

Legislativpaket über digitale Dienste: öffentliche Konsultation

Mit * markierte Felder sind Pflichtfelder.

Einleitung

Die Kommission hat vor Kurzem [ein Legislativpaket über digitale Dienste mit zwei Hauptpfeilern](#) angekündigt:

- erstens einen Vorschlag für neue und überarbeitete Vorschriften zur Vertiefung des Binnenmarkts für digitale Dienste durch Ausweitung und Harmonisierung der Pflichten von Online-Plattformen und Informationsdienstleistern sowie Stärkung der Aufsicht über die Inhaltepolitik der Plattformen in der EU;
- zweitens Ex-ante-Regulierungsmaßnahmen, um sicherzustellen, dass auf Märkten, die von großen Plattformen mit erheblichen Netzwerkeffekten geprägt sind und die als "Gatekeeper" fungieren, Fairness und Wettbewerbsmöglichkeiten für Innovatoren, Unternehmen und neue Marktteilnehmer sichergestellt bleiben.

Diese

Konsultation

Die Kommission startet die vorliegende öffentliche Konsultation im Rahmen ihrer Bestrebungen, Fakten zu sammeln. Das Ziel besteht darin, Probleme zu ermitteln, die möglicherweise im Rahmen des Gesetzes über digitale Dienste zu lösen sind, sowie zusätzliche Themen im Zusammenhang mit dem Umfeld der digitalen Dienste und Online-Plattformen zu identifizieren, die im Hinblick auf mögliche künftige Initiativen weiter analysiert werden, sollten die ermittelten Probleme rechtliche Eingriffe erfordern.

Die Konsultation umfasst sechs Module (Sie können so viele beantworten, wie Sie wollen):

1. **Wie kann die Sicherheit der Nutzer im Internet wirksam erhöht werden?**
2. **Überprüfung der Haftungsregelung für digitale Dienste, die als Vermittler fungieren**
3. **Welche Probleme ergeben sich aus der Macht digitaler "Gatekeeper"-Plattformen?**
4. **Weitere neue Fragestellungen und Chancen, einschließlich Online-Werbung und intelligente Verträge (Smart Contracts)**

5. **Wie können die Herausforderungen im Zusammenhang mit der Situation selbstständiger Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Online-Plattformen anbieten, angegangen werden?**
6. **Wie soll der Binnenmarkt für digitale Dienstleistungen gestärkt werden?**

Digitale Dienste und andere im Fragebogen verwendete Begriffe

Der Fragebogen bezieht sich auf **digitale Dienste** (oder „Dienste der Informationsgesellschaft“ im Sinne der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr) als Dienste, die auf elektronischem Wege im Fernabsatz im Auftrag des Nutzers erbracht werden. Er bezieht sich auch auf eine Untergruppe digitaler Dienste, die hier als „**Online-Vermittlungsdienste**“ bezeichnet wird. Damit sind Dienste wie Internetzugangsanbieter, Cloud-Dienste, Online-Plattformen, Nachrichtendienste usw. gemeint, d. h. Dienste, die in der Regel Inhalte, Waren oder Dienstleistungen, die von Dritten zur Verfügung gestellt werden, transportieren oder vermitteln.

Teile des Fragebogens konzentrieren sich insbesondere auf **Online-Plattformen** wie beispielsweise Online-Marktplätze, Suchmaschinen, App-Stores, Online-Reise- und Unterkunftsvermittlungsplattformen, Mobilitätsplattformen und andere Plattformen der kollaborativen Wirtschaft usw.

Sonstige Begriffe und andere technische Konzepte werden [in einem Glossar](#) erläutert

W i e k a n n i c h t e i l n e h m e n ?

Achten Sie darauf, beim Ausfüllen des Fragebogens regelmäßig **Ihren Entwurf zu speichern**.

Sie können die Bearbeitung jederzeit unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt **f o r t s e t z e n**.

Am Ende des Fragebogens haben Sie zusätzlich die Möglichkeit, ein Dokument hochzuladen oder andere Aspekte anzumerken, die im Fragebogen nicht im Detail behandelt wurden.

F r i s t f ü r d i e B e a n t w o r t u n g

8 . S e p t e m b e r 2 0 2 0

S p r a c h e n

Sie können den Fragebogen in einer EU-Amtssprache Ihrer Wahl beantworten. Der Fragebogen wird zunächst in englischer Sprache veröffentlicht, wird aber in Kürze in allen EU-Sprachen verfügbar sein.

Angaben zu Ihrer Person

* 1 Sprache meines Beitrags

- Bulgarisch
- Dänisch
- Deutsch
- Englisch
- Estnisch
- Finnisch
- Französisch
- Gälisch
- Griechisch
- Italienisch
- Kroatisch
- Lettisch
- Litauisch
- Maltesisch
- Niederländisch
- Polnisch
- Portugiesisch
- Rumänisch
- Schwedisch
- Slowakisch
- Slowenisch
- Spanisch
- Tschechisch
- Ungarisch

* 2 Ich antworte als

- Hochschule/Forschungseinrichtung
- Wirtschaftsverband
- Unternehmen/Wirtschaftsorganisation
- Verbraucherorganisation
- EU-Bürger/in
- Umweltorganisation
- Nicht-EU-Bürger/in
-

Nichtregierungsorganisation (NRO)

- Behörde
- Gewerkschaft
- Sonstige

* 3 Vorname

Frank

* 4 Nachname

Ey

* 5 E-Mail-Adresse (wird nicht veröffentlicht)

frank.ey@akwien.at

* 7 Name der Organisation

höchstens 255 Zeichen

Bundesarbeitskammer Österreich

* 8 Größe der Organisation

- Sehr klein (1 bis 9 Beschäftigte)
- Klein (10 bis 49 Beschäftigte)
- Mittel (50 bis 249 Beschäftigte)
- Groß (250 oder mehr Beschäftigte)

9 Wie hoch ist der Jahresumsatz Ihres Unternehmens?

- < = 2 Mio. EUR
- < = 10 Mio. EUR
- < = 50 Mio. EUR
- Mehr als 50 Mio. EUR

10 Sind Sie selbstständig und bieten Sie Dienstleistungen über eine Online-Plattform an?

- Ja
- Nein

16 Spielt Ihre Organisation eine Rolle bei:

- Meldung illegaler Aktivitäten oder Informationen an Online-Vermittler zwecks Entfernung
- Faktenprüfung und/oder Zusammenarbeit mit Online-Plattformen zur Bekämpfung schädlicher (aber nicht illegaler) Verhaltensweisen
- Vertretung der Grundrechte im digitalen Umfeld
- Vertretung der Verbraucherrechte im digitalen Umfeld
- Vertretung der Rechte von Opfern illegaler Aktivitäten im Internet
- Vertretung der Interessen der Anbieter von Dienstleistungen, die von Online-Plattformen vermittelt werden
- Sonstige

17 Ihre Organisation ist:

- eine Strafverfolgungsbehörde in einem Mitgliedstaat der EU
- eine Regierungs-, Verwaltungs- oder sonstige Behörde, die keine Strafverfolgungsbehörde ist, in einem Mitgliedstaat der EU
- eine andere unabhängige Behörde in einem Mitgliedstaat der EU
- eine Behörde auf EU-Ebene
- eine internationale Behörde, die nicht auf EU-Ebene tätig ist
- Sonstige

18 Ist Ihr Unternehmen in der EU niedergelassen?

- Ja
- Nein

19 Bitte wählen Sie die EU-Mitgliedstaaten aus, in denen Ihre Organisation niedergelassen ist oder wo sie derzeit eine gesetzliche Vertretung hat:

- Belgien
- Bulgarien
- Dänemark
- Deutschland
- Estland
- Finnland
- Frankreich
- Griechenland
- Irland

- Italien
- Kroatien
- Lettland
- Litauen
- Luxemburg
- Malta
- Niederlande
- Österreich
- Polen
- Portugal
- Rumänien
- Schweden
- Slowakische Republik
- Slowenien
- Spanien
- Tschechien
- Ungarn
- Zypern

20 Nummer im Transparenzregister

höchstens 255 Zeichen

Bitte prüfen Sie, ob Ihre Organisation im [Transparenzregister](#) eingetragen ist. Das Transparenzregister ist eine Datenbank, in die sich Organisationen, die Einfluss auf EU-Entscheidungsprozesse nehmen möchten, freiwillig eintragen lassen können.

23869471911-54

*21 Herkunftsland

Bitte geben Sie Ihr Herkunftsland bzw. das Niederlassungsland Ihrer Organisation an.

- | | | | |
|-----------------------------------|--|----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="radio"/> Afghanistan | <input type="radio"/> Französische
Süd- und
Antarktisgebiete | <input type="radio"/> Luxemburg | <input type="radio"/> Schweden |
| <input type="radio"/> Ägypten | <input type="radio"/> Französisch-
Guayana | <input type="radio"/> Macau | <input type="radio"/> Schweiz |
| <input type="radio"/> Ålandinseln | <input type="radio"/> Französisch-
Polynesien | <input type="radio"/> Madagaskar | <input type="radio"/> Senegal |
| <input type="radio"/> Albanien | <input type="radio"/> Gabun | <input type="radio"/> Malawi | <input type="radio"/> Serbien |
| <input type="radio"/> Algerien | <input type="radio"/> Gambia | <input type="radio"/> Malaysia | <input type="radio"/> Seychellen |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> Georgien | <input type="radio"/> Malediven | <input type="radio"/> Sierra Leone |

Amerikanische
Jungferninseln

- Amerikanisch-Samoa
 - Andorra
 - Angola
 - Anguilla
 - Antarktis
 - Antigua und Barbuda
 - Äquatorialguinea
 - Argentinien
 - Armenien

 - Aruba

 - Aserbaidshan
 - Äthiopien
 - Australien

 - Bahamas

 - Bahrain
 - Bangladesch
 - Barbados

 - Belgien
 - Belize
 - Benin
 - Bermuda
- Ghana
 - Gibraltar
 - Grenada
 - Griechenland
 - Grönland
 - Guadeloupe
 - Guam
 - Guatemala
 - Guernsey

 - Guinea
 - Guinea-Bissau
 - Guyana
 - Haiti

 - Heard und die McDonaldinseln

 - Honduras
 - Hongkong
 - Indien

 - Indonesien
 - Irak
 - Iran
 - Irland
- Mali
 - Malta
 - Marokko
 - Marshallinseln
 - Martinique
 - Mauretanien

 - Mauritius
 - Mayotte
 - Mexiko

 - Mikronesien

 - Moldau
 - Monaco
 - Mongolei

 - Montenegro

 - Montserrat
 - Mosambik
 - Myanmar /Birma

 - Namibia
 - Nauru
 - Nepal
 - Neukaledonien
- Simbabwe
 - Singapur
 - Sint Maarten
 - Slowakei
 - Slowenien
 - Somalia

 - Spanien
 - Sri Lanka
 - St. Helena, Ascension und Tristan da Cunha
 - St. Kitts und Nevis
 - St. Lucia
 - St. Martin
 - St. Pierre und Miquelon
 - St. Vincent und die Grenadinen
 - Südafrika
 - Sudan
 - Südgeorgien und die Südlichen Sandwichinseln
 - Südkorea
 - Südsudan
 - Suriname
 -

- Bhutan
- Bolivien
- Bonaire Saint Eustatius und Saba
- Bosnien und Herzegowina
- Botswana
- Bouvetinsel
- Brasilien
- Britische Jungferninseln
- Britisches Territorium im Indischen Ozean
- Brunei
- Bulgarien
- Burkina Faso
- Burundi
- Chile
- China
- Clipperton
- Cookinseln
- Costa Rica
- Côte d'Ivoire
- Curaçao
- Dänemark
-
- Island
- Isle of Man
- Israel
- Italien
- Jamaika
- Japan
- Jemen
- Jersey
- Jordanien
- Kaimaninseln
- Kambodscha
- Kamerun
- Kanada
- Kap Verde
- Kasachstan
- Katar
- Kenia
- Kirgisistan
- Kiribati
- Kleinere Amerikanische Überseeinseln
- Kokosinseln
- Kolumbien
- Neuseeland
- Nicaragua
- Niederlande
- Niger
- Nigeria
- Niue
- Nordkorea
- Nördliche Marianen
- Nordmazedonien
- Norfolkinseln
- Norwegen
- Oman
- Österreich
- Pakistan
- Palästina
- Palau
- Panama
- Papua-Neuguinea
- Paraguay
- Peru
- Philippinen
- Pitcairninseln
- Svalbard und Jan Mayen
- Syrien
- Tadschikistan
- Taiwan
- Tansania
- Thailand
- Timor-Leste
- Togo
- Tokelau
- Tonga
- Trinidad und Tobago
- Tschad
- Tschechien
- Tunesien
- Türkei
- Turkmenistan
- Turks- und Caicosinseln
- Tuvalu
- Uganda
- Ukraine
- Ungarn
- Uruguay
- Usbekistan

Demokratische
Republik Kongo

- Deutschland
- Dominica
- Dominikanische
Republik
- Dschibuti
- Ecuador
- El Salvador
- Eritrea
- Estland
- Eswatini
- Falklandinseln
- Färöer
- Fidschi
- Finnland
- Frankreich
- Komoren
- Kongo
- Kosovo
- Kroatien
- Kuba
- Kuwait
- Laos
- Lesotho
- Lettland
- Libanon
- Liberia
- Libyen
- Liechtenstein
- Litauen
- Polen
- Portugal
- Puerto Rico
- Réunion
- Ruanda
- Rumänien
- Russland
- Saint-
Barthélemy
- Salomonen
- Sambia
- Samoa
- San Marino
- São Tomé und
Príncipe
- Saudi-Arabien
- Vanuatu
- Vatikanstadt
- Venezuela
- Vereinigte
Arabische
Emirate
- Vereinigtes
Königreich
- Vereinigte
Staaten
- Vietnam
- Wallis und
Futuna
- Weihnachtsins
el
- Weißrussland
- Westsahara
- Zentralafrikanis
che Republik
- Zypern

* 22 Datenschutzeinstellungen für die Veröffentlichung

Die Kommission wird die Antworten auf diese öffentliche Konsultation veröffentlichen. Sie können entscheiden, ob Ihre persönlichen Daten öffentlich zugänglich gemacht werden oder anonym bleiben sollen.

Anonym

Es werden lediglich die Art des Teilnehmers, das Herkunftsland und der Beitrag veröffentlicht. Alle anderen personenbezogenen Angaben (Name, Name und Größe der Organisation, Nummer im Transparenzregister) werden nicht veröffentlicht.



Öffentlich

Ihre personenbezogenen Angaben (Ihr Name, Name und Größe Ihrer Organisation, Nummer im Transparenzregister, Herkunftsland) werden zusammen mit Ihrem Beitrag veröffentlicht.

Ich stimme den [Datenschutzbestimmungen](#) zu.

I. Wie kann die Sicherheit der Nutzer im Internet wirksam erhöht werden?

Dieses Modul des Fragebogens ist in mehrere Unterabschnitte gegliedert:

Erstens werden Fakten, Erfahrungen und Daten aus der Sicht der verschiedenen Interessenträger in Bezug auf illegale Aktivitäten im Internet im Sinne des nationalen Rechts und des EU-Rechts zusammengetragen. Dazu gehört die Online-Verfügbarkeit illegaler Waren (z. B. gefährliche Produkte, nachgeahmte Waren, verbotene Waren oder Waren, die Handelsbeschränkungen unterliegen, geschützte wild lebende Tiere und Pflanzen, illegal gehandelte Haustiere, illegale Arzneimittel, irreführende Angebote für Nahrungsergänzungsmittel), Inhalte (z. B. illegale Hetze, Material über sexuellen Kindesmissbrauch, Inhalte, die Rechte des geistigen Eigentums verletzen) und Dienstleistungen oder Praktiken, die gegen das Verbraucherschutzrecht verstoßen (z. B. betrügerischer Spam, irreführende Werbung, Kaufaufforderungen an Kinder). Das Modul deckt alle Arten illegaler Aktivitäten ab, sowohl in Bezug auf das Strafrecht als auch auf das Zivilrecht.

Anschließend werden Sie zu anderen Online-Aktivitäten befragt, die nicht unbedingt illegal sind, aber den Nutzern schaden könnten, wie etwa die Verbreitung von Desinformation im Internet oder schädlicher Inhalte an Minderjährige.

Im Rahmen dieses Moduls werden auch Fakten und fundierte Meinungen zu den potenziellen Risiken einer irrtümlichen Entfernung rechtmäßiger Inhalte eingeholt. Außerdem werden Sie zur Transparenz und Rechenschaftspflicht der von digitalen Diensten und Online-Plattformen ergriffenen Maßnahmen befragt, insbesondere im Hinblick auf die Vermittlung des Zugangs der Nutzer zu ihren Inhalten und die Ermöglichung der Aufsicht durch Dritte. Für die Befragten könnten auch die hiermit im Zusammenhang stehenden Fragen aus dem Konsultationsmodul mit Schwerpunkt auf Online-Werbung interessant sein.

Zweitens werden verhältnismäßige und angemessene Zuständigkeiten und Verpflichtungen untersucht, die von Online-Vermittlern, insbesondere Online-Plattformen, verlangt werden könnten, um die im ersten Unterabschnitt erörterten Probleme anzugehen.

Dieses Modul befasst sich nicht mit der Haftungsregelung für Online-Vermittler. Auf diese wird im nächsten Modul der Konsultation eingegangen.

1. Wichtigste Aspekte und Erfahrungen

A. Erfahrungen und Daten zu illegalen Aktivitäten im Internet

Illegale Waren

1 Sind Ihnen auf Online-Plattformen jemals illegale Waren begegnet (z. B. nachgeahmte Produkte, verbotene Waren oder Waren, die Handelsbeschränkungen unterliegen, geschützte wild lebende Tiere und Pflanzen, illegal gehandelte Haustiere, illegale Arzneimittel, irreführende Angebote für Nahrungsergänzungsmittel)?

- Nein, noch nie
- Ja, einmal
- Ja, mehrmals
- Ich weiß nicht

2 Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen?

- Ich habe das Produkt an den Verkäufer zurückgeschickt
- Ich habe es der Plattform über ihr bestehendes Meldeverfahren gemeldet
- Ich habe die Plattform auf anderem Wege kontaktiert
- Ich habe eine Behörde benachrichtigt
- Ich habe eine Verbraucherorganisation benachrichtigt
- Ich habe nichts unternommen
- Sonstiges. Bitte im nachstehenden Textfeld angeben.

3 Bitte machen Sie nähere Angaben:

höchstens 3000 Zeichen

Die BAK zählt u.a. zu ihren Aufgaben, VerbraucherInnen zu beraten und im Konfliktfall zu unterstützen. In Einzelfällen wird mit Plattformen Kontakt aufgenommen oder spezialisierte NGOs (wie der Verein Internetombudsmann) in seiner „trusted flagger“ Eigenschaft ersucht, Rechtsverstöße den Plattformen zu melden. Die Kooperation mit einzelnen Plattformen funktioniert in diesen Einzelfällen nicht immer befriedigend.

Vor allem setzt die hohe Zahl und Dynamik bei betrügerischen oder aus anderen Gründen illegalen Praktiken den Chancen von Verbraucherschützern, Recht durch zu setzen, enge Grenzen. In der Ergebnisliste von Google Search sind betrügerische Angebote oft erstgereiht. Bei einer Produktsuche über Google Picture werden oft mehr Fakeshops, die auf Vorkassabetrug abzielen, als seriöse Angebote angezeigt. Vom Verbrauchernetzwerk BEUC veröffentlichte Tests (<https://www.beuc.eu/publications/two-thirds-250-products-bought-online-marketplaces-fail-safety-tests-consumer-groups/html>) zeigen zudem das enorme Risiko auf, dass VerbraucherInnen gesundheitsgefährdende Produkte online angeboten werden. Ob Elektrogeräte, Spielzeug oder Kosmetika: 66% der auf Plattformen wie Amazon, AliExpress oder eBay untersuchten Produkte entsprachen nicht den EU-Mindestsicherheitsstandards (Gefahr von Kohlenmonoxidvergiftung, 200-fache Überschreitung zulässiger chemischer Inhaltsstoffe, Brandgefahr etc.) Ein weiteres Test-Ergebnis: wenn gefährliche Produkte nach entsprechender Meldung von Plattformen entfernt wurden, tauchten sie unter neuen Adressen sofort wieder auf. Die Plattformanbieter erachten sich für Fragen der Produktsicherheit in der Regel nicht zuständig und prüfen folglich vor der Freischaltung auch nicht besonders risikogeneigte Anbieter anhand von Kriterien wie heikle Produktgruppen, Herkunftsländer ohne gleichwertige Sicherheitsstandards, wiederkehrende Merkmale bereits gesperrter Anbieter etc.

Vor diesem Hintergrund sind bloße Meldesysteme ohne ausformulierte Plattformpflichten und -haftung kein geeigneter Weg, wirksam Recht durch zu setzen. Entscheidend ist, Plattformen eine „know your customer“-Pflicht aufzuerlegen. Derzeit prüfen die populärsten Handelsplattformen ihre gewerblichen Kunden vor deren Freischaltung nicht (ausreichend). Im Vergleich dazu wollen lokale Plattformanbieter in Österreich viel mehr über die Seriosität der auf ihren Plattformen zugelassenen kommerziellen Anbieter wissen. Auf den dominierenden Plattformen stoßen VerbraucherInnen hingegen ständig auf nicht klagsfähige Firmen ohne Adressangaben oder mit gefälschten Angaben, bloßen Postfachadressen bzw. ausschließlichem Sitz in Drittländern wie China ohne Vertretung innerhalb der EU.

4 Wie einfach war es für Sie, Informationen darüber zu finden, wo Sie die illegale Ware melden konnten?

Bitte bewerten Sie von 1 Stern (sehr schwierig) bis 5 Sterne (sehr einfach).



5 Wie einfach war es für Sie, die illegale Ware zu melden?

Bitte bewerten Sie von 1 Stern (sehr schwierig) bis 5 Sterne (sehr einfach).



6 Wie zufrieden waren Sie mit der Vorgehensweise im Anschluss an Ihre Meldung?

Bitte bewerten Sie von 1 Stern (sehr unzufrieden) bis 5 Sterne (sehr zufrieden).



7 Sind Ihnen die Maßnahmen bekannt, die im Anschluss an Ihre Meldung ergriffen wurden?

- Ja
- Nein

8 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Laut Rückmeldung von KonsumentInnen erhalten diese nach ihren Meldungen lediglich eine automatisierte Standardantwort, die nicht auf ihr konkretes Vorbringen eingeht. Sie besagt sinngemäß, dass sich die Plattform für die Meldung bedankt. Damit bleibt für Verbraucher unklar, wie es nach der Meldung weitergeht. Für den Fall der Fälle, dass Produkte oder Anbieter tatsächlich gesperrt werden, liegen der BAK Meldungen von VerbraucherInnen darüber vor, dass sich kurze Zeit nach diesem kurzfristigen Erfolg genau die gleichen Produkte mit den gleichen Namen und Preisen wieder online finden. Das Ganze wiederholt sich laufend, sodass keine endgültige Lösung für das Problem gefunden werden kann. Schließlich hören KonsumentInnen damit auf, Waren oder Anbieter zu melden, weil sie frustriert sind und feststellen müssen, dass ihre Hilfe ohnedies nichts Substanzielles bewirkt.

