


Die Macht der digitalen Plattformen Was außerhalb des Internets verboten ist, sollte auch im Internet verboten sein

HG Unckell



November 2023 - 

Einstiegsfrage

?

Was gehört Ihrer Meinung nach verboten?

Übersicht

Ausgangspunkt - Was ist das Interesse beim Internet als Marktplatz?

- Internet als Raum der Meinungsbildung
- Internet als Raum für Handel
- Hintergrundinfos zu Marktwirtschaft
- Priorität der Monetarisierung braucht Grenzen

Reaktion der Politik

- Gesetz über digitale Dienste (DSA)
- Gesetz über digitale Märkte (DMA)
- Graphiken (© Europäische Union 2022)

Einige Problembereiche der Meinungsbildung

Menschen bilden sich oft eine Meinung in Gesprächen mit anderen. Dies geschieht in unterschiedlicher Weise auch im Internet.

Was ist da bei uns verboten:

- ▶ Wahlbeeinflussung und weitere Desinformationen mehr auf bdp.de (Bundeszentrale für politische Bildung) im Dossier ‚Digitale Desinformation‘
- ▶ Volksverhetzung
Vergehen gemäß § 130 Strafgesetzbuch (StGB). Geschützt sind u.a. Menschenwürde und öffentlicher Friede.

Monopole wie Wikipedia, oder Google-Suche könnten Meinungsvielfalt bedrohen.

Die Macht der digitalen Plattformen Was außerhalb des Internets verboten ist, sollte auch im Internet verboten sein

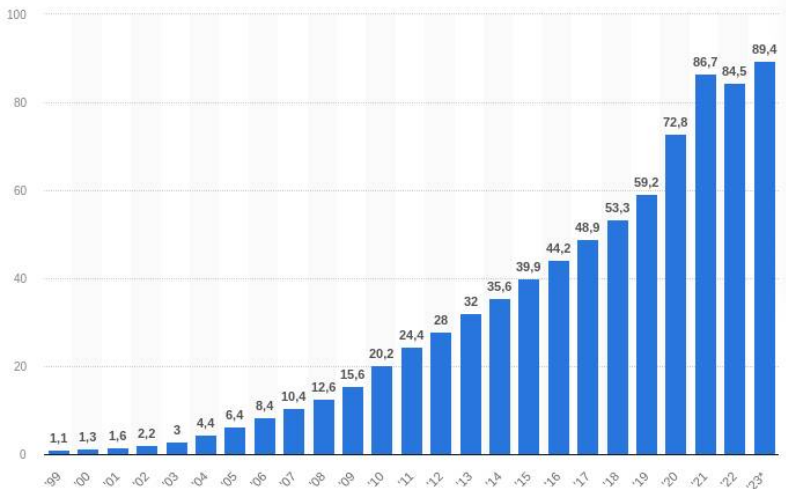
└ Ausgangspunkt - Was ist das Interesse beim Internet als Marktplatz?

└ Internet als Raum für Handel

Online-Handel Übersicht von de.statistika.com

Deutschland Mai 2023

Umsatz netto (ohne Umsatzsteuer)



Zitat aus der bpb (Bundeszentrale politische Bildung)

In der Zeitschrift *Aus Politik und Zeitgeschichte* finden sich Gedanken zum Kartellrecht in der Datenökonomie (07.06.2019). Der Juraprofessor aus Düsseldorf, Rupprecht Podszun, weist in diesem Artikel darauf hin: *Der Investor Peter Thiel hat als Philosophie des Silicon Valley ausgegeben: „Competition is for losers.“ Artikel im Wall Street Journal 12.9.2014. Dieser Satz markiert eine Abkehr vom Wettbewerbsprinzip als Treiber der Marktwirtschaft. Für die Operatoren von Plattformen und Ökosystemen geht es nicht mehr um das dynamische Ringen mit Wettbewerbern. Vielmehr wird der Wettbewerb an die Peripherie gedrängt.*

Es ist also ein hochpolitisches Themengebiet, das wir heute miteinander beackern werden.

Digitale Transformation betrifft ganz viele Bereiche.

