



Ausschussdrucksache 20(9)61

25.04.2022

**Prof. Dr. Monika Schnitzer,
Lehrstuhl für Komparative Wirtschaftsforschung,
Ludwig-Maximilians-Universität München**

Stellungnahme

Öffentliche Anhörung

zum Thema

„Digital Markets Act“

am 27. April 2022



LUDWIG-
MAXIMILIANS-
UNIVERSITÄT
MÜNCHEN

VOLKSWIRTSCHAFTLICHE FAKULTÄT
SEMINAR F. KOMPARATIVE WIRTSCHAFTSFORSCHUNG
PROF. DR. MONIKA SCHNITZER



Stellungnahme anlässlich der öffentlichen Anhörung des Wirtschaftsausschusses des Deutschen Bundestages zum Digital Markets Act am 27. April 2022

Angesichts der Dominanz der größten digitalen Plattformen und der Geschwindigkeit, mit der diese ihre Marktmacht in einzelnen Märkten auch auf andere Märkte übertragen können, besteht in vielen Ländern ein breiter Konsens darüber, dass die bisherigen wettbewerbsrechtlichen Instrumente, die auf die Ex post-Sanktionierung wettbewerbswidriger Verhaltensweisen ausgereicht sind, nicht mehr ausreichen und stattdessen Ex ante-Regeln erforderlich sind. Um die Etablierung solcher Ex ante-Regeln geht es im vorliegenden Digital Markets Act (DMA), der inzwischen im Trilogverfahren abschließend verhandelt wurde.

In mehreren Ländern der Welt wird ebenfalls über eine neue Big-Tech-Regulierung diskutiert. So erörtert der US-Kongress eine Reihe von Gesetzen, die ähnliche Ziele wie das DMA verfolgen, und das Vereinigte Königreich entwickelt eine neue wettbewerbsfördernde Regelung für digitale Märkte. Die Europäische Union wird aber als erstes ein entsprechendes Gesetzesvorhaben zum Abschluss bringen. Es ist davon auszugehen, dass der DMA weit über die EU hinaus das Verhalten der großen Plattformunternehmen beeinflussen wird. Für die Unternehmen könnte es günstiger erscheinen, die DMA-Verpflichtungen über die EU hinaus auszudehnen, weil es günstiger und effizienter ist, einheitlich zu verfahren. Gleichzeitig ist von entscheidender Bedeutung, dass die Umsetzung erfolgreich ist, auch und gerade weil andere Länder die Erfahrungen mit dem DMA genau verfolgen werden.

Ziel der Regulierung der Big-Tech-Plattformen durch den DMA ist es, die europäischen digitalen Märkte wettbewerbsfähiger und fairer zu machen, und damit auch Innovation in diesen Märkten zu fördern. Der DMA wird viele Aspekte unseres täglichen Lebens und unserer wirtschaftlichen Aktivitäten beeinflussen. Auch durch seine Auswirkungen auf das Innovationsgeschehen (Crémer et al. 2021) kann er globale Auswirkungen entfalten.

Der DMA findet Anwendung auf Plattformen, die einen oder mehrere so genannte Kernplattformdienste anbieten, d. h. App-Stores, Marktplätze, Suchmaschinen, soziale Netzwerke, Video-Sharing, Kommunikationsanwendungen, Betriebssysteme, Cloud Computing, Webbrowser, virtuelle Assistenten und Werbetechnologie, und die als Gatekeeper gelten, weil sie (i) entweder einen europäischen Jahresumsatz von mindestens 7,5 Mrd. € (8,2 Mrd. \$) oder eine Marktkapitalisierung von mindestens 75 Mrd. € (82 Mrd. \$) haben und darüber hinaus (ii) mindestens 45 Millionen monatlich aktive Endnutzer und 10 Tausend Geschäftskunden haben.