9 Waren diese Waren Ihrer Erfahrung nach seit Beginn der COVID-19-Pandemie leichter online zugänglich?

- Nein, das glaube ich nicht
- Ja, ich bin häufiger auf illegale Angebote gestoßen
- Ich weiß nicht

10 Welche bewährten Verfahren zum Umgang mit der Online-Verfügbarkeit illegaler Waren seit Beginn der COVID-19-Pandemie können Sie empfehlen?

höchstens 5000 Zeichen

Unserer Erfahrung nach finden VerbraucherInnen illegale Waren über eine einfache Internetsuche oder über Soziale Netzwerke. Sie gehen davon aus, dass die Angebote von den Anbietern geprüft und kontrolliert werden. Dieser Vertrauensvorschuss führt dazu, dass sie gedankenlos ein Suchergebnis öffnen und/oder unhinterfragt auf eine Werbung klicken und die illegale Ware bestellen. Abhilfe kann sein, dass Werbung für bestimmte verdächtige Warengruppe grundsätzlich nur von seriösen Händlern stammen darf.

Melden Konsumenten eine illegale Ware, dann soll sich die Bearbeitung nicht nur auf diese konkrete Meldung beschränken, sondern weitergehende Aufgaben mitumfassen: Plattformen sollen untersuchen, ob im Zusammenhang mit der Meldung weitere Produkte auffallen, die vom gleichen Anbieter/Registrar stammen und ebenso verdächtig sind. Entdecken die Plattformen dabei Auffälligkeiten, dann sollen diese unabhängig von der konkreten Meldung weitere, noch nicht gemeldete Angebote oder ganze Händler sperren.

Illegale Inhalte

11 Sind Sie jemals auf illegale Online-Inhalte gestoßen (z. B. illegale Aufstachelung zu Gewalt, Hass oder Diskriminierung aus Gründen der Rasse, der ethnischen Zugehörigkeit, des Geschlechts oder der sexuellen Ausrichtung; Material über sexuellen Kindesmissbrauch; terroristische Propaganda; Verleumdung; Inhalte, die Rechte des geistigen Eigentums verletzen; Verstöße gegen das Verbraucherschutzrecht)?

- Nein, noch nie
- Ja, einmal
- Ja, mehrmals
- Ich weiß nicht

12 Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen?

- Ich habe es der Plattform über ihr bestehendes Meldeverfahren gemeldet
- Ich habe die Online-Plattform auf anderem Wege kontaktiert, um den illegalen Inhalt zu melden
- Ich habe mich an eine nationale Behörde gewandt

- Ich habe mich an eine Verbraucherorganisation gewandt
- Ich habe nichts unternommen
- Ich habe eine andere Maßnahme ergriffen. Bitte im nachstehenden Textfeld angeben.

13 Bitte machen Sie nähere Angaben:

höchstens 3000 Zeichen

Wir verweisen auf unsere Angaben unter Pkt 3. Von den Plattformen wird auf Meldungen nicht immer engagiert reagiert. Niedrigschwellige Meldesysteme sind sinnvoll, werden allein dem Ausmaß der Probleme aber nicht gerecht. Die Dunkelziffer von konsumentenschutz- bis strafrechtsrelevanten Rechtsverstößen, die nie gemeldet werden, wäre auch bei optimierten Meldesystemen riesig. KonsumentInnen dokumentieren negative Erfahrungen selten und geben sie auch dann nicht immer an Plattformen oder Verbraucherverbände weiter. Nicht zu vergessen: unseriöse Angebote finden sich nicht nur auf spezialisierten Plattformen sondern auch auf über Suchmaschinen auffindbare Webseiten. Da allgemeine Suchmaschinen meist auf dem Standpunkt stehen, aufgrund fehlender Nähe zu den Inhalten wenig Verantwortung zu tragen, sind sie noch schwerer zu einer Mitarbeit bei der Rechtsdurchsetzung zu motivieren.

Derzeit werden nicht nur viele strafrechtsrelevante sondern auch zivil- und verwaltungsrechtliche Verstöße gegen Verbraucherschutznormen überhaupt nicht geahndet. Die erdrückende Zahl und der Umstand, dass die Anbieter nicht mit vertretbarem Aufwand ausforschbar sind, führt dazu, dass keine wirksame Marktaufsicht ausgeübt wird. Die Governance-Strukturen (in Österreich Verwaltungsstrafverfahren, von Verbraucherverbänden angestrebte Abmahnverfahren) sind für lokalisierbare, mit Behörden und Gerichten seriös kooperierende Anbieter konzipiert. Für den unerschöpflichen Markt krimineller Angebote sind die Verfahren ungeeignet. Aber auch Strafermittlungsbehörden sehen angesichts des hohen Ermittlungsaufwands bei geringen Erfolgchancen es nicht als ihre vordringliche Aufgabe an, massenhaft auftretenden Internetbetrugsformen nachzugehen. Cybercrime-Statistiken zeigen, wie sehr der jährliche Gesamtschaden durch die bewusste Missachtung von Verbraucherschutznormen in Bereicherungsabsicht und gängigen Formen der Internetkriminalität wächst (siehe zB den österreichischen Cybercrime-Bericht <https://www.bmi.gv.at/news.aspx?id=6D4D326A543767595673593D>). „Internetbetrug umfasst“ demnach „eine Vielzahl an Modi Operandi, die sich von der vorgetäuschten Warenlieferung bis zum Gewinnversprechen erstrecken. Es werden immer gezieltere Betrugsformen entwickelt, die durch Anonymisierungsprozesse und Verschleierung der Finanzflüsse unerkannt und für den Täter "sicher" durchzuführen sind. Kriminelle sind in der Lage ein breites Publikum anzusprechen und zu möglichen Opfern zu machen“. Häufig sind auch Bestellbetrügereien mittels Fake-Webshop, das Verwenden falscher Identitäten und Kontaktdaten bei online Einkäufen oder betrügerische Finanzanlageversprechen rund um digitale Zahlungsmittel, wie Bitcoin oder Ethereum.

14 Wie einfach war es für Sie, Informationen darüber zu finden, wo Sie illegale Inhalte/Aktivitäten melden konnten?

Bitte bewerten Sie von 1 Stern (sehr schwierig) bis 5 Sterne (sehr einfach).



15 Wie einfach war es für Sie, illegale Inhalte/Aktivitäten zu melden?

Bitte bewerten Sie von 1 Stern (sehr schwierig) bis 5 Sterne (sehr einfach).



16 Wie zufrieden waren Sie mit der Vorgehensweise im Anschluss an Ihre Meldung?

Bitte bewerten Sie von 1 Stern (sehr unzufrieden) bis 5 Sterne (sehr zufrieden).



17 Sind Ihnen die Maßnahmen bekannt, die im Anschluss an Ihre Meldung ergriffen wurden?

- Ja
 Nein

18 Wie hat sich die Verbreitung illegaler Inhalte seit Beginn der COVID-19-Pandemie verändert? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Seit der COVID-19-Pandemie zeigt sich, dass es Pandemie-spezifische Angebote gibt, wie zum Beispiel gefälschte Schutzmasken, die nicht den notwendigen Sicherheitsstandards entsprechen. Ansonsten sind keine wesentlichen Änderungen feststellbar.

19 Welche bewährten Verfahren zum Umgang mit der Verbreitung illegaler Online-Inhalte seit Beginn der COVID-19-Pandemie können Sie empfehlen?

höchstens 3000 Zeichen

Unserer Erfahrung nach finden VerbraucherInnen illegale Waren über eine einfache Internetsuche oder über Soziale Netzwerke. Sie gehen davon aus, dass die Angebote von den Anbietern geprüft und kontrolliert werden. Dieser Vertrauensvorschuss führt dazu, dass sie gedankenlos ein Suchergebnis öffnen und/oder unhinterfragt auf eine Werbung klicken und die illegale Ware bestellen. Abhilfe kann sein, dass Werbung für bestimmte verdächtige Warengruppe grundsätzlich nur von seriösen Händlern stammen darf.

Melden Konsumenten eine illegale Ware, dann soll sich die Bearbeitung nicht nur auf diese konkrete Meldung beschränken, sondern weitergehende Aufgaben mitumfassen: Plattformen sollen untersuchen, ob im Zusammenhang mit der Meldung weitere Produkte auffallen, die vom gleichen Anbieter/Registrar stammen und ebenso verdächtig sind. Entdecken die Plattformen dabei Auffälligkeiten, dann sollen diese unabhängig von der konkreten Meldung weitere, noch nicht gemeldete Angebote oder ganze Händler sperren.

20 Welche Maßnahmen ergreifen Online-Plattformen, um das Risiko zu minimieren, dass Verbraucher betrügerischem Spam und anderen unlauteren Praktiken ausgesetzt werden (z. B. irreführende Werbung, Kaufaufforderungen an Kinder)?

Betriebsinterne Bemühungen entziehen sich unserer Kenntnis. Die Ergebnisse sind jedenfalls unzureichend. Die populärsten App-Shops stellen bspw. noch immer nicht sicher, dass vorgebliche Gratis-Onlinespiele für Jugendliche vor dem Download verlässlich Angaben zu in Spielen integrierten In-App-Käufen enthalten. Dabei hat sich die EU-Kommission der unlauteren Geschäftspraxis bereits 2014 angenommen (https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/de/IP_14_187) - offenbar ohne Erfolg, wie laufende Beschwerden in unseren Beratungsstellen zeigen.

Besondere Vollzugsdefizite gibt es in Bezug auf verbotene direkte Kaufaufforderungen an Kinder und Jugendliche, fehlende korrekte Impressumsangaben, Werbekennzeichnung, fehlende Entgeltinfos auf Webseiten, die Gratisnutzung versprechen, Vorkassabetrug über Fakeshops für so gut wie alle Warenkategorien, unzähligen Streamingdiensten (Blacklist auf <https://www.watchlist-internet.at/liste-streaming-plattformen/>), die Urheberrechte verletzen und teure Abo-Fallen enthalten uvm.

Vor allem Fake-Shops sind auf den ersten Blick oft kaum zu erkennen. Teilweise sind sie Kopien real existierender Websites, sie wirken seriös und lassen daher beim Käufer selten Zweifel an ihrer Echtheit aufkommen. Mit gut kopierten Produktbildern, fingierten Gütezeichen sowie einem professionellen Erscheinungsbild gewinnen sie das Vertrauen der Online-Käufer und verleiten sie zum Kauf. Ein weiteres Lockmittel ist der scheinbar besonders günstige Preis des gesuchten Produkts. Nach Vorauszahlung wird minderwertige Ware zu einem überhöhten Preis verschickt oder – weit häufiger - das Produkt gar nicht geliefert. Wird ein derartiger Fall Plattformen oder Behörden gemeldet, werden zeitgleich zehn weitere neu eröffnet. Zur Geschäftspraxis zählt, dass die Shops rasch deaktiviert und unter einer neuen Domain wieder angemeldet werden.

Meldesysteme bei Plattformen können deshalb nur ein erster Schritt sein. Zum Schutz der VerbraucherInnen sollten auch neue Wege des Rechtsvollzugs forciert werden. Es gibt bspw. in Österreich eine Kooperation zwischen Wissenschaft und Verbraucherschutz (Austrian Institute for Technology und der Initiative „Watchlist Internetbetrug“) mit dem Ziel, Algorithmen so zu trainieren, dass sie Fakeshops und Fälschungen von e-Commerce Gütezeichen anhand typischer Merkmale verlässlich erkennen. Die Trefferquote in der Testphase ist vielversprechend (<https://www.watchlist-internet.at/>; www.ait.ac.at). Plattformen ist ohne Weiteres zuzumuten, derartige Werkzeuge zum präventiven Schutz der VerbraucherInnen verpflichtend einzusetzen.

Mit einer EU-weiten Warn-App (entsprechend dem österreichischen) sollten VerbraucherInnen die Seriosität von Webseiten nach Betrugsmerkmalen, die laufend ergänzt werden, beurteilen können. Eine grün-gelb-rot Ampel zeigt, ob eine aufgerufene Webseite vertrauenswürdig ist, nochmals kritisch hinterfragt oder als wahrscheinlicher Fake-Shop keinesfalls genutzt werden sollte.

21 Halten Sie diese Maßnahmen für angemessen?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

22 Bitte erläutern Sie dies näher.

B. Transparenz

1 Wenn Ihre Inhalte oder Ihre Waren- und Dienstleistungsangebote jemals von einer Online-Plattform entfernt oder gesperrt wurden, wurden Sie von der Plattform informiert?

- Ja, ich wurde informiert, bevor die Maßnahme ergriffen wurde
- Ja, ich wurde anschließend informiert
- Ja, aber nicht immer/nicht von allen Plattformen
- Nein, ich wurde nie informiert
- Ich weiß nicht

3 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Meldungen bringen laut KonsumentInnenrückmeldung lediglich eine Standardantwort hervor, die beispielsweise ganz allgemein auf die Gemeinschafts-Richtlinien oder Nutzungsbedingungen verweist. Antworten VerbraucherInnen trotzdem auf diese vorgefertigte Nachricht erhalten sie lediglich erneut den Hinweis, dass etwas anhand der Richtlinien/Nutzungsbedingungen geprüft wird. Eine inhaltliche Rückmeldung erfolgt nicht.

4 Wenn Sie einem digitalen Dienst eine Nachricht geschickt haben, in der Sie die Entfernung oder Sperrung solcher Inhalte oder Waren- oder Dienstleistungsangebote fordern, wurden Sie über das weitere Vorgehen informiert?

- Ja, ich wurde informiert
- Ja, aber nicht immer/nicht von allen Plattformen
- Nein, ich wurde nie informiert
- Ich weiß nicht

5 Wenn Ihnen Inhalte empfohlen werden - z. B. Produkte zum Kauf auf einer Plattform oder Videos zum Anschauen, Artikel zum Lesen, Nutzer, denen Sie folgen könnten - haben Sie dann die Möglichkeit, ausreichende Informationen darüber erhalten, warum Ihnen solche Inhalte empfohlen wurden? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Empfehlungen und Reihungen, wie sie sich auf Video- und Musikstreamingdiensten, Suchmaschinen oder bei Sprachassistenten finden, sind in hohem Maße intransparent. Die Einflussfaktoren auf Auswahl und Reihung müsste Verbrauchern erklärt werden. Fließen personenbezogene Daten ein, wären diese offenzulegen. Die DSGVO enthält keinerlei Transparenzpflichten für Empfehlungssysteme. Nach Art 22 DSGVO (automatische Entscheidungsfindung und Profiling) sind nur die Daten, Logik, Folgen solcher Systeme zu beschreiben, die rechtliche oder ähnlich beeinträchtigende Folgen für VerbraucherInnen nach

sich ziehen. Eine Ergänzung im Digital Service Act würde die Informationslage und Medienkompetenz der VerbraucherInnen verbessern und Manipulationsrisiken senken. Bei großen Plattformen sollten NutzerInnen auch Wahlmöglichkeiten vorfinden.

VerbraucherInnen wissen auch nicht, warum ihnen eine individualisierte Werbebotschaft eingeblendet wird. Bezahlte Premium-Plätze auf Vergleichsportalen und Suchmaschinen sind oft nicht als Werbung gekennzeichnet. Die hinter einer Werbeplatzierung stehenden Werbenetzwerke sind kaum erkennbar. Eine Möglichkeit, individualisierte Werbung abzubestellen, besteht nicht. So verfolgt ein einmal betrachtetes Produkt VerbraucherInnen über viele Webseiten und Wochen. Wer sich für „Don't Track“ und gegen individualisierte Werbung aussprechen will, hat keine vertretbare Möglichkeit, diese Haltung einfach und wirksam auszudrücken. Werbenetzwerken wäre es aber zumutbar, einfache Opt-Out-Möglichkeiten anzubieten. Denn auch mit kontextabhängiger Werbung lassen sich Einnahmen erzielen. Die nach der E-Commerce RL einzurichtende zentrale „Robinson-Liste“ für unerbetene e-Mailwerbung sollte zu einem „Stopp-Tracking“-Tool für individualisierte Onlinewerbung werden. Aufgezwungene Werbung verfehlt komplett das Ziel zahlender Werbekunden.

Anforderungen an kommerzielle Anbieter von Rankings, Vergleichen und Bewertungssystemen fehlen. Als Abhilfe gegen Manipulation und Irreführung steht das Wettbewerbsrecht zur Verfügung.

Lauterkeitsrechtliche Verstöße nachzuweisen, fällt mangels Einblick in die Rankingpraxis schwer. Nach der ModernisierungsRL (Nr. 11a Annex I UGP-RL n.F) sind „gekaufte“ Rankingpositionen ohne Werbekennzeichnung verboten. Anbieter müssen nach Art. 7 Abs. 6 UGP-RL n.F. offenlegen, ob und wenn ja, wie sie prüfen, ob Bewertungen von „echten Käufern“ stammen. Diese Regeln reichen nicht. So wird geschätzt, dass ein Drittel der Bewertungen im Netz gefälscht sind (siehe Studie unter <https://www.arbeiterkammer.at/bewertungsplattformen>). Bewertungssysteme sollten deshalb Maßnahmen gefälschte Bewertungen auch tatsächlich ergreifen müssen. Vergleichsanbieter müssten ihre Unabhängigkeit unter Beweis stellen: Provisionen dürfen sich zB nicht auf das Vergleichsergebnis auswirken. Anleihen können bei der internationalen Norm ISO 20488:2018 (Online Consumer Reviews) genommen werden, die Anforderungen an Bewertungssysteme enthält.

C. Aktivitäten, die einen Schaden verursachen könnten, aber an sich nicht illegal sind

1 Sind Kinder Ihrer Erfahrung nach im Internet angemessen vor schädlichen Verhaltensweisen wie Kontaktaufnahme zu Missbrauchszwecken (Grooming) und Mobbing oder unangemessenen Inhalten geschützt?

höchstens 3000 Zeichen

Nein, da es Kindern ohne Überprüfung jederzeit möglich ist, sich mit falschen Daten bei Plattformen anzumelden: Eine Altersüberprüfung findet de facto nicht statt, weil Kinder lediglich mit einem Knopfdruck bestätigen können, dass sie ein bestimmtes Alter erreicht haben, ohne dass jemand diese Angaben überprüft. Erschwerend kommt hinzu, dass Angebote meist datenschutzunfreundlich voreingestellt und Profile deshalb öffentlich sind. Gerade das ermöglicht es unbekanntem Dritten Kontakt mit Minderjährigen aufzunehmen und schädliche Verhaltensweisen zu starten. Sie nutzen dabei die Unerfahrenheit von Kindern sowie die datenschutzunfreundlichen Voreinstellungen der Plattformen aus.

Unabhängig davon zeigt sich, dass Plattformen Inhalte von Kindern nicht löschen oder sperren, wenn Eltern diese an den Betreiber melden. Das ist nachteilig, weil Kinder oft nicht mehr wissen, mit welchen Zugangsdaten sie ein Profil erstellt haben und dieses deshalb auch in Zukunft online bleiben kann. Damit aber können kriminelle Bilder für verbotene Zwecke nutzen.

Ein weiteres Problem zeigt sich darin, dass bei verbotenen Verhaltensweisen jede einzelne für sich an den Betreiber gemeldet werden muss und er im Einzelfall und völlig intransparent entscheidet, ob ein Verstoß gegen – meist – seine Richtlinien, nicht aber die Gesetze vorliegt. Für Opfer ist das ernüchternd, denn obwohl

sie ohnedies schon mit verbotenen Handlungen fertig werden müssen, kommt es zu keiner ausreichenden Unterstützung durch die Plattformen.

2 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf Desinformation im Internet zu?

	Ich stimme voll und ganz zu	Ich stimme zum Teil zu	Weder - noch	Ich stimme eher nicht zu	Ich stimme keineswegs zu	Ich weiß nicht /keine Antwort
Online-Plattformen können leicht von ausländischen Regierungen oder anderen koordinierten Gruppen manipuliert werden, um spaltende Botschaften zu verbreiten.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zum Schutz der Meinungsfreiheit im Internet sollten verschiedene Stimmen gehört werden.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Desinformation wird durch die Manipulation algorithmischer Prozesse auf Online-Plattformen verbreitet.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bei Online-Plattformen kann darauf vertraut werden, dass ihre internen Verfahren die demokratische Integrität, Pluralismus, Nichtdiskriminierung, Toleranz, Gerechtigkeit, Solidarität und die Gleichstellung der Geschlechter hinreichend gewährleisten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

In der Beratungspraxis zeigt sich, dass KonsumentInnen oftmals offensichtlich spaltende Inhalte, die zB gegen die religiöse Zugehörigkeit oder die politische Einstellung, Herkunft oder das Geschlecht gerichtet sind, an Plattformen melden und diese entfernt haben möchten. Die Meldung führt jedoch zu einer Standard-Antwort und keiner Löschung des Eintrags. Erst wenn eine reale Ansprechperson bei der Plattform – die über informelle Kontakte bekannt ist- auf diese Verletzung hingewiesen wird, erfolgt eine Löschung. Der automatische Algorithmus entscheidet jedoch oftmals nicht so.

Ferner zeigt sich, dass Meldungen zwar aufgegriffen, aber über seinen sehr langen Zeitraum hinweg unbearbeitet bleiben. Dann heißt es oft, dass die Inhalte nicht gegen die Richtlinien verstoßen. Nationalstaatliche Gesetze spielen für Entscheidungen darüber oft keine Rolle. Das ist ein Defizit!

4 Wie hat sich Ihrer persönlichen Erfahrung nach die Verbreitung schädlicher (aber nicht illegaler) Aktivitäten im Internet seit Beginn der COVID-19-Pandemie verändert? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Es gibt Pandemie-spezifische Inhalte, die für sich behaupten, die Wahrheit über das Coronavirus und die Sicherheitsvorkehrungen zu kennen. Sie finden Zuspruch und sind zT Einfallstor für weitere Inhalte, die generell Verschwörungstheorien und so weiter verbreiten.

5 Welche bewährten Verfahren zum Umgang mit solchen schädlichen Aktivitäten seit Beginn der COVID-19-Pandemie können Sie empfehlen?

höchstens 3000 Zeichen

Meldungen von solchen Inhalten sollen ernst genommen und die Inhalte entfernt werden.

D. Erfahrungen und Daten zu irrtümlichen Entfernungen

Dieser Abschnitt befasst sich mit Fällen, in denen online angebotene Inhalte, Waren oder Dienstleistungen möglicherweise irrtümlich entfernt werden, im Gegensatz zu Situationen, in denen eine solche Entfernung gerechtfertigt sein kann, beispielsweise aufgrund der illegalen Natur solcher Inhalte, Waren oder Dienstleistungen (siehe die vorhergehenden Abschnitte dieses Fragebogens).

