa hinaus entfalten, in den USA, UK, Korea und anderswo werden ähnliche Gesetze diskutiert.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten die Regeln für europäische Plattformen?

Der DMA schafft über zwanzig neue Regeln für die größten Gatekeeper, Bürokratie für alle Anderen wird vermieden. Denn die neuen Regeln gelten nur für Gatekeeper mit mindestens 7,5 Milliarden Euro Jahresumsatz sowie 45 Mio. monatlichen Nutzerinnen und 10.000 jährlichen Geschäftskunden in der EU. Insofern werden nur die größten Unternehmen betroffen sein - wenn europäische Plattformen dabei sind, umso besser, denn wir wollen ja große Digitalunternehmen in Europa. Gatekeeper müssen die Regeleinhaltung gegenüber der Kommission nachweisen, wodurch lange Verfahrensdauern wie im klassischen Wettbewerbsrecht vermieden werden. Außerdem können Unternehmen und Verbraucherinnen ihre Rechte direkt vor Gericht durchsetzen.

Der DMA verbietet u.A. die Ausnutzung bestimmter dominanter Positionen gegenüber Geschäftskunden. Gatekeeper dürfen nicht länger nicht-öffentliche Daten ihrer Geschäftskunden nutzen, um in den Wettbewerb mit diesen Geschäftskunden zu treten. Dadurch wird z.B. Amazon verboten, nicht-öffentliche Daten über die Performance von Produkten zu nutzen, um seine Eigenmarken-Linien zu optimieren. Unternehmen erhalten Zugang zu den Daten, die bei der Nutzung der Plattformdienste entstehen. Unternehmen, die bspw. einen Online-Shop bei einem Gatekeeper unterhalten, werden so mehr über dessen Nutzerinnen erfahren können, auch wenn keine Transaktion stattfindet. Suchmaschinen, Soziale Medien und App-Stores müssen Geschäftskunden zukünftig faire, angemessene und diskriminierungsfreie Zugangsbedingungen gewähren. Eine Ungleichbehandlung bei Zugang, Gebühren oder Sichtbarkeit in den drei Plattformdiensten muss also besser gerechtfertigt werden. Auch müssen App-Store Betreiber wie Apple und Google zulassen, dass App-Entwickler andere Zahlungs- oder Identifikationsdienste als die hauseigenen Produkte verwenden. Diese Maßnahmen werden neue Innovationsmöglichkeiten für Unternehmen und so mehr Auswahl für Verbraucher schaffen. Auch wenn europäische Unternehmen von den Regeln des DMA betroffen sein können, ist es wichtig, sie anzuwenden, denn wir wollen eine faire Marktstruktur für alle schaffen.

Welche Rahmenbedingungen brauchen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln?

Wir müssen den Regeln einerseits Zeit geben, um ihre Wirkung zu entfalten. Die Verpflichtungen des DMA werden erst ab Mitte 2024 bindend für Unternehmen umzusetzen sein. Gleichzeitig müssen wir Anreize in der Digitalwirtschaft breiter denken. Es braucht bessere Anreizsysteme für Innovation, z.B. bessere Regeln zu Risikokapital und Mitarbeiterbeteiligung und - Vergütung für Start-Ups. Unternehmerisches Risiko einzugehen muss sich finanziell mehr lohnen. Es muss außerdem, wie z.B. in den USA möglich sein, dass digitale Unternehmen ihre Mitarbeiter von dort in der EU arbeiten lassen, wo es ihnen am besten passt. In Europa müssen „work from anywhere“-Verträge einfacher umsetzbar werden, damit die klügsten Köpfe sich die besten Unter-

nehmen aussuchen können, ohne dafür umziehen oder sich mit Bürokratie rumschlagen zu müssen. Dafür brauchen wir einen stärkeren Binnenmarkt für digitale Dienstleistungen und entsprechende Anpassungen bei Sozialversicherungssystemen und Telearbeitsregeln.

