



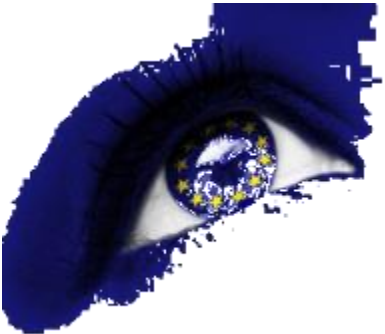
Vorgehen der EU gegen „Internetriesen“

Ein Überblick über den „Digital Services Act“ und den „Digital Markets Act“

Yvonne van Gemmern

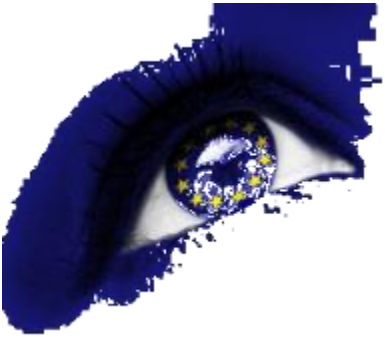
April

2021



Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	2
II. Zunehmender Einfluss von „Internetriesen“	3
III. Aktuelle Gesetzeslage	5
IV. Verordnungsentwürfe der Kommission	7
1. Zielsetzung.....	7
2. Inhalt.....	9
a) Der „Digital Services Act“	9
b) Der „Digital Markets Act“.....	14
3. Umsetzung.....	17
V. Fazit	18



I. Einleitung

Das Internet hat zu einer erheblichen Ausweitung digitaler Technologien geführt, die vielfältige Chancen bieten. Angesichts der Vielzahl neuer Leistungen und Produkte, die online zu finden sind, wird es für Verbraucher aber immer schwieriger, sich auf dem digitalen Markt zurechtzufinden. Hier kommen digitale Dienste wie Suchmaschinen, Marktplätze und Preisvergleichsplattformen ins Spiel. Als Informationsvermittler helfen sie bei der Anzeige und Auswahl geeigneter Handelspartner. Diese Dienste spielen mittlerweile eine zentrale Rolle mit Auswirkungen auf viele Aspekte unserer sozialen und wirtschaftlichen Interaktionen.¹

Der rasche Aufstieg von digitalen Diensten und insbesondere Plattformen im Internet, ist einer der entscheidenden Faktoren für die Entwicklung von den analogen hin zu den digitalen Märkten in den letzten Jahren. Diese Entwicklung wurde durch die Corona-Pandemie im Jahr 2020 weiter beschleunigt, welche die physische Welt stark benachteiligte und noch mehr Aktivitäten in den digitalen Bereich verlagerte.² Der Aufstieg digitaler Dienste birgt Chancen, aber auch Risiken. Zum einen eröffnen Dienste neue Vertriebskanäle, zum anderen stehen Betreiber der digitalen Dienste zwischen Anbietern und Kunden und kontrollieren als so genannte "Gatekeeper" den Marktzugang.³ Betreiber digitaler Dienste haben damit die Möglichkeit, Angebot und Nachfrage zu einem gewissen Grad zu beeinflussen. Verstärkt werden die sich daraus ergebenden Probleme durch stetig wachsende Datenmengen, unfaire Geschäftspraktiken verschiedener Plattformen und einem bislang unzureichenden EU-einheitlichen Rechtsschutz.⁴

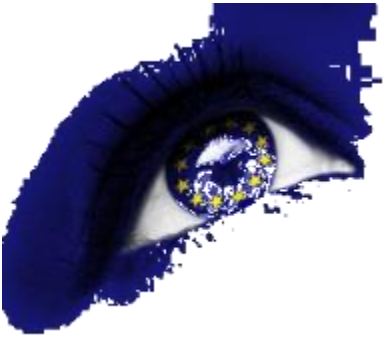
Die Europäische Kommission hat daher einen Entwurf erarbeitet, welcher einen Regelungsrahmen für Internetdienste schaffen will. Vorgestellt hat die Europäische Kommission diesen

¹ Guersent, The Commission's proposal for a Digital Markets Act, WuW 2021 S. 69 = WuW1355629.

² Guersent, The Commission's proposal for a Digital Markets Act, WuW 2021 S. 69 = WuW1355629.

³ Parker, Van Alstyne, Choudary, 2016, Platform Revolution; Engert, Digitale Plattformen, AcP 218 (2018), S. 307.

⁴ 46 Prozent der befragten Unternehmen klagten über Probleme im Umgang mit Onlineplattformen (Europäische Kommission 2018b, Commission Staff Working Document, Impact Assessment, SWD (2018) 138 final, Part 1/2).



am 15. Dezember 2020. Er besteht aus dem "Digital Services Act" (DSA)⁵ und dem "Digital Markets Act" (DMA)⁶. Beide Entwürfe enthalten Regeln für digitale Dienste wie soziale Medien, Online-Märkte und andere in der Europäischen Union tätige Online-Plattformen. Der Digital Services Act soll Risiken, die mit digitalen Diensten einhergehen minimieren und zugleich die Wirtschaft fördern, während der Digital Markets Act wettbewerbsrechtliche Probleme adressiert, die sich aus der Marktmacht von sehr großen Plattformen ergeben. Nach Angaben der Europäischen Kommission sollen die neuen Regelungen die Verbraucher und ihre Grundrechte im Internet besser schützen und zu einem gerechteren und offeneren digitalen Markt führen. Es geht es um klare, unionsweit geltende Regeln, die das Internet insgesamt sicherer machen sollen.

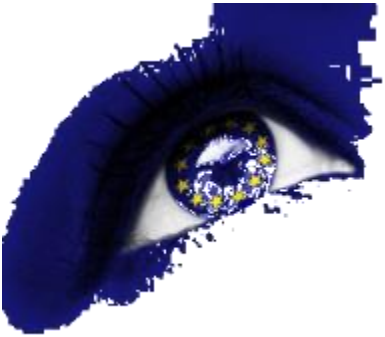
Nachfolgend soll ein Überblick über die von der Kommission vorgeschlagenen, neuen Regelungen gegeben werden. Dafür wird zunächst der zunehmende Einfluss von „Internetiesen“ thematisiert. Sodann wird die momentan geltende Gesetzeslage untersucht, um im nächsten Schritt die Verordnungsentwürfe der Kommission zu analysieren, deren Zielsetzung, Inhalt und deren Umsetzung. Eine Bewertung der vorgeschlagenen Regelungen findet in einem abschließenden Fazit statt.

II. Zunehmender Einfluss von „Internetiesen“

Digitale Dienste wie Facebook, Google und Amazon dominieren zunehmend den Markt. Das vorherrschende Geschäftsmodell sind dabei Plattformen. Dies liegt an verschiedenen Faktoren. Ein wesentlicher Faktor ist der Netzwerk-Effekt: Je mehr Kunden einen Online-Dienst nutzen, desto attraktiver wird dieser für Einzelhändler, die dort Waren anbieten oder Werbung platzieren möchten. Mit einem breiteren Angebot, gewinnt dann auch der Dienst an Attraktivität für Nutzer. Damit konzentriert sich schnell eine größere Nutzerzahl auf einige wenige

⁵ COM (2020) 825 final.

⁶ COM (2020) 842 final.



