



## Medieninformation

### Empfiehl sich eine stärkere Regulierung von Online-Plattformen und anderen Digitalunternehmen?

#### Abteilung Wirtschaftsrecht: Aus den Diskussionen am Donnerstag

*Die Diskussionen vom 22.09.2022 setzen die Diskussionen vom Vortag fort. Die Medieninformation zu diesen finden Sie [hier](#).*

**Bonn, 22.09.2022** – Vor dem Beginn der Diskussion beschreibt Gutachter Prof. Dr. Rupprecht Podszun einleitend das Erfolgskonzept von Plattformen wie Lieferando. Von der angebotenen Leistungsvermittlung würden alle Seiten profitieren. „Dies funktioniert vor allem durch Netzwerkeffekte“. Dass dabei Monopolstellungen entstünden, sei „kein Zufall, sondern in den Geschäftsmodellen angelegt“. Gerade mit Blick auf das Silicon Valley zeige sich das Motto „Competition is for losers“. Aus wettbewerbsrechtlicher Sicht sei daher die Maßgabe: „Wenn Macht entsteht, braucht Macht Kontrolle.“

Die klassischen wettbewerbsrechtlichen Mechanismen, nämlich die Erzielung von Wettbewerb und Transparenz, seien offensichtlich fehlgeschlagen. „Der information overkill ist zu weit vorangeschritten.“ Daher müssten Ge- und Verbote eingeführt werden, insbesondere um Informationsasymmetrien zwischen Plattformbetreibern und Plattformnutzern zu beseitigen und freie Auswahlentscheidungen zu gewährleisten. Man habe zwar den Digital Markets Act sowie § 19a GWB eingeführt, jedoch sei fraglich und abzuwarten, ob dessen Regulierungsansätze hart durchgesetzt würden. Insgesamt habe man es bislang nicht geschafft, wettbewerbliche Märkte zu schaffen. Angesichts der sich aktuell vollziehenden Transformation bzw. gar Revolution müssten wir uns fragen: „Welche

**Verantwortlich: Die Presseleitung**  
Direktor des AG Dr. Georg Gebhardt, Hameln  
Richter am LG Dr. Christopher Sachse, LL.M., Hamburg  
Ltd. Regierungsdirektor Torben Wiegand, Hamburg



Wirtschaft wollen wir?“ Bei der Beantwortung dieser Frage wünscht Podszun mehr Mut.

Zu Beginn der Diskussion weist Prof. Carsten Schäfer auf die von Schweitzer beschriebenen Grenzen des Fairnessprinzips hin und betont seine ausschließliche Anwendung auf marktmächtige Plattformen. Rechtsanwalt Prof. Dr. Jochen Vetter stellt sich an dieser Stelle die Frage, ob der Zeitpunkt der Regulierung nicht schon früher gewählt werden sollte, um marktmächtige Plattformen von vorneherein zu verhindern.

Von einer „toxischen Globalüberwachung des Internets“ spricht Dr. Carsten Hayungs und trifft damit einen Kernpunkt der Diskussion: Die Frage nach dem Verbot von personalisierter Werbung, welches auch nachträglich in These 13 als Beschlussvorschlag aufgenommen wird. Besonders kritisch sieht Hayungs, dass die bisher geltenden Regelungen zur vorherigen Einwilligung und Transparenz nicht ausreichend funktionierten und deshalb nur ein Verbot wirksam sei. Auch der Gutachter bestärkt diese Ansicht. „Es gibt keinen Anspruch darauf, dass ein problematisches und rechtswidriges Geschäftsmodell weiterlebt.“ Rebekka Weiß, LL.M., widerspricht dieser Ansicht: „Content kostet“. Deshalb müsse das Ausmaß an Tracking zwar diskutiert werden. Ein vorschnelles, nicht durchdachtes Komplettverbot hält sie aber nicht für richtig. Es gebe ohnehin bereits diesbezügliche Regulierungen in der DSGVO. Schweitzer sieht das Problem auch eher in der Profilbildung, die hinter der personalisierten Werbung stehe.

Rechtsanwältin Dr. Ines Bodenstein konzentriert sich auf die Verbesserung der Rechtsdurchsetzung. Hierfür brauche man neben den europäischen auch die nationalen Behörden. Diese hätten die Ressourcen, die Agilität sowie Nähe zu den nationalen Märkten. Diese parallele Rechtsdurchsetzung müsse einem europäischen Gedanken folgen und eng koordiniert werden. Insgesamt sollten Verfahren einheitlich und fokussiert ablaufen und nicht durch Probleme wie Sachverständigenwechsel verlangsamt werden. Man solle zudem stärker in den Dialog



mit Unternehmen treten, um „schnelle Abstellungsverfügungen statt Bußgeldverfahren“ zu erreichen.

Ihr Kanzleikollege Dr. Ingo Brinker, LL.M., pflichtet Bodenstein bei und sieht mit Blick auf die Durchsetzung des Digital Markets Acts, der immerhin 15–25 potentielle Adressaten habe, die drohende Gefahr der Überforderung der zuständigen Beamten. „Man braucht schon ein bisschen Optimismus, um zu glauben, dass der DMA als sich selbst vollziehender Rechtsakt schnelle Ergebnisse erzielen wird.“ Hier sollten die Kartellrechtsbehörden in Zukunft zur Unterstützung eingebunden werden.

Podszun ist der Meinung, dass man neben der Einbindung nationaler Behörden bei der Rechtsdurchsetzung auf die private Rechtsdurchsetzung setzen sollte, die EU-weit möglichst einheitlich geregelt werden sollte. Auch BGH-Richter Dr. Martin Kessen betont: „Wenn wir Europäisches Recht anwenden, müssen wir dies einheitlich tun, und hierfür fehlt eine europäische Öffentlichkeit.“ Es müsse mehr Rechtsvergleichung betrieben werden.

Referent Prof. Dr. Konrad Ost, LL.M., merkt an, dass im deutschen Kartellrecht „der mutige Schritt“ gegangen wurde, hinsichtlich der Verfahren zu § 19a GWB die Überbrückungsinstanz zwischen Bundeskartellamt und dem BGH zu streichen. „In der schnelllebigen Internetwelt muss man auch solche Schritte bedenken.“

Bezüglich der Gatekeeperstellung einiger Plattformen stellt Schweitzer die Frage, „welchen Wettbewerb wir wollen?“. Einerseits solle dieser geschützt werden, andererseits aber auch das öffentliche Interesse. Eine Monopolfahr bestehe ohnehin nicht bei allen Plattformen. Sie nennt als Beispiel die verschiedenen Dating-Plattformen. Rechtsanwalt Brinker betont, alle Plattformen würden zunächst als Start-up starten und es müsse mutigen Unternehmern stets möglich bleiben, als Visionäre Innovationen hervorzubringen.



Rechtsanwalt Dr. Peter Hemeling wendet ein, dass bezüglich solcher Plattformen, die als Infrastrukturanbieter angesehen werden können, die klassische Regulierung wichtiger sei als das Wettbewerbsrecht. Er schlägt vor, die Basisfunktionen der Dienste zu entkoppeln. Dazu meint Podszun: „Strukturelle Maßnahmen sind oft viel weniger invasiv als Verhaltensvorgaben“ und findet eine Entkopplung als milderer Mittel interessant.

Am Nachmittag wird sich zeigen, wie sich die Tendenzen der Diskussion in der Beschlussfassung niederschlagen.

*Die Beschlüsse der Abteilung finden Sie [hier](#).*