DEBATTENBEITRAG

17.02.2023 | INTERVIEW

DIE DREI GROSSEN HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIGITALE WIRTSCHAFT DURCH DIE NEUE EU-REGELN

Wo der Teufel im Detail liegt



Katharina Rieke - Bereichsleiterin Politik und Gesellschaft im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. [Quelle: BVDW/FKPH]

"Mit diesem Gesetzespaket aus Digital Markets Act und Digital Services Act hat die EU einen wichtigen Vorstoß gewagt", sagt Katharina Rieke vom Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW). Sie sieht große Chancen, in wesentlichen Details aber auch noch Unklarheiten. In Sachen Medienökosystem verweist sie auf eine interessante Initiative.

EU-weit sind mit dem Digital Markets Act sowie Digital Services Act weitreichende Regulierungen für große Plattformen in Kraft getreten und sollen in Kürze gelten. Inwieweit begrenzt das die Macht der großen Plattformen von außerhalb der EU künftig effizient?

Mit diesem Gesetzespaket aus Digital Markets Act und Digital Services Act hat die EU einen wichtigen Vorstoß gewagt. Offensichtlich war die Fortentwicklung eines sicheren und offenen digitalen Raumes, der europäische Werte und die Nutzerinnen und Nutzer digitaler Dienste in den Mittelpunkt stellt, allen Beteiligten enorm wichtig. Trotz des hohen Stellenwerts dieser Gesetzgebung haben es die EU-Institutionen geschafft, den DSA und den DMA in einer Rekordzeit zu verabschieden. Zwei Jahre vom Kommissionsvorschlag bis hin zum verabschiedeten Gesetzespaket, das ist in der Europäischen Union leider nicht die Norm.

Aus unserer Sicht kann und wird die neue horizontal angelegte Gesetzgebung dazu beitragen, einen Schritt in Richtung Level-Playing-Field zu gehen. Es darf aber auch nicht vergessen werden, dass insbesondere beim DSA nicht nur große Online-Plattformen betroffen sind. Im Rahmen des DSA gibt es viele Anforderungen, die von vielen anderen Internetunternehmen erfüllt werden müssen. Insofern muss auch jedes europäische Unternehmen aus der digitalen Wirtschaft prüfen, ob es in den Anwendungsbereich fällt. Ist dies der Fall, müssen Vorkehrungen getroffen werden, denn die vollständige Anwendung des DSA beginnt am 17. Februar 2024. Bis dann müssen Unternehmen, aber auch Kommission, Ministerien und Behörden alle wichtigen Fragen rund um den DSA für sich geklärt haben.

Es ist wichtig zu betonen, dass sich die Regelungen des DSA auf eine Vielzahl von Unternehmen beziehen, auch wenn sich die Berichterstattung zum DSA oft nur auf die großen Online-Plattformen fokussiert. Große Online-Plattformbetreiber beschäftigen eine Vielzahl an Mitarbeitenden und verfügen über teils enorme finanzielle Ressourcen für Umstellungen. Große Online-Plattformen können somit Veränderungen einfacher und schneller vornehmen als mittelständische oder kleine Unternehmen, die nicht auf große Rechtsabteilungen zurückgreifen können. Auch wenn ein Fokus des DSA auf einem Level-Playing-Field für große Online-Plattformen lag, müssen wir die Folgen für die gesamte europäische Digitalwirtschaft im Blick behalten und diese in der Umsetzung unterstützen.

Das Zwischenfazit lautet daher: DSA und DMA führen in die richtige Richtung. Nun kommt es jedoch darauf an, ob die Umsetzung und Ausgestaltung der Verordnungen eine praktikable Form annehmen wird. Zudem dürfen wir mit Rechtsprechungen zu unklaren Fragestellungen rechnen. Ob unter dem Strich ein funktionierendes Regelungswerk geschaffen wurde, lässt sich folglich erst in zwei bis drei Jahren beurteilen.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten die Regeln für europäische Plattformen?

Wir sehen durchaus die neuen Chancen. Unternehmen werden beispielsweise unterstützt, für Verbraucherinnen und Verbraucher mehr Transparenz und Sicherheit im Netz zu schaffen. Allein das „Melde- und Abhilfeverfahren“ des DSA wird erheblich dazu beitragen, potenziell illegale Inhalte aus dem Web zu entfernen und wir werden hoffentlich eine signifikante Reduzierung von Desinformationen und Hassreden beobachten. Darüber hinaus bieten die Regeln die Möglichkeit der stärkeren Interoperabilität zwischen Diensten und somit die Chance für mehr Wettbewerb – auch durch europäische Player. Allein das sind Chancen, die für Europa wirtschaftlich und gesellschaftlich essenzielle Bedeutung haben werden.

