

Der Mittelstandsverbund

EU-Gesetzgeber einigt sich auf Digital Markets Act

Dienstag, 05.04.2022

Mit der jetzt angenommenen EU-Verordnung Digital Markets Act gelten für große Plattformen zukünftig neue Spielregeln im Umgang mit den Plattform-Nutzern.

Seit mehreren Jahren arbeitet die EU-Kommission an der Verbesserung der Grundregeln, für die Nutzung von Internet-Plattformen. Betreiber müssen bereits Informationen beispielsweise zu verwendeten Algorithmen oder Regeln hinsichtlich der Platzierung eines Angebots bei einer Produktsuche herausgeben. Wie der Mittelstandsverbund berichtet, legt die neue EU-Verordnung nun klare Verhaltensregeln für große Plattform-Betreiber fest. Damit sollen Nutzer die Möglichkeit zu einem fairen Wettbewerb mit den Plattform-Betreibern haben.

Die Erfahrung der letzten Jahre habe gezeigt, dass große Plattformen neben der Bereitstellung einer digitalen Infrastruktur auch eigene Angebote in die Dienstleistung einflechten. Im Ergebnis waren damit die Nutzer nur im engen Rahmen in der Lage, ihre Angebote erfolgversprechend einzustellen. Die Entwicklung innovativer eigener Dienstleistungen auf Grundlage der Plattform-Infrastruktur seien hingegen nur in wenigen Fällen möglich gewesen.

Der Digital Marktes Act sollte diesen Zuständen Abhilfe verschaffen, so der Mittelstandsverbund: Die Bevorzugung eigener Angebote und Dienstleistungen sollte zukünftig ebenso verhindert werden wie sogenannte „Close-In-Effekte“, die auf der Ausschließlichkeit der verwendeten Dienstleistungen und digitalen Angebote beruhte.

Nach etwa einem Jahr fanden die EU-Gesetzgeber nun eine Einigung. Kernregelung ist dabei die Definition von sogenannten Gatekeepern. Dies sind Plattformen, die eine Dienstleistung in mindestens drei Mitgliedstaaten erbringen, einen Jahresumsatz von mindestens 7,5 Milliarden Euro in der EU oder einen Marktwert von mindestens 75 Milliarden Euro erzielen sowie mindestens 45 Millionen monatliche Endnutzer und mindestens 10.000 geschäftliche Nutzer in der EU haben.

Die darüber hinausgehende Definition von „aufstrebenden Gatekeepern“ ermögliche es der Kommission, sehr großen Plattformen, deren Wettbewerbsposition zwar erwiesen, aber noch nicht gefestigt ist, Verpflichtungen aufzuerlegen. Außerdem werde ein neues Marktuntersuchungsinstrument geschaffen, mit dem die Kommission künftige neue Gatekeeper ermitteln kann, schreibt der Spitzenverband der deutschen Wirtschaft. Zudem würde die Liste der Plattformdienste, die in den Anwendungsbereich fallen, erweitert und umfasst nunmehr auch Online-Vermittlungsdienste wie Marktplätze, App-Stores, Suchmaschinen, soziale Netzwerke, Cloud-Dienste, Werbedienste, Sprachassistenten und Webbrowser.

Auf die betroffenen Plattformen kommen eine Reihe von Verpflichtungen und Verboten zu. Für den Einzelhandel sind laut Mittelstandsverbund vor allem die folgenden relevant:

Die Verpflichtung, Verkäufern Zugang zu ihren Marketing- oder Werbeleistungsdaten auf der Plattform zu gewähren (besonders nützlich für KMU-Einzelhändler, die den Amazon-Marktplatz nutzen); die Verpflichtung, die Europäische Kommission über ihre Übernahmen und Fusionen zu informieren; das Verbot der Eigenwerbung für eigene Produkte oder Dienstleistungen; die Wiederverwendung von privaten

Daten, die während eines Plattformdienstes gesammelt wurden, für die Zwecke eines anderen Dienstes sowie das Verbot einiger unfairer Bedingungen für gewerbliche Nutzer.

„Insgesamt bleibt abzuwarten, ob und wie mittelständische Nutzer großer Plattformen die neuen Möglichkeiten nutzen werden. Gerade im Bereich des Marketings besteht nunmehr zumindest die Möglichkeit, kooperative Aktivitäten in Plattform-Angebote zu integrieren und damit die Reichweite von Verbundgruppen insgesamt zu erhöhen“, so der Verband.

EU-Gesetzgeber einigt sich auf Digital Markets Act