

Briefing zum Digital Markets Act

Worum geht's?

Der [DMA](#) zielt auf die Schaffung eines wettbewerbsfähigen und fairen Marktes im Digitalsektor, innerhalb dessen auch kleinen und neuen Akteuren Wachstumschancen eröffnet werden und sich Unternehmen und Verbraucher nicht auf das Akzeptieren unfairer Bedingungen einlassen müssen, die von etablierten und marktmächtigen Anbietern diktiert werden. Der digitale Binnenmarkt in der EU soll frei, offen und fair bleiben. Um das zu gewährleisten, sollen bestimmte Anbieter mit großem wirtschaftlichem und daher auch gesellschaftlichem Einfluss, von denen daher systemische Risiken ausgehen, klaren und vor allem strengeren Regeln unterliegen als bislang. Dabei geht es sowohl um aktive Handlungspflichten als auch um Unterlassungspflichten für Gatekeeper-Plattformen.

Wer wird adressiert?

Der DMA adressiert hierzu zentrale Plattformdienste, die von Gatekeepern in der EU angeboten werden. Als ein solcher Gatekeeper ist ein Dienst dann zu qualifizieren, wenn er erheblichen Einfluss im Binnenmarkt hat, einen Dienst von zentraler Bedeutung für das Erreichen von Verbrauchern im Internet betreibt (also sozusagen als Gateway zwischen Geschäftskunden und Verbrauchern dient) und dabei eine gefestigte Stellung innehat (oder in absehbarer Zukunft innehaben wird). Dabei kann es um Suchmaschinen, soziale Netzwerke, Video-Sharing-Plattformen, Messaging-Dienste, Betriebssysteme, aber auch um ganz andere Online-Vermittlungsdienste gehen. Entscheidend ist hier die Position als Torwächter.

Dabei legt der DMA auch konkrete Schwellenwerte fest, die die Dimensionen verdeutlichen: Dienste die keinen Jahresumsatz von über 6.5 Mrd. € im Europäischen Wirtschaftsraum erzielen, unter 45 Millionen Endnutzern und 10.000 Geschäftsnutzern haben, und dies auch nicht über den Zeitraum der letzten drei Geschäftsjahre, müssen sich von den Regeln nicht angesprochen fühlen.

Welche Pflichten werden auferlegt?

Der DMA-Entwurf enthält einerseits aktive Handlungspflichten für die Gatekeeper und andererseits passive Unterlassungspflichten, die jeweils im täglichen Geschäftsbetrieb eingehalten werden müssen.

Abstand nehmen sollen die Gatekeeper insbesondere von der Zusammenführung von personenbezogenen Daten aus den zentralen Diensten mit Daten aus anderen Diensten sowie davon, ihre Geschäftskunden von Beschwerden bei Aufsichtsbehörden abzuhalten. Gatekeeper dürfen Nutzer nicht mehr daran hindern, vorinstallierte Software oder Apps zu deinstallieren oder auf Dienste zuzugreifen, die sie möglicherweise außerhalb der Gatekeeper-Plattform erworben haben. Gatekeeper dürfen die von ihren geschäftlichen Nutzern erhaltenen Daten nicht verwenden, um mit diesen geschäftlichen Nutzern zu konkurrieren. Sie sollen ebenfalls die Nutzung ihrer Dienste durch Endkunden und Geschäftskunden nicht von einer Registrierung bei einem anderen Gatekeeper-Dienst abhängig machen dürfen.

Auf der anderen Seite müssen sie Geschäftskunden erlauben, ihre Dienstleistungen und Produkte auch über dritte Vermittlungsdienste zu anderen Preisen anzubieten und ihre Angebote zu bewerben und Verträge mit ihren Kunden außerhalb der Plattform des Gatekeepers abzuschließen. Gatekeeper müssen den auf ihrer Plattform werbenden Unternehmen Zugang zu den Leistungsmessungswerkzeugen des Gatekeepers und zu den Informationen (bspw. zu Preisen) gewähren, die erforderlich sind, damit Advertiser und Publisher eine eigene, unabhängige Überprüfung ihrer beim Gatekeeper gehosteten Werbung vornehmen können. Dazu gehören auch Daten, die durch die Nutzung der Plattform durch den Geschäftskunden generiert werden.

Zudem soll es auch spezifische Situationen geben, in denen Gatekeeper Dritten erlauben müssen, mit den eigenen Diensten des Gatekeepers zu interagieren, also Interoperabilität zu gewährleisten.

Unterteilt sind die Pflichten dabei in die Kategorien „self-executing“ (Art. 5 DMA) und „susceptible to specification“ (Art. 6 DMA), was bedeutet, dass der Gatekeeper selbst evaluieren muss, wie er die Maßgaben für seine Dienste in angemessener Weise umsetzt.

Was droht bei Nichteinhaltung der Pflichten?

Kommt ein Gatekeeper seinen Pflichten nicht nach, dann drohen empfindliche Strafen in Höhe von bis zu 10 % des gesamten weltweiten Jahresumsatzes oder periodische Strafzahlungen von bis zu 5 % des gesamten weltweiten Jahresumsatzes. Verhängen kann diese Strafen nach dem DMA-Vorschlag die Europäische Kommission. Bei systematischen Verstößen kann die Kommission zudem Abhilfemaßnahmen verhängen, wozu auch die Verpflichtung eines Gatekeepers zur Entflechtung gehören kann.

Auch die private Durchsetzung dieser Pflichten der Gatekeeper soll möglich sein, wie die Kommission auch in ihren [Questions and Answers zum DMA](#) betont: Geschäftskunden und Endnutzer könnten so vor den nationalen Gerichten die Einhaltung der Regeln fordern.

Um die Effektivität und Nachhaltigkeit der neuen Regeln zu überwachen, wird die Kommission auch ermächtigt Marktuntersuchungen durchzuführen.

Wer soll von den DMA-Regeln profitieren?

Spiegelbildlich zu den Pflichten der Gatekeeper, soll nicht nur der Binnenmarkt von mehr Fairness und Interoperabilität profitieren, also insbesondere „schwächere“ Konkurrenten der Gatekeeper, sondern auch Geschäftskunden und Endnutzer (Verbraucher), die die jeweiligen zentralen Plattformdienste nutzen. Sie profitieren mittelbar von den gesteigerten Transparenz- und Sorgfaltspflichten, aber auch von klaren Regeln zu den Grenzen der Ausnutzung der Schlüsselposition von Gatekeepern.