Aber wie so oft liegt der Teufel im Detail, die Interpretation sowie die Umsetzung der neuen EU-Gesetze stehen vor drei großen Herausforderungen:

Allen voran enthalten die Texte aufgrund der vielen Kompromisse, die in den Verhandlungen für eine schnelle Einigung sorgten, diverse schwammige Formulierungen, deren juristische Interpretation noch weitgehend offen ist. Um ein Beispiel herauszunehmen: Es gibt neue Anforderungen in Bezug auf die Transparenz von Online-Werbung. Online-Plattformen sollen künftig anzeigen, welche Hauptparameter genutzt wurden, um ein Werbemittel auszuspielen. Was diese Anforderung genau bedeutet und welche Parameter gemeint sind, ist jedoch nicht definiert. Das Gleiche gilt für das Konzept der sogenannten „Dark Patterns“. Die Regelung, wonach Verbraucherinnen und Verbraucher nicht zu ihrem Nachteil manipulativ durch Webdesign beeinflusst werden dürfen, regelt bereits die DSGVO. In den DSA wurden dennoch neue, undeutli-

che Anforderungen zu diesem Thema eingearbeitet.

Das verdeutlicht, im DSA und DMA stehen einige Bestandteile im Konflikt mit der bereits existierenden EU-Gesetzgebung, was zu einer erheblichen Rechtsunsicherheit führen dürfte. Insbesondere das Verhältnis der neuen Regeln zur Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) sowie zur ePrivacy-Richtlinie ist nicht eindeutig geregelt. Auch hinter dem Zusammenspiel mit Kartell- und Wettbewerbsrecht sowie Verbraucherschutzgesetzen stehen im Moment noch einige Fragezeichen.

Eine zweite zentrale Herausforderung ist aus unserer Sicht der Anwendungsbereich. Im Zentrum stehen die Fragen, welche Unternehmen gelten als „Online-Plattform“ und vor allem, welche Unternehmen sind anhand der Schwellenwerte als „sehr große Online-Plattformen“ oder „Gatekeeper“ einzustufen? Entsprechend der angesetzten Schwellenwerte scheinen sehr viel mehr Online-Plattformen in die Kategorie der nun neu reglementierten, sehr großen Online-Plattformen zu fallen, als ursprünglich von den EU-Gesetzgebern gewollt war. Nur ein Beispiel hierzu: Die Größe eines Online-Players wird unter anderem durch die Zahl der „aktiven Nutzer“ bestimmt, die Definition hierzu ist jedoch noch völlig unklar. Das stellt nicht nur Unternehmen, sondern auch die Behörden der Mitgliedstaaten vor Herausforderungen.

Die dritte Unbekannte ist aus unserer Sicht die Durchsetzung und die Anwendung der neuen Gesetzgebung. Zum einen stellt sich die Frage, ob die EU-Kommission und die Behörden der Mitgliedstaaten genügend personelle Ressourcen haben, um ihre vielfältigen Aufgaben unter dem DMA und DSA auszuüben. Ungewissheit herrscht auch, wie Mitgliedstaaten die Rolle der nationalen Behörden besetzen und wie diese agieren werden. Diese im Moment offene Struktur dürfte für gehörige Unsicherheiten sorgen. Die Fragmentierung der Aufsicht sorgt bereits im Rahmen der DSGVO immer wieder zu neuen, veränderten Rechtsauffassungen, da jeder Mitgliedstaat die Regeln anders interpretiert und anwendet.

Im Gespräch ist die Schaffung einer europäischen Plattform öffentlich-rechtlicher

Rundfunkanbieter - ggf. unter Einbeziehung privater Medienanbieter. Was halten Sie von dieser Idee?