Dienste. Hinzu kommt, dass ein Dienst mit einer großen Anzahl von Benutzern auf einen besonders großen Datenpool zugreifen kann. Die Daten reichen von Transaktions- und Zahlungsdaten bis hin zu Adressdaten und Reputationsdaten für Kundenbewertungssysteme.⁷ Diese Daten geben nicht nur Auskunft über die Vorlieben einzelner Nutzer und deren Kaufverhalten, sondern dienen auch als Quelle für Produkt- und Prozessinnovationen für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Dies kann wiederum eine kontinuierliche Verbesserung des Empfehlungsalgorithmus erreichen, wodurch die Attraktivität der Plattform weiter erhöht wird – sie werden zu „Internetriesen“.⁸

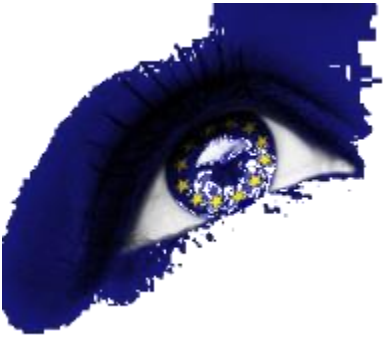
Die Marktmacht der digitalen Dienste und ihr zunehmender Einfluss birgt damit folgende Risiken: Die Organisation des Waren- und Dienstleistungsaustausches folgt nicht den Interessen der Benutzer, sondern den Interessen des Betreibers selbst. Dieses Risiko ist dann besonders hoch, wenn eine Plattform nicht nur als Marktorganisationsvermittler fungiert, sondern, wie am Beispiel von Amazon, auch als Anbieter selbst und damit mit den auf der Plattform tätigen Händlern direkt konkurriert.⁹

Die Konzentration auf einige wenige Plattformen, die dann exponentiell schnell wachsen und möglicherweise ihre eigenen Interessen verfolgen, sind aus Sicht der Europäischen Kommission Faktoren, die große Technologieunternehmen noch stärker wachsen lassen und den Markteintritt neuer Wettbewerber sowie die Innovation erschweren. Plattformen wird vorgeworfen, die Nutzung großer Datenmengen und die Verwendung leistungsfähiger Algorithmen zu nutzen, um in neue Märkte einzudringen, dies jedoch auf Kosten neuer Wettbewerber. Die Europäische Union ist seit Jahren misstrauisch gegenüber großen Plattformen. Dies äußert

⁷ Busch, Der Mittelstand der Plattformökonomie, WiSo Diskurs 08/2019, S. 7.

⁸ Busch, Der Mittelstand der Plattformökonomie, WiSo Diskurs 08/2019, S. 6; Jüngling, MMR 2020, 440, 442; Schomberg, Entwurf eines Digital Markets Act, ZD-Aktuell 2021, 05042.

⁹ Auf Amazon.de können Händler Produkte über den von Amazon Services Europe S.à r.l. betriebenen Amazon Marketplace anbieten. Amazon selbst vertreibt aber auch Produkte über die Plattform. Aus Verbrauchersicht ist diese Doppelrolle des Plattformbetreibers nicht auf den ersten Blick zu erkennen, da die Kombination aus Webshop und Onlinemarktplatz als einheitliche Website unter der Domain www.amazon.de erscheint.



sich in verschiedenen kartellrechtlichen Verfahren, in denen die Europäische Kommission teils hohe Geldbußen gegen digitale Dienste verhängt hat.¹⁰

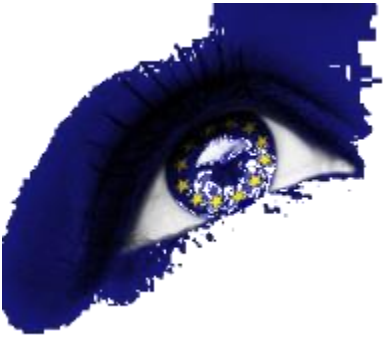
Die dänische Politikerin Margrethe Vestager kämpft seit vielen Jahren hart gegen die Vorherrschaft großer Internetunternehmen in Europa. Sie war zunächst EU-Kommissarin für Wettbewerb und ist nun Kommissions-Vizepräsidentin und Digitale Kommissarin. Frau Vestager entwickelte zusammen mit ihrem Kabinettskollegen Thierry Breton, dem EU-Kommissar für Binnenmärkte, ein ehrgeiziges Regelwerk, das unter anderem auf massive Eingriffe in die Tätigkeiten von Google, Apple, Facebook und Amazon abzielt. Damit hofft die Europäische Kommission, große Internetunternehmen strenger überwachen zu können. Im Vergleich zu kleineren Unternehmen sollen für diese strengere Regeln gelten. In vielen Ländern mangelt es an wirksamen Gesetzen und es gibt auch grundlegende Streitigkeiten darüber, welche Art von Regulierung für die digitale Wirtschaft funktionieren kann.

III. Aktuelle Gesetzeslage

Bisher haben viele verschiedene Gesetze digitale Dienste in der Europäischen Union erfasst. Im Mittelpunkt steht die vor zwei Jahrzehnten veröffentlichte E-Commerce-Richtlinie, die ein System für den Umgang mit illegalen Inhalten im Internet bietet, jedoch nur mit einem Minimum an Vorgaben.¹¹ Angesichts dieser Entwicklung reichten die bisherigen punktuellen

¹⁰ Beispielsweise leitete die Europäische Kommission im September 2018 Ermittlungen gegen Amazon wegen eines möglichen Missbrauchs einer marktbeherrschenden Stellung bei der Erhebung und Nutzung von Transaktionsdaten ein. Ein weiteres Beispiel liefert die Entscheidung der EU-Kommission im Fall „Google Shopping“. Dabei ging es um die Frage, ob der Suchmaschinenbetreiber Google bei der Anzeige von Suchergebnissen seinen konzerneigenen Preisvergleichsdienst Google Shopping gegenüber konkurrierenden Vergleichsportalen in unzulässiger Weise bevorzugt hat. Die EU-Kommission bejahte in ihrer Entscheidung von Juni 2017 den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung und verhängte ein Bußgeld in Höhe von 2,4 Milliarden Euro gegen Google. Ein weiteres Beispiel ist, dass im April 2019 der Betreiber des Vergleichsportals Idealo.de wegen des von der Kommission beanstandeten Wettbewerbsverstößes eine Schadensersatzklage gegen Google eingereicht hat.

¹¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/QANDA_20_2348 (zuletzt abgerufen am 26.04.2021); MMR-Aktuell 2020, 429857; MMR-Aktuell 2019, 413871.



rechtlichen Anpassungen nicht aus, um faire Marktbedingungen für Unternehmen, wie auch Schutz für Nutzer zu gewährleisten.

Neben einzelnen Regelungen war es national bisher vor allem das Kartellrecht, was zur Kontrolle von Plattformen zum Einsatz kam.¹² Die Instrumente des Kartellrechts alleine können aber nicht ausreichen, um faire Bedingungen im Umgang mit digitalen Diensten sicherzustellen. Die Aufsicht durch Kartellrecht gegen Missbrauch greift nämlich nur in Einzelfällen ein. Der Aufstieg der Markmacht digitaler Dienste betrifft jedoch nicht nur Einzelfälle, sondern eine ganze Reihe großer, stetig wachsender Dienste. Daher ist es wichtig, nicht nur nachträglich Einzelfall-Maßnahmen zu ergreifen, sondern im Voraus klare Regeln für die Dienste zu formulieren, damit sich die rechtlichen Rahmenbedingungen an die sich ändernde Marktstruktur anpassen können.¹³ Daher ist ein Rechtsrahmen, der auf nachträgliche Sanktionen in Einzelfällen zugeschnitten ist, als Regulierung für digitale Dienste nicht mehr zeitgemäß.