1 Sind Ihnen Belege für das Ausmaß und die Auswirkungen einer irrtümlichen Entfernung von Inhalten, Waren oder Dienstleistungen oder einer irrtümlichen Sperrung von Online-Konten bekannt? Gibt es besondere Erfahrungen, die Sie teilen könnten?

höchstens 5000 Zeichen

KonsumentInnen berichten, dass Ihre Online-Konten von Anbietern gesperrt werden, ohne dass sie wissen, weshalb. Sie erhalten oft nur den Hinweis, dass es zu einem Richtlinienverstoß gekommen sei. Den bestreiten sie. Die Kontensperrung kann zum Verlust von Guthaben oder anderen digitalen Leistungen führen. KonsumentInnen werden diese nicht ersetzt, weshalb sie ein weiteres Mal geschädigt sind. Es gibt

kein Verfahren, in dem sie ihren Standpunkt vorbringen und ihre Unschuld beweisen können. Wie es zur falschen Entscheidung kommt, ist und bleibt KonsumentInnen völlig unklar.

Die folgenden Fragen richten sich an Organisationen.

Einzelpersonen, die sich an der Konsultation beteiligen, werden gebeten, mit Abschnitt 2 (Zuständigkeiten für Online-Plattformen und andere digitale Dienste) fortzufahren.

3 Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht, Inhalte oder Angebote für Waren oder Dienstleistungen, die Sie als illegal angesehen haben, bei Online-Plattformen und/oder anderen Arten von Online-Vermittlern zu melden? Bitte erläutern Sie, in welcher Funktion und auf welchem Weg Sie Inhalte melden.

höchstens 3000 Zeichen

Gibt es informelle Kontakt zu Online-Plattformen kann über diese Werbung für illegale Inhalte gemeldet und entfernt werden. Das ist jedoch oft nur ein kurzfristiger Erfolg, denn die Werbung kommt immer wieder, sodass das Problem laufend gemeldet werden müsste. Dafür fehlen aber oft die Kapazitäten und Ressourcen.

Die Hinweise darüber, welche Inhalte zu Problemen führen, erhält die Arbeiterkammer über KonsumentInnen, die beispiele Opfer dieser illegalen Angebote geworden sind.

4 Falls zutreffend, welche Kosten entstehen Ihrer Organisation durch diese Tätigkeiten?

höchstens 3000 Zeichen

Keine spezifischen Kosten.

5 Sind Sie auf Probleme gestoßen, insbesondere in Bezug auf illegale Inhalte oder Waren, die aus der EU zugänglich sind, aber von Diensten vermittelt werden, die in Drittländern niedergelassen sind? Wenn ja, wie sind Sie mit diesen Problemen umgegangen?

höchstens 3000 Zeichen

Es gibt von KonsumentInnen laufend Hinweise auf illegale Inhalte, die ihren Ursprung außerhalb der EU haben. Beispielsweise kann es sich dabei um verbotene Finanzdienstleistungen, Waren, die Sicherheitsstandards nicht entsprechen, Angebote für gefälschte Dokumente, Waffen, Drogen oder offensichtlich kriminelle Handlungen (zB Geldwäscherei oder Bestellbetrug) handeln. Erfahrungsgemäß kann hier Opfern bei einem unmittelbaren Schaden nicht geholfen werden. Aus diesem Grund wird präventiv versucht, KonsumentInnen über diese illegalen Angebote mit all ihren Nachteilen zu informieren, sodass diese gar nicht erst zu Opfern werden. Das geschieht beispielsweise in Form von Warnmeldungen, Pressearbeit, Social Media-Aktivitäten oder Vorträgen/Workshops.

6 Wenn Ihre Tätigkeit zum Teil darin besteht, Mitteilungen oder Anordnungen zur Entfernung illegaler Inhalte oder Waren oder Dienstleistungen zu versenden, die über Online-Vermittler bereitgestellt werden, oder andere Maßnahmen in Bezug

auf Inhalte, Waren oder Dienstleistungen zu ergreifen, erläutern Sie bitte, ob Sie über Ihre Tätigkeiten und deren Ergebnisse berichten:

- Ja, durch regelmäßige Transparenzberichte
- Ja, durch Berichte an eine Aufsichtsbehörde
- Ja, auf Ersuchen um Information der Öffentlichkeit
- Ja, auf andere Weise. Bitte erläutern Sie dies näher.
- Nein, eine derartige Berichterstattung erfolgt nicht

7 Bitte geben Sie einen Link zu öffentlich zugänglichen Informationen oder Berichten an.

höchstens 1000 Zeichen

8 Hat Ihre Organisation Zugang zu Daten oder Informationen von Online-Plattformen?

- Ja, zu von der Plattform regelmäßig gemeldeten Daten, wie gesetzlich vorgeschrieben
- Ja, zu spezifischen Daten, die als zuständige Behörde angefordert werden
- Ja, im Rahmen bilateraler oder besonderer Partnerschaften
- Auf der Grundlage einer vertraglichen Vereinbarung mit der Plattform
- Ja, zu allgemein verfügbaren Transparenzberichten
- Ja, über allgemein verfügbare APIs (Anwendungsprogrammierschnittstellen)
- Ja, durch Web-Lese oder andere unabhängige Verfahren zur Extraktion von Webdaten
- Ja, weil die Nutzer von ihrem Recht auf Übertragung personenbezogener Daten Gebrauch gemacht haben
- Ja, auf andere Weise. Bitte im nachstehenden Textfeld angeben.
- Nein

10 Welche Quellen nutzen Sie, um Informationen über Nutzer von Online-Plattformen und anderen digitalen Diensten - beispielsweise Online-Verkäufer, Diensteanbieter, Inhaber von Websites oder Anbieter von Online-Inhalten - zu erhalten? Zu welchem Zweck suchen Sie diese Informationen?

höchstens 3000 Zeichen

Zunächst informieren wir uns über eine Internet-Recherche über einen Anbieter. Damit verfolgen wir den Zweck, herauszufinden, ob jemand schon als unseriös bekannt ist. Dabei greifen wir gegebenenfalls ergänzend auf eine UID-Abfrage zurück oder informieren uns in Unternehmensgesetzbüchern

/Firmenregistern darüber, ob Angaben wirklich stimmen können. Weitere Herangehensweisen sind eine umgekehrte Bildersuche – kommen Fotos in einem anderen Zusammenhang vor und könnten sie für illegale Zwecke kopiert worden sein?

Eine weitere Herangehensweise ist eine Whois-Abfrage. Wurde ein Dienst über einen Anonymisierungsdienst registriert oder mit offensichtlichen Fake-Daten durchgeführt, dann ist das auch für uns ein Hinweis, dass etwas nicht stimmt.

In einem weiteren Schritt wird ein Online-Angebot oder Profil näher angesehen. Entspricht es beispielsweise gesetzlichen Vorgaben oder nicht. Je nachdem, wie die Beantwortung dieser Frage ausfällt, lässt das Rückschlüsse über die Seriosität zu.

Zu guter Letzt sind es aber auch KonsumentInnenmeldungen, die der Arbeiterkammer helfen, Rückschlüsse über die Seriosität eines Anbieters zu ziehen. Fallen diese negativ aus, ist das ein starker Hinweis darauf, dass etwas nicht stimmt.

11 Nutzen Sie WHOIS-Informationen über die Registrierung von Domainnamen und damit zusammenhängende Informationen?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

12 Bitte geben Sie an, zu welchem spezifischen Zweck Sie die Informationen nutzen und ob die Ihnen vorliegenden Informationen Ihrer Ansicht nach ausreichen.

höchstens 3000 Zeichen

Siehe Antwort auf Frage 10: „Eine weitere Herangehensweise ist eine WHOIS-Abfrage. Wurde ein Dienst über einen Anonymisierungsdienst registriert oder mit offensichtlichen Fake-Daten durchgeführt, dann ist das auch für uns ein Hinweis, dass etwas nicht stimmt.“ Innerhalb der EU ist der Umstand erschwerend, dass die Inhaberdaten einer Domain nicht öffentlich einsehbar sind. Das verhindert Rückschlüsse darüber, ob ein Angebot seriös ist oder nicht.

13 Wie wertvoll sind diese Informationen für Sie?

Bitte bewerten Sie von 1 Stern (nicht besonders wichtig) bis 5 Sterne (äußerst wichtig).



14 Nutzen Sie alternative Datenquellen oder sind Ihnen solche bekannt? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Die Arbeiterkammer nutzt – wie bereits in Frage 10 ausgeführt – alternative Datenquellen. Neben den bereits in diesen Ausführungen genannten kommen Informationen von Finanzmarktaufsichten, anderen Verbraucherschutzeinrichtungen oder Polizeibehörden hinzu. Dabei wird zT auch auf Quellen aus Drittstaaten zurückgegriffen.

Die folgenden Fragen richten sich an Online-Vermittler.

A. Maßnahmen gegen illegale Waren, Dienstleistungen und Online-Inhalte, die von Nutzern geteilt werden

1 Welche Systeme haben Sie gegebenenfalls eingerichtet, um gegen illegale Aktivitäten der Nutzer Ihres Dienstes vorzugehen (Verkauf illegaler Waren, z. B. nachgeahmter Waren, unsicherer Produkte, verbotener Waren oder Waren, die Handelsbeschränkungen unterliegen, geschützter wild lebender Tiere und Pflanzen, illegal gehandelter Haustiere; Verbreitung illegaler Inhalte oder illegale Erbringung von Dienstleistungen)?

- Ein Melde- und Abhilfesystem, mit dem Nutzer illegale Aktivitäten melden können
- Einen speziellen Kanal, über den Behörden illegale Aktivitäten melden
- Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Organisationen, die illegale Aktivitäten melden, nach einer beschleunigten Bewertung der Meldung
- Ein System zur Identifizierung gewerblicher Nutzer („Kenne deinen Kunden“)
- Ein System zur Sanktionierung von Wiederholungstätern
- Ein System, um Verbraucher über den Kauf einer illegalen Ware zu informieren, sobald Sie davon Kenntnis erlangt haben
- Mehrsprachige Moderationsteams
- Automatisierte Systeme zur Erkennung illegaler Aktivitäten. Bitte geben Sie das Erkennungssystem und die Art der illegalen Inhalte an, für die es verwendet wird
- Andere Systeme. Bitte im nachstehenden Textfeld angeben.
- Kein System vorhanden

2 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 5000 Zeichen

3 Auf welche Probleme sind Sie beim Betrieb dieser Systeme gestoßen?

höchstens 5000 Zeichen

4 Verfügen Sie auf Ihrem Marktplatz (falls zutreffend) über spezifische Strategien oder Maßnahmen zur Identifizierung von außerhalb der Europäischen Union niedergelassenen Verkäufern?

- Ja
- Nein

5 Bitte quantifizieren Sie, soweit möglich und zutreffend, die Kosten der Maßnahmen im Zusammenhang mit dem Melde- und Abhilfesystem oder anderen Maßnahmen für die Meldung und Entfernung verschiedener Arten illegaler Waren, Dienstleistungen und Inhalte.

höchstens 5000 Zeichen

6 Bitte geben Sie Informationen und Zahlen zur Menge der verschiedenen Arten illegaler Inhalte, Dienstleistungen und Waren, die gemeldet, entdeckt, entfernt oder wieder eingestellt wurden, sowie zur Zahl der von den Nutzern eingegangenen Beschwerden an. Bitte erläutern Sie dies näher und/oder verweisen Sie auf öffentlich gemeldete Informationen, wenn Sie diese in regelmäßigen Transparenzberichten veröffentlichen.

höchstens 5000 Zeichen

7 Verfügen Sie über Maßnahmen zur Erkennung und Meldung verdächtiger Verhaltensweisen (d. h. Verhaltensweisen, die zu kriminellen Handlungen führen könnten, wie die Beschaffung von Material für solche Handlungen)?

höchstens 3000 Zeichen

B. Maßnahmen gegen andere Arten von Aktivitäten, die einen Schaden verursachen könnten, aber an sich nicht illegal sind

1 Sind gemäß Ihren Geschäfts- und/oder Nutzungsbedingungen die folgenden Aktivitäten verboten?

- Verbreitung politischer Desinformation vor Wahlen
- Andere Arten koordinierter Desinformation, z. B. während gesundheitlicher Krisen
- Für Kinder schädliche Inhalte
-

Online-Grooming, Mobbing

- Für andere schutzbedürftige Personen schädliche Inhalte
- Für Frauen schädliche Inhalte
- Hass, Gewalt und Beleidigungen (neben illegaler Hetze)
- Andere Aktivitäten, die nicht per se illegal sind, aber als schädlich angesehen werden könnten.

2 Bitte erläutern Sie Ihre Richtlinien.

höchstens 5000 Zeichen

3 Verfügen Sie über ein System für die Meldung solcher Aktivitäten? Welche Maßnahmen werden dadurch ausgelöst?

höchstens 3000 Zeichen

4 Welche sonstigen Maßnahmen ergreifen Sie? Bitte erläutern Sie die Maßnahmen für jede berücksichtigte Verhaltensweise.

höchstens 5000 Zeichen

5 Bitte quantifizieren Sie, soweit möglich, die Kosten im Zusammenhang mit solchen Maßnahmen.

höchstens 5000 Zeichen

6 Verfügen Sie über spezifische Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger vor schädlichen Verhaltensweisen wie Online-Grooming oder Mobbing?

- Ja
- Nein

7 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

C. Maßnahmen zum Schutz rechtmäßiger Inhalte, Waren und Dienstleistungen

1 Verfügt Ihre Organisation über ein internes Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren für Ihre Nutzer für Fälle, in denen deren Inhalte irrtümlich entfernt oder deren Konten irrtümlich gesperrt werden?

- Ja
- Nein

2 Welche Maßnahmen ergreifen Sie, wenn ein Nutzer die Entfernung seiner Waren, Inhalte oder Dienstleistungen oder Einschränkungen im Zusammenhang mit seinem Konto anfechtet? Wird der Inhalt/die Ware wieder eingestellt?

höchstens 5000 Zeichen

3 Welche Qualitätsstandards und Kontrollmechanismen gibt es für die automatisierten Instrumente, die Sie verwenden, um z. B. Inhalte, Waren, Dienstleistungen, Nutzerkonten oder Bots zu erkennen oder zu entfernen?

höchstens 3000 Zeichen

4 Verfügen Sie über einen unabhängigen Aufsichtsmechanismus für die Durchsetzung Ihrer Inhaltepolitik?

- Ja
- Nein

5 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 5000 Zeichen

D. Transparenz und Zusammenarbeit

1 Stellen Sie aktiv folgende Informationen zur Verfügung?

- Unterrichtung der Nutzer, wenn ihre Ware oder ihr Inhalt entfernt, gesperrt oder in ihrer/seiner Verbreitung reduziert wird
- Unterrichtung der meldenden Person, welche Maßnahmen infolge ihrer Meldung ergriffen werden
- Unterrichtung der Käufer eines Produkts, das als illegal entfernt wurde

2 Veröffentlichen Sie Transparenzberichte über Ihre Richtlinien zur Moderierung von Inhalten?

- Ja
- Nein

3 Enthalten die Berichte Informationen über:

- Anzahl der Entfernungen und Kontosperrungen infolge der Durchsetzung Ihrer Nutzungsbedingungen?
- Anzahl der Entfernungen nach einer Bewertung der Rechtmäßigkeit?
- Von Dritten eingegangene Meldungen?
- Meldungen von Behörden aufgrund von Verstößen gegen Ihre Nutzungsbedingungen?
- Von Behörden eingegangene Anträge auf Entfernung aufgrund illegaler Aktivitäten?
- Anzahl der Beschwerden gegen Entscheidungen über die Entfernung von Inhalten?
- Anzahl der wieder eingestellten Inhalte?
- Sonstiges - bitte im nachstehenden Textfeld angeben.

4 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 5000 Zeichen

5 Welche Informationen stehen gegebenenfalls zu den automatisierten Instrumenten, die Sie zur Identifizierung illegaler Inhalte, Waren oder Dienstleistungen verwenden, und zu deren Leistung zur Verfügung? Wer hat Zugang zu diesen Informationen? In welchen Formaten?

höchstens 5000 Zeichen

6 Wie und unter welchen Bedingungen können Dritte auf Daten zu Ihrem digitalen Dienst zugreifen?

- Vertragsbedingungen
- Besondere Partnerschaften
- Verfügbare APIs (Anwendungsprogrammierschnittstellen) für den Datenzugang
-

Gemeldete, in Berichten zusammengefasste Informationen

- Portabilität zu einem anderen Dienst auf Wunsch der Nutzer
- Auf direktes Ersuchen einer zuständigen Behörde
- Regelmäßige Berichterstattung an eine zuständige Behörde
- Andere Mittel. Bitte machen Sie nähere Angaben:

7 Bitte erläutern Sie die verschiedenen Fälle, in denen Daten ausgetauscht werden, oder geben Sie entsprechende Referenzen an und erläutern Sie Ihre Richtlinien für die verschiedenen Zwecke des Datenaustauschs.

höchstens 5000 Zeichen

Die folgenden Fragen richten sich an alle Teilnehmer.

2. Klarstellung der Zuständigkeiten für Online-Plattformen und andere digitale Dienste

1 Welche Zuständigkeiten (d. h. rechtliche Verpflichtungen) sollten Online-Plattformen auferlegt werden und unter welchen Bedingungen?

Sollten solche Maßnahmen Ihrer Ansicht nach von allen Online-Plattformen oder nur von spezifischen Plattformen ergriffen werden (z. B. je nach Größe, Kapazität, Ausmaß des Risikos, dass sie von ihren Nutzern für illegale Aktivitäten missbraucht werden)? Wenn Sie der Auffassung sind, dass einige Maßnahmen nur von großen Online-Plattformen ergriffen werden sollten, geben Sie bitte an, welche Maßnahmen Sie meinen.

	Ja, von allen Online-Plattformen, je nach Art ihrer Vermittlungstätigkeiten (z. B. Hosting von Inhalten, Verkauf von Waren oder Dienstleistungen)	Ja, nur von größeren Online-Plattformen	Ja, nur von Plattformen, bei denen ein besonderes Risiko besteht, dass sie von ihren Nutzern für illegale Aktivitäten missbraucht werden	Solche Maßnahmen sollten nicht gesetzlich vorgeschrieben sein
Aufrechterhaltung eines wirksamen Melde- und Abhilfesystems für die Meldung illegaler Waren oder Inhalte	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufrechterhaltung eines Systems zur Bewertung des Risikos einer Gefährdung durch illegale Waren oder Inhalte	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beschäftigung angemessen geschulter und ausgestatteter Teams zur Moderierung von Inhalten	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Systematische Beantwortung von Anfragen von Strafverfolgungsbehörden	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zusammenarbeit mit nationalen Behörden und Strafverfolgungsbehörden auf der Grundlage klarer Regelungen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Organisationen mit nachgewiesenem Fachwissen, die illegale Aktivitäten zur schnellen Analyse melden können („vertrauenswürdige Hinweisgeber“)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Erkennung illegaler Inhalte, Waren oder Dienstleistungen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Insbesondere, wenn der Verkauf von Waren oder Dienstleistungen vermittelt wird: Information der gewerblichen Nutzer über ihre Verpflichtungen nach dem EU-Recht.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gewerbliche Nutzer dazu verpflichten, sich eindeutig zu identifizieren („Kenne deinen Kunden“)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bereitstellung technischer Mittel, die es gewerblichen Nutzern ermöglichen, ihren Verpflichtungen nachzukommen (z. B. Möglichkeit, diejenigen vorvertraglichen Informationen, die Verbraucher nach dem geltenden Verbraucherschutzrecht erhalten müssen, auf der Plattform zu veröffentlichen)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information der Verbraucher, wenn sie von Produktrückrufen oder dem Verkauf illegaler Waren Kenntnis erhalten	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zusammenarbeit mit anderen Online-Plattformen, um bewährte Verfahren, Informationen oder Instrumente zur Bekämpfung illegaler Aktivitäten auszutauschen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transparenz in Bezug auf ihre Inhaltsrichtlinien, Maßnahmen und deren Auswirkungen	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufrechterhaltung eines wirksamen Widerspruchssystems für Nutzer, deren Waren oder Inhalte entfernt wurden, um irrtümliche Entscheidungen anzufechten	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges. Bitte machen Sie nähere Angaben:	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2 Bitte machen Sie nähere Angaben, wenn Sie Ihre Auswahl eingehender erläutern möchten.

höchstens 5000 Zeichen

Plattformen sollten unabhängig von ihrer Größe die gleichen Vorgaben beachten müssen. Denn der Schutzbedarf von VerbraucherInnen vor Manipulation, Irreführung, finanziellen oder gesundheitlichen Schäden usw. ist unabhängig von der Größe der Plattformen derselbe. Viele kleinere, lokale Vermittlungsplattformen werden mit großer Sorgfalt betrieben. Dabei wird wenig Aufwand gescheut, um gewerbliche Dritte vor deren Akzeptanz einer genauen Prüfung zu unterziehen. Große Plattformen verfügen über vergleichsweise unbeschränkte Mitteln, automatisierte Kontrollen durchzuführen (Vorabprüfung der Identität kommerzieller Anbieter und der Zulässigkeit von deren Angeboten). Würden keine größenunabhängigen Vorabkontrollpflichten der Betreiber eingeführt, müssten alternativ mitgliedstaatliche Behörden stärker mit systematischen Kontrollen des Internetangebots betraut werden, deren Ressourcen aber rasch an Grenzen stößt.

Eine Differenzierung nach der Wesensart der Plattform ist zwingend erforderlich: bei sozialen Medien und allgemein Diensten, die user-generated-content verwenden, müssen Pflichten streng am Grundrecht auf Meinungs- und Informationsfreiheit gemessen werden. Art 15 der geltenden e-Commerce RL hat sich bewährt und ist in Bezug auf Plattformen, die grundrechtsrelevante Inhalte speichern, unverändert aufrecht zu erhalten. Demnach dürfen Betreibern keine allgemeinen, präventiven Überwachungspflichten in Bezug auf die von ihnen gespeicherten oder übermittelten Inhalte auferlegt werden.

Bei Warenhandels- und anderen Vermittlungsplattformen kommerzieller Angebote besteht in Bezug auf die Achtung des Grundrechts auf Informations- und Meinungsfreiheit deutlich weniger Grund zur Vorsicht. Dass das Grundrecht auf Erwerbsfreiheit bei rechtskonformen Angeboten nicht beschränkt werden soll, ist eine Selbstverständlichkeit. Hier kommt dem präventiven Schutz der Verbraucher durch zumindest stichprobenartige, manuelle Kontrolle und technische Mittel der Erkennung und Filterung rechtswidriger Geschäftspraktiken große Relevanz zu. Eine Hinzunahme eines größeren Haftungsumfangs für Handelsplattformen in Art 15 e-Commerce RL wäre unbedingt zeitgemäß. Anbieter und ihre Waren bzw. Dienstleistungen müssten von den Plattformen nach verschiedenen Kriterien geprüft werden. Bei leicht erkennbaren, Rechtswidrigkeiten oder Unklarheiten, die der Anbieter durch Vorlage von Unterlagen nicht ausräumt, ist dem Drittanbieter die Freischaltung zu verwehren.