Grundsätzlich ist eine vielfältige Medienlandschaft in Europa immens wichtig. Wir müssen darauf achten, dass ein freier Diskurs weiterhin möglich ist und qualitativ hochwertige und relevante Inhalte geschaffen werden. Nur so bleibt uns unsere Demokratie dauerhaft erhalten. In diesem Sinne sind Gedanken zu einer europäischen Rundfunk-Plattform interessant. Alle Beteiligten sollten dieses Konzept gut durchdenken, alle Optionen abwägen und gemeinsam an einer Lösung arbeiten. Eine interessante Entwicklung, die derzeit diskutiert wird, ist die Idee der „beyond platform Initiative“. Interessant ist, dass diese Initiative weiterdenkt, als nur an eine europäische Plattform für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Diese Initiative will das Medienökosystem neu denken. Wir sind der Ansicht, dass wir uns mit Initiativen dieser Art intensiv beschäftigen und prüfen sollten, welchen Weg wir einschlagen wollen. Entscheidend sind die Pluralität und der demokratische Diskurs – beides muss für die Zukunft weiter gestärkt werden. Wichtig ist bei solchen Initiativen, dass auch die Interessen der Privatwirtschaft frühzeitig einbezogen werden, da derartige Projekte sonst schnell in Richtung einer isolierten Insellösung abdriften.

Welche Rahmenbedingungen brauchen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln?

Für Fortschritt benötigen Unternehmen eine Befähigung zur Innovation sowie Rechtssicherheit. Um die Innovation zu befähigen, brauchen wir in Europa Maßnahmen und Fördermittel, die auf drei Kernthemen abzielen: Daten, Kreativität und Verantwortung. Kein digitales Geschäftsmodell funktioniert heutzutage ohne Daten. Wir müssen die Datennutzung in Europa daher endlich positiver besetzen und können uns nicht nur von Ängsten treiben lassen. Wir müssen Vertrauen in unser (Rechts-)system schaffen, sowie Datennutzung und Sicherheit in eine sinnvolle Balance bringen. Innovation stützt sich auf Daten – nur so kommen wir in Europa voran. Damit einher geht die Notwendigkeit die bestehende wirtschaftliche Kreativität in Europa zu befördern. Wir brauchen dafür Vereinfachungen für Unternehmensgrün-

dungen und für die Finanzierung, sowohl für Start- wie auch für Wagniskapital im Anschluss. Wir müssen auch die bestehende Gesetzgebung evaluieren und an einigen Stellen anpassen oder konkretisieren, was die einheitliche Auslegung durch alle europäischen Aufsichtsbehörden ermöglicht. Das trifft in erster Linie die DSGVO, aber auch neue Regelungen wie den Data Act. Und zu guter Letzt, müssen wir bei allem was wir tun, verantwortlich handeln und unsere europäischen Grundwerte in den Fokus stellen, ohne uns aus einer Angst heraus ständig selbst einzuschränken.

DEBATTENBEITRAG

01.03.2023 | INTERVIEW

KOMMT EIN EUROPÄISCHER DATENRAUM?

Welche Chancen und Herausforderungen die EU-Regeln bringen



Prof. Dr. Henning Vöpel - Direktor, cep | Centrum für Europäische Politik [Quelle: cep]

"DMA und DSA begrenzen die Macht der Plattformen zwar, brechen aber nicht ihre Dominanz", konstatiert Prof. Dr. Henning Vöpel vom Centrum für Europäische Politik. Er hätte sich einen weniger komplexen, dafür robusteren Regulierungsansatz gewünscht. Für die Zukunft sieht er vier Handlungsfelder

EU-weit sind mit dem Digital Markets Act sowie Digital Services Act weitreichende Regulierungen für große Plattformen in Kraft getreten und sollen in Kürze gelten. Inwieweit begrenzt das die Macht der großen Plattformen von außerhalb der EU künftig effizient?