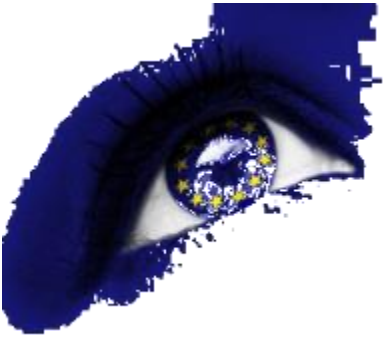
Grade in der letzten Zeit, wo Risiken in digitalen Märkten immer mehr zu Tage traten, wurde deutlich, dass stärkere Maßnahmen ergriffen werden sollten. Viele Prozesse im Internet konzentrieren sich auf einen einzigen Dienst wie Facebook, Amazon und Google, was nicht nur Wettbewerbsbedenken aufwirft, sondern auch die Ausübung von Grundrechten in der digitalen Technologie erschwert. Das Schlüsselwort hier ist beispielsweise die Meinungsfreiheit im politischen Prozess, welche durch falsche Nachrichten, Diskriminierung und Gewaltaufforderungen bedroht ist. Daher wurden die bestehenden Regelungen in den letzten Jahren bei verschiedenen Gelegenheiten verschärft und erweitert. Neben der verstärkten Haftung für Urheberrechtsverletzungen von Videoportalbetreibern wie YouTube durch die Urheberrechtsrichtlinie¹⁴, ist die "Platform-to-Business"-Verordnung in Kraft getreten, die darauf abzielt, die Fairness und Transparenz von Unternehmen zu verbessern.¹⁵

¹² Monopolkommission 2015, Sondergutachten S. 68, Wettbewerbspolitik, Herausforderung digitale Märkte.

¹³ Jüngling, MMR 2020, 440, 441; Mantz, Die Entwicklung des Internetrechts, NJW 2021, 516, 518.

¹⁴ Richtlinie (EU) 2019/790.

¹⁵ Verordnung (EU) 2019/1150, die ab dem 12. Juli 2020 anzuwenden ist.



Doch die punktuellen Anpassungen konnten nur ein erster Schritt auf dem Weg zu einem umfassenden Regulierungsrahmen für Internetdienste sein.¹⁶ Die einzelnen Regelungen sollen nun durch zwei Verordnungen definiert und eingerahmt werden.

IV. Verordnungsentwürfe der Kommission

1. Zielsetzung

Ziel der Entwürfe ist es, den digitalen Markt umfassender als je zuvor zu regulieren und zu organisieren. Hierfür musste die Europäische Union bereits bestehende zentrale Prinzipien aus der E-Commerce-Richtlinie fortentwickeln, die um neue Regeln für Intermediäre sowie ein neues Regulierungsregime für sehr große Online-Plattformen ergänzt werden. Dies soll der Digital Services Act sicherstellen. Besondere wettbewerbsrechtliche Regelungen für sehr große Plattformen soll dagegen der Digital Markets Act adressieren.¹⁷

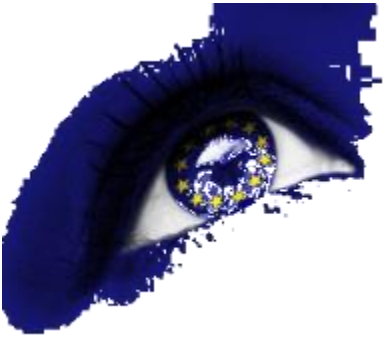
Nutzer sind online immer größeren Risiken ausgesetzt - von der Verbreitung illegaler Inhalte bis hin zu Einschränkungen bei der Meinungsäußerung.¹⁸ Der Digital Services Act stellt dabei vor allem die Risiken der Verbreitung illegaler Inhalte und Güter, die Einschränkung grundrechtlich gewährter Freiheiten sowie die koordinierte Manipulation von Online-Plattformen in den Fokus. Den Nutzern soll in solchen Fällen ein wirksames Rechtsmittel gegeben werden, um gegen solche Risiken vorgehen zu können.

Der Digital Markets Act hingegen richtet sich an sehr große Plattformen und die Risiken, die mit dieser Marktmacht einhergehen. Die in dem Vorschlag von der Kommission vorgesehenen Maßnahmen sollen diese Situation erheblich verbessern, indem sie einen modernen, zukunftssicheren Rechtsrahmen schaffen, der die Rechte und legitimen Interessen aller

¹⁶ Busch, Der Mittelstand der Plattformökonomie, *Wiso Diskurs* 08/2019, S. 5; *MMR-Aktuell* 2020, 429857.

¹⁷ Berberich/Seip, Der Entwurf des Digital Services Act, *GRUR-Prax* 2021, 4.

¹⁸ Philipp, Gesetz über digitale Dienste, *EuZW* 2020, 1004.



Beteiligten, vor allem die der Unionsbürger, wirksam schützt.¹⁹ Ein Ziel der Kommission ist es, bestimmte Praktiken von Plattformen im Voraus zu verbieten. Das Verbot soll sicherstellen, dass Suchmaschinenbetreiber, wie zum Beispiel Google, ihren eigenen Produkten keinen Wettbewerbsvorteil gegenüber der Konkurrenz verschaffen. Darüber hinaus sollen Plattformen mit Verkaufsfunktion, wie etwa Amazon, ihren Händlern, die dort aktiv sind, Zugang zu Daten gewähren, die durch die Nutzer anfallen, die auf die Angebote des Händlers zugreifen. Mit der Neuerung, nicht mehr nur im Nachhinein agieren zu können, sondern bereits von Vorneherein Regeln aufzustellen, an die sich die Akteure halten müssen, will die Kommission Plattformen von Beginn an klare Regelungen aufzeigen.²⁰

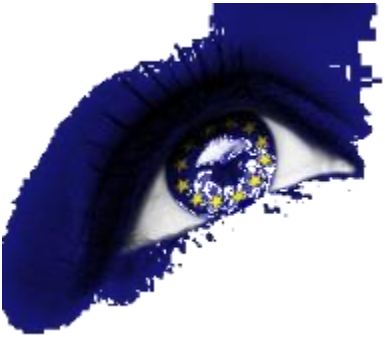
Die neuen Vorschriften sollen Innovation fördern, Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit gewährleisten und so den Eintritt von kleineren Unternehmen und Start-Ups in den Markt erleichtern. Die Verantwortlichkeiten von Nutzern, Plattformen und Behörden werden gemäß den europäischen Werten neu balanciert und stellen die Bürger in den Mittelpunkt. Die Regeln sollen die Verbraucher und ihre Grundrechte im Internet besser schützen, eine starke Transparenz und einen klaren Rahmen für die Rechenschaftspflicht von Online-Plattformen schaffen, um Risiken, die mit digitalen Diensten einhergehen, zu minimieren.²¹

Zwei weitere Faktoren haben den gesetzgeberischen Willen der Union gefördert: Einerseits sollen einheitliche nationale Vorschriften die Dezentralisierung des Rechtsraums verhindern. Denn wenn unterschiedliche nationale Vorschriften grenzüberschreitende Transaktionen verhindern, widerspricht dies diametral den Interessen der EU und des Binnenmarktes. Andererseits ist es das erklärte Ziel der EU, sich selbstbewusst gegen die „Internetriesen“ zu behaupten und die Verbraucher zu schützen.