Begriffsklärung (Wikipedia)

Was ist (freie) Marktwirtschaft?

- ▶ Die ökonomische Theorie versteht darunter ein selbstregulierendes und selbstoptimierendes System.
- ▶ mit Entscheidungs- & Handlungsfreiheit der Subjekte.

Reale Märkte weichen allerdings teils erheblich von dieser idealisierten Modellvorstellung ab.

Die Politik versucht mit Regelungen manchen unerwünschten Entwicklungen zu begegnen u.a. (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen).

Netzwerkeffekte

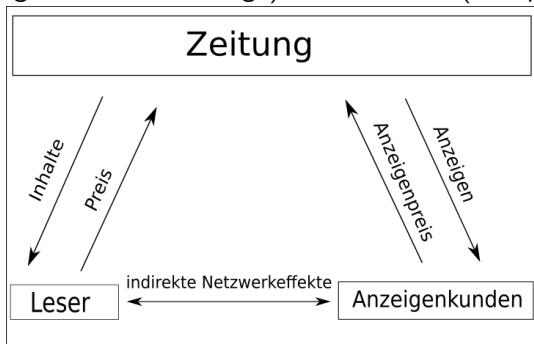
Direkter Netzwerkeffekt: Je mehr Nutzende in einem Netzwerk auf einer Marktseite vorhanden sind, umso nützlicher empfindet jeder einzelne dieser Marktseite dieses Netzwerk. Z.B. Telefonnetz

Indirekte Netzwerkeffekte zeigen sich, wenn der Nutzen durch das ganze System entsteht, nicht durch ein einzelnes Gut oder einzelne Komponenten des Netzwerks. Dadurch sehr viel komplexeres Verhalten!

Der PC oder das Smartphone sind dafür gute Beispiele. Betriebssystem, Hardware und Apps sind ein Netzwerk, das sich gegenseitig beeinflusst. Stichwort: Killerapp

Zweiseitige Märkte

Ein zweiseitiger Markt hat indirekte Netzwerkeffekte auf beiden Seiten (Angebot und Nachfrage). (Wikipediabeispiel:)



Diese beziehen sich auf die jeweils andere Marktseite, d. h., dass indirekte Netzwerkeffekte einen Einfluss auf die Nachfrage am jeweils anderen Markt nehmen.

Monopolbildung

Märkte mit starken positiven Netzwerk- und Feedback-Effekten neigen zu Monopolen (Winner takes all). Mehr dazu auf Wikipedia. Diese Monopole zeigen sich z.B.

- ▶ im Umfeld der Betriebssysteme für PCs: Microsoft
- ▶ Bei Messengern: Whatsapp
- ▶ Bei Suchmaschinen im Internet: Google
- ▶ Bei Online-Marktplätzen im Internet: Amazon

Der Wettbewerb in Netzeffektmärkten besitzt ist pfadabhängig, d.h. er wird von vorangegangenen Entscheidungen der Produzenten und Konsumenten stark beeinflusst.

Versuchung der Intermediäre

Diese Pfadabhängigkeit führt bei einer Priorität von Monetarisierung zu einer problematischen Entwicklung bei Online-Vermittlern, eines zweiseitigen Marktes.

Das Internet - Kunstwort **Enshittification** beschreibt einen häufiger beobachtbaren Lebenszyklus von Plattformen, die Profit über Erfahrungen ihrer Nutzenden stellen und so ihre ursprüngliche Attraktivität verlieren - durch Lock-in Effekte gleichzeitig die Nutzenden halten können.

Regulation und insbesondere Föderation sind wirksame Gegenmaßnahmen der Politik.

Lock-in Effekt

- ▶ Unter diesem Effekt (englisch lock in, „einschließen“ oder „einsperren“) versteht die Wirtschaftswissenschaft (insbesondere das Marketing) die enge Bindung an Produkte/Dienstleistungen oder Anbieter, die es Kunden wegen der Wechselkosten und sonstiger Wechselbarrieren erschwert, Produkt oder Anbieter zu wechseln.
- ▶ Es ist ein „Gefangen-Seins“ von Nutzenden in einem System in Form eines Standards oder einer Technologie.
- ▶ Der Lock-in-Effekt ermöglicht Anbietern eine Kundenbindung und lässt sie gleichzeitig an ihnen verdienen.