Zentral ist der Begriff der „Gatekeeper“. Das erinnert ein wenig an Kafkas Parabel „Vor dem Gesetz“, in der ein Türhüter den Eintritt zum Gesetz bewacht. So ähnlich ist

das bei den Plattformen: Will man am Gatekeeper vorbei, muss man deren Gesetze anerkennen. Genau dies will die Kommission mit DMA und DSA verhindern, nämlich dass sich die Macht der Plattformen über das Gesetz des Staates hinwegsetzt. Grundsätzlich sind DMA und DSA geeignet, das zu tun. Zwei Probleme tun sich jedoch auf. Erstens wird die rechtliche Durchsetzung aufgrund geringer Kapazitäten sehr schwierig sein. Zweitens zeigt das aktuelle Beispiel ChatGPT, dass plötzlich neue Innovationen auftreten können, die durch die bestehende Regulierung nicht abgedeckt sind. Ich hätte mir insgesamt einen weniger komplexen, dafür robusteren Regulierungsansatz gewünscht, denn wir kennen die digitale Zukunft kaum. Wir erleben ja gerade eine enorme Beschleunigung und eine neue Qualität der technologischen Entwicklung. Die nächste Phase der Digitalisierung könnte man das „Quantenzeitalter“ nennen, in dem Quantentechnologien zu Quantensprüngen in den Technologien führen werden. Das lange erwartete Rennen der Plattformen um künstliche Intelligenz geht gerade los. Es kann sein, dass die großen US-Tech-Player durch den Technologieschub sogar einen Machtzuwachs bekommen werden.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten die Regeln für europäische Plattformen?

DMA und DSA begrenzen die Macht der Plattformen zwar, brechen aber nicht ihre Dominanz. Insoweit bin ich nur verhalten optimistisch, dass europäische Plattformen nun viel bessere Wettbewerbsbedingungen und Marktzutrittsmöglichkeiten haben. Rein regulatorisch mag das level-playing field nun annähernd hergestellt sein. Die Skalierungsbedingungen auf dem europäischen Markt sind jedoch nach wie vor viel schlechter. Eine US-Plattform skaliert im großen Heimatmarkt und expandiert dann in die EU. Eine europäische Plattform hat schon enorme Schwierigkeiten, in der EU zu skalieren, die eigentlich einen vergleichbar großen Markt darstellt. Genau dies ist die große Herausforderung und Chance zugleich: die Entstehung eines digitalen Binnenmarktes. Dies erfordert neben der digitalen Infrastruktur einen digitalen Wirtschaftsraum, also so etwas wie eine digitale Sprache mit einer gemeinsamen Syntax, auf deren Grundlage systematisch Vernetzung stattfinden kann, was wiederum die wichtigste Voraussetzung für Skalierung ist. Der Data Act und der Data Governance Act

könnten zumindest mal den Einstieg in einen europäischen Datenraum bedeuten, auf dem heimische Ökosysteme und Plattformen entstehen können.

Im Gespräch ist die Schaffung einer europäischen Plattform öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter - ggf. unter Einbeziehung privater Medienanbieter. Was halten Sie von dieser Idee?

Ich bin eher skeptisch. Zusammenschlüsse von Medien auf einer Plattform erzeugen nur geringe Netzwerkeffekte. Das ist der Grund, warum eine Social-Media-Plattform eher einen medialen Charakter bekommt, als dass eine Medien-Plattform ein soziales Netzwerk werden kann. Zum anderen löst eine Medienplattform nicht das eigentliche Problem, nämlich dass den klassischen Medien das Geschäftsmodell verloren gegangen ist. In Wahrheit geht es um die Rettung des unabhängigen Journalismus in der ökonomischen Existenzkrise der Medien. Der pluralistische Diskurs in Demokratien lässt sich weder durch eine europäische Medienplattform noch durch eine generative Sprach-KI retten. Umso wichtiger ist es, die Fundamente der digitalen Demokratie in Europa zu stärken: die digitale Mündigkeit von Menschen und den Pluralismus der digitalen Medien, die neben den öffentlich-rechtlichen Medien auch private Anbieter einschließen. Ich denke, Habermas hat recht, wenn er von einem neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit spricht.

Welche Rahmenbedingungen brauchen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln?