Bis zum Sommer 2023 sollen rund 15 Plattformen - darunter Alphabet, Amazon, Apple, Meta und Microsoft - von der Europäischen Kommission benannt werden. Sechs Monate später, Anfang 2024, werden diese digitalen Gatekeeper insgesamt 20 "Geboten und Verboten" unterliegen. Dadurch sollen

- verschiedene Formen wettbewerbswidrigen Verhaltens verhindert werden, wie z. B. Selbstbevorzugung (wie in der Kartellrechtssache Google Shopping), die Auferlegung von Meistbegünstigungsklauseln oder die Verwendung von Daten gewerblicher Nutzer zur Förderung der von den Gatekeepern verkauften Produkte (wie in der laufenden Untersuchung des Amazon Marketplace);

- und die proaktive Öffnung von Plattformen und Daten für den Wettbewerb gefördert werden, durch Maßnahmen wie die Auferlegung horizontaler und vertikaler Interoperabilität (z. B. die Erlaubnis für Unternehmen wie Epic oder Spotify, alternative Zahlungssysteme in einem App-Store zu verwenden, wodurch das Entstehen konkurrierender App-Stores ermöglicht wird, und die Gewährung des gleichen Zugangs zu den Funktionen eines Betriebssystems) oder die Verpflichtung für Suchmaschinen, Suchdaten mit Wettbewerbern zu teilen.

Im Folgenden werde ich auf einige Regelungsbereiche vertieft eingehen, die für die Wirksamkeit und den Erfolg des DMA von besonderer Bedeutung sind und die im Trilogverfahren zum Teil kontrovers diskutiert wurden.

Datenportabilität und Interoperabilität

Angesichts der Bedeutung von Netzwerkeffekten auf digitalen Plattformen sind die Regeln zur Datenportabilität und Interoperabilität ganz zentral. Netzwerkeffekte implizieren, dass der Nutzen für einzelne Nutzer:innen einer Plattform höher ist, wenn auch viele andere diese Plattform nutzen. Indirekte Netzwerkeffekte entstehen dadurch, dass Software, Inhalte oder Dienste Nutzer:innen anziehen, die wiederum zur Entwicklung weiterer Inhalte führen. Netzwerkeffekte können dazu führen, dass Märkte kippen, so dass nur noch ein Monopolist übrig bleibt. Deshalb findet der Wettbewerb, wenn überhaupt, **um den Markt** und nicht **auf dem Markt** statt. Ein neuer Anbieter ist gezwungen, den etablierten Monopolisten zu verdrängen und selbst neuer Monopolist zu werden. Das ist jedoch ineffizient, u.a. weil die Nutzer:innen Umstellungskosten zahlen, um von einem Monopolisten zum nächsten zu wechseln. Eine effektivere Form des Wettbewerbs ist daher der Wettbewerb **auf dem Markt**. Wenn mehrere Unternehmen direkt um Verbraucher:innen und/oder gewerbliche Nutzer:innen konkurrieren, ist es wahrscheinlich, dass alle von niedrigeren Preisen, höherer Qualität und verstärkter Innovation profitieren, unabhängig davon, welchen Anbieter sie nutzen.

Datenportabilität und Interoperabilität sind wertvolle Instrumente, um Wettbewerb im Markt und nicht nur um den Markt zu schaffen (Scott Morton et al. 2021). Datenportabilität bedeutet, dass die Verbraucher:innen ihre Daten und Identifizierungsinformationen (z. B. eine Telefonnummer) von einer Plattform auf eine andere übertragen können (bzw. den Zieldienst zur Übertragung ermächtigen). Dies erleichtert den Wechsel der Plattform (was die Portierung ihrer Daten zu einem neuen Anbieter erfordert) und verschärft somit den Wettbewerb auf dem Markt. Eine Kundin, die Amazon.com verlässt, könnte zum Beispiel ihre früheren Kaufdaten zu Walmart.com mitnehmen, um den Service und die Empfehlungen, die sie von Walmart erhält, zu verbessern. Die Portabilität dürfte auch die Innovation fördern, da der Empfänger nützlicher Daten neue Produkte und Dienstleistungen entwickeln kann; dies würde neuen Wettbewerb und sogar neue Märkte schaffen. Die vom Parlament vorgeschlagenen Änderungen hatten das Ziel, die Datenportabilität effektiver zu machen. Beschlossen wurde nun, dass sowohl Endnutzer als auch Dritte im Auftrag der Endnutzer:innen auf Anfrage kostenlose Datenportabilität durchführen dürfen. Das gilt sowohl für die Daten, die Nutzer:innen eingegeben haben (z.B. bei Social Media Profilen), als auch für Daten, die durch die Aktivität auf dem Kern-Plattformdienst generiert wurden. Gatekeeper sollen die notwendigen Möglichkeiten schaffen, z.B. über Programmierschnittstellen (APIs).