¹⁹ https://ec.europa.eu/germany/news/20201215-reform-des-digitalen-raums_de (zuletzt abgerufen am 26.04.2021); MMR-Aktuell 2020, 429857.

²⁰ Becklink 2018364.

²¹ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_en#what-are-the-next-steps (zuletzt abgerufen am 26.04.2021); MMR-Aktuell 2020, 429857; Becklink 2018364.



2. Inhalt

Die Kommission stellte ein gemeinsames Regelwerk für die Pflichten von digitalen Diensten im gesamten Binnenmarkt vor, welches neue Möglichkeiten für die grenzüberschreitende Erbringung digitaler Dienstleistungen eröffnet und gleichzeitig ein hohes Schutzniveau für alle Nutzer gewährleisten soll. Dieses Regelwerk besteht aus dem „Digital Services Act“ und dem „Digital Markets Act“, deren wichtigste Regelungen im Folgenden vorgestellt werden.

a) Der „Digital Services Act“

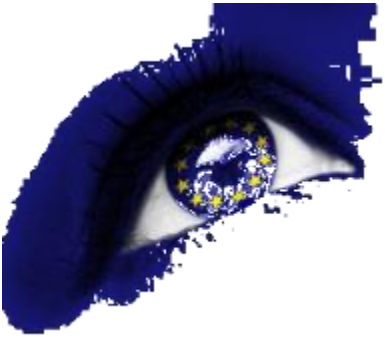
Die 74 Artikel des Entwurfs des Digital Services Act („Gesetz über digitale Dienste“) sehen umfangreiche Auflagen vor. Es werden verbindliche EU-weite Verpflichtungen aufgestellt, die dann für alle digitalen Dienste gelten. Verbraucher sollen geschützt und die Dienste zu einem umfassenden Schutz der Grundrechte der Nutzer im Internet verpflichtet werden.²²

Konkret wird der Digital Services Act neue, EU-weit harmonisierte Verpflichtungen für digitale Dienste einführen, die sorgfältig nach Größe und Wirkung dieser Dienste gestaffelt sind. Für alle Dienste gilt ein allgemeines Haftungsregime und allgemeine Transparenzvorgaben, für Host-Provider und Online-Plattformen sowie für sehr große systemrelevante Plattformen gelten besondere Bestimmungen. Gelten soll der Digital Services Act für Dienste der Informationsgesellschaft. Solche Dienste können beispielsweise WLAN-Netzwerke, Domain Name Services oder Top-Level-Domain-Registrare sein. Ebenso können Kommunikationsdienste wie Voice-over-IP und Messenger-Dienste solche Vermittlungsdienste darstellen.²³

Der Digital Services Act enthält zunächst Bestimmungen, wann Anbieter von der Haftung für die von ihnen übermittelten und gespeicherten Informationen Dritter befreit sind. Für einen

²² Becklink 2018364; https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2347 (zuletzt abgerufen am 26.04.2021); https://ec.europa.eu/germany/news/20201215-reform-des-digitalen-raums_de (zuletzt abgerufen am 26.04.2021).

²³ Lehmann/Kuß, Der Betrieb, Nr. 12, 605, 606.



Rechtsverstoß auf ihren Plattformen gilt nach wie vor, dass Anbieter für fremde Inhalte auf ihren Plattformen erst ab Kenntnis haften. Damit bleiben die bisherigen Haftungsregelungen der Art. 12 ff. E-Commerce-Richtlinie, die in §§ 8 ff. TMG²⁴ umgesetzt wurden, bestehen. Damit sind Intermediäre für fremde Inhalte grundsätzlich nicht verantwortlich, solange sie keine Kenntnis von illegalen Inhalten haben.²⁵

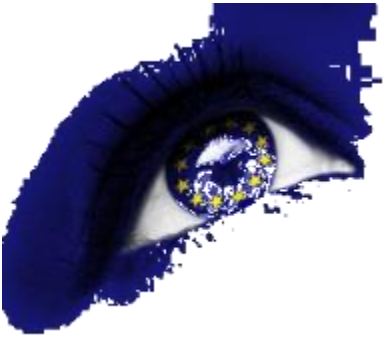
Hosting-Dienste haben darüber hinausgehende Pflichten. Hosting-Dienste stellen fremde Inhalte und Informationen auf ihren eigenen Webservern bereit. Wie bisher haften auch Host-Provider für rechtswidrige Inhalte nur, wenn sie Kenntnis von diesen erlangen und sie dann nicht unverzüglich entfernen oder sperren („Notice and take-down“).²⁶ Darüber hinaus sollen Hosting-Dienste aber verpflichtet werden, Mechanismen einzurichten, die es den Nutzern ermöglichen, das Vorhandensein mutmaßlich illegaler Inhalte zu melden (Artikel 14 DSA). Wenn ein solcher Anbieter beschließt, den Zugang zu bestimmten Informationen, die von einem Empfänger des Dienstes zur Verfügung gestellt wurden, zu entfernen oder zu sperren, ist er außerdem verpflichtet, diesem Empfänger eine Begründung zu geben (Artikel 15 DSA).

Eine große Erleichterung für den Nutzer wird es sein, dass Anbieter verpflichtet werden, in ihren Geschäftsbedingungen alle Beschränkungen darzulegen, die sie für die Nutzung ihrer Dienste dem Nutzer auferlegen können (Artikel 12 DSA). Wenn Anbieter Inhalte auf ihrer Seite sperren, sind diese angehalten, in Bezug auf die Entfernung und Sperrung von Informationen, die als illegale Inhalte oder als Verstoß gegen die Geschäftsbedingungen der Anbieter angesehen werden, zu berichten (Artikel 13 DSA). So können sich Nutzer gegen ungerechtfertigte Löschungen zu Wehr setzen. Für die Löschung von rechtswidrigen Inhalten („Take-down-Verfahren“) müssen die Plattformen ein Meldesystem etablieren. So soll es sowohl Bürgern, als auch Behörden erleichtert werden, illegale Inhalte zu melden (Art. 14 DSA). Illegale Inhalte können dabei ebenso Beiträge auf Facebook wie auch gefälschte Produkte auf Amazon sein.

²⁴ Telemediengesetz.

²⁵ Berberich/Seip, Der Entwurf des Digital Services Act, GRUR-Prax 2021, 4, 5; Lehmann/Kuß, Der Betrieb, Nr. 12, 605, 606.

²⁶ Berberich/Seip, Der Entwurf des Digital Services Act, GRUR-Prax 2021, 4, 5.