Auf Online-Marktplätzen sind KonsumentInnen vielfältigen Schadensrisiken ausgesetzt – sie reichen von finanziellen bis gesundheitlichen Beeinträchtigungen (etwa Vorkassabetrug, Verkauf nachgeahmter, gesundheitsgefährdender Arzneien). Kommen Plattformen ihrer Pflicht nicht nach, Drittanbieter auf ihren Plattformen eindeutig zu identifizieren und betrügerische Angebote, die im Rahmen einer Vorprüfung leicht erkennbar sind, nicht freizuschalten, sollten sie für aufgrund ihrer Sorgfaltswidrigkeit für entstandene Schäden auf Konsumentenseite selbst haften.

3 Welche Informationen wären Ihrer Ansicht nach für die Meldungen notwendig und ausreichend, die Nutzer und Dritte an eine Online-Plattform senden, um eine illegale Aktivität (Verkauf illegaler Waren, Angebot von Dienstleistungen oder Teilen illegaler Inhalte) durch einen Nutzer des Dienstes zu melden?

- Genaue Adresse, z. B. URL
- Genauer Grund, warum die Aktivität als illegal eingestuft wird
- Beschreibung der Aktivität

- Identität der Person oder Organisation, die die Meldung versendet. Bitte erläutern Sie, unter welchen Bedingungen diese Informationen erforderlich sind:
- Sonstiges (bitte machen Sie nähere Angaben)

4 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Meldeanforderungen sollten für KonsumentInnen niedrigschwellig sein. Andernfalls würden sie kaum genutzt. Meldende sollten ihre Beanstandung näher erklären, aber als Rechtsunkundige keinesfalls angehalten sein, den genauen Rechtsverstoß anzugeben. Im Gegensatz zu Löschroutinen wegen Persönlichkeitsrechtsverletzungen gibt es bei der Meldung (mutmaßlich) rechtswidriger Unternehmenspraktiken, Inhalte oder Warenangebote keinen sachlichen Grund, die Identität des Melders auch abzufragen. KonsumentInnen sollten sich aussuchen können, ob sie ausgefüllte Meldeformulare an die Plattform oder auch gleichzeitig an die zuständigen Behörden weiterleiten möchten. Die Plattformanbieter sollten entsprechende Weiterleitungsmöglichkeiten jedenfalls vorsehen.

Plattformen sollten überdies angehalten werden, Angebote nicht nur dann zu entfernen, wenn sie den mit den Anbietern vereinbarten Nutzungsbedingungen widersprechen, sondern wenn sie allgemein Rechtsnormen missachten.

Verbraucherorganisationen, die häufig Meldungen mit substantiierten Sachverhalten und einer fundierten rechtlichen Begründung abgeben, sollten rasch in den Status eines „trusted flaggers“ kommen, der einen vorab definierten Prozess (etwa Stellungnahmen und Abhilfemaßnahmen der Plattform binnen bestimmter Fristen) auslösen sollte.

5 Wie sollte Ihrer Ansicht nach gegen das erneute Auftauchen illegaler Inhalte, Waren oder Dienstleistungen vorgegangen werden? Welche Ansätze sind wirksam und verhältnismäßig?

höchstens 5000 Zeichen

Die Liste betrügerischer Streamingplattformen (<https://www.watchlist-internet.at/liste-streaming-plattformen/>) illustriert beispielhaft, dass praktisch täglich neue Webseiten mit ähnlichen Betrugsmaschen online gehen. Löschroutinen von Plattformen werden kriminellen Praktiken stets hinterherhinken. Trotzdem sollten die Plattformen verpflichtet sein, Algorithmen nicht nur für immer ausgefeiltere Verhaltensprofile von VerbraucherInnen zu nutzen, sondern auch zur Kontrolle von Drittanbieter auf Plattformen und in Suchmaschinenergebnissen. Dazu zählt vor allem das wiederholte Auftauchen inkriminierter Angebote und kommerzieller Praktiken zu erkennen und diese immer wieder zu entfernen.

Außerdem sollten zumindest alle großen Plattformen die Einrichtung und den laufenden Betrieb einer EU-weiten, unabhängigen Warnplattform für Internetkriminalität finanzieren. Wenn illegale Angebote trotz größter Anstrengung nicht rasch ausgesondert werden können, bevor KonsumentInnen sie zu Gesicht bekommen, dann muss in Verbraucherinformation viel mehr investiert werden. Als Vorbild kann die österreichische Initiative „Watchlist-Internet“ dienen (die u.a. auch von der BAK mitfinanziert wird, siehe <https://www.watchlist-internet.at/>). Aufgrund der grenzüberschreitenden Dimension der meisten Formen von Internetbetrug ist eine vergleichbare, EU-weite Initiative überfällig. Ihre Aufgabe wäre es, tagesaktuell über (von KonsumentInnen, Verbraucherorganisationen, Plattformen und Behörden) gemeldete Betrugsformen im Internet zu informieren und Tipps zu geben, wie man sich vor gängigen Betrugsmaschen schützen kann.

Über Eingabe der Internetadresse bzw dem Firmennamen sollten KonsumentInnen prüfen können, ob ein Eintrag in der Blacklist bereits vorliegt, um so vor Kosten- oder Datenfallen geschützt zu sein. Opfer von Internet-Betrug sollten Anleitungen für weitere Schritte erhalten. Die Plattformen sollten das Projekt nicht nur finanziell mittragen. Sie sollten auch eigene Wahrnehmungen über illegale Praktiken auf ihrer Plattform zur Veröffentlichung auf der „Watchlist“ weitergeben und Opfern, die sich bei der Watchlist melden, weiterhelfen. Außerdem könnten sie angesichts ihres technischen Knowhows die EU-weite Entwicklung und Verbreitung von Verbraucherschutz-Tools (wie einer Verständigungs-App über neue Watchlist-Einträge oder Apps, die Fakeshops bzw Gütezeichenfälschungen erkennen) vorantreiben.

6 Welche Chancen und Risiken bietet der Einsatz automatisierter Instrumente zur Erkennung illegaler Inhalte, Waren oder Dienstleistungen in Bezug auf die verschiedenen Arten illegaler Aktivitäten und die Besonderheiten der verschiedenen Arten von Instrumenten?

höchstens 3000 Zeichen

Das eingangs beschriebene wissenschaftlich begleitete Projekt einer automatisierten Fake-Shop-Erkennung in Österreich zeigt, dass maschinelle Lernsysteme durch kontinuierliches Einspeisen neuer Betrugsvarianten in der Lage sind, neue Anwarter für Sperren relativ treffsicher anzuzeigen. Plattformen werden das Wiederauftauchen gesperrter Inhalte natürlich nicht 100%-ig verhindern können. Eine Verpflichtung, zumindest zumutbare Anstrengungen zu unternehmen, zu dokumentieren und Behörden gegenüber offenzulegen, sollte aber jedenfalls vorgesehen werden.

Wie mehrfach betont, sind „notice and take down“-Strategien im Wege von Meldesystemen zwar eine zweckmäßige, aber nicht die effizienteste Methode, Plattformen möglichst frei von illegalen Praktiken zu halten. Zielführend wäre es, Plattformen dem „know your customer“-Prinzip folgend an zu halten, Anbieter und deren Angebote vorab nach bestimmten Standards (Identitätsklärung, Vertreter innerhalb der EU, stichprobenartiges Webseitenscreening und genauere Kontrolle bei heiklen Produktkategorien) zu kontrollieren. Eine Haftung der Plattformen für Verbraucherschäden, soweit sie ihren definierten Vorabkontrollpflichten nicht nachgekommen sind, wäre vorzusehen. Dies stellt sicher, dass VerbraucherInnen Schäden erstmals ersetzt bekämen (da Betreibungsversuche bei unbekanntem Tätern unmöglich und auch bei ausforschbaren kriminellen Anbietern aussichtslos sind). Außerdem motiviert es Plattformanbieter, mit größerer Sorgfalt darauf zu achten, wer auf ihren Plattformen Waren und Dienste anbieten darf.

7 Wie sollte gegen die Verbreitung illegaler Waren, Dienstleistungen oder Inhalte über mehrere Plattformen und Dienste vorgegangen werden? Sind spezifische Bestimmungen erforderlich, um Risiken zu begegnen, die von folgenden Faktoren ausgehen?

- a. Digitale Dienste mit Sitz außerhalb der Union
- b. Verkäufer mit Sitz außerhalb der Union, die über Online-Plattformen Verbraucher in der EU erreichen

höchstens 3000 Zeichen

Der Anwendungsbereich sollte sich auf alle Angebote von Waren, Dienste und digitalen Inhalten erstrecken, die von europäischen VerbraucherInnen entgeltlich wie unentgeltlich bezogen werden können, unabhängig

davon, ob das Unternehmen einen Sitz innerhalb der EU unterhält. Als Vorbild hierfür kann Art 3 iVm EG 23 der Datenschutz-Grundverordnung dienen.

Außerdem ist sicher zu stellen, dass Anbieter aus Drittländern, die keine Niederlassung in der EU haben, einen zustellbevollmächtigten Vertreter mit klagsfähiger Anschrift innerhalb der EU benennen müssen. Analog zu Art 27 DSGVO sollte der Vertreter eine in der EU niedergelassene natürliche oder juristische Person sein, die vom Onlineanbieter schriftlich bestellt wurde und diesen in Bezug auf die Pflicht, EU-Recht (Verbraucherschutznormen, Gewerberecht etc) einzuhalten, vertritt.

Die Plattformen sollten überprüfen, ob Vertretungsbevollmächtigte an der namhaft gemachten Adresse überhaupt existieren und im Bedarfsfall reagieren.

Kommen Plattformen dieser Pflicht nicht nach, haften sie selbst für Schäden die VerbraucherInnen daraus erwachsen, dass sie keinen Anbieter oder Bevollmächtigten in der EU zur Verantwortung ziehen können.

8 Welche angemessenen und verhältnismäßigen Maßnahmen sollten von digitalen Diensten ergriffen werden, die nicht als Online-Plattformen, sondern als Online-Vermittler fungieren (z. B. andere Arten von Hosting-Diensten wie Web-Hosting-Dienste oder Dienste, die tiefer im Internet-Stack eingebettet sind, wie Cloud-Infrastrukturdienste, Dienste zur Verbreitung von Inhalten, DNS-Dienste usw.)?

höchstens 5000 Zeichen

Derartige tiefgreifende Maßnahmen sollten nur in Frage kommen, wenn auf übergeordneter Ebene keine Abhilfe geschaffen werden kann. In erster Linie ist es die Pflicht des Hostproviders auf seiner Website Rechtswidrigkeiten zu beseitigen. In letzter Konsequenz sind bei kontinuierlichen, schwerwiegenden Verstößen bzw. kriminellen Host Providern, die sich jeder Kooperation entziehen, Domainsperrern denkbar.

9 Welche Rechte und Zuständigkeiten sollten andere Stellen bei der Bekämpfung illegaler Aktivitäten im Internet haben, etwa Behörden oder interessierte Dritte wie Organisationen der Zivilgesellschaft oder Gleichbehandlungsstellen?

höchstens 5000 Zeichen

Plattformen sollten verpflichtet sein, auf Verstöße nicht nur durch Entfernung von Angeboten auf ihrer Webseite zu reagieren, sondern Behörden (Verwaltungs-, Konsumentenschutz, -, Datenschutz- und Branchenaufsichtsbehörden) eine Dokumentation der Sachverhalte auch zur weiteren Rechtsverfolgung zukommen zu lassen. NGOs, die VerbraucherInnen dadurch unterstützen, dass sie sie beraten, Streitfälle schlichten und Tests durchführen, sollten rasch in einen „trusted flagger“ – Status gelangen. Nach einem festgelegten Prozess sollten sie so rasch in einen direkten Kontakt mit einem entscheidungsbefugten Mitarbeiter der Plattform kommen, um rasche und befriedigende Lösungen für betroffene VerbraucherInnen aushandeln zu können.

Die Zusammenarbeit zwischen mitgliedstaatlichen Behörden eines und mehrerer Länder ist erheblich zu verbessern. Die Mitgliedstaaten haben nachzuweisen, dass sie ausreichend Ressourcen dafür vorsehen.

10 Welche angemessenen und verhältnismäßigen Maßnahmen sollten Ihrer Ansicht nach in Bezug auf Aktivitäten oder Inhalte, die einen Schaden verursachen könnten, aber nicht unbedingt illegal sind, von Online-Plattformen ergriffen werden?

höchstens 5000 Zeichen

Die 35 Jahre alte ProdukthaftungsRL bietet hinsichtlich der Vertriebsstrukturen im Online-Handel keine angemessenen Antworten und enthält unbefriedigende Schutzlücken für KonsumentInnen, die Waren über Plattformen von Händlern oder Herstellern mit Sitz außerhalb der EU (vor allem immer öfter in China) erwerben. So sollte eine gesamtschuldnerische Haftung auch für den „Fulfillment“-Dienstleister (Lagerhaltung, Verpackung, Adressierung und Versand von Produkten, an denen diese kein Eigentumsrecht haben, ausgenommen herkömmliche Postdienste) neben dem Hersteller (Art. 3 Abs. 1 Produkthaftungs-RL) und dem Importeur (Art. 3 Abs. 2 Produkthaftungs-RL) vorgesehen werden. Aber selbst gegenüber Plattformbetreiber, die keine Fulfillment-Services erbringen, erscheint eine gesamtschuldnerische Haftung nach dem Vorbild der Importeurhaftung (Art. 3 Abs. 2 Produkthaftungs-RL) angemessen. Soweit Plattformen Anbieter aus Drittstaaten zulassen, ist ihnen das Risiko einer Inanspruchnahme nach der ProdukthaftungsRL zuzumuten. Denn KonsumentInnen haben sonst absolut keine Chance, Rechtsansprüche gegenüber zB US- oder chinesischen Anbietern durchzusetzen. Plattformanbieter wären mithilfe algorithmischer Risikobewertungen durchaus in der Lage, potentiell gefährliche Produkte auf dem Onlinemarktplatz gar nicht zuzulassen. Sie können derartige finanzielle Risiken außerdem an ihre gewerblichen Plattformnutzer weitergeben (etwa die Höhe der Provision danach kalkulieren, ob vom jeweiligen Produkt ein hohes Risiko ausgeht) und Risikoversicherungen abschließen.

11 Gibt es insbesondere spezifische Maßnahmen im Zusammenhang mit potenziell schädlichen Aktivitäten oder Inhalten, die Minderjährige betreffen, bei denen Sie es für angemessen und verhältnismäßig erachten würden, wenn Online-Plattformen diese ergreifen würden? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 5000 Zeichen

Soziale Medien, App-Stores und Onlinespiele-Anbieter bieten Kindern und Jugendlichen deutlich zu wenig Schutz vor Onlinemarketing. Einige große Plattformen halten trotz der DSGVO, E-Privacy RL und der audiovisuellen Mediendienste RL an rechtswidrigen Praktiken bei der Datennutzung und der Werbeausspielung fest. Entsprechend gering sind ihre Bemühungen, Drittanbieter auf ihrer Plattform zu einem diesbezüglich rechtskonformen Verhalten gegenüber Kindern und Jugendlichen an zu halten. So zeigte etwa eine von der BAK beauftragte Studie, dass Facebook mehr als 30 verschiedene Werbeformen benutzt. Dabei werden Inhalte versteckt und unzureichend als kommerzielle Kommunikation gekennzeichnet, sodass sich Minderjährige des werblichen Inhalts überhaupt nicht bewusst werden können und erheblichen Manipulationsgefahren ausgesetzt sind.

Die Einschränkungen in Bezug auf die Nutzbarkeit der Daten von Kindern nach der DSGVO werden von jenen Plattformen und Drittanbietern, die besonders gerne von Minderjährigen genutzt werden, häufig missachtet. Und auch Videoblogger finden auf den populärsten Plattformen für Jugendliche nicht immer jene Werkzeuge vor, um ihre Beiträge korrekt als Werbung zu kennzeichnen (siehe zB die BAK-Studie zu Influencermarketing, <https://www.arbeiterkammer.at/beratung/konsument/HandyundInternet/Internet/Videoblogger.html>).

Nicht altersadäquate Inhalte, die Gewalt, Pornografie etc enthalten, sind Kindern und Jugendlichen unvermindert zugänglich. Während herkömmliche audiovisuelle Mediendienste nach der gleichnamigen EU-Richtlinie streng reguliert und auch durch Aufsichtsbehörden weitgehend kontrolliert werden, gilt dies für Angebote im Internet abseits großer Videoabrufplattformen wie Youtube bei weitem nicht.

12 Bitte bewerten Sie die Notwendigkeit der folgenden Maßnahmen zur Bekämpfung der Verbreitung von Desinformation im Internet. Bitte bewerten Sie jede Option von 1 (überhaupt nicht notwendig) bis 5 (unverzichtbar).

	1 (überhaupt nicht notwendig)	2	3 (neutral)	4	5 (unverzichtbar)	Ich weiß nicht /keine Antwort
Transparente Information der Verbraucher über politische Werbung und gesponserte Inhalte, insbesondere vor Wahlen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bereitstellung von Instrumenten, mit denen Nutzer Desinformation im Internet melden können, sowie Einführung transparenter Verfahren für den Umgang mit Nutzerbeschwerden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bekämpfung der Verwendung von gefälschten Konten, gefälschten Interaktionen, Bots und unauthentischem Nutzerverhalten, welche(s) die Verstärkung falscher oder irreführender Narrative zum Ziel haben/hat.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transparenzinstrumente und sicherer Zugang zu Plattformdaten für vertrauenswürdige Forscher, um unangemessene Verhaltensweisen zu überwachen und die Auswirkungen von Desinformation und der zu ihrer Bekämpfung konzipierten Strategien besser zu verstehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transparenzinstrumente und sicherer Zugang zu Plattformdaten für Behörden, um unangemessene Verhaltensweisen zu überwachen und die Auswirkungen von Desinformation und der zu ihrer Bekämpfung konzipierten Strategien besser zu verstehen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Von Online-Plattformen durchgeführte angepasste Risikobewertungen und Risikominderungsstrategien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gewährleistung des effektiven Zugangs zu und der Sichtbarkeit einer Vielzahl von authentischen und professionellen journalistischen Quellen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Auditsysteme für Maßnahmen und Risikobewertungen der Plattformen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

<p>Regulierungsaufsicht und Auditbefugnisse in Bezug auf die Maßnahmen und Risikobewertungen der Plattformen, einschließlich in Bezug auf ausreichende Ressourcen und Personal, und verantwortungsvolle Prüfung von Parametern und Kapazitäten im Zusammenhang mit gefälschten Konten und deren Auswirkungen auf die Manipulation und Verstärkung von Desinformation.</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<p>Sonstige (bitte machen Sie nähere Angaben)</p>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13 Bitte machen Sie nähere Angaben:

höchstens 3000 Zeichen

Bewusste Desinformation zur Manipulation der öffentlichen Meinung und zur Führung gezielter Kampagnen bei stark emotionalisierenden und die Gesellschaft spaltenden Themen ist zweifellos ein demokratiepolitisches Problem. Keinesfalls unbeachtet darf bleiben, dass auch VerbraucherInnen massenhaft Desinformation und Manipulation ausgesetzt sind. Denn verhaltensbasiertes Marketing und psychologisch stark beeinflussende Werbeformen sind ein bestimmender Teil des Onlinegeschäftsmodells. Verhaltensprofile, die aus der Überwachung des Internetverhaltens von VerbraucherInnen quer über alle Dienste hervorgehen und stark individualisierte Werbung durch Microtargeting entfalten eine ebenfalls manipulative Wirkung und belästigen eine Mehrzahl der VerbraucherInnen. Eine Regulierung zulässiger Onlinewerbeformen und Verbotsnormen für intransparente, manipulative Marketingmethoden ist überfällig.

Die Datenkonzentration bei einigen wenigen großen Plattformen und Dienstleistern am Onlinewerbemarkt bedingt missbräuchliche Verhaltensweisen (zB völlige Intransparenz gegenüber den VerbraucherInnen, serielle Datenschutzverstöße, wettbewerbsrechtlich unfaire Gewinnspannen durch Monetarisierung von Daten auf Seiten der Werbedienstleister statt bei den Inhalteanbietern).

14 Welche Mechanismen der Zusammenarbeit zwischen digitalen Diensten und Behörden sind Ihrer Ansicht nach in besonderen Fällen angemessen, d. h. bei Krisen, die eine systemische Bedrohung für die Gesellschaft darstellen (z. B. bei einer Pandemie) und die mit einer raschen Verbreitung illegaler und schädlicher Aktivitäten im Internet einhergehen?

höchstens 3000 Zeichen

Die Onlineanbieter sind zu verpflichten, gemeldete und selbst beobachtete Verstöße Behörden anzuzeigen. VerbraucherInnen und Verbraucherverbände, die Plattformen Verstöße melden, sollten auf der Plattform einen Link vorfinden, über den sie den Inhalt des ausgefüllten Meldeformulars sofort auch an die zuständigen Behörden weiterleiten können.

15 Wie könnten Ihrer Ansicht nach wirksame Maßnahmen aussehen, mit denen Diensteanbieter die Meinungsfreiheit ihrer Nutzer schützen könnten? Bitte bewerten Sie von 1 (überhaupt nicht notwendig) bis 5 (unverzichtbar).

	1 (überhaupt nicht notwendig)	2	3 (neutral)	4	5 (unverzichtbar)	Ich weiß nicht /keine Antwort
Hohes Transparenzniveau in Bezug auf ihre Nutzungsbedingungen und Entscheidungen über die Entfernung von Inhalten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sorgfalt bei der Bewertung der ihnen zur Entfernung oder Sperrung gemeldeten Inhalte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aufrechterhaltung eines wirksamen Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahrens	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sorgfalt bei der Information von Nutzern, deren Inhalte/Waren/Dienstleistungen entfernt oder gesperrt wurden oder deren Konten gesperrt werden könnten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hohe Genauigkeit und sorgfältige Kontrollmechanismen, einschließlich Prüfung durch Menschen, wenn automatisierte Instrumente zur Erkennung, Entfernung oder Reduzierung von Inhalten oder zur Sperrung von Nutzerkonten eingesetzt werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dritten - z. B. Wissenschaftlern - Einblick in die wichtigsten Systeme zur Moderierung von Inhalten gewähren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges. Bitte machen Sie nähere Angaben:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Bei Sozialen Medien und allgemein Plattformen, die auf user-generated-content aufbauen bzw traditionellen Kommunikationsdiensten ähnlich sind oder ihnen entsprechen sollte das Verbot genereller Überwachungspflichten nach Artikel 15 der e-Commerce Richtlinie unbedingt erhalten bleiben. Meinungs- und Informationsfreiheit bzw die Beachtung des Kommunikationsgeheimnisses haben in diesem Fall einen besonders hohen Stellenwert.

Ausnahmen von diesem Grundsatz sollte es in beschränktem Umfang geben: In Bezug auf kommerzielle Werbung (die auch auf grundrechtssensiblen Plattformen mit nutzergenerierten Inhalten ausgespielt werden) kann und sollte eine generelle Pflicht zur allgemeinen Vorabprüfung ohne Grundrechtsbedenken greifen: Einhaltung werberechtlicher Kennzeichnungspflichten, Entfernen offenkundig rechtswidriger Inhalte.