Ich sehe vier Handlungsfelder: Regulierung, Steuerpolitik, Cyber-Sicherheit und Strukturpolitik. Sie zusammen definieren die digitale Souveränität Europas, die im geopolitischen Wettbewerb der Systeme eine entscheidende Rolle spielen wird. Ohne sie wird Europa seine Werte und Wettbewerbsfähigkeit nur schwer verteidigen können. Was die Regulierung betrifft, hat es mit DMA und DSA zweifellos einen Fortschritt gegeben. Steuerpolitisch aber können die großen US-Plattformen durch Base Erosion und Profit Shifting (BEPS) ihre Gewinne immer noch klein rechnen. Die OECD-Initiative sieht zwei Säulen vor: die Einführung einer Mindeststeuer und die Neuverteilung der

Besteuerungsrechte. Das wird aber nicht reichen, um Steuergerechtigkeit herzustellen. Ohne umfassende Cyber-Sicherheit wird es in Zukunft kaum sichere digitale Anwendungen geben. Geheimdienste und Cyber-Kriminelle haben massiv aufgerüstet. Den größten Nach- und Aufholbedarf Europas gibt es bei den digitalen Strukturbedingungen. Hier fehlt praktisch alles, etwa eine europäische Cloud-Infrastruktur – Stichwort: Gaia-X. Der größte Nachteil Europas aber liegt vielleicht immer noch in der Mentalität. Das Prinzip der Digitalisierung ist „groß denken“ und „schnell machen“ – nicht gerade ein europäischer Vorzug im Vergleich zu den USA oder China.

DEBATTENBEITRAG

16.03.2023 | INTERVIEW

ÜBER DIE CHANCEN UND RISIKEN DER EU-DIGITAL-REGELN

Welche Auswirkungen DMA und DSA auf europäische Anbieter haben



Prof. Dr. Michael Beurskens - Lehrstuhl für Bürgerliches Recht, Deutsches, Europäisches und Internationales Wirtschaftsrecht, Universität Passau [Quelle: Universität Passau]

Prof. Dr. Michael Beurskens von der Uni Passau sieht bei den EU-Digital-Regelwerken DMA und DSA "vor allem die Durchsetzung problematisch". Bei allen Problemen im Rechtsrahmen erkennt der Rechtswissenschaftler mittelfristig aber durchaus Chancen.

EU-weit sind mit dem Digital Markets Act sowie Digital Services Act weitreichende Regulierungen für große Plattformen in Kraft getreten und sollen in Kürze gelten. Inwieweit begrenzt das die Macht der großen Plattformen von außerhalb der EU künftig effizient?

Auch wenn die Regelungen auf den ersten Blick sehr scharfe Vorgaben enthalten, ist

vor allem die Durchsetzung problematisch.

Bereits das kartellrechtliche Missbrauchsverbot (Art. 102 AEUV, § 19 Abs. 1 GWB) war theoretisch „wirksam“ gegen die Digitalriesen, wie die Verfahren gegen Microsoft, Google (in zahlreichen Ausgestaltungen) oder wegen Facebook zeigen.

Aber die Ausstattung der zuständigen Behörden mit Personal, die rechtlichen Darlegungsprobleme und vor allem der Rechtsschutz verzögern dann doch die Durchsetzung erheblich. Die Neuregelungen versuchen dies (wie schon in Deutschland § 19a GWB) zu verkürzen und vor allem durch Kataloge zu präzisieren. Ob und wie dies gelingt, wird sich aber erst noch zeigen müssen.

Zudem ist die strenge Regulierung durchaus umstritten: Einerseits sind viele Regeln aus technischer Hinsicht kaum umzusetzen (in der Kritik steht insoweit vor allem die Interoperabilität von Messenger-Diensten nach Art. 7 DMA: Meta hat bis heute die Interoperabilität von Whatsapp und Facebook Messenger nicht hinbekommen; zudem ist es schwierig bis unmöglich eine sichere Ende-zu-Ende-Verschlüsselung interoperabel zu gestalten). Andererseits ist der weitreichende Eingriff in die unternehmerische Gestaltungsfreiheit wirtschaftlich fragwürdig (geschlossene Öko-Systeme bzw. „walled gardens“ mögen aus Konsumentensicht durchaus vorteilhaft sein, wie insbesondere Spielkonsolen über Jahrzehnte bewiesen haben: die Hardware wird günstig vertrieben, der Gewinn erst über den exklusiven Vertrieb von Software und Inhalten erzielt). Der DMA tut sich auch schwer mit der Frage, wie mit Microsoft im Suchmaschinenmarkt umzugehen ist, wo sie quasi der einzige ernsthafte Konkurrent von Google sind – will man sie auch dort strengen Regeln unterwerfen wie den Marktführer oder muss man vielmehr Freiräume geben, damit sie Marktanteile gewinnen können?