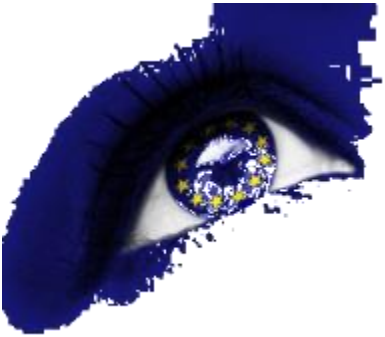
Es soll ein Meldekanal eingerichtet werden, welcher von Personen mit besonderen Kenntnissen betrieben wird ("Trusted Flaggers"). Meldungen dieses Kanals werden dann priorisiert bearbeitet. Jede Entscheidung zum Entfernen von Inhalten muss von den Plattformen zum Schutz der Meinungsfreiheit besonders begründet und bekannt gemacht werden. Zusätzlich zum Schutz der Nutzer sollen sich diese dann gegen eine Entscheidung zur Entfernung wehren können.²⁷

Eingeführt wird die Verpflichtung für digitale Dienste, eine zentrale Anlaufstelle einzurichten, welche die direkte Kommunikation mit den Behörden der Mitgliedstaaten, der Kommission und dem Ausschuss erleichtern soll. Zudem müssen Anbieter, die ihre Dienste in der Union anbieten (Artikel 10 DSA), einen rechtlichen Vertreter in der Union benennen, der dann für Verstöße auch selbst haftet (Artikel 11 DSA).²⁸ Bei allen Maßnahmen soll ein innovativer Kooperationsprozess zwischen den Behörden etabliert werden, um eine effektive Durchsetzung im gesamten Binnenmarkt für alle Anbieter, die in der EU tätig sind, zu gewährleisten.

Sodann werden die Sorgfaltspflichten für ein transparentes und sicheres Online-Umfeld in fünf verschiedenen Abschnitten dargelegt. So soll es in Zukunft weitreichende Transparenzmaßnahmen, vor allem in Bezug auf Online-Werbung und Algorithmen, die zur Empfehlung von Inhalten an Nutzer verwendet werden, geben. Der Nutzer soll wissen, welche Faktoren den auf den Nutzer individuell zugeschnittenen Empfehlungsalgorithmus bei Plattformen beeinflussen. Dies trifft insbesondere auf Werbung und soziale Netzwerke zu. So würden Nutzer von Plattformen zu jeder eingeblendeten Werbeanzeige Informationen darüber bekommen, warum sie diese Werbung sehen und wer sie geschaltet hat. Darüber hinaus soll der Nutzer diese Parameter in Zukunft selbst ändern können. Benutzer sollen dadurch in der Lage sein, Empfehlungen anderweitig zu priorisieren oder gänzlich auszublenden. Beispielsweise können dann Facebook und Twitter dem Nutzer ihr Newsfeed ungefiltert in chronologischer

²⁷ <https://www.heise.de/news/Wie-die-EU-Kommission-Facebook-Google-Co-baendigen-will-4997511.html> (zuletzt abgerufen am 26.04.2021).

²⁸ Berberich/Seip, Der Entwurf des Digital Services Act, GRUR-Prax 2021, 4, 5.



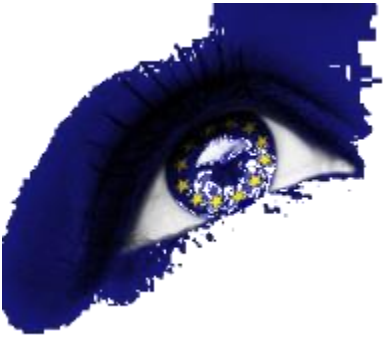
Reihenfolge anzeigen. Nutzer dürfen sich auch über die bereits genannten Meldewege zu potenziell illegalen Werbeanzeigen beschweren. So soll „Microtargeting“, also die datenbasierte Zielgruppenansprache, leichter erkennbar werden. Zusätzlich gilt eine Deklarationspflicht für Inhalte und gesponserte Produkte, was klar gegen das Geschäftsmodell von Influencern auf sozialen Medien gerichtet ist.²⁹

Der Digital Services Act sieht außerdem vor, dass Plattformbetreiber der Wissenschaft Schnittstellen zu ihren Datensammlungen zur Verfügung stellen müssen. Forscher sollen "systematische Risiken" untersuchen können, um die Verbreitung von illegalen Inhalten und falschen Informationen kontrollieren zu können. Allerdings sieht der Entwurf eine Ausnahme dort vor, wo Geschäftsgeheimnisse von Unternehmen betroffen sind.

Für sehr große Plattformen gibt es zusätzliche Verpflichtungen. Diese müssen risikobasierte Maßnahmen ergreifen, um den Missbrauch ihrer Systeme zu verhindern. Plattformen, die mehr als 10% der EU-Bevölkerung erreichen, gelten als systemrelevant und unterliegen nicht nur besonderen Verpflichtungen zur Kontrolle ihrer eigenen Risiken, sondern auch einer neuen Aufsichtsstruktur. Online-Plattformen werden dazu verpflichtet, ein internes System zur Bearbeitung von Beschwerden in Bezug auf Entscheidungen über mutmaßlich illegale Inhalte bereitzustellen (Artikel 17 DSA). Ferner soll sichergestellt werden, dass Meldungen, die von Stellen eingereicht werden, denen der Status eines vertrauenswürdigen Kennzeichners zuerkannt wurde, vorrangig behandelt werden (Artikel 19 DSA) und dass Online-Plattformen festgelegte Maßnahmen gegen Missbrauch zu ergreifen haben (Artikel 20 DSA).

Sobald auf Plattformen externe Händler tätig werden, sollen Plattformen Informationen über diese Händler speichern, um die Zuverlässigkeit dieser Gewerbetreibenden zu bewerten und diese Informationen zu veröffentlichen, wenn Verbraucher Fernabsatzverträge mit diesen Gewerbetreibenden abschließen (Artikel 22 DSA). Falls Informationen von Plattformen gelöscht

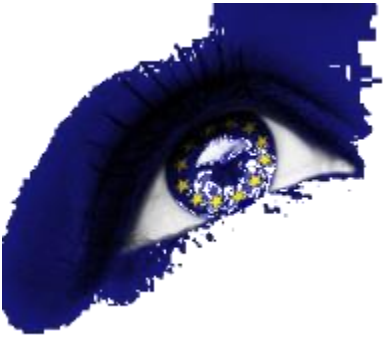
²⁹ <https://www.heise.de/news/Wie-die-EU-Kommission-Facebook-Google-Co-baendigen-will-4997511.html>
(zuletzt abgerufen am 26.04.2021).



oder gesperrt werden, welche Plattformen als unrechtmäßig einstufen, müssen die Plattformen Berichte über diese Sperrungen zur besseren Transparenz veröffentlichen (Artikel 23 DSA). Sehr große Plattformen werden darüber hinaus dazu verpflichtet, Risikobewertungen zu ihren eigenen Systemen einmal im Jahr vorzunehmen und „kluge, angemessene und wirksame Maßnahmen“ zu ergreifen, um diese Risiken zu mindern (Artikel 26, 27 DSA). Dies gilt beispielsweise für Inhaltsüberprüfungs- oder Empfehlungssysteme. Besonders wenn Plattformen Empfehlungssysteme verwenden (Artikel 29) oder Online-Werbung schalten (Artikel 30 DSA), müssen sie Risiken minimieren und solche Funktionen für den Nutzer transparent und einstellbar darstellen. So soll personalisierte Werbung minimiert werden und auch das Microtargeting erkannt und unterbunden werden. Um Risiken auch extern überprüfen zu können, müssen Anbieter der Kommission und geprüften Forschern Zugang zu den Daten gewähren (Artikel 31 DSA).