Plattformentwicklung am Beispiel Amazon

- ▶ Amazon startet mit günstigen Waren und subventioniertem Vertrieb – hilfreiche Online Informationen.
- ▶ Kunden kommen (Auswirkungen auf die bisherigen Händler)
Amazon-Prime verstärkt den Lockin-Effekt, spürbar auch durch ein Rechtemanagementsystem für Waren wie E-Books.
- ▶ Für Händler ist die große Reichweite von Amazon attraktiv.
Zu Beginn sind nur niedrige Kommissionsbeträge fällig.
- ▶ Dass Kunden online nun meist auf Amazon suchen, zwingt Händler quasi, die Plattform zu nutzen. Lt. Wikipediaartikel gehen bis zu 45% des Verkaufspreises an Amazon.

Die Plattform als weltweiter Monopolist braucht Regulierung ist kein „rechtsfreier Raum“. (Beitrag in SWR2-Wissen)



Eckdaten von DSA und DMA

Das Gesetz über digitale Dienste (DSA) möchte ein sichereres Online-Umfeld für Nutzende digitaler Dienste und Unternehmen schaffen und die Grundrechte im digitalen Raum schützen. Es wurde am 4.10.2022 angenommen und gilt ab dem 17. 02.2024.

Das Gesetz über digitale Märkte (DMA) ist eine Verordnung (ab 1. November 2022 in Kraft) der Europäischen Union, die Teil eines Regelungspakets ist, welches sicherstellen soll, dass digitale Märkte, auf denen „Gatekeeper“ tätig sind, bestreitbar sind und bleiben, also dass andere Marktteilnehmer Wettbewerbsdruck auf diese Gatekeeper ausüben können und Fairness und gleiche Wettbewerbsbedingungen für die Akteure auf den digitalen Märkten in der EU gewährleistet werden. (Wikipedia)

Regelung für digitale Dienste

Digitale Plattformen müssen Nutzende besser schützen und ihre Transparenz zu erhöhen. D.h.

- ▶ Schutz vor gefährlichen Produkten und illegalen Inhalten
- ▶ Kampf gegen Cybermobbing
- ▶ Beschränkung gezielter Werbung
- ▶ Moderation von Inhalten besser verstehen und Entscheidungen anfechten
- ▶ Verständlichere allgemeine Geschäftsbedingungen

Weitere Regelungen für die Großen

Sehr große Online-Plattformen und Suchmaschinen, von denen die größte Gefahr ausgeht, müssen von nun an strengere Auflagen erfüllen, die die Kommission durchsetzt.

- Systemrisiken eindämmen: Verbreitung illegaler Inhalte und nachteilige Auswirkungen auf die Grundrechte, Wahlprozesse, geschlechtsspezifische Gewalt oder psychische Gesundheit.
- sich von unabhängiger Seite prüfen lassen.
- dafür sorgen, dass Nutzende Empfehlungen ablehnen können, die auf erstellten Profilen beruhen.
- Behörden und zugelassenen Forschenden Zugang zu ihren Daten und Algorithmen gewähren.

Quantitative Hauptkriterien:

Ein Unternehmen ist ein Torwächter im Sinne des DMA:

1. es erzielt einen bestimmten Jahresumsatz im Europäischen Wirtschaftsraum und erbringt in mindestens drei EU-Mitgliedstaaten einen zentralen Plattformdienst,
2. es betreibt einen zentralen Plattformdienst mit monatlich mehr als 45 Millionen aktiven Endnutzern, die in der EU niedergelassen sind oder sich dort aufhalten, und mit jährlich mehr als 10 000 aktiven gewerblichen Nutzern mit Niederlassung in der EU und
3. es hat das zweite Kriterium in den drei vorhergehenden Geschäftsjahren erfüllt.