Schließlich muss man Angst haben, dass die politisch vor allem gegen US-Internetriesen gerichtete Regulierung auch europäische Unternehmen trifft, und zwar nicht nur SAP, sondern ggf. auch Automobilhersteller (die z.B. eigene Betriebssysteme anbie-

ten könnten). Insoweit sind die Auswirkungen noch nicht wirklich absehbar.

Welche Chancen und Herausforderungen bieten die Regeln für europäische Plattformen?

DMA und DSA haben unmittelbar keine Auswirkungen auf spezifisch europäische Anbieter – denn auch diese würden (bei entsprechender Reichweite) den gleichen Regeln unterworfen. Die Möglichkeit, dass sich Anbieter aus Drittstaaten ganz aus dem europäischen Markt zurückziehen und so der Markt auf einmal unter EU-Anbietern aufgeteilt werden muss, ist völlig unrealistisch.

Eine große Chance ist aber sicherlich, dass langfristig neue Wettbewerber (auch aus der EU, aber ebenso aus Drittstaaten) auf den Markt kommen: Die großen Anbieter werden durch strenge Regeln und Pflichten zur Öffnung ihrer Plattformen gezügelt, so dass die wilden Startups ohne derartige Vorgaben eine echte Chance erhalten. Gleichzeitig wird die Welt vielleicht ein wenig offener – mehr Anbieter können ihre Produkte auf Onlineplattformen (seien es Smartphones, App-Stores oder der Amazon Marketplace) platzieren; Plattformen werden durchlässiger, so dass man schneller von Whatsapp zu Signal und umgekehrt wechseln kann oder wie auch bei der Telefonie mit Nutzern eines anderen Anbieters kommunizieren kann. Das Internet wird weniger stark von kommerziellen Interessen getrieben, sondern es werden die großen Anbieter durch den Digital Services Act in die Pflicht genommen. Dass dies weltweit relevant werden kann, sieht man in der Datenschutzgrundverordnung – aller Kritik zum Trotz haben viele Länder dies zum Anlass genommen, vergleichbare Vorgaben zu schaffen; Unternehmen, die in der EU Absatz erzielen wollen, fügen sich zähneknirschend den dortigen Vorgaben (und setzen diese vielleicht sogar weltweit um, weil es schlicht einfacher ist, ein System zu betreuen statt vieler verschiedene). Und die Debatte um die Schrems-Urteile beschäftigen auch die US-amerikanische Politik. Die Gefahr ist der „StreetView-Effekt“: Während im Rest der Welt Nutzer von Google aktuelle Fotos von Straßen haben und so (insb. als Fußgänger) navigieren können, war Deutschland nach der Datenschutzdebatte 2010/2011 praktisch ein nicht mehr gepflegter weißer Fleck im Bildmaterial (anders als die Konkurrenzdienste von Apple

oder Microsoft, die sich offenbar keinen vergleichbaren Protesten ausgesetzt sahen; angeblich wird der Dienst aber derzeit aktualisiert). Wenn DMA und DSA neue innovative Dienste oder Verbesserungen verhindern und eine spezielle EU-Version beliebiger Dienste und Geräte gepflegt wird, kann dies langfristig den Standort unattraktiv für Unternehmen machen, die von den entsprechenden Gatekeepern abhängig sind – also genau den gegenteiligen Effekt erzielen. Zudem ist natürlich immer die Debatte um Meinungs- und Informationsfreiheit sowie allgemeine Handlungsfreiheit der Konsumenten zu führen – diese können sich nicht mehr bewusst für Dienste entscheiden, die nicht den strengen Vorgaben unterworfen sind.

Im Gespräch ist die Schaffung einer europäischen Plattform öffentlich-rechtlicher Rundfunkanbieter - ggf. unter Einbeziehung privater Medienanbieter. Was halten Sie von dieser Idee?