Für die Sicherung des Wettbewerbs **auf dem Markt**, ohne gleichzeitig die effizienzsteigernden Netzwerkeffekte zu gefährden, spielt Interoperabilität eine Schlüsselrolle. Sie kann die Marktzutrittsschranken senken, so dass mehr Unternehmen in den Markt eintreten und bestehende Unternehmen expandieren können. Sie kann auch den Wettbewerb auf ergänzenden Märkten (oder die Anfechtbarkeit von Märkten) ermöglichen. Das ist dann besonders hilfreich, wenn es sich bei diesen komplementären Märkten selbst um Plattformmärkte handelt (z. B. sind die Facebook- und YouTube-Apps Ergänzungen zu App-Stores) oder wenn die Gefahr besteht, dass Marktmacht von einer Kernplattform (mit Marktmacht aufgrund von Netzwerkeffekten) auf einen komplementären Geschäftszweig übertragen wird. Ein wirksamer Wettbewerb

auf komplementären Märkten ist auch deshalb wichtig, weil sie umgekehrt den Ausgangspunkt für den Wettbewerb auf dem Kernplattformmarkt bilden können, sei es durch direkten Markteintritt, durch Förderung des Markteintritts eines Dritten oder durch Disintermediation.

Bis zuletzt umstritten war, für wie viele Kerndienste die Interoperabilitätsbestimmungen gelten und ob sie kostenlos sein sollten. Aufgenommen wurde der Vorschlag, dass Nachrichtendienste wie z.B. WhatsApp, Facebook Messenger oder iMessage interoperabel sein müssen. Das ist sehr zu begrüßen. Der Zwischenbericht der britischen Wettbewerbs- und Marktaufsichtsbehörde (Competition and Markets Authority 2021¹) hat zu Recht die fehlende Interoperabilität zwischen Apples iMessage und anderen Messenger-Apps als eine der Ursachen für den begrenzten Wettbewerb genannt, dem Apple bei seinem Betriebssystem und seinen Geräten ausgesetzt ist. Nicht übernommen wurde hingegen der Vorschlag, die Verpflichtung zur Interoperabilität auf soziale Netzwerke insgesamt auszudehnen. Dabei hätte bei sozialen Netzwerkdiensten die Interoperabilität das – dringend benötigte – Potenzial, den Wettbewerb zu steigern (Scott Morton et al. 2021). Die Übertragung auf diesen Bereich soll in den kommenden Jahren untersucht werden, eine Zeitverzögerung, die angesichts der Dynamik dieser Märkte negative Konsequenzen haben könnte.

Entscheidend für die Wirksamkeit der Regeln zur Portabilität und Interoperabilität werden die verwendeten Schnittstellen sein. Es erscheint aber unklug, wie im DMA vorgesehen, den Plattformen zu erlauben, diese allein zu gestalten. Sie haben einen Anreiz, Konkurrenten auszuschließen, statt ihnen den Zugang zu erleichtern. Zwar heißt es im DMA, dass Datenportabilität und Interoperabilität "durch die Verwendung technischer Standards erleichtert werden könnten", doch dies reicht nicht aus. Besser wäre es, der DMA würde die Verwendung solcher Standards vorschreiben. In der beschlossenen Fassung des DMA wird lediglich ein high quality access verlangt, was auslegungsfähig sein dürfte. Auch sollte die Kommission eine Rolle bei der Beaufsichtigung eines Standardsetzungsprozesses spielen, der Branchenvertreter, aber auch Konkurrenten und potenzielle Marktteilnehmer miteinbezieht. Damit die Interoperabilität den gewünschten Effekt erzielt, ist es außerdem wichtig, dass die Zugangs- und Interoperabilitätsbedingungen fair, angemessen und nicht diskriminierend (FRAND) sein müssen.