Dieser neue Rahmen für die Rechenschaftspflicht wird dadurch ergänzt, dass die Kommission bei der Beaufsichtigung sehr großer Plattformen mit neuen Sanktionsbefugnissen ausgestattet wird.³⁰ Es wurden umfangreiche Regelungen für die Beaufsichtigung, Untersuchung, Durchsetzung und Überwachung festgelegt. So sieht der Entwurf eine verstärkte Aufsicht für den Fall vor, dass Plattformen gegen die neuen Bestimmungen verstoßen (Artikel 50 DSA). Falls Verstöße durch die Plattform andauern, kann die Kommission Untersuchungen durchführen. Vorgesehen sind Auskunftersuche (Artikel 52 DSA), Befragungen (Artikel 53 DSA), Nachprüfungen vor Ort (Artikel 54 DSA) und Verpflichtungen zu verbindlichen Zusagen (Artikel 56 DSA). Als Sanktionen kann die Kommission Geldbußen (Artikel 59 DSA) und Zwangsgelder (Artikel 60 DSA) für Verstöße gegen die Verordnung durch sehr große Online-Plattformen sowie für die Erteilung falscher, unvollständiger oder irreführender Auskünfte im Rahmen der Untersuchung verhängen.

³⁰ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2347 (zuletzt abgerufen am 26.04.2021).



b) Der „Digital Markets Act“

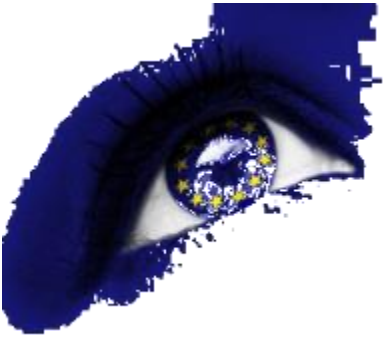
Der Digital Markets Act („Gesetz über digitale Märkte“) befasst sich mit den negativen Folgen, die sich aus bestimmten Verhaltensweisen von Plattformen ergeben. Während der Digital Services Act vor allem die digitalen Dienste sicherer machen und die Wirtschaft fördern soll, reguliert der Digital Markets Act „Gatekeeper“ und untersagt ihnen unangemessene Geschäftshandlungen. Bei „Gatekeepern“ handelt es sich um Plattformen, die aufgrund ihrer Größe einen erheblichen Einfluss auf den Binnenmarkt haben. Dies kann ihnen die Macht verleihen, als private Regelsetzer zu agieren und als Vermittler oder „Gatekeeper“ zwischen Unternehmen und Verbrauchern zu fungieren. Wenn solche eine Plattform unlautere Geschäftspraktiken anwendet, kann sie verhindern, dass wertvolle und innovative Dienste anderer Wettbewerber den Verbraucher erreichen. Durch diese ungleich verteilte Marktmacht zwischen kleinen und großen Plattformen, können „Gatekeeper“ Preise, Qualität, Wahlmöglichkeiten und Innovation nachteilig für Wettbewerber und Verbraucher beeinflussen.³¹ Beispiele für diese Praktiken sind die unlautere Nutzung von Daten von Unternehmen, die auf diesen Plattformen tätig sind oder Situationen, in denen Nutzer an einen bestimmten Dienst gebunden sind und nur begrenzte Möglichkeiten haben, zu einem anderen zu wechseln.³²

Der Digital Markets Act orientiert sich an bereits vorhandenen Vorschriften sowie an Erkenntnissen der EU-Beobachtungsstelle für die Online-Plattformwirtschaft und der bisherigen Erfahrung der Kommission im Umgang mit Online-Märkten durch die Durchsetzung von Wettbewerbs- und Kartellrecht. Insbesondere enthält der Digital Markets Act einheitliche Regeln, die unangemessene Verhaltensweisen von sehr großen Plattformen definieren und verbieten sowie einen Durchsetzungsmechanismus gegenüber diesen bieten. Der Digital Markets Act soll sicherstellen, dass sich Plattformen online fair verhalten.³³ Der gleiche Mechanismus soll

³¹ Lehmann/Kuß, Der Betrieb, Nr. 12, 605, 610.

³² Als Beispiel hierfür kann der Apple Store genannt werden. Nutzer mit Apple Produkten können Apps nur hierüber auf ihr Gerät laden und Anbieter müssen ihr Produkt über den Apple Store anbieten.

³³ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en (zuletzt abgerufen am 26.04.2021); MMR-Aktuell 2020, 429857.



sicherstellen, dass die in den Vorschriften festgelegten Verpflichtungen in der sich entwickelnden digitalen Realität auf dem neuesten Stand gehalten werden.³⁴

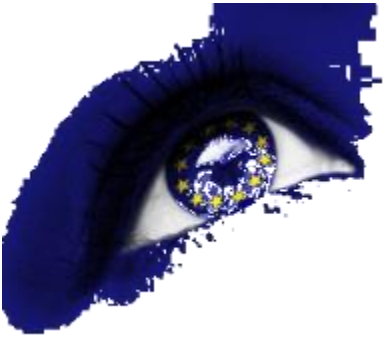
Der Entwurf legt eine Reihe eng definierter, objektiver Kriterien fest, um eine große Online-Plattform als „Gatekeeper“ zu qualifizieren. Damit bleibt der Entwurf gezielt auf das Problem ausgerichtet, das es in Bezug auf große, systemrelevante Online-Plattformen angehen will. Ein Unternehmen gilt nach dem Digital Markets Act dann als „Gatekeeper“, wenn es eine starke wirtschaftliche Stellung hat, erhebliche Auswirkungen auf den Binnenmarkt hat und in mehreren EU-Ländern tätig ist. Darüber hinaus muss es eine starke Vermittlerposition haben, was bedeutet, dass es eine große Nutzerbasis mit einer großen Anzahl von Unternehmen verbindet und eine gefestigte und dauerhafte Position auf dem Markt hat, oder im Begriff ist, diese zu erlangen.³⁵ Wer als „Gatekeeper“ zu qualifizieren ist, wird anhand von festgelegten, quantitativen Schwellenwerten bestimmt, welche im zweiten Kapitel des Entwurfes aufgeführt sind. Sobald ein Unternehmen die Schwellenwerte überschreitet, gilt eine Vermutung dafür, dass es ein „Gatekeeper“ ist. Diese Vermutung unterliegt der Gegendemonstration durch das Unternehmen. Darüber hinaus kann die Kommission auch nach einer Marktuntersuchung selbst Unternehmen als „Gatekeeper“ einzustufen (Artikel 3 DMA). Es werden Bedingungen festgelegt, unter denen die Benennung eines „Gatekeepers“ überprüft werden kann sowie eine Verpflichtung zur regelmäßigen Überprüfung einer solchen Benennung (Artikel 4 DMA).

Die neuen Regeln legen Verpflichtungen für „Gatekeeper“ fest, die sie in ihrem täglichen Betrieb einhalten müssen. Insbesondere gilt der Digital Markets Act deshalb für große Anbieter von wichtigen Plattformdiensten, wie etwa Suchmaschinen, soziale Netzwerke oder Vermittlungsdienste, da diese am anfälligsten für unlautere Praktiken sind.³⁶ Ein paar Praktiken sollen für sehr große Plattformen im Vorhinein verboten sein, wie etwa die Blockierung von Nutzern bei der Deinstallation von vorinstallierter Software oder Apps. Der Nutzer soll in Zukunft selbst

³⁴ Schomberg, Entwurf eines Digital Markets Act, ZD-Aktuell 2021, 05042.

³⁵ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_en (zuletzt abgerufen am 26.04.2021).

³⁶ Berberich/Seip, Der Entwurf des Digital Markets Act, GRUR-Prax 2021, 44, 45.