In Bezug auf Kommunikationsplattformen wie sozialen Netzwerken besteht derzeit vor allem die Sorge, dass die Anbieter auf öffentlichen Druck und die Aussicht auf empfindlich hohe Strafsanktionen damit reagieren, dass sie nicht nur inkriminierte Inhalte rascher löschen (siehe zB deutsches Netzwerkdurchsetzungsgesetz) sondern auch zu überschießendem Verhalten, sprich durch „Overblocking“ im Zweifel zu viel löschen. Es braucht selbstverständlich Vorgaben für die Plattformen, ihnen zur Kenntnis gelangte, illegale Inhalte unverzüglich zu sperren bzw zu löschen. Es bedarf aber auch Ausgleichsmechanismen, die sicherstellen, dass es nicht zu Löschungen rechtmäßiger Beiträge im Netz kommt. Zweckmäßig wären daher nationale, unabhängige Schlichtungsstellen, die im Einzelfall abwägend über die konfligierenden Interessen der freien Meinungsäußerung und dem Datenschutz oder Persönlichkeitsrechten entscheiden. Der Zugang zur nachprüfenden Kontrolle durch Gerichte muss den TeilnehmerInnen eines Schlichtungsverfahrens offenstehen. Zudem sind Plattformen zu verpflichten, algorithmusgesteuerte Entscheidungsprozesse über den Verbleib oder die Entfernung von Inhalten transparent offenzulegen und eine Dokumentation ihrer Einzelentscheidungen zuständigen Behörden (Datenschutz-, Medien-, Strafrechtsbehörden uÄ) zugänglich zu machen.

17 Gibt es andere Bedenken und Mechanismen zum Umgang mit Risiken für andere Grundrechte wie Versammlungsfreiheit, Nichtdiskriminierung, Gleichstellung der Geschlechter, unternehmerische Freiheit oder Rechte des Kindes? Wie könnten diese angegangen werden?

höchstens 5000 Zeichen

18 Welche Informationen sollten Online-Plattformen Ihrer Ansicht nach zu ihren Richtlinien und Maßnahmen im Zusammenhang mit den von ihren Nutzern angebotenen Inhalten und Waren zur Verfügung stellen? Bitte machen Sie - im Hinblick auf die Identifizierung illegaler Inhalte und Waren, die Entfernung, Sperrung oder Reduzierung von angebotenen Inhalten oder Waren, die Beschwerdemechanismen und das erneute Einstellen - nähere Angaben zum Format und der Häufigkeit dieser Informationen und erläutern Sie, wer auf die Informationen zugreifen kann.

höchstens 5000 Zeichen

19 Welche Art von Informationen sollten mit Nutzern und/oder zuständigen Behörden und anderen Dritten wie vertrauenswürdigen Forschern in Bezug auf die Nutzung automatisierter Systeme, die von Online-Plattformen genutzt werden, um illegale Inhalte, Waren oder Nutzerkonten zu erkennen, zu entfernen und/oder zu sperren, geteilt werden?

höchstens 5000 Zeichen

Die verwendeten personenbezogenen Daten, Kriterien und in groben Zügen die Logik von Filtersystemen sollte jedermann zugänglich sein. Darüber hinaus sind neue Aufsichtsbehörden einzurichten oder bestehende Aufsichtsbehörden mit der zusätzlichen Aufgabe einer Algorithmenkontrolle in Bezug auf die wissenschaftliche Nachprüf- und Haltbarkeit der Ergebnisse, Einhaltung der Grundrechte, Nichtdiskriminierung, Transparenzansprüche und einer unabhängigen Schlichtungsstellen für Streitfälle zu betrauen. Diesen sind im Falle vorabgenehmigungspflichtiger Anwendungen bzw bei nachprüfenden Kontrollen alle Details des Algorithmeinsatzes offenzulegen.

20 Welche Maßnahmen sind Ihrer Ansicht nach in Bezug auf die von Online-Plattformen verwendeten algorithmischen Empfehlungssysteme erforderlich?

höchstens 5000 Zeichen

Empfehlungen und Reihungen, wie sie auf Video-, Film- und Musikstreamingdiensten, Suchmaschinen oder bei Sprachassistenten finden, bestechen durch Intransparenz. Die Einflussfaktoren auf die Auswahl und Reihung müsste Verbrauchern erklärt werden. Zählen personenbezogene Daten zu den Einflussfaktoren, sind sie offenzulegen. Die DSGVO enthält keine Transparenzpflichten für Empfehlungssysteme. Nach Art 22 DSGVO (automatische Entscheidungsfindung und Profiling) sind nur die Daten, Logik, Folgen solcher Systeme zu beschreiben, die rechtliche Folgen für Verbraucher oder ähnlich beeinträchtigende Auswirkungen nach sich ziehen. Eine Ergänzung im Digital Service Act würde die Informationslage und Medienkompetenz der VerbraucherInnen verbessern und Manipulationsrisiken senken. NutzerInnen sollten auch Wahlmöglichkeiten vorfinden (Deaktivierung von Empfehlungen, Reihung nach Kriterien eigener Präferenz). VerbraucherInnen wissen auch nicht, warum ihnen eine individualisierte Werbebotschaft eingeblendet wird. Bezahlte Premium-Plätze auf Vergleichsportalen und Suchmaschinen sind oft nicht als Werbung gekennzeichnet. Die hinter einer Werbeplatzierung stehenden Werbenetzwerke sind kaum erkennbar. Eine Möglichkeit, individualisierte Werbung abzubestellen, wenn VerbraucherInnen sie belästigend finden, besteht nicht. So verfolgt ein einmal betrachtetes Produkt VerbraucherInnen über viele Webseiten und Wochen. Wer eine allgemeine „Don't Track“-Willenserklärung abgeben möchte und individualisierte Onlinewerbung nicht schätzt, hat keine vertretbare Möglichkeit, diese Haltung einfach und wirksam zum Ausdruck zu bringen. Werbenetzwerken ist es zumutbar, einfache Opt-Out-Möglichkeiten anzubieten. Denn auch mit kontextabhängiger Werbung lassen sich Einnahmen erzielen. Die nach der E-Commerce RL einzurichtende zentrale „Robinson-Liste“ für unerbetene e-Mailwerbung sollte zu einem echten „Stop-Tracking“-Tool für jede Form der Onlinewerbung werden. Aufgezwungene Werbung verfehlt ohnehin komplett das Ziel der zahlenden Werbekunden.

Anforderungen an kommerzielle Anbieter von Rankings, Vergleichen und Bewertungssystemen fehlen. Als Abhilfe gegen Manipulation und Irreführung steht das Wettbewerbsrecht zur Verfügung.

Lauterkeitsrechtliche Verstöße nachzuweisen, fällt mangels Einblick in die Rankingpraxis schwer. Nach der ModernisierungsRL (Nr. 11a Annex I UGP-RL n.F) sind „gekaufte“ Rankingpositionen ohne Werbekennzeichnung verboten. Anbieter müssen nach Art. 7 Abs. 6 UGP-RL n.F. offenlegen, ob und wenn ja, wie sie prüfen, ob Bewertungen von „echten Käufern“ stammen. Diese Regeln allein reichen nicht. Bewertungssysteme sollten Maßnahmen gegen von Agenturen gekaufte, gefälschte Bewertungen auch

tatsächlich ergreifen müssen. Vergleichsanbieter müssten ihre Unabhängigkeit unter Beweis stellen: Provisionen dürfen sich zB nicht auf das Vergleichsergebnis auswirken. Anleihen können bei der internationalen Norm ISO 20488:2018 (Online Consumer Reviews) genommen werden, die Anforderungen an Bewertungssysteme enthält.

Die Personalisierung von Angeboten durch Individualisierung des Preises ist VerbraucherInnen zwar eindeutig sichtbar zu machen (siehe Verpflichtung der Omnibus-Richtlinie). Die Konsequenzen müssen VerbraucherInnen aber auch näher beschrieben werden, andernfalls können sie sich kein angemessenes Bild über mögliche Nachteile machen: Person A werden im Vergleich zu Person B günstigere Angebote angezeigt, die voreingestellte Reihung der Angebote ist für Person A anders als für Person B etc. Bestimmte Formen algorithmusgesteuerter Individualisierung von Angeboten sind überhaupt zu untersagen: so sollte die Zielgruppengröße eine bestimmte Personenanzahl nicht unterschreiten dürfen. Auf eine einzelne bestimmbare Person dürfen Angebote gar nicht heruntergebrochen werden. Die Kriterien für eine Andersbehandlung bestimmter Zielgruppen dürfen nicht unsachlich, diskriminierend sein. Die Verwendung derartiger Personalisierungssysteme und die für Verbraucher bestimmten Website-Informationen darüber sollten von Aufsichtsbehörden, die für Algorithmenkontrollen und Datenschutz zuständig sind, vorab geprüft werden.

Zusätzliche Forderungen in Bezug auf den Verbraucherschutz bei Verwendung von Algorithmen finden sich in unserer Stellungnahme zum Weißbuch Künstliche Intelligenz: <https://www.arbeiterkammer.at/kuenstliche-intelligenz>

21 Ist Ihrer Ansicht nach ein verbesserter Datenaustausch zwischen Online-Plattformen und Behörden innerhalb der durch die Datenschutz-Grundverordnung vorgegebenen Grenzen erforderlich? Bitte wählen Sie die Situationen aus, in denen dies Ihrer Ansicht nach angemessen wäre:

- Zu Aufsichtszwecken in Bezug auf gewerbliche Nutzer der Plattform - z. B. im Zusammenhang mit über eine Plattform vermittelten Dienstleistungen wie Unterkunftsvermittlungs- oder Fahrvermittlungsdiensten, zu Arbeitsaufsichtszwecken, zur Erhebung von Steuern oder Sozialversicherungsbeiträgen
- Zur Überwachung der eigenen Verpflichtungen der Plattformen - z. B. in Bezug auf Pflichten zur Moderierung von Inhalten, Transparenzvorschriften, Maßnahmen, die im Kontext von Wahlen und gegen unauthentische Verhaltensweisen und ausländische Einflussnahme ergriffen wurden
- Spezifisches Ersuchen der Strafverfolgungsbehörde oder des Justizwesens
- Auf freiwilliger und/oder vertraglicher Grundlage im öffentlichen Interesse oder für andere Zwecke

22 Bitte erläutern Sie dies näher. Welchen Nutzen hätte dies? Welche Bedenken hätten Unternehmen, Verbraucher oder andere Dritte?

höchstens 5000 Zeichen

Derzeit gibt es keine umfassende, behördliche Überprüfung des Umgangs der Plattformen mit nationalen rechtlichen Anforderungen. Ihre Angaben (etwa in Transparenzberichten) sind selten aufschlussreich und werden behördlich nicht näher überprüft. Die DSGVO sollte kein Hemmnis dafür sein, dass nationale Behörden jene Daten anfordern, die sie für die Erfüllung ihrer steuerrechtlichen, kommunalen etc Aufgaben zwingend benötigen. Erforderlichenfalls ist ein entsprechender Erlaubnistatbestand zu schaffen.

23 Welche Arten von Sanktionen wären wirksam, abschreckend und verhältnismäßig für Online-Plattformen, die ihren Verpflichtungen systematisch nicht nachkommen (siehe auch das letzte Modul der Konsultation)?

höchstens 5000 Zeichen

Neben Verwaltungsstrafen für die Missachtung von Ausübungsregeln, Transparenz- und Prüfpflichten kommen auch neue Haftungsregelungen in Betracht. Bei Vermittlungsplattformen - etwa Online-Marktplätzen – sind KonsumentInnen vielfältigen, erheblichen Schadensrisiken ausgesetzt – sie reichen von finanziellen bis gesundheitlichen Beeinträchtigungen (vom Vorauskassabetrug bis zum Onlineverkauf nachgeahmter, gesundheitsgefährdender Arzneien). Kommen Plattformen ihrer Pflicht nicht nach, Drittanbieter auf ihren Plattformen eindeutig zu identifizieren und betrügerische Angebote, die im Rahmen einer Vorprüfung leicht erkennbar sind, erst gar nicht freizuschalten, haften sie aufgrund ihrer Sorgfaltswidrigkeit selbst für den bei KonsumentInnen entstandene Schäden, Garantien, Gewährleistungsmängel etc..

24 Gibt es weitere Punkte, die Sie gerne ansprechen möchten?

höchstens 3000 Zeichen

Eine Zusammenfassung unserer Verbraucheranliegen in Bezug auf den künftigen Digital Service Act ist abrufbar unter:
https://www.akeuropa.eu/sites/default/files/2020-05/DE_%C3%9Cberarbeitung%20der%20Richtlinie%20zum%20elektronischen%20Gesch%C3%A4ftsverkehr.pdf

II. Überprüfung der Haftungsregelung für digitale Dienste, die als Vermittler fungieren

Die Haftung von Online-Vermittlern ist ein besonders wichtiger Bereich des Internetrechts in Europa und weltweit. Die Richtlinie mit spezifischen Bestimmungen für verschiedene Dienste je nach ihrer Rolle (von Internetzugangsanbietern und Nachrichtendiensten bis zu Hosting-Diensteanbietern über den elektronischen Geschäftsverkehr) harmonisiert die Haftungsausschlüsse, die für Online-Vermittler im Binnenmarkt gelten.

Im vorangegangenen Abschnitt der Konsultation ging es um die Verpflichtungen und Zuständigkeiten, die von Online-Plattformen und anderen Diensten erwartet werden können - d. h. Verfahren, die sie einrichten sollten, um gegen illegale Aktivitäten von Nutzern vorzugehen, die ihren Dienst missbrauchen. In diesem Abschnitt liegt der Schwerpunkt auf der Rechtsstruktur der Haftungsregelung für Diensteanbieter in Bezug auf illegale Aktivitäten ihrer Nutzer. Die Kommission ersucht um fundierte Stellungnahmen zu den derzeitigen Haftungsausschlussregelungen und den Bereichen, in denen eine Aktualisierung erforderlich sein könnte.

2 Die Haftungsregelung für Online-Vermittler ist in erster Linie in der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr festgelegt, in der zwischen verschiedenen Arten von Diensten unterschieden wird: „reinen Durchleitungen“, „Caching-Diensten“ und „Hosting-Diensten“.

Sind diese Kategorien Ihrer Ansicht nach klar und vollständig genug, um die heutigen digitalen Vermittler zu charakterisieren und zu regulieren? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 5000 Zeichen

Bei Hosting-Diensten wird der Haftungsausschluss für Inhalte oder Aktivitäten Dritter vom Wissensstand abhängig gemacht (d. h., wenn die Diensteanbieter „tatsächliche Kenntnis“ von den illegalen Aktivitäten erhalten, müssen sie „unverzüglich tätig werden“, um diese zu entfernen, andernfalls könnten sie haftbar gemacht werden). Diese Einschränkung der Haftung hat sich bei Sozialen Medien und anderen Plattformen, die auf nutzergenerierten Inhalten aufbauen, mit Blick auf den Schutz der Meinungs- und Informationsfreiheit und den Schutz der Privatsphäre bewährt.

Vermittlungsplattformen und Suchmaschinen, die kommerzielle Angebote von dritten Unternehmen (seien es Waren, Dienste oder digitale Inhalte), Werbung, Bewertungen und Vergleiche auf ihren Seiten anbieten, sollten hingegen strengeren Haftungsregeln unterliegen. Grundrechtliche Bedenken gegen präventive, pauschale Vorabprüfpflichten stellen sich hier nicht in dieser Form. Der Bedarf an einem zeitgemäßen Haftungsregime zum Schutz der VerbraucherInnen ist augenfällig groß. Die Plattformen überwachen das Geschehen ohnehin in Bezug auf das Verbraucherverhalten minutiös und kuratieren auch über Empfehlungen und Angebotsreihungen die Inhalte. Angesichts dieser permanenten Einflussnahmen kann in der Regel nicht von einer reinen Durchleitung oder Speicherung von Inhalten die Rede sein.

Haftungsprivilegien für den Fall, dass die Anbieter nachweisen, dass sie freiwillige, proaktive Maßnahmen ergreifen, halten wir für nicht angebracht. Ein ausgezeichnetes Haftungsregime, das die Interessen und Möglichkeiten beider Vertragsparteien angemessen ausbalanciert berücksichtigt, wurde bereits von einem Wissenschaftsteam erarbeitet:

https://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user_upload/p_eli/Publications/ELI_Model_Rules_on_Online_Platforms.pdf

Plattformbetreiber müssen selbst die Verantwortung für die Einhaltung von EU-Regeln übernehmen (durch gesamtschuldnerische Haftung der Plattform für Rechtsverletzungen der von ihnen freigeschalteten Drittanbieter oder auf den zur Verfügung gestellten Werbeplätzen). Danach greift die gesamtschuldnerische Mithaftung des Plattformanbieters, wenn der Konsument „vernünftigerweise darauf vertrauen kann, dass der Plattformbetreiber einen beherrschenden Einfluss auf den Anbieter hat“. Diese Voraussetzung wird durch eine Liste an Kriterien konkretisiert.

Bei Hosting-Diensten wird der Haftungsausschluss für Inhalte oder Aktivitäten Dritter vom Wissensstand abhängig gemacht (d. h., wenn die Diensteanbieter „tatsächliche Kenntnis“ von den illegalen Aktivitäten erhalten, müssen sie „unverzüglich tätig werden“, um diese zu entfernen, andernfalls könnten sie haftbar gemacht werden).

3 Gibt es Aspekte, die einer weiteren rechtlichen Klärung bedürfen?

höchstens 5000 Zeichen

Wir verweisen auf die vom European Law Institute (siehe Punkt 2 unmittelbar zuvor) entwickelte, nicht erschöpfende Beispielsliste für Onlinemarktplätze, die strenger in die Verantwortung zu nehmen sind, weil

bspw.

der Verbrauchervertrag exklusiv auf der Plattform geschlossen wird

Plattformanbieter bestimmte Identitätsdetails über den Drittanbieter bis zum Abschluss des Verbrauchervertrags zurückhalten

der Plattformanbieter Systeme für die Abwicklung der Zahlungen anbietet

der Plattformanbieter AGBs, die den Vertragsabschluss zwischen Drittanbieter und Verbraucher regeln, vorgibt oder auf die Preisfestsetzung Einfluss nimmt

der Plattformanbieter in seinen AGBs Verhaltensregeln der Drittanbieter festlegt und diese überwacht uvm

4 Hält der derzeitige Rechtsrahmen die Diensteanbieter davon ab, proaktive Maßnahmen gegen illegale Aktivitäten zu ergreifen? Wenn ja, erläutern Sie bitte, wie negative Anreize Ihrer Ansicht nach korrigiert werden könnten.

höchstens 5000 Zeichen

Die e-Commerce RL enthält bereits ein sogenanntes „Notice und Takedown“-Verfahren. Internetbetreiber können von einer Haftungsbefreiung profitieren, wenn sie den Zugang zu Informationen schnellstmöglich entfernen oder sperren, sobald sie Kenntnis von deren rechtswidrigem Charakter erlangen. Die Regeln gelten für jegliche Art von illegalen oder rechtswidrigen Inhalten. Dienste Anbieter sollten dabei aber nicht als Internetpolizei fungieren dürfen und Anbieter, die user-generated-content nutzen, dürfen jedenfalls nicht zu einer allgemeinen, aktiven Überwachung dieser Inhalte gezwungen werden. „Notice und Action“-Mechanismen wirken sich bei user-generated-content unmittelbar auf die Meinungsfreiheit aus. Derzeit müssen die Zugangs- und Hostbetreiber entscheiden, wann und wie Inhalte aus dem Netz entfernt werden. Dabei müssen sie oft über konkurrierenden Rechte und Interessen entscheiden. Da Unternehmen Gerichte bei dieser Aufgabe nicht ersetzen können, ist bei user-generated-content, auf dem etwa Soziale Medien, Blogs oder Foren aufbauen, eine „privatisierte Rechtsdurchsetzung“ abzulehnen. Im Streitfall über eine vollzogene oder nicht vollzogene Sperre sollte eine unabhängige Streitschlichtung - neben den Gerichten - angerufen werden können.

Bei Plattformen, die kommerzielle Angebote von Drittunternehmen (Waren, Dienste, digitale Inhalte) vermitteln, wären hingegen auch verpflichtende Vorabprüfungen der Rechtmäßigkeit der Anbieter und ihrer Angebote zum präventiven Schutz der VerbraucherInnen angemessen. Abgelehnt wird jedoch der Ansatz, Anbieter von strengerer Haftung zu befreien, wenn sie nachweisen, dass sie freiwillige Filtermaßnahmen ergreifen. Siehe bezüglich dieses aus Verbrauchersicht verfehlten „Good Samaritan“ Ansatzes bspw. die Studie des European Parliamentary Research Service ([https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/649404/EPRS_IDA\(2020\)649404_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2020/649404/EPRS_IDA(2020)649404_EN.pdf)).

5 Sind Sie der Ansicht, dass das Konzept, nach dem Vermittler eine Rolle „rein technischer, automatischer und passiver Art“ bei der Informationsübermittlung spielen ([Erwägungsgrund 42 der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr](#)), ausreichend klar und weiterhin gültig ist? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 5000 Zeichen

Zumindest die für VerbraucherInnen relevanten Plattformen nehmen allesamt eine aktive Rolle ein.

6 Die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr verbietet es den Mitgliedstaaten auch, Vermittlern Überwachungspflichten allgemeiner Art oder

Verpflichtungen, nach Umständen zu forschen, die auf illegale Aktivitäten ihrer Nutzer in ihrem Dienst hinweisen, aufzuerlegen.

Ist dieser Ansatz, bei dem Risiken für verschiedene Rechte und politische Ziele abgewogen werden, Ihrer Ansicht nach heute noch angemessen? Bedarf es weiterer Klarheit in Bezug auf die Parameter für „allgemeine Überwachungspflichten“? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 5000 Zeichen

Die Maxime, Internetzugangs- und Hostanbietern keine allgemeinen, pauschalen Vorabprüfpflichten bei Sachverhalten aufzuerlegen, die Grundrechte berühren, ist weiterhin beizubehalten (Art 15 e-Commerce RL). Bei Abwägung der Für und Wider präventiver Filtermaßnahmen überwiegen die Bedenken bezüglich damit einhergehender Beschränkungen der Grund- und Freiheitsrechte nach der EMRK bei weitem. Der Anwendungsbereich für „proaktive Maßnahmen“ (im Wesentlichen einer Algorithmenkontrolle), wie sie die VO über die Bekämpfung terroristischer Onlineinhalte enthält, sollte keinesfalls durch weitere spezifische Derogationen von Art 15 ausgedehnt werden.

Allerdings berühren, wie mehrfach ausgeführt, viele Sachverhalte gerade nicht die Grundrechte auf Meinungs- und Informationsfreiheit, Datenschutz und den Schutz der Privatsphäre. Eine präventive, allgemeine Überwachungspflicht von Unternehmen, ihren Angeboten und ihrer Werbung in Bezug auf ihre Rechtskonformität zählt wohl zu den Sorgfaltspflichten von Vermittlungsplattformen, denen sie in Zusammenarbeit mit den zuständigen Behörden, die Strafrecht, Gewerbe- und Steuerrecht, kommunale Rechtsvorschriften, Arbeitsrecht, Konsumenten- und Datenschutzrecht uvm zu vollziehen haben.