Anpassbare Standardeinstellungen

Plattformen verwenden häufig Standardeinstellungen, um die Verbraucher:innen auf ihre eigenen Dienste zu lenken. Im digitalen Sektor spielen solche Standardentscheidungen bekanntermaßen eine wichtige Rolle (Fletcher et al. 2021). Sie können enorme Auswirkungen auf das Verbraucherverhalten und damit indirekt auf den Wettbewerb haben. So verwenden beispielsweise mehr als 90 % der Mobiltelefonbenutzer:innen den vorinstallierten und bekannten Standardbrowser, so dass konkurrierende Browser nur schwer Fuß fassen können.

Der ursprüngliche DMA-Entwurf ging auf diese Standardeinstellungen überhaupt nicht ein. Vom Parlament wurde vorgeschlagen, die großen Plattformen dazu zu verpflichten, den Verbraucher:innen zu erlauben, diese Standardeinstellungen zu ändern. Darüber hinaus sollen Plattformen proaktiv die Verbraucher:innen, die eine App oder einen App-Store herunterladen, fragen, ob sie diese als Standard einstellen möchten. Erfreulicherweise wurde nun eine Einigung darüber erzielt, die in Richtung der vom Parlament gemachten Vorschläge gehen. Damit würden Nutzer:innen beim Öffnen vorinstallierter Dienste einen Choice Screen sehen, um zwischen Browsern, Sprachassistenten und Suchmaschinen auswählen zu können. Google müssten dann z.B. Android-Nutzer:innen ermöglichen, auf andere Suchmaschinen auszuweichen.

¹ Abrufbar: <https://www.gov.uk/government/publications/mobile-ecosystems-market-study-interim-report>

Selbstbevorzugung

Selbstbevorzugung liegt vor, wenn eine vertikal integrierte Plattform ihre eigenen Dienste bevorzugt. Der DMA-Entwurf enthielt bereits ein Verbot der Selbstbevorzugung bei Ranking-Diensten. Im Trilog-Verfahren wurde diskutiert, ob dieses Verbot auf "andere Anwendungen" ausgedehnt werden sollte.

Eine solche Ausweitung scheint grundsätzlich attraktiv, da jede Art von Selbstbevorzugung in hohem Maße wettbewerbsbeschränkend sein kann. Es könnte sich jedoch als schwierig erweisen, dies in der Praxis durchzusetzen. Im Kontext von organischen Rankings, bei denen keine Zahlungen erfolgen und die Rankings "verbraucherorientiert" sein sollten, dürfte es einfacher sein, eine solche Selbstbevorzugung festzustellen. Schwieriger wird es, wenn gewerbliche Nutzer (direkt oder indirekt) für die Positionierung bzw. Hervorhebung in Rankings bezahlen.

Das Problem ist, dass ein vertikal integrierter Dienst immer in der Lage ist, mehr für eine prominente Positionierung zu zahlen, da er weiß, dass er die Gebühr an anderer Stelle innerhalb des Unternehmens wieder einnimmt. Daher kann ein vertikal integriertes Unternehmen selbst in einem fair erscheinenden Verfahren wie z.B. in einem offenen Auktionsmechanismus immer gewinnen. Vom Parlament wurde vorgeschlagen, dass Gebote so abgegeben werden müssen, als ob der vertikal integrierte Dienst ein unabhängiges, eigenständiges Unternehmen wäre. Dies erscheint jedoch in der Praxis nur sehr schwer umsetzbar. Der vertikal integrierte Dienst kann nicht umhin zu wissen, dass er Teil eines größeren Unternehmens ist, und er hat keinen ökonomischen Anreiz zu verhindern, dass sein Verhalten durch dieses Wissen beeinflusst wird.

Eine Ausweitung des Verbots der Selbstbevorzugung auf "andere Dienste" ist nun nicht beschlossen worden und sie wäre aus den genannten Gründen möglicherweise mit Schwierigkeiten verbunden gewesen, zumindest solange die Kommission keine klare Möglichkeit zur Durchsetzung einer solchen Regel findet. Die gleichen Bedenken gelten auch für "bezahlte" Rankings. Besser wäre es, den größten digitalen Plattformdiensten, die unter den DMA fallen, die Erhebung von Gebühren für Rankings vollständig zu untersagen. Dies würde die Durchsetzung des Verbots der Selbstbevorzugung erheblich erleichtern. Gleichzeitig würde dies den Verbraucherschutz verbessern, da dies zu einer klareren Unterscheidung zwischen informativen Rankings und beeinflussender Werbung führen würde (Fletcher et al. 2021). Dies sollte in künftigen Erweiterungen des DMA angegangen werden.