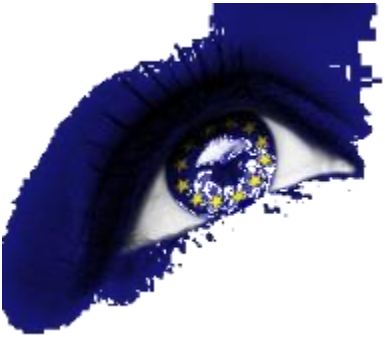
über Software und Apps auf seinem Endgerät entscheiden dürfen und nicht an den Hersteller gebunden sein müssen. Die Software Dritter muss dann ordnungsgemäß funktionieren und mit den Diensten der „Gatekeeper“ interagieren. So soll konkret ein iPhone-Besitzer nicht mehr nur Apps über den App-Store von Apple herunterladen müssen, sondern auch unabhängig bei anderen Herstellern.³⁷ Eine weitere Verpflichtung von „Gatekeepern“ wird es sein, alle Techniken zur Erstellung von Verbraucherprofilen, die er bei seinen Kernplattformdiensten oder in allen Bereichen anwendet, einer unabhängigen Prüfung zu unterziehen (Artikel 13 DMA). Es wird aber auch Ausnahmen geben, die bestimmen, unter welchen Umständen Verpflichtungen für einen Dienst ausgesetzt werden können (Artikel 8 DMA) oder eine Ausnahme aus Gründen des öffentlichen Interesses gewährt werden kann (Artikel 9 DMA).

Die Kommission soll die Einhaltung der Vorgaben kontrollieren können, indem sie das Recht hat, Informationen anzufordern (Artikel 19 DMA), Befragungen durchzuführen und Erklärungen entgegenzunehmen (Artikel 20 DMA) und Nachprüfungen vor Ort vorzunehmen (Artikel 21 DMA), einstweilige Maßnahmen zu erlassen (Artikel 22 DMA) und freiwillige Maßnahmen für die „Gatekeeper“ verbindlich zu machen (Artikel 23 DMA) sowie deren Einhaltung der Verordnung zu überwachen (Artikel 24 DMA). Diese Regelung soll der Kommission die Möglichkeit geben, Untersuchungen durchzuführen, um zu bewerten, ob neue Regeln hinzugefügt werden müssen, um sicherzustellen, dass die Verordnung mit dem schnellen Tempo der digitalen Märkte Schritt halten kann.³⁸

Sollte sich dabei herausstellen, dass Plattformbetreiber die Vorgaben nicht einhalten oder unrichtige und unvollständige Auskünfte erteilen, drohen ihnen Sanktionen. Sanktionen umfassen nach dem Verordnungsvorschlag Geldstrafen von bis zu zehn Prozent des weltweiten Umsatzes. Bei wiederholten Verstößen können diese Sanktionen auch die Verpflichtung beinhalten, strukturelle Maßnahmen zu ergreifen, die möglicherweise bis zur Veräußerung

³⁷ Berberich/Seip, Der Entwurf des Digital Markets Act, GRUR-Prax 2021, 44, 46.

³⁸ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2347 (zuletzt abgerufen am 26.04.2021); Schomberg, Entwurf eines Digital Markets Act, ZD-Aktuell 2021, 05042.



bestimmter Geschäftsbereiche reichen können, wenn keine andere ebenso wirksame Alternativmaßnahme zur Verfügung steht, um die Einhaltung der Vorschriften zu gewährleisten (Artikel 25, 26, 27 DMA).³⁹

3. Umsetzung

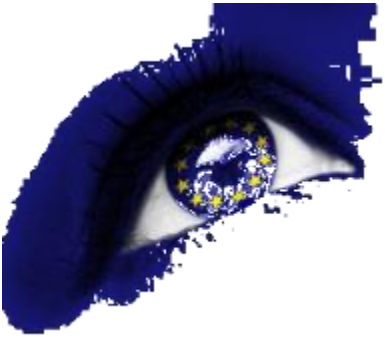
Seit langem wurde darüber spekuliert, wie die Entwürfe der Europäischen Kommission aussehen werden. Durch Vorlage der Entwürfe im Dezember 2020 ist dies nun klar, aber damit hat der Prozess gerade erst begonnen. Das Europäische Parlament und der Rat werden die Entwürfe eingehend prüfen, was voraussichtlich mindestens anderthalb bis zwei Jahre dauern wird. In der ersten oder zweiten Lesung nehmen der Rat und das Parlament die Vorschläge dann an. Dabei können inhaltliche Änderungen noch vorgenommen werden. Wird in der zweiten Lesung keine Einigung erzielt, wird ein Vermittlungsausschuss einberufen. Dann findet eine dritte Lesung vom Vermittlungsausschuss statt. Ist der Vorschlag dann für Rat und Parlament annehmbar, werden die Entwürfe erlassen. Nur wenn ein Vorschlag abgelehnt wird oder das Parlament und der Rat keinen Kompromiss erzielen können, endet das Verfahren und der Entwurf wird nicht erlassen.⁴⁰

Die Entwürfe sind als Verordnung verfasst nach Art. 288 AEUV⁴¹, damit gelten sie nach Inkrafttreten unmittelbar und verbindlich in jedem Mitgliedsstaat der Europäischen Union. Die Verordnungen über digitale Dienste werden im EU-Binnenmarkt gelten. Sie sind damit auch anwendbar auf digitale Dienste, die zwar außerhalb der Europäischen Union niedergelassen sind, aber im Binnenmarkt ihre Dienste anbieten. Die digitalen Dienste, die nicht in der EU niedergelassen sind, müssen einen gesetzlichen Vertreter benennen, der dann Verantwortlicher ist.

³⁹ Schomberg, Entwurf eines Digital Markets Act, ZD-Aktuell 2021, 05042.

⁴⁰ <https://www.consilium.europa.eu/de/council-eu/decision-making/ordinary-legislative-procedure/> (zuletzt abgerufen am 26.04.2021).

⁴¹ Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union.



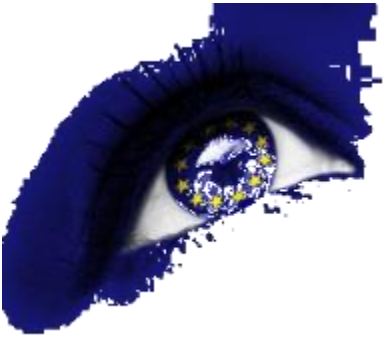
Profitieren werden alle Anbieter von einem einheitlichen Regelwerk in der Europäischen Union, welches Rechtsklarheit wie auch Rechtsicherheit bietet.⁴²

V. Fazit

Die Europäische Kommission hat mit den Verordnungsentwürfen für digitale Dienste Pläne vorgelegt, wie die übermäßige Marktmacht großer „Internetriesen“ gestoppt werden kann. Die meisten der vorgeschlagenen Regeln weisen in die richtige Richtung. Digitale Dienste spielen im täglichen Leben eine immer wichtigere Rolle. Die neuen Vorschriften können die Risiken verringern, denen die Nutzer online begegnen und vor allem sicherstellen, dass die Grundrechte besser geschützt werden. Dadurch wird eine sicherere Online-Umgebung für die Nutzer geschaffen, in der sie ihre Ideen frei äußern, miteinander kommunizieren und online einkaufen können.