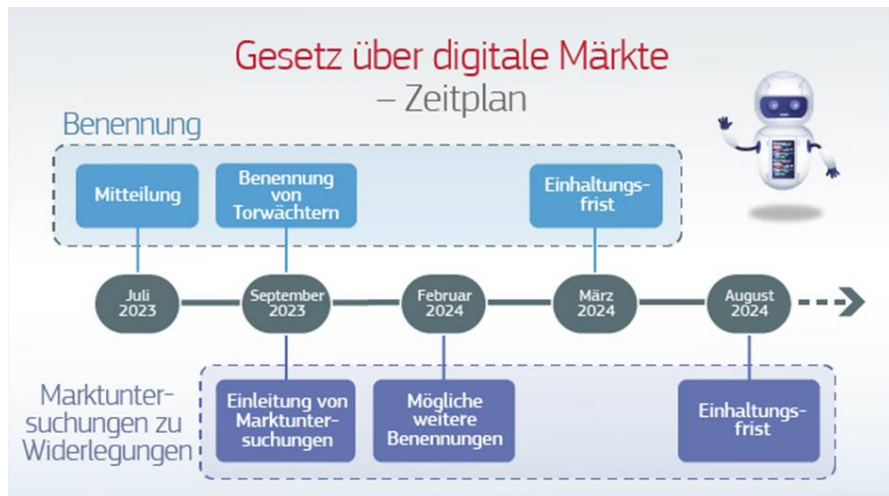
Was ist ein zentraler Plattformdienst?

Zentrale Plattformdienste sind Dienste in der digitalen Wirtschaft, die bestimmte Merkmale aufweisen und bei denen die festgestellten Mängel ohne regulatorischen Eingriff tatsächlich nicht behoben würden. Konkret:

Online-Vermittlungsdienste, Online-Suchmaschinen, Online-Dienste sozialer Netzwerke, Video-Sharing-Plattform-Dienste, nummernunabhängige interpersonelle Kommunikationsdienste, Betriebssysteme, Cloud-Computing-Dienste, Werbedienste, Webbrowser, virtuelle Assistenten.

Mehr dazu auf der Frage und Antwort-Seite zu diesem Gesetz.

Zeitplan DMA - Graphik



Aktueller Stand (6. Sept) für Plattformdienste



Torwächter nach Unternehmen sortiert

Die aktuelle Liste findet sich hier im Internet.

Es sind folgende Firmen:

Alphabet mit den Diensten: Google Play, Maps, Shopping, Search, Chrome sowie YouTube, Android, Werbeplattform

Amazon mit den Diensten: Werbeplattform und Marktplatz

Apple mit den Diensten: AppStore, iOS, Safari

ByteDance mit den Diensten: TikTok

Meta mit den Diensten: Facebook, Instagram, Whatsapp, Facebook Marktplatz, Werbeplattform

Microsoft mit den Diensten: Windows PC OS, LinkedIn

Aktuelle Klärungsprozesse

Apple wehrt sich gegen die Einstufung von Safari, indem es den Browser für jedes Betriebssystem getrennt betrachtet haben will.
4 Marktuntersuchungen prüfen die eingereichten Mitteilungen von Microsoft und Apple, einige ihrer zentralen Plattformdienste nicht als Torwächter anzusehen, obwohl sie die Schwellenwerte erreichen:

Microsoft: Bing, Edge und Microsoft Advertising

Apple: iMessage

Marktuntersuchung zu Apples iPadOS

Keine Torwächter für die jeweiligen zentralen Plattformdienste sind: Gmail, Outlook.com und Samsung Internet Browser

Transparenzberichte - alle 6 Monate

Transparenzberichte müssen mehrere Bereiche abdecken

- Moderation von Inhalten
- Anzahl der Meldungen, die sie von Nutzern erhalten (und Anzahl der sogenannten trusted flaggers, sobald sie eingerichtet sind)
- Zahl der auf eigene Initiative der Plattform entfernten Inhalte,
- Zahl der Anordnungen, die sie von allen zuständigen nationalen Justiz- oder Verwaltungsbehörden erhalten,
- Genauigkeit und Fehlerrate ihrer automatisierten Systeme zur Moderation von Inhalten.