Fusionen

In den letzten zehn Jahren haben die größten Betreiber digitaler Plattformen ihre Marktposition durch eine große Zahl von Fusionen und Übernahmen gestärkt und gefestigt, ohne dass dies durch eine wirksame Anwendung des Standardinstrumentariums für die Fusionskontrolle verhindert werden konnte. Von Kritikern in den USA wird dies insbesondere darauf zurückgeführt, dass bei Klagen gegen solche Fusionen die Gerichte den sogenannten "Effizienzgewinnen" zu viel Glauben schenken und die Fusionen daher genehmigen.

In der EU gibt es bisher keinen vergleichbaren Vorschlag. Eine Änderung der Fusionskontrollverordnung würde Einstimmigkeit im Ministerrat erfordern, was als politisch unrealistisch gilt. In den Triologverhandlungen zum DMA wurde der Vorschlag eingebracht, dass die Kommission zumindest ein befristetes Verbot von Akquisitionen verhängen können sollte. Am Ende hat man sich darauf verständigt, dass ein temporäres Verbot von Übernahmen verhängt werden kann, wenn die betroffenen Plattformen systematisch die Regeln des DMA verletzen (s.u.). Die Frage wird sein, wie wirksam dieses Instrument künftig problematische Fusionen einschränken wird. In jedem Fall wäre es sinnvoll, bei diesen Verfahren die Beweislast umzukehren.

Sanktionsmaßnahmen

Noch nicht ausreichend weit geht der DMA auch bei den geplanten Sanktionsmaßnahmen im Falle einer Nichteinhaltung der DMA-Regeln. Die Regeln sind, so die Intention, grundsätzlich selbstdurchsetzend. Im Falle einer Nichteinhaltung sind Verhaltensaufgaben vorgesehen. Erst im Fall einer "systematischen Nichteinhaltung" der Regeln werden auch strukturelle Maßnahmen in Betracht gezogen. Dies ist unverständlich angesichts der Tatsache, dass die Gestaltung und Durchsetzung von Verhaltensaufgaben komplex und ressourcenintensiv sind und strukturelle Auflagen daher ganz grundsätzlich eine wertvolle Alternative darstellen können (Schnitzer et al. 2021).

Von Skeptikern und insbesondere den großen Plattformen selbst wird gerne eingewandt, dass solche strukturellen Maßnahmen zu einem Ende der Skalenerträge und Netzwerkeffekte führen, und Innovationen gefährden würden. Dabei können durch Regeln zur Interoperabilität solche Netzwerkeffekte erhalten werden (Scott Morton et al. 2021).

Das Parlament hat sich allerdings erfreulicherweise mit ihrem Vorschlag durchsetzen können, bei systematischen Verstößen beide Formen von Maßnahmen, Verhaltensaufgaben und strukturelle Maßnahmen, gleichberechtigt in Betracht zu ziehen, nicht wie im DMA-Entwurf mit Priorität für Verhaltensaufgaben. Das gewählte Mittel muss lediglich verhältnismäßig zum Schaden sein, der aus den systematischen Verstößen entstanden ist. Auch wurde die Schwelle, ab der von systematischen Verstößen gesprochen werden kann, herabgesetzt: statt 3 Verstöße in 5 Jahren werden nun 3 Verstöße innerhalb bis zu 8 Jahren die genannten Maßnahmen auslösen können.

Umsetzung

In den kommenden Monaten wird die Umsetzung der DMA-Regeln vorzubereiten sein. Angesichts der Zahl der betroffenen Gatekeeper-Plattformen und der großen Zahl der von ihnen einzuhaltenden Regeln wird die Kommission, die für die Umsetzung der DMA zuständig ist, vor einer gewaltigen Herausforderung stehen. Zum ersten Mal in ihrer 70-jährigen Geschichte wird die Kommission zu einer vollwertigen Regulierungsbehörde. Daher muss sie neue Regulierungskapazitäten entwickeln, die eine umfassende und ständige Überwachung der regulierten Gatekeeper und die Auferlegung komplexer Zugangs- und Interoperabilitätsverpflichtungen ermöglichen. Dies ist notwendig, da die DMA eher mit Systemen wie der Bankenaufsicht vergleichbar ist, wo eine ständige Marktüberwachung erforderlich ist, als mit der Kartellrechtsdurchsetzung, wo die Behörden nur sporadisch eingreifen, um wettbewerbswidriges Verhalten zu unterbinden. Es muss klar sein, dass dies ohne eine adäquate Ausstattung und im Zweifel deutliche Aufstockung der Ressourcen der Kommission kaum zu bewältigen sein wird.