7 Gibt es Ihrer Meinung nach weitere Punkte, bei denen eine Verbesserung der Haftungsregelung für digitale Dienste, die als Vermittler fungieren, erforderlich sein könnte?

höchstens 5000 Zeichen

Wie mehrfach betont haben sich die Haftungserleichterungen der e-Commerce Regeln in vielen grundrechtssensiblen Anwendungsbereichen grundsätzlich bewährt. Dies steht nicht einer Ergänzung in Bezug auf eine strengere Haftung von Onlinemarktplätzen entgegen, die kommerzielle Angebote vermitteln bzw Werbedienstleistungen erbringen. Vor diesem Hintergrund ist bei den künftigen Regeln für Hostprovider zu unterscheiden, welche Inhalte „gehostet“ werden.

Ja. Die 35 Jahre alte ProdukthaftungsRL bietet hinsichtlich der Vertriebsstrukturen im Online-Handel keine angemessenen Antworten und enthält unbefriedigende Schutzlücken für KonsumentInnen, die Waren über Plattformen von Händlern oder Herstellern mit Sitz außerhalb der EU (vor allem immer öfter in China) erwerben. So sollte eine gesamtschuldnerische Haftung auch für den „Fulfillment“-Dienstleister (Lagerhaltung, Verpackung, Adressierung und Versand von Produkten, an denen diese kein Eigentumsrecht haben, ausgenommen herkömmliche Postdienste) neben dem Hersteller (Art. 3 Abs. 1 Produkthaftungs-RL) und dem Importeur (Art. 3 Abs. 2 Produkthaftungs-RL) vorgesehen werden. Aber selbst gegenüber Plattformbetreiber, die keine Fulfillment-Services erbringen, erscheint eine gesamtschuldnerische Haftung nach dem Vorbild der Importeurshaftung (Art. 3 Abs. 2 Produkthaftungs-RL) angemessen. Soweit Plattformen Anbieter aus Drittstaaten zulassen, ist ihnen das Risiko einer Inanspruchnahme nach der ProdukthaftungsRL zuzumuten. Denn KonsumentInnen haben sonst absolut keine Chance, Rechtsansprüche gegenüber zB US- oder chinesischen Anbieter durchzusetzen. Plattformanbieter wären mithilfe algorithmischer Risikobewertungen (zB Medikamente, Elektrogeräte aus bestimmten Drittländern etc) durchaus in der Lage, gefährliche Produkte am Marktplatz erst gar nicht

zuzulassen. Sie können derartige finanzielle Risiken außerdem an ihre gewerblichen Plattformnutzer weitergeben (etwa die Höhe der Provision danach kalkulieren, ob vom jeweiligen Produkt ein hohes Risiko ausgeht) und Risikoversicherungen abschließen.

Mit derselben Begründung wäre es auch erforderlich, Plattformanbieter anzuhalten, Produkte, die den Sicherheitsanforderungen der EU offensichtlich nicht entsprechen, auf ihrer Plattform nicht freizuschalten. Anbieter und Produkte, von denen nach einer allgemeinen Risikoabschätzung ein hohes Risiko ausgehen kann (Herkunftsland ohne den EU-Vorgaben entsprechende, gesetzliche Sicherheitsstandards, risikogeneigte Produktgruppen), müssen eine Vorabprüfung durchlaufen, bevor sie auf der Plattform freigeschaltet werden.

III. Welche Probleme ergeben sich aus der Macht digitaler Torwächter-Plattformen?

Es besteht ein breiter Konsens über die Vorteile für Verbraucher und die Innovation sowie den hohen Nutzeffekt, den Online-Plattformen im Binnenmarkt der Europäischen Union mit sich bringen. Online-Plattformen erleichtern den grenzüberschreitenden Handel innerhalb und außerhalb der EU und eröffnen vielen europäischen Unternehmen und Händlern - durch die Vereinfachung ihrer Expansion und des Zugangs zu neuen Märkten - völlig neue Geschäftsmöglichkeiten. Gleichzeitig sind Regulierungsbehörden und Experten weltweit der Ansicht, dass große Online-Plattformen in der Lage sind, die immer wichtiger werdenden Online-Plattform-Ökosysteme in der digitalen Wirtschaft zu kontrollieren. Derart große Online-Plattformen bringen viele Unternehmen und Verbraucher zusammen. Dies wiederum ermöglicht es den Plattformen, ihre Vorteile - Größenvorteile, Netzwerkeffekte und wichtige Datenbestände - in einem ihrer Tätigkeitsbereiche zur Verbesserung oder Entwicklung neuer Dienste in angrenzenden Bereichen zu nutzen. Die Marktkonzentration in der Plattformwirtschaft sorgt dafür, dass es nur einige wenige Online-Plattformen gibt, die den Markt für sich entscheiden („The winner takes it all“). Die vorherrschenden Online-Plattformen können (potenzielle) Wettbewerber darüber hinaus leicht verdrängen; für einen bestehenden Wettbewerber oder einen potenziellen neuen Wettbewerber ist es sehr schwierig, den Wettbewerbsvorteil der vorherrschenden Online-Plattform zu überwinden.

Die Kommission [kündigte an](#), dass sie „im Rahmen des Pakets zum Rechtsakt über digitale Dienste [...] die Einführung von Ex-ante-Regulierungsmaßnahmen prüfen [wird], um sicherzustellen, dass auf Märkten, die von großen Plattformen mit erheblichen Netzeffekten geprägt sind, die als Torwächter fungieren, Fairness und Wettbewerbsmöglichkeiten für Innovatoren, Unternehmen und neue Marktteilnehmer sichergestellt bleiben“.

In diesem Teil der Konsultation werden alle Interessenträger um eine fundierte Stellungnahme zu diesem Thema, zum Umfang, zu den konkret wahrgenommenen Problemen sowie zu den Auswirkungen, zur Definition und zu den Parametern für die Behandlung möglicher Probleme gebeten, die sich aus der Wirtschaftsmacht großer, Torwächter-Plattformen ergeben.

[In der Mitteilung „Gestaltung der digitalen Zukunft Europas“](#) wurde auch darauf hingewiesen, dass die „Wettbewerbspolitik allein jedoch nicht alle systemischen Probleme lösen kann, die in der Plattformwirtschaft auftreten können“. Die Interessenträger werden aufgefordert, ihre Ansichten zu potenziellen neuen Wettbewerbsinstrumenten im Rahmen einer gesonderten, eigens dafür vorgesehenen öffentlichen Konsultation darzulegen, die in Kürze eingeleitet wird.

Parallel dazu überprüft die Kommission die EU-Wettbewerbsregeln und stellt sicher, dass diese für die moderne Wirtschaft und das digitale Zeitalter geeignet sind. Im Rahmen dieses Prozesses hat die Kommission eine Konsultation über ein mögliches neues Wettbewerbsinstrument gestartet, mit dem die bei der Durchsetzung der Wettbewerbsregeln festgestellten Lücken geschlossen werden sollen. Mit der Initiative sollen als spezifische Ziele die strukturellen Wettbewerbsprobleme angegangen werden, die ein

ordnungsgemäßes Funktionieren der Märkte verhindern und die die Wettbewerbsgleichheit zugunsten einiger weniger Marktteilnehmer verzerren können. Dies könnte sich auf bestimmte digitale oder digital gestützte Märkte erstrecken, wie in dem Bericht der Sonderberater und in anderen aktuellen Berichten über die Rolle der Wettbewerbspolitik und/oder anderer Sektoren dargelegt. Somit ergänzen sich die Arbeit an einem möglichen neuen Wettbewerbsinstrument und die betreffende Initiative. Die Arbeiten an den beiden Folgenabschätzungen werden parallel durchgeführt, um ein einheitliches Ergebnis zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang wird die Kommission die Rückmeldungen aus beiden Konsultationen berücksichtigen. Wir bitten Sie daher, bei der Formulierung Ihrer Antworten auf die nachstehenden Fragen auch Ihre Antwort auf [die parallel durchgeführte Konsultation zu einem neuen Wettbewerbsinstrument zu berücksichtigen](#).









1 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?




	Ich stimme voll und ganz zu	Ich stimme zum Teil zu	Weder - noch	Ich stimme eher nicht zu	Ich stimme keineswegs zu	Ich weiß nicht /keine Antwort
Verbrauchern stehen ausreichend Wahlmöglichkeiten und Alternativen zu Angeboten von Online-Plattformen zur Verfügung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verbraucher können problemlos zwischen den Dienstleistungen von Online-Plattform-Unternehmen wechseln und die gleichen oder ähnlichen Dienstleistungen anderer Online-Plattform-Unternehmen nutzen („Multi-Homing“).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Privatpersonen können ihre Daten problemlos und unkompliziert alternativen Dienstleistern außerhalb einer Online-Plattform übertragen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es besteht ein ausreichendes Maß an Interoperabilität zwischen den Diensten verschiedener Online-Plattform-Unternehmen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Es besteht eine Informationsasymmetrie zwischen dem Wissen der Online-Plattformen über die Verbraucher (das es ihnen ermöglicht, diese mit kommerziellen Angeboten gezielt anzusprechen) und dem Wissen der Verbraucher über die Marktbedingungen.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Innovative Online-Plattformen von KMUs können problemlos in den Markt eintreten oder expandieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Traditionelle Unternehmen sind zunehmend von einigen wenigen sehr großen Online-Plattformen abhängig.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zwischen Online-Plattformen und ihren gewerblichen Nutzern besteht ein Ungleichgewicht in Bezug auf die Verhandlungsmacht.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unternehmen und Verbraucher, die mit Online-Plattformen interagieren, werden häufig aufgefordert, im Rahmen von Nutzungs- bzw. Geschäftsbedingungen der Online-Plattformen nachteiligen Bedingungen und Klauseln zuzustimmen.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Einige große Online-Plattform-Unternehmen schaffen Barrieren für den Eintritt in den und die Expansion im Binnenmarkt (Torwächter).	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Große Online-Plattformen greifen oft auf Aktiva aus ihren Hauptgeschäftsfeldern (Kundenstamm, Daten, technologische Lösungen, Fachkenntnisse, Finanzkapital) zurück, um andere Geschäftsfelder zu erschließen.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durch die Expansion großer Online-Plattform-Unternehmen in entsprechend neue Geschäftsfelder besteht häufig die Gefahr, dass die Innovationskraft verringert und der Wettbewerb mit kleineren innovativen Marktteilnehmern beeinträchtigt wird.	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hauptmerkmale von Torwächter--Plattformen und Hauptkriterien für die Bewertung ihrer Wirtschaftsmacht

1 Welche Merkmale sind für die Bestimmung der Rolle großer Torwächter-Plattformen relevant? Bitte bewerten Sie jedes der nachstehend genannten Kriterien von 1 (nicht relevant) bis 5 (sehr relevant):

Große Nutzerbasis	
Große geografische Reichweite in der EU	
Sie erzielen einen großen Anteil der Gesamteinnahmen auf dem Markt bzw. in dem Sektor, auf dem bzw. in dem Sie tätig sind.	
Auswirkungen auf einen bestimmten Sektor	
Sie bauen auf starken Netzeffekten auf und nutzen diese	
Sie nutzen ihre Aktiva, um neue Geschäftsfelder zu erschließen	
Sie erschweren anderen Wettbewerbern den Markteintritt	
Sie sammeln wertvolle und vielfältige Daten und Informationen	

Es gibt (wenn überhaupt) nur sehr wenige alternative Dienste auf dem Markt	
Bindung von Nutzern/Verbrauchern	
Sonstige	

2 Bitte geben Sie hier Ihre Antworten an, falls Sie „Sonstige“ ausgewählt haben

höchstens 3000 Zeichen

Durch Steueroptimierung und Beschäftigung in prekären Verhältnissen erhöht sich die Finanzkraft wesentlich. Sowohl aus KonsumentInnensicht als auch aus Unternehmenssicht ist auf die geringe oder schwierige (teilweise auf der Homepage nur versteckte) Erreichbarkeit für Anfragen und Beschwerden hinzuweisen.

3 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort. Wie könnten verschiedene Kriterien kombiniert werden, um große Online-Plattform-Unternehmen in der Rolle eines Torwächters genau zu identifizieren?

höchstens 3000 Zeichen

Die angegebenen Kriterien lassen sich von den großen Plattformen aufgrund der starken Marktstellung und Finanzkraft vielfach kombinieren (zB auch durch Zukäufe) und verstärken dadurch die Torwächterfunktion.

4 Sind Sie der Ansicht, dass die Integration einzelner oder sämtlicher der folgenden Tätigkeiten innerhalb eines einzigen Unternehmens die Rolle großer Torwächter-Plattformen stärken kann („Konglomeratswirkung“)? Bitte wählen Sie die Tätigkeiten aus, die Ihrer Ansicht nach die Rolle als Torwächter stärken:

- Online-Vermittlungsdienste (d. h. an Verbraucher gerichtete Online-Plattformen wie Marktplätze für den elektronischen Geschäftsverkehr, soziale Medien, App-Stores usw.) gemäß der [Verordnung \(EU\) 2019/1150](#) - siehe Glossar)
- Suchmaschinen
- Betriebssysteme für intelligente Geräte
- Verbraucherbewertungen auf großen Online-Plattformen
- Netz- und/oder Dateninfrastruktur bzw. Cloud-Dienstleistungen

- Dienstleistungen im Bereich der digitalen Identität
- Zahlungsdienste (oder andere Finanzdienstleistungen)
- physische Logistik (z. B. Produktabwicklungsdienste)
- Datenverwaltungsplattformen
- Online-Werbevermittlungsdienste
- Sonstige Bitte im nachstehenden Textfeld angeben.

5 Sonstige (bitte angeben)

höchstens 1000 Zeichen

Neue Fragestellungen

Die folgenden Fragen richten sich insbesondere an Unternehmen und gewerbliche Nutzer großer Online-Plattform-Unternehmen.

2 Sind Sie als gewerblicher Nutzer großer Online-Plattformen auf Probleme im Zusammenhang mit den Handelsbedingungen großer Online-Plattform-Unternehmen gestoßen?

- Ja
- Nein

3 Erläutern Sie diese Probleme und geben Sie an, mit welchen Arten von Plattformen diese zusammenhängen (z. B. Marktplätze für den elektronischen Geschäftsverkehr, App-Stores, Suchmaschinen, Betriebssysteme, soziale Netzwerke).

höchstens 5000 Zeichen

4 Waren Sie in der Vergangenheit von missbräuchlichen Vertragsklauseln oder unlauteren Praktiken sehr großer Online-Plattform-Unternehmen betroffen? Bitte erläutern Sie Ihre Antwort ausführlich und weisen Sie auf die kurz-, mittel- und langfristigen Auswirkungen auf Ihr Unternehmen, Ihre Kunden und möglicherweise andere Interessenträger hin.

höchstens 5000 Zeichen

Die folgenden Fragen richten sich insbesondere an Verbraucher, die Nutzer großer Online-Plattform-Unternehmen sind.

6 Sind Sie bei der Nutzung von Diensten großer Online-Plattform-Unternehmen auf Probleme im Zusammenhang mit den Geschäftsbedingungen gestoßen? Erläutern Sie diese Probleme und geben Sie an, mit welchen Arten von Plattformen diese zusammenhängen (z. B. Marktplätze für den elektronischen Geschäftsverkehr, App-Stores, Suchmaschinen, Betriebssysteme, soziale Netzwerke).

höchstens 5000 Zeichen

7 Sind Sie in der Vergangenheit auf Ihrer Ansicht nach unlautere Praktiken großer Online-Plattform-Unternehmen gestoßen? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Die folgenden Fragen richten sich an alle Teilnehmer.

9 Welche spezifischen Probleme und unlauteren Praktiken gibt es Ihrer Ansicht nach bei großen Online-Plattform-Unternehmen?

höchstens 5000 Zeichen

Doppelgleisigkeit von Zurverfügungstellung der Plattform als Dienstleistung für Dritte und gleichzeitig Benutzung der Plattform für das Anbieten von eigenen Leistungen in der Funktion als Mitbewerber.
Intransparenz (zB bei Algorithmen).

10 In Bezug auf die Nutzung und Weitergabe von Daten innerhalb der Plattformumgebung: Welche Geschäftspraktiken sind Ihrer Ansicht nach besonders problematisch?

höchstens 5000 Zeichen

Die Nutzung von Kundendaten Dritter für eigene Geschäftstätigkeiten.

11 Welche Auswirkungen hätten die festgestellten unlauteren Praktiken auf die Innovation, den Wettbewerb und die Wahlmöglichkeiten der Verbraucher im Binnenmarkt?

höchstens 3000 Zeichen

MitbewerberInnen werden aus dem Markt gedrängt und der Wettbewerb zu eigenen Gunsten beeinflusst. Für KonsumentInnen bedeutet das geringere Auswahl, weniger Innovation und langfristig gesehen höhere Preise.

12 Sind Start-up- oder Scale-up-Unternehmen beim Marktzugang oder der Expansion von großen Online-Plattform-Unternehmen abhängig? Konnten Sie in den letzten fünf Jahren in Bezug auf den Grad der Abhängigkeit einen Trend beobachten (Zunahme, gleichbleibende Tendenz, Abnahme)? In Bezug auf den Marktzugang und die Expansion: Auf welche Schwierigkeiten stoßen Start-up- oder Scale-up-Unternehmen Ihrer Ansicht nach, wenn diese dabei von großen Online-Plattform-Unternehmen abhängig sind?

höchstens 3000 Zeichen

Netzwerkeffekte sowie eine kritische Masse an NutzerInnen sind erforderlich. Problematisch sind auch "Killing Mergers", bei denen innovative Start-ups frühzeitig aufgekauft und aus dem Markt genommen werden.

13 Welche möglichen positiven und negativen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen (z. B. auf die Meinungsfreiheit, den Verbraucherschutz, die Medienvielfalt bzw. auf die Marktstabilität und Innovation) sehen Sie in der Rolle großer Torwächter-Plattformen über das gesamte Plattform-Ökosystem?

höchstens 3000 Zeichen

Plattformen tragen grundsätzlich zur Medienvielfalt bei, allerdings bieten sie nicht die redaktionelle Unabhängigkeit mit entsprechenden Sorgfaltspflichten und Kontrolle (zB Fake-News). Durch Algorithmen basierte intransparente Informationsselektion kann die Meinungsvielfalt stark eingeschränkt sein.

14 Welche medienspezifischen Aspekte (falls vorhanden) müssten Ihrer Ansicht nach im Hinblick auf die Rolle großer Online-Plattformen als Torwächter thematisiert werden? Bitte fügen Sie (sofern verfügbar) zusätzliche Referenzen, Daten und Fakten bei.

höchstens 3000 Zeichen

Plattformen müssen bei medienspezifischen Inhalten einer strengeren redaktionellen Sorgfaltspflicht unterworfen werden. Dies würde auch die Qualität der Medien- und Meinungsvielfalt stärken.

Regulierung großer, als Torwächter agierender Online-Plattform-Unternehmen

1 Sind Sie der Ansicht, dass spezielle Regulierungsvorschriften in Betracht gezogen werden müssen, um etwaigen negativen gesellschaftlichen und

wirtschaftlichen Auswirkungen der Rolle großer Torwächter-Plattformen auf ganze Plattform-Ökosysteme entgegenzuwirken?

- Ich stimme voll und ganz zu
- Ich stimme bis zu einem gewissem Grad zu
- Ich stimme eher nicht zu
- Ich stimme nicht zu
- Ich weiß nicht

2 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Zahlreiche Wettbewerbsverfahren vor allem gegen die großen Online-Plattformen, sowohl auf EU- als auch auf nationaler Ebene, zeigen auf, dass in diesem Bereich Marktversagen besteht. Das Wettbewerbsrecht alleine ist immer einen (großen) Schritt hinterher und auch die Verfahren nehmen viel Zeit in Anspruch. In wirtschaftlicher Hinsicht kann hier nur eine ex-ante Regulierung Abhilfe vor negativen wirtschaftlichen Auswirkungen gewährleisten. Auch in Bezug auf gesellschaftlich negative Auswirkungen (zB Meinungsfreiheit, Falsch- und Hassmeldungen) muss effizienter vorgegangen werden.

3 Sind Sie der Ansicht, dass solche spezifischen Vorschriften bestimmte Geschäftspraktiken großer, als Torwächter agierender Online-Plattform-Unternehmen, die als besonders schädlich für Nutzer und Verbraucher dieser großen Online-Plattformen angesehen werden, verbieten sollten?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

4 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und geben Sie nach Möglichkeit an, welche Arten von Verboten Ihrer Ansicht nach Teil des Regelungsinstrumentariums sein sollten.

höchstens 3000 Zeichen

Verbot von Algorithmen, die diskriminierende Wirkung haben. Beschränkungen in Bezug auf exzessiver Datennutzung und Datenverknüpfung sollten in Betracht gezogen werden, wenn das Gleichgewicht zwischen dem Geben von Daten und den Nutzungsmöglichkeiten auseinanderfällt.

5 Sind Sie der Ansicht, dass solche spezifischen Vorschriften Verpflichtungen für große, als Torwächter agierende Online-Plattform-Unternehmen beinhalten sollten?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

6 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort und geben Sie nach Möglichkeit an, welche Verpflichtungen Ihrer Ansicht nach Teil des Regelungsinstrumentariums sein sollten.

höchstens 3000 Zeichen

Folgende Regulierungsaufgaben wären denkbar: Diskriminierungsfreier Zugang zu Plattformen sicherstellen, Regelung der Kosten des Zugangs, Regulierung der Datenschnittstellen, Kontrolle von Allgemeinen Geschäftsbedingungen, Streitbeilegungsmechanismen (Ombudsstellen), Herstellung von Datentransparenz und Transparenz von Algorithmen, Code of Conduct in Bezug auf Nutzung persönlicher Daten, verpflichtender Hinweis bei der Anwendung von personalisierten Angeboten (bei den Preisen, Kooperation mit Datenschutzbehörden, Beschränkungen bei exzessiver Datennutzung und Datenverknüpfung, Marktstrukturanalysen; Sanktionsmöglichkeiten).

7 Wenn Sie der Ansicht sind, dass solche wie von Ihnen in der Antwort zu den Fragen 3 und 5 genannten spezifischen Vorschriften zur Festlegung von Verboten und Verpflichtungen erforderlich sind, sollte zur Durchsetzung dieser Vorschriften eine dafür zuständige Regulierungsbehörde eingerichtet werden?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

8 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

höchstens 3000 Zeichen

Eine unabhängig und weisungsfreie sektorspezifische Behörde wäre in der Lage durch den Aufbau von spezifischem Know How und fundierter Kenntnisse über die Märkte die notwendigen Regulierungsmaßnahmen rasch durchzusetzen.

9 Sind Sie der Ansicht, dass solche spezifischen Vorschriften bei Bedarf regulatorische Eingriffe gegen bestimmte große Online-Plattform-Unternehmen mit von Fall zu Fall angepassten Abhilfemaßnahmen ermöglichen sollten?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

10 Wenn ja, erläutern Sie bitte Ihre Antwort und geben Sie (wenn möglich) an, welche Abhilfemaßnahmen von Fall zu Fall ergriffen werden sollten.

höchstens 3000 Zeichen

Untersagungsverfügungen, Bußgelder und Zwangsgelder - analog dem Wettbewerbsrecht, strukturelle Vorschriften sowie verhaltensbezogene Auflagen.