Dazu kommen noch Informationen über Teams zur Moderation von Inhalten, einschließlich ihrer Qualifikationen und ihres sprachlichen Fachwissens.

Zugang zu den Berichten z.B. über die Webseite der Vertretung der Europäischen Kommission in Deutschland

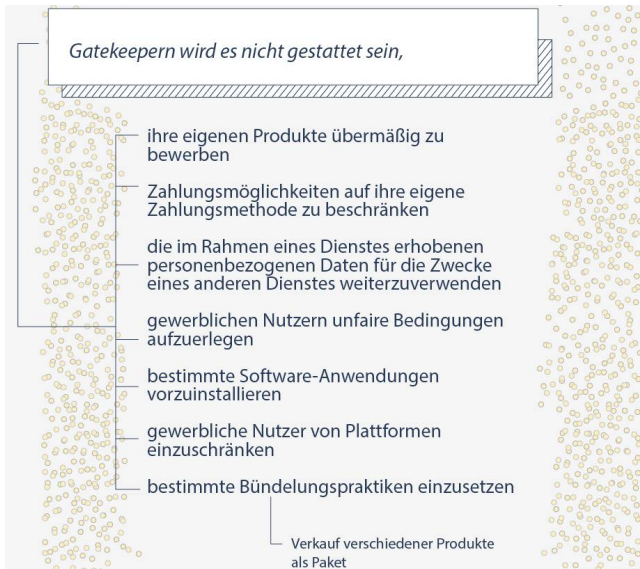
Gatekeeper sind digitale Plattformen

1. mit über
45 Millionen
aktiven
Endnutzern im
Monat



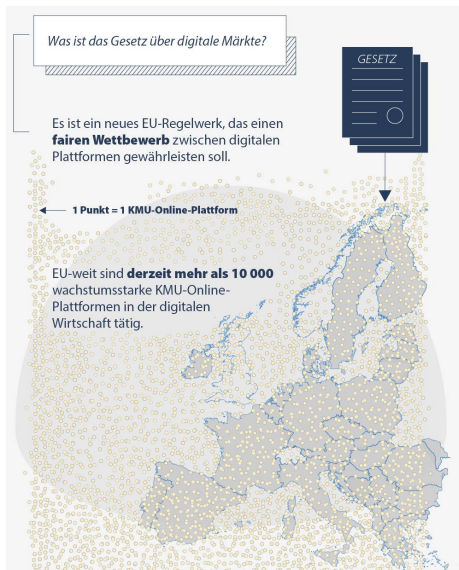
2. mit einem
Umsatz von
mindestens **7,5
Milliarden €** in
den letzten drei
Geschäftsjahren





Unternehmen, die den neuen Verpflichtungen nicht nachkommen, riskieren Geldbußen von bis zu 10 % – oder im Falle von wiederholten Verstößen bis zu 20 % – ihres weltweiten Umsatzes.





KMU =
kleine
und
mittlere
Unternehmen

Die Umsetzung des Gesetzes über digitale Märkte wird

für einen faireren Wettbewerb
zwischen Digitalunternehmen
sorgen

mehr Innovation
bewirken

den Verbraucherschutz gewährleisten

Fazit

DMA steht für einen globalen Trend, bei dem Regierungen versuchen, Technologiegiganten zu regulieren.

Es braucht ein Gleichgewicht zwischen der Nutzung digitaler Technologien wie Plattformen und digitalen Ökosystemen und dem Wettbewerb, der Innovation oder Verbraucherrechten.

Die EU hat aktuell bei der Schaffung einer neuen Ordnung in der digitalen Welt eine Vorreiterrolle. Wie bei jeder bedeutenden Regulierungsmaßnahme liegt der wahre Test des DMA in seiner Umsetzung. Fördert das DMA mehr Innovation, einen faireren Wettbewerb und schützt es Endnutzende, wird es ein bahnbrechendes Modell für die Regulierung der Plattformen. Wir müssen uns als Gesellschaft immer wieder fragen, wie viel Macht wir Unternehmen geben wollen.