Die Implementierung und Umsetzung der Regeln wird aus einer Reihe von Gründen sehr komplex sein. Erstens gilt der DMA für Unternehmen mit sehr unterschiedlichen Geschäftsmodellen, die auf komplexen, schnelllebigen und nicht immer gut verstandenen Märkten tätig sind. Zweitens zielt der DMA darauf ab, zentrale Aspekte dieser Geschäftsmodelle zu verändern, indem beispielsweise geschlossene Plattformen gezwungen werden, sich für Konkurrenten zu öffnen, oder indem die Bedingungen für die Erhebung und Zusammenführung personenbezogener Daten für gezielte Werbung eingeschränkt werden; daher ist Widerstand von Big Tech gegen einige der Verpflichtungen zu erwarten. Drittens ist der DMA ein neues Unterfangen, bei dem außer einigen Kartellfällen, von denen die meisten noch nicht abgeschlossen sind, nur wenig Erfahrung vorliegt; die digitale Industrie ist sehr diversifiziert und unterscheidet sich von den anderen Branchen, die bisher reguliert wurden.

Die Kommission argumentiert, dass die Regeln so angelegt sind, dass sie selbstdurchsetzend sind. Das erscheint mir und anderen als zu optimistisch gedacht. In der Praxis erfordert die wirksame Durchsetzung des DMA die Einrichtung solider Dialog- und Koordinierungsmechanismen zwischen Behörden, privaten Akteuren sowie Universitäten, Denkfabriken, NRO und unabhängigen Experten.

Die Kommission wird auch das Wissen und die technischen Fähigkeiten entwickeln müssen, um Daten und Algorithmen zu verstehen, die die Grundlage für alle neu regulierten digitalen Dienste bilden. Dies könnte die Einrichtung eines spezialisierten Technologie-Teams erfordern, analog zu den seit langem etablierten Chefvolkswirte-Teams in den Kartellbehörden. Ein solches Team würde eng in die Aufsicht über die regulierten Gatekeeper sowie in die erforderliche Durchsetzung eingebunden werden. Eine wirksame Aufsicht kann auch den Zugang zu umfangreichen Daten verschiedener Art erfordern, einschließlich interner Daten der Unternehmen und externer, unabhängiger Daten.

Einbindung nationaler Wettbewerbsbehörden

Wie im Gesetz vorgesehen, werden die Behörden der EU-Mitgliedstaaten die Möglichkeit haben, die Kommission bei der Durchsetzung des DMA aktiv zu unterstützen. Diese Behörden, darunter sowohl Kartell- als auch Regulierungsagenturen, haben wertvolle komparative Vorteile: Sie sind näher an den Märkten - insbesondere an den kleinen und lokalen Unternehmen - und verfügen über Fachwissen bei der Intervention auf digitalen Märkten oder bei der Auferlegung von Zugangs- und Interoperabilitätsverpflichtungen auf nicht-digitalen Märkten. Um eine reibungslose Zusammenarbeit zwischen diesen nationalen Behörden und der Kommission sowie eine fallübergreifende Koordinierung zu gewährleisten, könnten nach dem Vorbild der europäischen Bankenaufsicht gemeinsame Aufsichtsteams für bestimmte Plattformen oder Verpflichtungen eingerichtet werden.