11 Wenn Sie der Ansicht sind, dass solche (wie in Frage 9 genannten) spezifischen Vorschriften erforderlich sind, sollte Ihrer Meinung nach für die Durchsetzung dieser Vorschriften eine spezielle Regulierungsbehörde eingerichtet werden?

- Ja
- Nein

12 Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

höchstens 3000 Zeichen

siehe Antwort zu Frage 8.

13 Wenn Sie der Ansicht sind, dass eine spezielle Regulierungsbehörde die in den Fragen 3, 5 und 9 genannten spezifischen Vorschriften durchsetzen muss, müssten diese Vorschriften Ihrer Meinung nach von derselben oder gegebenenfalls auch von verschiedenen Regulierungsbehörden durchgesetzt werden? Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

höchstens 3000 Zeichen

Einer einzigen Regulierungsbehörde ist hier der Vorzug zu geben. Es können aber auch die Agenden einer bereits bestehenden Regulierungsbehörde ausgebaut und genutzt werden. Ein gegenseitiger Informationsaustausch mit anderen Behörden (zB Datenschutz, KonsumentInnenschutz, Wettbewerb) ist vorzusehen. Bei Entscheidungen ist eine gegenseitige Bedachtnahme zu etablieren, damit es nicht zu krass gegenläufigen Entscheidungen kommt.

14 Auf welcher Ebene sollte die Regulierungsaufsicht der Plattformen organisiert werden?

- Auf nationaler Ebene
- Auf EU-Ebene
- Sowohl auf EU-Ebene als auch auf nationaler Ebene
- Ich weiß nicht

15 Wenn Sie solche spezifischen Vorschriften für erforderlich halten, in welchem Verhältnis sollten diese Ihrer Ansicht nach zu den bestehenden sektorspezifischen Vorschriften und/oder künftigen sektorspezifischen Vorschriften stehen?

höchstens 3000 Zeichen

Es ist notwendig, geeignete Kooperationsmechanismen einzuführen und bei Entscheidungen eine gegenseitige Bedachtnahme zu etablieren. Dies kann grundsätzlich in einem zu gründenden Netzwerk vorgenommen werden. Eine Zusammenarbeit mit den Wettbewerbsbehörden, den Konsumentenschutzorganisationen sowie den Datenschutzbehörden ist dringend notwendig.

16 Sollten diese Vorschriften darauf abzielen, sowohl die negativen gesellschaftlichen als auch die negativen wirtschaftlichen Auswirkungen anzugehen, die aufgrund der Rolle dieser sehr großen Online-Plattformen als Torwächter entstehen? Bitte erläutern Sie Ihre Antwort.

höchstens 3000 Zeichen

Es sollten beide Auswirkungen in Angriff genommen werden.

17 Welche wirksamen Maßnahmen - die über die in der Datenschutz-Grundverordnung festgelegten Maßnahmen hinausgehen - könnten insbesondere für von großen Online-Plattform-Unternehmen in der Rolle als Torwächter gespeicherten Daten ergriffen werden, um Wettbewerb und Innovation sowie einen hohen Standard beim Schutz personenbezogener Daten und das Interesse der Verbraucher zu fördern?

höchstens 3000 Zeichen

Gerade im Bezug auf personenbezogene Daten muss die DSGVO weiterentwickelt werden, wobei auch auf eine effektive Möglichkeit zur Rechtsdurchsetzung zu achten ist. Im Hinblick auf Plattformen sollte es strenge Regelungen im Hinblick auf "privacy by design" und "privacy by default" geben und stets der Grundsatz der Datensparsamkeit gelten. Eine freiwillige Selbstverpflichtung von Unternehmen ist dabei zu wenig und hat sich bisher nicht bewährt. Weiters gilt es, die Abgrenzung zwischen personenbezogenen und nicht-personenbezogenen Daten zu schärfen. Viele (für sich gesehen nicht-personenbezogene oder anonymisierte) Daten können durch Analyse und Zusammenführung im Nachhinein einen Personenbezug erhalten. Deshalb ist es notwendig zu definieren, ab wann Daten tatsächlich als nicht-personenbezogen gelten. NutzerInnen müssen dabei auch stets die Möglichkeit haben der Verarbeitung ihrer Daten zuzustimmen bzw diese abzulehnen. Dazu ist auch weitestgehende Transparenz notwendig, was auch beim Einsatz von Algorithmen zu gelten hat. Alle algorithmenbasierten Entscheidungen, Dienste und Produkte müssen erklär- und überprüfbar bleiben. Daten- und Privatsphärenschutz sollten wirtschaftlichen Interessen grundsätzlich vorgehen.

18 Welche wirksamen Maßnahmen könnten in Bezug auf große, als Torwächter agierende Online-Plattform-Unternehmen ergriffen werden, um die Medienvielfalt unter Wahrung des Subsidiaritätsprinzips zu fördern?

höchstens 3000 Zeichen

Soweit es doch zu einer (algorithmischen) Vorselektion kommt, um NutzerInnen der Plattformen zu unterstützen, sollte das nicht aus kommerziellen Gründen erfolgen und vor allem stets transparent sein. Das bedeutet, dass NutzerInnen auch immer die Wahlmöglichkeit haben müssen, zu bestimmen, was ihnen gezeigt wird. Wenngleich hier aber auch keineswegs verkannt werden soll, dass Plattformen auch eine Verantwortung haben, gegen Betrug, der Verbreitung von Fake-News, Hass und Hetze vorzugehen. Hier bedarf es eines klaren Auftrags und rechtlicher Rahmenbedingungen für PlattformbetreiberInnen wie sie mit der Verbreitung von Fakenews und Hass umzugehen haben und auch individueller Möglichkeiten für NutzerInnen rasch gegen beleidigende, diskreditierende, diskriminierende oder unwahre Behauptungen ihre Person betreffend vorzugehen.

19 Welche der folgenden Kriterien sind gegebenenfalls für die Prüfung der Anforderungen an eine potenzielle Regulierungsbehörde, die die großen, als Torwächter agierenden Online-Plattform-Unternehmen beaufsichtigt, relevant?

- Institutionelle Zusammenarbeit mit anderen Behörden in ähnlichen Sektoren, z. B. Wettbewerbsbehörden, Datenschutzbehörden, Finanzdienstleistungsbehörden, Verbraucherschutzbehörden, Cybersicherheit usw.
- Gesamteuropäischer Anwendungsbereich
- Rasche und wirksame grenzübergreifende Zusammenarbeit und Unterstützung zwischen den Mitgliedstaaten
- Aufbau von Kapazitäten in den Mitgliedstaaten
- Hohes Niveau an technischen Fähigkeiten (einschließlich Datenverarbeitung und Auditkapazitäten)
- Zusammenarbeit mit Drittländern
- Sonstige

21 Bitte erläutern Sie, ob diese Kriterien je nach Art der Ex-ante-Vorschriften (siehe Fragen 3, 5 und 9), die die Regulierungsbehörde durchsetzen würde, angepasst werden müssten.

höchstens 3000 Zeichen

22 Welche der folgenden Anforderungen und Instrumente könnten gegebenenfalls die Regulierungsaufsicht über sehr große Online-Plattform-Unternehmen erleichtern (Mehrfachnennungen möglich)?

- Meldepflicht für als Torwächter agierende Plattformen bei Behörden, um diese über eine beabsichtigte Expansion zu informieren
- Kontrollbefugnisse staatlicher Behörden (z. B. regelmäßige Berichterstattung)
- Untersuchungsbefugnisse staatlicher Behörden
- Sonstige

23 Sonstige (bitte angeben)

höchstens 3000 Zeichen

Geeignete Sanktionsmechanismen - analog dem Wettbewerbs- und sonstigem Regulierungsrecht; verbesserte Möglichkeiten zur Rechtsdurchsetzung insbesondere im Hinblick auf Datenschutzrechte.

24 Bitte erläutern Sie, ob diese Anforderungen je nach Art der Ex-ante-Vorschriften (siehe Fragen 3, 5 und 9), die die Regulierungsbehörde durchsetzen würde, angepasst werden müssten.

höchstens 3000 Zeichen

25 Berücksichtigung [der parallel durchgeführten Konsultation zu einem Vorschlag für ein neues Wettbewerbsinstrument](#), das sich auf die Lösung struktureller Wettbewerbsprobleme konzentriert, die ein ordnungsgemäßes Funktionieren der Märkte verhindern und die Wettbewerbsgleichheit zugunsten einiger weniger Marktteilnehmer verzerren. Bitte bewerten Sie die Eignung der einzelnen nachstehend genannten Optionen hinsichtlich der Lösung von Marktproblemen, die innerhalb von Online-Plattform-Ökosystemen auftreten. Bitte bewerten Sie die nachstehenden politischen Optionen von 1 (nicht wirksam) bis 5 (am wirksamsten).

	1 (unwirksam)	2 (einigermaßen wirksam)	3 (ausreichend wirksam)	4 (sehr wirksam)	5 (am wirksamsten)	Nicht zutreffend /Keine einschlägige Erfahrung oder Kenntnisse
1. Die derzeitigen Wettbewerbsregeln reichen aus, um die auf den digitalen Märkten auftretenden Fragen anzugehen	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. Es besteht Bedarf an einem zusätzlichen Rechtsrahmen, der Verpflichtungen und Verbote vorsieht, die allgemein für alle großen Online-Plattformen mit Torwächter-Position gelten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. Es besteht Bedarf an einem zusätzlichen Rechtsrahmen, der die Möglichkeit vorsieht, einzelnen großen Online-Plattformen mit Torwächter-Position von Fall zu Fall maßgeschneiderte Abhilfemaßnahmen aufzuerlegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. Es bedarf eines neuen Wettbewerbsinstruments, mit dem strukturelle Risiken und ein mangelnder Wettbewerb auf (digitalen) Märkten im Einzelfall angegangen werden können.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Zwei oder mehr der Optionen 2 bis 4 müssen kombiniert werden.



26 Bitte erläutern Sie, welche der Optionen (oder Kombinationen) Ihrer Ansicht nach geeignet und ausreichend wären, um die in den Online-Plattform-Ökosystemen auftretenden Marktprobleme zu lösen.

höchstens 3000 Zeichen

Eine Kombination der vorgestellten Optionen 2 bis 4 ergänzen sich und sollten als geeignete Maßnahmen neu etabliert werden.

27 Gibt es weitere Punkte, die Sie gerne ansprechen möchten?

höchstens 3000 Zeichen

Es wird begrüßt, dass sich die EU-Kommission dieser wichtigen Themen annimmt und einen neuen Wettbewerbsrahmen für die aktuellen und künftigen Herausforderungen entwickeln möchte. Die in Diskussion stehenden neuen Wettbewerbsinstrumente (ex-ante Regulierung, neues Wettbewerbstool, sowie Reformüberlegungen zur Marktdefinition) können dazu beitragen, dass derzeit bestehende Wettbewerbsdefizite rasch und effizient abgestellt und zukünftige Entwicklungen genauer beleuchtet werden. Dadurch wäre ein frühzeitiger Eingriff zur Sicherstellung von fairem Wettbewerb möglich.

IV. Sonstige aufkommende Probleme und Möglichkeiten (einschließlich Online-Werbung und intelligente Verträge)

Die Online-Werbung hat sich in den letzten Jahren erheblich weiterentwickelt und stellt eine wichtige Einnahmequelle für viele digitale Dienste sowie für andere im Internet vertretene Unternehmen dar; darüber hinaus eröffnet sie beispiellose Möglichkeiten für Ersteller von Inhalten, Werbeplatzanbieter usw. Die Maximierung der Einnahmequellen und die Optimierung der Online-Werbung sind für gewerbliche Nutzer der Online-Plattformen und für die Gestaltung der Datenpolitik der Plattformen wichtige geschäftliche Anreize. Gleichzeitig verleiten Einnahmen aus Online-Werbungen sowie eine größere Sichtbarkeit und Publikumsreichweite auch zu potenziell schädlichen Absichten (z. B. in Form von Desinformationskampagnen im Internet).

Ein weiteres aufkommendes Problem ist der Abschluss „intelligenter Verträge“, die eine wichtige Innovation für digitale und andere Dienste darstellen, aber mit einigen Rechtsunsicherheiten verbunden sind.

In diesem Abschnitt der offenen öffentlichen Konsultation sollen Daten, Informationen über aktuelle Geschäftspraktiken und fundierte Meinungen zu möglichen Problemen im Bereich Online-Werbung und intelligente Verträge gesammelt werden. Die Teilnehmer werden gebeten, über andere Bereiche nachzudenken, in denen gegebenenfalls weitere Maßnahmen erforderlich sind, um Innovationen im Binnenmarkt zu erleichtern. Dieses Modul befasst sich nicht mit Fragen in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre und personenbezogener Daten; alle Aspekte im Zusammenhang mit dem Datenaustausch und der Datenerhebung müssen den höchstmöglichen Schutz personenbezogener Daten bieten.

Online-Werbung

1 Wenn Sie eine Online-Anzeige sehen: Ist für Sie klar ersichtlich, wer diese platziert hat?

- Ja, immer
-

Teilweise; wenn es nicht sofort ersichtlich ist, kann ich diese Information jedoch herausfinden

- Teilweise; ich kann die entsprechenden Informationen jedoch nicht immer herausfinden
- Ich weiß nicht
- Nein

2 Welche Arten von Werbesystemen nutzen Sie als Werbeplatzanbieter im Internet (z. B. Inhaber einer Website, auf der Werbeanzeigen geschaltet werden), um Ihre Werbefläche zu füllen? Welche relative Bedeutung haben diese?

	% der Werbefläche	% der Werbeeinnahmen
Vermittelte programmgesteuerte Werbung mit Echtzeit-Bietverfahren		
Versteigerungen auf privaten Marktplätzen		
Programmgesteuerte Werbung mit garantierten Seitenaufrufen (ohne Versteigerung)		
Verhaltensorientierte Werbung (Mikrotargeting)		
Kontextbezogene Werbung		
Sonstige		

3 Welche Informationen über Werbung, die auf einer von Ihnen genutzten Online-Plattform angezeigt wird, sind öffentlich zugänglich?

höchstens 3000 Zeichen

4 Welche Art von Informationen haben Sie als Werbeplatzanbieter über die neben Ihrem Inhalt bzw. auf Ihrer Website platzierte Werbung?

höchstens 3000 Zeichen

5 Inwieweit halten Sie die Qualität und Zuverlässigkeit dieser Informationen für Ihre Zwecke für zufriedenstellend?

Bitte bewerten Sie Ihre Zufriedenheit.



6 Welche Arten programmgesteuerter Werbung nutzen Sie als Werbetreibender oder gegebenenfalls als Agentur, die im Namen des Werbetreibenden handelt, um Ihre Werbung zu platzieren? Welche relative Bedeutung hat diese für Ihren Werbeinventar?

	% des Werbeinventars	% der Werbeausgaben
Vermittelte programmgesteuerte Werbung mit Echtzeit-Bietverfahren		
Versteigerungen auf privaten Marktplätzen		
Programmgesteuerte Werbung mit garantierten Seitenaufrufen (ohne Versteigerung)		
Verhaltensorientierte Werbung (Mikrotargeting)		
Kontextbezogene Werbung		
Sonstige		

7 Welche Art von Informationen haben Sie als Werbetreibender oder gegebenenfalls als Agentur, die im Namen des Werbetreibenden handelt, über die in Ihrem Namen online platzierte Werbung?

höchstens 3000 Zeichen

8 Inwieweit halten Sie die Qualität und Zuverlässigkeit dieser Informationen für Ihre Zwecke für zufriedenstellend?

Bitte bewerten Sie Ihre Zufriedenheit.



Die folgenden Fragen richten sich speziell an Online-Plattformen.

10 Welche Möglichkeiten haben Ihre Nutzer in Bezug auf die Werbung, die ihnen angezeigt wird, und dem Zweck dieser angezeigten Werbung? Können Nutzer Ihre Dienste auch ohne das Anzeigen von Werbung nutzen? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

11 Veröffentlichen Sie oder übermitteln Sie Forschern, Behörden oder sonstigen Dritten detaillierte Daten über die veröffentlichten Werbeanzeigen, deren Sponsoren und Aufrufdaten? Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

12 Über welche Systeme zur Ermittlung illegaler Angebote in den von Ihnen vermittelten Werbeanzeigen verfügen Sie?

höchstens 3000 Zeichen

Die folgenden Fragen richten sich an alle Teilnehmer.

14 Welche Maßnahmen und bewährten Verfahren können Ihrer Erfahrung nach gegen die Platzierung von Werbeanzeigen neben illegalen Inhalten oder Waren und /oder auf Websites, die derartige Inhalte oder Waren verbreiten, eingesetzt werden und wie können diese entfernt werden?

höchstens 3000 Zeichen

Maßnahmen im umgekehrten Fall halten wir für wesentlich vordringlicher: VerbraucherInnen surfen auf seriösen Webseiten und erhalten unseriöse Werbung (für Fakeshops, nachgeahmte Waren, Abo- oder Finanzanlageabzocke, betrügerische Gewinnspiele, verbotene Inhalte uvm) eingeblendet. Über das Einfallstor solcher Werbeeinblendungen werden sie auf kurzzeitig aktive, zB betrügerische Websites geführt. Substantiierte Meldungen an Plattformen und Websiteinhaber sind in diesem Fall ausgeschlossen. Angesichts der derzeit völlig intransparenten Werbeausspielungen (wer, wann, in welchem Auftrag, auf Basis welcher Nutzerdaten, wie erreichbar, wie zugunsten kontextabhängiger Werbung abbestellbar) lassen sich für VerbraucherInnen kurz eingeblendete Werbungen von Verbraucherorganisationen oder Behörden weder nachprüfbar dokumentieren noch die dafür verantwortlichen Werbenetzwerke feststellen.

Websites und Plattformen, die Werbeplätze offerieren, haben idR keine Ahnung, mit welchen rechtswidrigen Werbeinhalten ihre Flächen bespielt werden. Bloße Meldesysteme können in Bezug auf rechtswidrige Werbung deshalb selten zur Rechtsdurchsetzung beitragen. Der österreichische Werberat nimmt bspw diesbezügliche Beschwerden entgegen, kann bei nicht dokumentierter, grenzüberschreitender oder keinem Verantwortlichen zuordenbarer Werbung naturgemäß nicht weiterhelfen.

Prävention wäre deshalb auch hier vordringlich. Die an der automatisierten Versteigerung von Werbeplätzen Beteiligten unterliegen derzeit weder expliziter Prüf- und Filterpflichten noch einer strengen Marktaufsicht. Wichtig wäre es, sicherzustellen, dass Werbung für jedenfalls offenkundig rechtswidrige Inhalte KonsumentInnen erst gar nicht erreicht. Meldestellen für inkriminierte Werbung könnten anhand von Beschwerden zumindest Rückmeldungen geben, dass aufgrund neuer rechtswidriger Praktiken und Inhalte automatisierte Filter nach zu schärfen sind.

15 Welche Maßnahmen würden Ihrer Ansicht nach zu einer angemessenen Transparenz bei der Werbeplatzierung führen?

höchstens 3000 Zeichen

Es sollten VerbraucherInnen bei jeder Werbung gut sichtbar erkennen, welche Kriterien dazu führten, dass er /sie diese Werbung angezeigt erhält. VerbraucherInnen müssen generell und bei jeder Einblendung die Möglichkeit erhalten, eine individualisierte „Microtargeting“-Werbung abzubestellen bzw andere, zur Auswahl stehende Kriterien sich auszusuchen, darunter auch bloß kontextabhängige Werbeausspielungen.

Außerdem sind natürlich der Auftraggeber der Werbung und das ausspielende Werbenetzwerk gut sichtbar und jeweils mit Kontaktdaten bekannt zu geben. An diese beiden können sich VerbraucherInnen wenden, wenn sie Beschwerden über den Inhalt der Werbung oder die Werbepaxis (zB Kaufaufforderung an Kinder auf einer typischerweise an Kinder gerichteten Website uvm) vorbringen möchten.

Nach der Omnibus-Richtlinie sind bezahlte Plätze in Rankings oder Suchmaschinenreihungen auch als Werbung zu kennzeichnen. Auch hier muss offengelegt werden, welcher Vorteil abgegolten wurde und wer der Auftraggeber ist.

16 Welche Informationen über Online-Werbung sollten öffentlich zugänglich gemacht werden?

höchstens 3000 Zeichen

Ein AK-Test zeigt, dass nicht alle audiovisuellen Videoabruf-Plattformen „Influencern“ unter den Videobloggern Tools anbieten, um die Anpreisung von Produkten als Werbung zu kennzeichnen (https://www.arbeiterkammer.at/beratung/konsument/HandyundInternet/Internet/Influencermarketing_2018.pdf). Plattformen, die solche Werkzeuge bereithalten, prüfen offenbar nicht, ob diese auch benutzt werden. Damit kontrollieren weder die Plattformen, noch die Aufsichtsbehörden der meisten Mitgliedstaaten systematisch, ob bspw. solche Videos als Werbung ausgewiesen sind. Enorme Vollzugsdefizite und manipulative Kaufanreize für die Hauptzielgruppe Jugendliche sind die Folge.

17 Welche wirksamen und geeigneten Auditsysteme könnten Ihrer Erfahrung nach für eine angemessene Verantwortung im Bereich der Werbeplatzierung sorgen?

höchstens 3000 Zeichen

Die Onlinewerbeindustrie verstößt selbst häufig gegen EU-Recht. Siehe zB die von der BEUC veröffentlichte Studie des Norwegischen Forbrukerradet: <https://www.beuc.eu/publications/eu-consumer-groups-urge-immediate-investigation-systematic-breaches-gdpr-online>. Diese beanstandet, dass die untersuchten Werbenetzwerke systematisch gegen die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) verstoßen. Vor diesem Hintergrund sehen wir es als eine der zentralen, rechtspolitischen Aufgaben, die derzeitigen Geschäftsmodelle für den Zugang zu Onlineinhalte kritisch zu hinterfragen. Datenschutzverstöße sind zwar nicht unmittelbares Thema des künftigen Digital Service Act. Sehr wohl anzusprechen sind Intransparenz und die auf Daten aufbauenden Geschäftsmodelle. Sie lassen VerbraucherInnen entgegen dem in der DSGVO verankerten Koppelungsverbot beim Zugang zu Inhalten oft keine andere Wahl, als unkontrollierbaren, ausufernden Datennutzungen zuzustimmen. Diese systematischen Datenschutzverletzungen sind für die EU und ihr Bekenntnis zu Rechtsstaatlichkeit nicht akzeptabel.