Die bisher geltenden Haftungsregelungen für digitale Dienste lassen die Kommission unberührt. Dies ist auch begrüßenswert, da eine verstärkte Haftung für fremde Inhalte auch eine verstärkte Kontrolle der haftenden digitalen Dienste zur Folge hätte. Privaten Unternehmen sollte aber solche umfassende Kontrolle über fremde Inhalte nicht gegeben werden. In Zukunft werden digitale Dienste stattdessen in die Pflicht genommen, ihre gewerblichen Nutzer selbst genauer zu beobachten und verdächtige Händler zu sanktionieren, um Käufer vor illegalen Aktivitäten oder gefälschten Produkten zu schützen. Auch die Bürger selbst haben die Möglichkeit, illegale Inhalte oder Produkte zu melden auf die sie stoßen sowie eine Entscheidung der Dienste anzufechten, sollten Dienste Inhalte gelöscht haben, da die Dienste die Bürger über jede Entscheidung informieren und die Gründe für die Entscheidung und das Verfahren dafür erläutern müssen. Die Rechte und der Schutz der Nutzer sind damit in den Fokus gerückt worden.

⁴² https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/QANDA_20_2348 (zuletzt abgerufen am 26.04.2021).

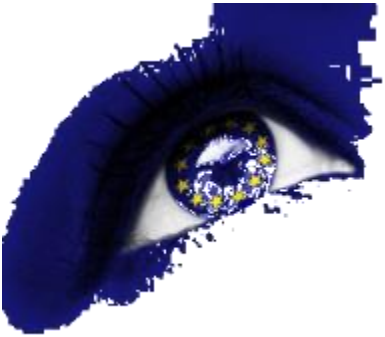


Darüber hinaus ist es begrüßenswert, dass die Kommission sehr großen Online-Plattformen mit mehr als 45 Millionen aktiven Nutzern erstmals eine Reihe spezifischer Rechenschaftspflichten auferlegt, da diese für Transaktionen und die Verbreitung von Informationen, Meinungen und Ideen von systematischer Bedeutung sind. Sie müssen die durch illegale Inhalte oder gefälschte Produkte verursachten Schäden minimieren, Zugang zu Daten ermöglichen und externe Prüfer müssen überprüfen können, ob sie den Regeln entsprechen. Hier wird auch der Nutzer in den Mittelpunkt gerückt. Er soll die von den Plattformen verwendeten Standards ändern und personalisierte Empfehlungen abstellen können. Dabei werden den Nutzern zur Durchsetzung ihrer Rechte verschiedene Instrumente an die Hand gegeben.⁴³

Die Verordnungsentwürfe wollen all dies verwirklichen, aber eine tatsächliche Umsetzung ist noch zweifelhaft. Denn ob die Verfahren, die den Bürgern an die Hand gegeben werden um ihre Rechte besser durchsetzen zu können, auch von diesen genutzt wird, muss sich erst noch zeigen. Auch hat der Erfolg, den der Nutzer dann durch Meldung von illegalen Inhalten erzielt, wesentlichen Einfluss darauf. Sollte das Verfahren zu lange dauern, verliert der Nutzer möglicherweise Vertrauen zu den ihm zustehenden Verfahren und Rechten. Wie die Nutzer von diesen Rechten erfahren sollen, ist in den Entwürfen nicht geregelt. Im Zweifel müssten die Unternehmen diesen informieren, was zu längeren Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Unternehmen führen würde. Ob die Nutzer sich diese durchlesen, ist zweifelhaft. Die tatsächliche Umsetzung hinsichtlich der Information und Kontrolle bezüglich Werbung könnte in der Hinsicht schwierig sein, als dass nicht alle digitalen Dienste Werbung selber schalten, sondern Werbeplätze nur vermarkten.⁴⁴ Wie weit dann die Ermittlungspflichten der digitalen Dienste gehen, damit diese Informationen zu den Parametern der geschalteten Werbung erhalten, ist unklar. An diesen Stellen kann gegebenenfalls nachgebessert werden.

⁴³ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/QANDA_20_2348 (zuletzt abgerufen am 26.04.2021).

⁴⁴ Lehmann/Kuß, Der Betrieb, Nr. 12, 605, 607.



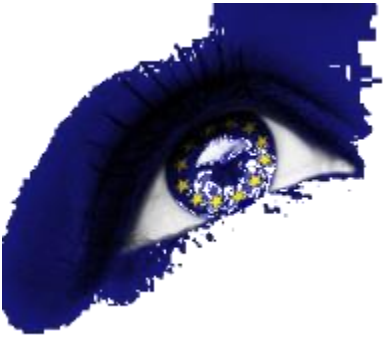
Digitale Unternehmen, die in Zukunft die Vorschriften befolgen müssen, zeigen sich jetzt schon wenig begeistert von den Entwürfen. Bei vielen Unternehmen ist die Nutzung von Daten ein großer Bestandteil von Betriebsabläufen und wird für Innovation und Entwicklung genutzt. Daher befürchten Unternehmen Wettbewerbsnachteile, wenn sie diese Daten nicht mehr im bisherigen Umfang nutzen können, beziehungsweise offenlegen müssten.⁴⁵ Es ist abzusehen, dass eine Offenlegungspflicht von solchen sensiblen Informationen für die Unternehmen zu Spannungen führen wird. Für Unternehmen muss zudem klar ersichtlich sein, inwieweit sie Anpassungen vornehmen müssen. Dazu zählen Allgemeine Geschäftsbedingungen sowie Melde- und Lösungsverfahren. Im Entwurf sind zwar illegale Inhalte angesprochen, ob dazu aber auch Fake-News oder Äußerungsrechte zählen, ist unklar.⁴⁶ Auch hier besteht Bedarf zur Klärstellung, ansonsten besteht die Gefahr, dass Unternehmen aus Unsicherheit zu viel Inhalt löschen („Overblocking“). Mehr Klarheit wäre daher im Entwurf wünschenswert, damit Unternehmen schnell und rechtssicher ihre Standards anpassen können.

Ein weiterer Kritikpunkt ist die Frage, wie weit die vorgeschlagenen Ausnahmeregeln gehen. Sollten diese zu weit gehen, wird kaum ein Unternehmen der Kommission ihre Datensammlungen vorlegen müssen, weil diese Bestandteil ihres Geschäftsgeheimnisses sind. Dass die Unternehmen diese Ausnahmen ausschöpfen wollen, um weiterhin ihren Wettbewerbsvorteil aus gesammelten Daten erhalten zu können, ist verständlich. Doch umgekehrt muss die Kommission ihre ambitionierten Pläne auch umsetzen können. Es bleibt also spannend, inwiefern die Verordnungsentwürfe noch angepasst werden und wenn sie in Kraft treten, wie die tatsächliche Umsetzung der Regelungen und deren Durchsetzung gelingt.

Eines zeigen die Verordnungsentwürfe der Kommission aber bereits sehr deutlich: Die EU ist bereit, stärker und selbstbewusster als zuvor die Online-Welt zu gestalten und eingehend in die bestehende Struktur einzugreifen. Zum jetzigen Zeitpunkt wäre der Entwurf geeignet,

⁴⁵ Becklink 2018164.

⁴⁶ Berberich/Seip, Der Entwurf des Digital Services Act, GRUR-Prax 2021, 4, 7; MMR-Aktuell 2020, 433999.



Blickpunkt Brüssel



einen einheitlicheren Rechtsrahmen unionsweit für digitale Dienste vorzugeben und so den Binnenmarkt zu stärken.