Verhältnis zu § 19a GWB

Abschließend sei angemerkt, dass die 10. Novelle des GWB und insbesondere die Einfügung des §19a als wichtige Wegbereitung des DMA gesehen werden kann. Viele der jetzt im DMA enthaltenen Regeln finden sich inhaltlich auch im § 19a. Allerdings arbeitet der DMA mit festen Schwellenwerten zur Definition von Gatekeepern und mit festen Regeln, die von den Gatekeepern einzuhalten, bzw. festen Verboten für Verhaltensweisen, die nicht erlaubt sind. Das Bundeskartellamt muss stattdessen zunächst feststellen, dass einem Unternehmen eine überragende marktübergreifende Bedeutung für den Wettbewerb zukommt. Dies ist einerseits mit mehr Aufwand verbunden, erlaubt andererseits, die genauen Umstände näher zu berücksichtigen. Das Bundeskartellamt kann dann, wenn diese marktübergreifende Bedeutung festgestellt ist, für das betroffene Unternehmen festlegen, welche Auflagen es zu erfüllen hat. Auch hier erlaubt die Regelung des § 19a, spezifischer auf die genauen Umstände und insbesondere das zugrundeliegende Geschäftsmodell einzugehen. Ein wichtiger Vorteil dieser fallspezifischen Vorgehensweise ist, dass damit sogenannte „unintended consequences“ vermieden werden können.

Wie oben ausgeführt wurde, ist damit zu rechnen, dass die Durchsetzung des DMA nicht ohne gerichtliche Klärung der Anwendbarkeit der Regeln auf einzelne Gatekeeper und deren Kernplattformdienste von staten gehen wird. Insofern werden auf europäischer Ebene die in Deutschland vom Kartellamt vorzunehmenden Klärungen und Abwägungen eher auf gerichtlicher Ebene erfolgen.

Prof. Dr. Monika Schnitzer

(Mitglied des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung)

Referenzen

Crémer, Jacques; Crawford, Gregory S.; Dinielli, David; Fletcher, Amelia; Heidhues, Paul; Schnitzer, Monika; Scott Morton, Fiona M.; Seim, Katja, Fairness and Contestability in the Digital Markets Act, *Tobin Center: Policy Discussion Paper No. 3*, Juli 2021; abrufbar: <https://tobin.yale.edu/sites/default/files/Digital%20Regulation%20Project%20Papers/Digital%20Regulation%20Project%20-%20Fairness%20and%20Contestability%20-%20Discussion%20Paper%20No%203.pdf>
erscheint in Yale Journal on Regulation

Fletcher, Amelia; Crawford, Gregory S.; Crémer, Jacques; Dinielli, David; Heidhues, Paul; Luca, Michael; Salz, Tobias; Schnitzer, Monika; Scott Morton, Fiona M.; Seim, Katja; Sinkinson, Michael, Consumer Protection for Online Markets and Large Digital Platforms, *Tobin Center: Policy Discussion Paper No. 1*, Mai 2021; abrufbar: <https://tobin.yale.edu/sites/default/files/Digital%20Regulation%20Project%20Papers/Digital%20Regulation%20Project%20-%20Consumer%20Protection%20-%20Discussion%20Paper%20No%201.pdf>
erscheint in Yale Journal on Regulation

Scott Morton, Fiona M.; Crémer, Jacques; Crawford, Gregory S.; Dinielli, David; Fletcher, Amelia; Heidhues, Paul; Schnitzer, Monika; Seim, Katja, Equitable Interoperability: the “Super Tool” of Digital Platform Governance, *Tobin Center: Policy Discussion Paper No. 4*, Juli 2021; abrufbar: <https://tobin.yale.edu/sites/default/files/Digital%20Regulation%20Project%20Papers/Digital%20Regulation%20Project%20-%20Equitable%20Interoperability%20-%20Discussion%20Paper%20No%204.pdf>
erscheint in Yale Journal on Regulation

Schnitzer, Monika; Crémer, Jacques; Crawford, Gregory S.; Dinielli, David; Fletcher, Amelia; Heidhues, Paul; Scott Morton, Fiona M.; Seim, Katja, International Coherence in Digital Platform Regulation: An Economic Perspective on the US and EU Proposals, *Tobin Center: Policy Discussion Paper No. 5*, August 2021; abrufbar: <https://tobin.yale.edu/sites/default/files/Digital%20Regulation%20Project%20Papers/Digital%20Regulation%20Project%20-%20Regulatory%20Coherence%20-%20Discussion%20Paper%20No%205.pdf>
erscheint in Yale Journal on Regulation