



FÜNF FRAGEN

ZU NEUEN EU-REGELN FÜR INTERNETKONZERNE

AN HEIKO RICHTER

Die Gremien der Europäischen Union haben sich Ende März vorläufig auf den Digital Markets Act, kurz DMA, geeinigt. Ziel ist, künftig die Marktmacht von Techgiganten wie Google, Apple, Facebook/Meta, Amazon oder Microsoft zu begrenzen und den Wettbewerb im europäischen Markt zu schützen. Herr Richter, wieso sind die bisherigen Regeln nicht ausreichend?

HEIKO RICHTER Bislang haben wir vor allem im Kartellrecht nur Ex-post-Regeln: Sie greifen erst, nachdem ein Verstoß vorliegt oder vermutet wird. Das hat zur Folge, dass es sehr lange dauert, bis es zu einer Sanktionierung des Verhaltens kommt. Zum Teil liegen die in Streit stehenden Handlungen bis zu zehn Jahre zurück, und die Verfahren sind immer noch nicht abgeschlossen. Das Kartellrecht ist hier also im Ergebnis zu langsam.

Was soll sich ändern?

Die Grundidee des DMA ist die Regulierung vorab. Er soll besonders großen Plattformdiensten Verhaltenspflichten auferlegen. Nach ersten Informationen sollen diejenigen Unternehmen als „Gatekeeper“ gelten, die mehr als 7,5 Milliarden Euro Jahresumsatz in der EU erwirtschaften oder einen Marktwert von über 75 Milliarden Euro aufweisen. Der Dienst selbst muss mehr als 45 Millionen Endnutzer pro Monat sowie 10 000 gewerbliche Nutzer in der EU pro Jahr zählen.

Welche Pflichten haben Gatekeeper künftig?

Besonders relevant im Pflichtenkatalog sind Verbote, etwa die Registrierung bei einem Dienst an die Registrierung bei einem anderen zu koppeln oder es gewerblichen Nutzern zu untersagen, ihre Produkte und Leistungen auf Plattformen Dritter zu anderen Preisen und Bedingungen anzubieten. Außerdem müssen Betriebssysteme wie Googles Android oder Apples iOS zulassen, dass auf Smartphones andere AppStores als ihre eigenen installiert werden. Selbstbevorzugung wird explizit verboten.

Schafft es die Verordnung, die digitalen Märkte offener und fairer zu machen?

Entscheidend ist, wie die Regeln der Verordnung konkret angewendet und durchgesetzt werden. So muss sich erst zeigen, ob das festgelegte Verfahren gut funktioniert – etwa der vorgesehene Dialog zwischen Kommission und Gatekeepern über die Regulierungsmaßnahmen. Eine andere offene Frage ist, wie effektiv die Zusammenarbeit zwischen den nationalen Behörden und der EU-Kommission abläuft und welche Rolle nationale Gerichte bei der Durchsetzung der Regeln spielen. Die EU-Kommission soll zudem eine ganz zentrale Rolle bekommen. Sie wird verschiedenste Maßnahmen gegenüber den Gatekeepern anordnen können und gleichzeitig deren Einhaltung überwachen. Dazu muss die Kommission zahlreiche zusätzliche Stellen mit spezifischer

Fachkompetenz schaffen. So übernimmt sie eine völlig neue Rolle als Regulierungsbehörde. Man darf gespannt sein, ob es ihr letztlich gelingt, den großen Techunternehmen auf Augenhöhe Paroli zu bieten.

Die neue Verordnung wird wohl 2023 in Kraft treten. Lassen sich denn alle Neuerungen unmittelbar umsetzen?

Das wird sich zeigen. Problematisch ist, dass viele technische Fragen nicht gelöst, sondern nur verschoben werden. Das Feintuning erfolgt über sogenannte delegierte Rechtsakte, die von der Kommission erst noch erlassen werden müssen. In der Praxis dauert das oft Jahre. Ein Beispiel: Bislang war die Deutsche Bahn nicht verpflichtet, anderen Diensten wie etwa Google Maps Echtzeitangaben ihrer Züge zur Verfügung zu stellen. Die EU-Richtlinie, die das regelt, ist zwar seit 2010 in Kraft, aber erst 2017 klärte die Kommission in einem delegierten Rechtsakt die Details. Und erst 2021 erhielten die Regelungen Eingang in das deutsche Personenbeförderungsgesetz. Nach wie vor ist jedoch unklar, ob die Deutsche Bahn Echtzeitangaben zur Verfügung stellen muss.

Interview: Michaela Hutterer

Dr. Heiko Richter ist wissenschaftlicher Referent für Digitalisierung und Wettbewerbsrecht am Max-Planck-Institut für Innovation und Wettbewerb.