Wie immer wird eine öffentlich-rechtliche Finanzierung einer zentralen Plattform in der Bevölkerung auf wenig Begeisterung stoßen: Wie die Rundfunkbeiträge zeigen, ist der Staat ein oft kritisierter Treuhänder der Neutralität. Eine derartige Plattform ist für den Wettbewerb problematisch – wie die Entscheidung des BKartA zur gemeinsamen Plattform von RTL und ProSiebenSat1 von 2011 anschaulich ausführt. Als Konkurrenz zu Youtube, Netflix, Amazon Prime, Disney Plus und anderen Medienangeboten ist eine solche staatlich finanzierte Plattform schwer zu rechtfertigen und drängt den Bürgern ggf. etwas gegen ihren Willen auf. Zudem kommt man zur Kernfrage jeder Medienregulierung: Welche Inhalte sollen erfasst werden und welche nicht? Was ist „Qualität“ und was ist „Schund“? Einerseits ist ein geprüftes Angebot sicherlich wertvoll, andererseits ist genau dann der Mehrwert nicht ersichtlich.

Welche Rahmenbedingungen brauchen europäische Alternativen zu den US-amerikanischen und chinesischen Plattformen abgesehen von den nun in Kraft getretenen Regeln?

Die US-amerikanischen Anbieter haben von einer sehr schwachen Regulierung in den Anfangsjahren, einem funktionierenden Venture Capital Markt und vor allem einem echten Wettbewerb profitiert. Venture Capital war in der EU (und in Deutschland)

immer schwieriger zu bekommen als in den USA (und wird in den kommenden Jahren wohl auch nicht leichter verfügbar). Die Regulierung ist heute überall streng (durch GDPR, Data Act, AI Act, etc.) und erschwert den Marktzugang. Schließlich ist die aktuelle Marktlage von sehr marktmächtigen Unternehmen geprägt, die entsprechend große Ressourcen, Reputation und vor allem bereits gebundene Kunden haben. Die Wechselwilligkeit bei bestehenden Produkten ist eher gering. Erforderlich wäre also entweder ein ganz neuer Markt (disruptiv war etwa die Einführung des iPhone und später der zunehmende Einsatz von Tablet-Computern, was die Marktposition von Microsoft auf dem Betriebssystemmarkt gemindert hat; ebenso disruptiv war aber die Einführung von Google mit einem sehr strengen und intelligenten Ranking-Mechanismus in den 1990er-Jahren, was die gesamte Konkurrenz – von Excite, Lycos, etc. – weit abgehängt hat). Die Chance besteht derzeit mit KI-Systemen, wobei hier nicht ersichtlich ist, dass die EU eine führende Rolle einnimmt. Insgesamt beschränkt sich daher die Eingriffsmöglichkeit auf Subventionen, insb. in die Forschung zur Entwicklung „besserer“ Modelle, was aber nichts anderes als ein Glücksspiel ist.

Illustrativ ist der Wechsel von Studi.VZ, Mein.VZ, etc. zu Facebook – die europäische Plattform hatte keine Chance. Dies liegt nicht nur an den Netzwerkeffekten – wie das Bundeskartellamt ausführlich dargelegt hat, kommunizieren die meisten deutschen Facebook-Nutzer gar nicht mit ausländischen Freunden sondern nur in Deutschland. Beim Markteintritt von Facebook in Deutschland gab es noch kein derartiges innerdeutsches Netzwerk. Vielmehr war das Produkt dem bisherigen Angebot weit überlegen. Mit Regulierung hat all dies nichts zu tun.

IMPRESSUM

Herausgeber

Barthel Marquardt GbR

Merseburger Straße 200

04178 Leipzig

Tel: 0341 24 66 43 72

E-Mail: marquardt@meinungsbarometer.info

www.meinungsbarometer.info

V.i.S.d.P.

Dipl.-Journ. Nikola Marquardt

Idee, Konzept, Projektleitung

Dipl.-Journ. Thomas Barthel

Redaktion

Barthel Marquardt GbR

Diese Dokumentation darf nicht - auch nicht in Auszügen - ohne schriftliche Erlaubnis der Redaktion vervielfältigt und verbreitet werden. Die Dokumentation wurde mit größtmöglicher Sorgfalt zusammengestellt. Trotzdem können wir für die enthaltenen Informationen keine Garantie übernehmen. Die Redaktion schließt jegliche Haftung für Schäden aus, die aus der Nutzung von Informationen dieser Dokumentation herrühren.