Es ist wenigstens durch ein generelles zentrales Opt-Out-System sicherzustellen, dass VerbraucherInnen nicht gegen ihren Willen Werbemethoden ausgesetzt sind, die auf überwachendem Tracking, Bildung unbegrenzter Verhaltenprofile und – prognosen und individualisiertem „Microtargeting“ aufbauen. Eine Zustimmung bzw ein Widerruf auf jeder einzelnen Webseite und bei jedem Dienst ist VerbraucherInnen in keinster Weise zumutbar. Als Folge der Verweigerung der Zustimmung wird VerbraucherInnen oft der Dienstzugang beschränkt oder verwehrt. Derartige Geschäftsmodelle bauen damit auf nach der DSGVO unwirksamen - weil nicht freiwillig erteilten - Zustimmungserklärungen von VerbraucherInnen auf. Dem selbstverständlich berechtigten Interesse an einer Honorierung des Inhalteangebots kann auch durch Einblendung kontextabhängiger Werbung oder Bezahl-Angeboten nachgekommen werden.

Da Werbung für unseriöse oder betrügerische Dienste überhand nimmt, müssen die Verantwortung in der Kette Werbedienstleister und Plattformen unbedingt geklärt werden. Da Plattformen über Verhaltensprofile ihrer Nutzer und eine Beteiligung an den Werbeeinsparungen in die Vermarktungspraktiken von Onlinewerbung involviert sind, sollten sie bezüglich rechtswidriger Werbung stark in die Pflicht genommen werden. Sie sollten Tools zur eindeutigen Kennzeichnung von Werbung und dessen Auftraggeber anbieten, die von Werbenden zwingend genutzt werden müssen. Außerdem sollten sie Werbung auf offensichtliche Rechtswidrigkeiten hin (Fakeshops, verbotene vor allem raubkopierte Waren, Datenklau, Verbreitung von Schadsoftware usw) vorab automatisiert kontrollieren müssen. Im Gegensatz zu sonstigen Inhalten besteht bei Werbeinhalten kaum die Gefahr, dass durch automatisierte Filter grundrechtlich geschützte Informations- und Persönlichkeitsrechte verletzt werden. Sonstige Webseiten mit Drittanbieterwerbung müssen zumindest einen Beschwerdemechanismus aufbauen

18 Was ist Ihrer Ansicht nach eine funktionale Definition von „politischer Werbung“? Sind Ihnen besondere Verpflichtungen im Zusammenhang mit der „politischen Werbung“ auf nationaler Ebene bekannt?

höchstens 3000 Zeichen

19 Welche Art von Informationen würde Verbraucher in Bezug auf politische Werbung ausreichend aufklären? Gibt es Ihrer Ansicht nach sonstige Transparenzanforderungen und -maßnahmen, die für einen verantwortungsvollen Umgang mit politischer Werbung und politischen Meldungen erforderlich sind?

höchstens 3000 Zeichen

20 Welche Auswirkungen hätte Ihrer Ansicht nach eine verbesserte Transparenz und Verantwortlichkeit in der Wertschöpfungskette im Bereich der Online-Werbung auf die Rolle großer Online-Plattformen als Torwächter und andere mögliche Folgen wie die Medienvielfalt?

höchstens 3000 Zeichen

Die zuvor genannten Werbegrundsätze (Kennzeichnung, Trennung, Offenlegung des Auftraggebers) werden systematisch gebrochen, denn effiziente Kontrolle und spürbare Sanktionen fehlen fast vollständig. KonsumentInnen sind nicht nur Intransparenz, Manipulation, Belästigung und rechtswidrigen Werbeinhalten ausgesetzt. Traditionelle Print- und audiovisuelle Medien, die sich im Großen und Ganzen an Werberegeln halten, werden durch unlautere Online-Werbeformen bzw -inhalte grob benachteiligt. Strikte Aufsicht und Sanktionen gegenüber Verstößen müssen daher ein wichtiger Eckpunkt des Digital Service Act sein. Die beiden Rollen von Plattformen als „Torwächter“ und gleichzeitig datensammelnde Werbenetzwerke stellen eine unvergleichliche Machtkonzentration dar. Stellt man das Standardgeschäftsmodell auf kontextbasierte Werbung um, profitieren die VerbraucherInnen dadurch, dass endlich ihr „Don't Track“ Wille und der Datenschutz respektiert wird. Es profitieren aber auch neue, innovative Mitbewerber, weil die unangemessene Allianz aus Plattformanbieter und microtargeting-treibendem Werbenetzwerk aufgelöst wird.

21 Gibt es noch weitere neue Themen im Bereich der Online-Werbung, auf die Sie hinweisen möchten?

höchstens 3000 Zeichen

Um dem Selbstbestimmungsrecht von InternetnutzerInnen wirklich gerecht zu werden, müsste die Robinson-Liste für e-Mailwerbung zu einem echten „Stopp-Tracking“-Tool für verhaltensbasierte, individualisierte Onlinewerbung werden. Eine zentral verwaltete Opt-Out-Möglichkeit ist derzeit nur für unangeforderte Mailwerbung einzurichten. Wer Onlinewerbung insgesamt nicht schätzt, sondern als Belästigung empfindet, hat derzeit keine vertretbaren Möglichkeiten, diese Haltung einfach und wirksam zum Ausdruck zu bringen. An aufgezwungener Werbung verdienen Intermediäre aus der Onlinewerbewirtschaft. Sie verfehlt aber bei nicht werbeaffinen InternetnutzerInnen komplett die Ziele der Auftraggeber. Derzeit müssen sich KonsumentInnen bei jedem Dienst in unzumutbarer Weise von neuem mit ellenlangen Erklärungen, diffizilen Einstellungen und enormen datenschutzrechtlichen Umsetzungsdefiziten herumquälen. Wer nicht will, dass

seine digitalen Spuren für Werbezwecke quer durchs Internet verfolgt werden, um individuelle Verhaltensprofile zu erstellen und ebensolche Werbung auszuspielen, sollte sich in eine zentrale Liste eintragen können. Alle Werbenetzwerke haben diesen Opt-Out-Wunsch zu beachten. In der Regel wird der Inhaltenanbieter mit kontextabhängiger Werbung angemessene Einnahmen erzielen. Bei hochwertigen Inhalten kann natürlich auch eine Pay-Wall errichtet werden. Unzulässig wäre es aber, in diesem Fall alternativ „Zahlen mit unbegrenzten Daten“ vorzusehen. Damit VerbraucherInnen sich zwischen den Varianten souverän und informiert entscheiden können, muss über den genauen Datenumfang informiert werden. Der Geldwert des Datenumfangs und der Geldbetrag für die Zugangsleistung dürfen auch nicht in einem auffälligen Missverhältnis stehen.

Es ist im Übrigen hoch an der Zeit für ein einheitliches striktes Regulierungsniveau von Onlinewerbung unabhängig davon auf welchen Seiten die Werbung ausgespielt wird. Bisher gibt es nur ein paar Detailregeln für Werbung in audiovisuellen Medien. Für KonsumentInnen ist es völlig egal, auf welcher Website oder App sie sich aufhalten. Sie haben stets das selben Bedürfnis, vor intransparenter, aggressiver, Gesundheit, Umwelt oder die Jugend beeinträchtigender Werbung usw geschützt zu werden.

Intelligente Verträge

1 Gibt es in der EU eine ausreichende Rechtsklarheit für die Bestimmungen in und die Verwendung von intelligenten Verträgen (z. B. in Bezug auf die Gültigkeit, das anwendbare Recht und die gerichtliche Zuständigkeit?)

Bitte bewerten Sie von 1 (mangelnde Klarheit) bis 5 (ausreichende Klarheit)



2 Bitte erläutern Sie die Ihrer Ansicht nach bestehenden Schwierigkeiten.

höchstens 3000 Zeichen

3 In welchen der folgenden Bereiche ist Ihrer Ansicht nach weitere rechtliche Klarheit erforderlich?

- Gegenseitige Anerkennung der Gültigkeit intelligenter Verträge in der EU gemäß nationalem Recht
- Mindestanforderungen hinsichtlich der Gültigkeit intelligenter Verträge in der EU
- Maßnahmen, mit denen sichergestellt wird, dass die sich aus einem intelligenten Vertrag (und dessen Durchführung) ergebenden Rechte und Pflichten - insbesondere für Verbraucher - klar und eindeutig sind
- Möglichkeit der Unterbrechung intelligenter Verträge
- Klarheit über die Haftung für Schäden, die bei der Durchführung eines intelligenten Vertrags entstanden sind
-

Mehr Klarheit bezüglich intelligenter Verträge in Bezug auf Zahlungen und Währungen

4 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

5 Gibt es weitere Punkte, die Sie gerne ansprechen möchten?

höchstens 3000 Zeichen

V. Wie können die Herausforderungen im Zusammenhang mit der Situation selbstständiger Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Online-Plattformen anbieten, angegangen werden?

Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Plattformen erbringen, unterscheiden sich gegebenenfalls in der Art ihres Rechtsstatus (Angestellte oder Selbstständige). In diesem Abschnitt sollen erste Informationen und Meinungen über die Situation selbstständiger Einzelpersonen eingeholt werden, die Dienstleistungen über Plattformen anbieten (z. B. im Bereich der Fahrvermittlung, Lebensmittelversorgung, Hausarbeit, Gestaltung, Mikrojobs usw.). Darüber hinaus sollen erste Meinungen darüber eingeholt werden, ob festgestellte Probleme spezifisch für die Plattformwirtschaft sind und welche Hindernisse der Verbesserung der Situation von Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Plattformen anbieten, entgegenstehen. Mit dieser Konsultation soll nicht auf die Kriterien eingegangen werden, nach denen Personen, die Dienstleistungen auf solchen Plattformen erbringen, der entsprechende Rechtsstatus zugeteilt wird. Die hier erörterten Themen umfassen weder den Verkauf von Waren (z. B. Online-Marktplätze) noch die gemeinsame Nutzung von Vermögenswerten (z. B. Untervermietung von Häusern) über Plattformen.

Die folgenden Fragen richten sich an selbstständige Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Online-Plattformen anbieten.

Beziehung zur Plattform und zum Endkunden

1 Welche Art von Dienstleistungen bieten Sie über Plattformen an?

- Lebensmittellieferung
- Fahrvermittlung
- Online-Übersetzungen, Design, Softwareentwicklung oder Mikroaufgaben
- Reinigungs-, Sanitär- oder Heimwerkerdienste auf Anfrage
- Sonstiges (bitte machen Sie nähere Angaben)

2 Bitte erläutern Sie dies näher.

3 Welche Anforderungen mussten Sie gegebenenfalls erfüllen, um von der/den Plattform(en), über die Sie Dienstleistungen anbieten, zugelassen zu werden?

4 Haben Sie mit dem Endkunden ein Vertragsverhältnis?

- Ja
- Nein

5 Müssen Sie sich bei der Bereitstellung ihrer Dienstleistungen an bestimmte Richtlinien oder Anweisungen der Plattform halten?

- Ja
- Nein

7 Zu welchen Bedingungen können Sie die Nutzung der Plattform zur Erbringung Ihrer Dienstleistungen einstellen; kann die Plattform Sie darum bitten?

8 Welche Rolle spielen Sie bei der Festlegung des vom Kunden gezahlten Preises und wie wird die Ihnen für die Erbringung ihrer Dienstleistungen über die Plattform (en) zustehende Vergütung berechnet?

9 Welche Risiken und Verantwortlichkeiten tragen Sie im Falle einer Nichterfüllung oder unzureichenden Erfüllung der Dienstleistung?

Situation selbstständiger Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Plattformen erbringen

10 Was sind für Sie bei der Erbringung von Dienstleistungen über Plattformen die wichtigsten Vorteile?

höchstens 3000 Zeichen

11 Welchen wesentlichen Problemen oder Herausforderungen begegnen Sie bei der Erbringung von Dienstleistungen über Plattformen? Ergreift die Plattform Maßnahmen, um diesen entgegenzuwirken?

höchstens 3000 Zeichen

12 Sind Sie für die Erbringung Ihrer Dienstleistungen jemals nicht bezahlt worden? Ergreift die Plattform Maßnahmen, um Sie in solchen Situationen zu unterstützen?

höchstens 3000 Zeichen

13 Sind Sie der Ansicht, dass Sie bei Ihrer Arbeit (wirtschaftlich oder auf andere Weise) benachteiligt oder abhängig sind? Wenn ja, aus welchem Grund?

14 Können Sie mit der/den Plattform(en) Tarifverhandlungen kollektiv über Ihre Vergütung oder andere Vertragsbedingungen verhandeln?

- Ja
- Nein

15 Bitte erläutern Sie dies näher.

Die folgenden Fragen richten sich an Online-Plattformen.

Rolle der Plattformen

17 Welche Rolle spielt Ihre Plattform bei der Erbringung der Dienstleistung und beim Abschluss des Vertrags mit dem Kunden?

18 Welche Risiken und Verantwortlichkeiten trägt Ihre Plattform für die Nichterfüllung oder unzureichende Erbringung der Dienstleistung?

19 Was geschieht, wenn die Dienstleistung vom Kunden nicht bezahlt wird?

20 Ist Ihre Plattform Eigentümer der Aktiva, die die Einzelperson, die Dienstleistungen anbietet, nutzt?

- Ja
- Nein

22 Wie hoch ist der Anteil selbstständiger Einzelpersonen an der Gesamtzahl der Dienstleister, die Dienstleistungen über Ihre Plattform anbieten?

- über 75 %
- zwischen 50 % und 75 %
- zwischen 25 % und 50 %
- weniger als 25 %

Rechte und Pflichten

23 Welches Vertragsverhältnis bestehen zwischen der Plattform und Einzelpersonen, die über diese Plattform Dienstleistungen anbieten?

höchstens 3000 Zeichen

24 Wer legt den Preis fest, den der Kunde für die angebotene Dienstleistung bezahlt?

- Die Plattform
- Die Einzelperson, die Dienstleistungen über die Plattform anbietet
- Sonstige (bitte angeben)

25 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

26 Wie wird der vom Kunden gezahlte Betrag zwischen der Plattform und der Einzelperson, die die Dienstleistungen über die Plattform anbietet, aufgeteilt?

höchstens 3000 Zeichen

27 Wie viele Stunden pro Woche bieten Einzelpersonen im Durchschnitt Dienstleistungen über Ihre Plattform an?

höchstens 3000 Zeichen

28 Verfügen Sie über Maßnahmen, die es Einzelpersonen, die über Ihre Plattform Dienstleistungen erbringen, ermöglichen, miteinander in Kontakt zu treten und sich kollektiv zu organisieren?

- Ja
- Nein

29 Bitte beschreiben Sie, wie die Personen, die Dienstleistungen auf Ihrer Plattform erbringen, miteinander in Kontakt treten.

höchstens 3000 Zeichen

30 Welche Maßnahmen haben Sie gegebenenfalls ergriffen, um sicherzustellen, dass Einzelpersonen, die über Ihre Plattform Dienstleistungen anbieten, nach gesetzlichen Vorschriften arbeiten (z. B. geltende Vorschriften über das erwerbsfähige Mindestalter einhalten oder gegebenenfalls über eine Arbeitserlaubnis verfügen)?

(Falls Sie Ihre Antwort zu dieser Frage bereits im ersten Modul der Konsultation abgegeben haben, erübrigt sich ein wiederholtes Antworten.)

höchstens 3000 Zeichen

Die folgenden Fragen richten sich an alle Teilnehmer.

Situation selbstständiger Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Plattformen erbringen

32 Gibt es Bereiche in Bezug auf die Situation von Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Plattformen anbieten, in denen weitere Verbesserungen erforderlich sind? Bitte bewerten Sie die folgenden Punkte von 1 (keine Verbesserungen erforderlich) bis 5 (wesentliche Probleme müssen geklärt werden).

	1 (keine Verbesserungen erforderlich)	2	3	4	5 (erhebliche Verbesserungen erforderlich)	Ich weiß nicht /keine Antwort
Einkommen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Flexibilität bei der Entscheidung, wann und/oder wo Dienstleistungen erbracht werden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transparenz in Bezug auf die Vergütung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maßnahmen gegen die Nichtzahlung der Vergütung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Transparenz bei Online-Bewertungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gewährleistung, dass Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Plattformen erbringen, miteinander in Kontakt treten und sich für kollektive Zwecke organisieren können	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Maßnahmen, wenn Einzelpersonen ohne Arbeitserlaubnis Dienstleistungen erbringen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verhinderung der Diskriminierung - z. B. aufgrund des Geschlechts, der Rasse oder der ethnischen Herkunft - von Personen, die Dienstleistungen über Plattformen erbringen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verteilung der Haftung im Schadensfall	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges (bitte machen Sie nähere Angaben)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

33 Bitte erläutern Sie die Probleme, auf die Sie stoßen oder die Sie wahrnehmen.

höchstens 3000 Zeichen

Die Bundesarbeitskammer hat in (Beratungs-)Gesprächen mit Betroffenen und im laufenden Informationsaustausch mit den Gewerkschaftsorganisationen feststellen müssen, dass die Arbeitsbedingungen bei digitalen Plattformen sehr oft als prekär zu bezeichnen sind. Das betrifft unter anderem Fragen des Mindestentgelts, der Arbeitszeit und des Arbeitsplatzes (beispielsweise ist teilweise das Arbeitsmaterial selbst zu stellen). Diese Situation besteht bzw bestand unter anderem bei EssenzustellerInnen sowie bei Fahrdienstvermittlungen und setzt sich in nachgelagerten Bereichen wie bei Paketdienstleistern fort. Erst am 18. Februar 2020 gab es in Österreich eine Razzia, bei der 36 Subunternehmen von Amazon kontrolliert wurden. In 49 Fällen wurden arbeitsrechtliche Verstöße festgestellt. Oft sind bei Online-Plattformen Fälle von Scheinselbständigkeit festzustellen, dh es lagen eine Reihe von Kriterien vor, die eine unselbständige Beschäftigung belegen. Positiv zu erwähnen ist, dass in Österreich ein Branchenkollektivvertrag mit einem Essenzusteller abgeschlossen werden konnte. Auch ein Betriebsrat konnte dort gewählt werden. Im Fall einer Fahrvermittlung konnte über nationale Verordnungen eine Wettbewerbsgleichheit mit Taxis hergestellt werden. Die Lösung dieser beiden Fälle könnte durchaus Vorbildcharakter für andere Bereiche der Online-Plattformen haben.

34 Sind Sie der Ansicht, dass Einzelpersonen, die Dienstleistungen offline/in der traditionellen Wirtschaft erbringen, mit ähnlichen Problemen konfrontiert werden wie Einzelpersonen, die Dienstleistungen über Plattformen anbieten?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

35 Bitte näher erläutern und Beispiele nennen.

höchstens 3000 Zeichen

Für MitarbeiterInnen in der Online-Industrie fehlt ein legislativer Rahmen sowie zumeist ein Kollektiv- oder Tarifvertrag, der ihnen Rechtssicherheit verschaffen könnte. Das ist ein wesentlicher Unterschied zur traditionellen Wirtschaft. Die Lücken in der Rechtsordnung führen zudem zu Wettbewerbsnachteilen für die traditionelle Wirtschaft.

36 Was muss Ihrer Ansicht nach getan werden, um die Situation von Einzelpersonen zu verbessern, die Dienstleistungen

1. über Plattformen
2. oder offline/in der traditionellen Wirtschaft erbringen?

höchstens 3000 Zeichen

Nötige Mindestnormen für Beschäftigte von Plattformen:

- Eine Bestimmung ist erforderlich, die grundsätzlich von der (widerlegbaren) Vermutung ausgeht, dass ein Arbeitsverhältnis als unselbständig Beschäftigter mit der Plattform besteht. Der Grund für diese Forderung liegt darin, dass es sehr schwer ist, einen transparenten Einblick in die Arbeitsorganisation der Plattformen zu bekommen. Das ist aber für die Beurteilung ganz entscheidend, ob ein Arbeitsverhältnis

vorliegt. Eine Möglichkeit wäre auch die Schaffung eines Indizienkatalogs, der Kriterien enthält, die bestimmen, ob ein Arbeitsverhältnis mit einer Plattform vorliegt.



- Klarstellung, dass bei einem Arbeitsverhältnis ArbeitnehmerInnenschutzbestimmungen sowie Kollektiv- oder Tarifvertragsbestimmungen bzw Mindestentgeltregelungen zur Anwendung kommen.
- Klare Regelungen, dass bei einem Beschäftigungsverhältnis die Plattform für die Abfuhr von Lohnsteuer, Sozialversicherungsabgaben und allen anderen lohnabhängigen Abgaben verantwortlich ist.
- Informationspflichten von Plattformen gegenüber Behörden und Sozialversicherungsträgern – auch wenn keine Arbeitsverhältnisse zu diesen, sondern zu den LeistungsempfängerInnen vorliegen.

Weitere Punkte, die die Situation von Beschäftigten bzw auch von Selbständigen verbessern würden:

- Die Festschreibung von Informationspflichten der Plattform gegenüber Personen, die für die Plattform tätig sind.
- Die Entlohnung von Selbständigen darf nicht unter den Mindestlöhnen bzw den kollektivvertraglich festgelegten Sätzen für die gleichen oder ähnliche Tätigkeiten als unselbständiger Beschäftigter liegen.
- Anwendung des Gleichbehandlungsrechts sowie die Verpflichtung der gleichen Bezahlung
- Auch Standby-Zeiten und Suchzeiten müssen als Arbeitszeit zählen.
- Die Anwendung von Konkurrenz- sowie Exklusivitätsklauseln muss untersagt sein.
- Klauseln, die den unbegründeten Ausschluss bei Zuteilung von Aufträgen sowie eine unbegründete Ablehnung von Arbeitsergebnissen vorsehen, müssen untersagt werden.
- Offenlegung wie Ratings über PlattformarbeiterInnen zustandekommen samt der Möglichkeit verfälschte Ratings richtigzustellen.
- Schaffung eines kostenfreien Schlichtungsverfahrens zur Beilegung von Streitigkeiten.

Zur Situation von Beschäftigten im offline bzw traditionellen Dienstleistungsbereich: Lücken in der Gesetzgebung bei den Beschäftigten der Online-Plattformen müssen rasch geschlossen werden. Nur so ist eine Wettbewerbsgleichheit und eine Verbesserung der Situation der Beschäftigten in der Offline- und der Online-Arbeitswelt möglich.

37 Inwieweit könnte die Möglichkeit von Tarifverhandlungen dazu beitragen, die Situation der Einzelpersonen zu verbessern, die Dienstleistungen

über Online-Plattformen	
oder in der realen/traditionellen Wirtschaft erbringen?	

38 In welchen Bereichen ist es Ihrer Ansicht am wichtigsten, solche Tarifverhandlungen zu ermöglichen?

höchstens 3000 Zeichen

Kollektiv- bzw. Tarifverhandlungen müssen flächendeckend und in allen Bereichen erfolgen. Werden Tarif- und Kollektivverträge nur in einzelnen Bereichen vereinbart, besteht die Gefahr, dass die Plattformen auf andere Bereiche ausweichen, bei denen es keine derartigen Vereinbarungen gibt.

39 Spricht Ihrer Ansicht nach etwas gegen Verhandlungen dieser Art?

höchstens 3000 Zeichen

Es spricht alles für Tarif- und Kollektivvertragsverhandlungen: Sie bringen ArbeitnehmerInnen Planungssicherheit und sind für Unternehmen ein wichtiges Element für einen fairen Wettbewerb, bei dem sich einzelne Konzerne keine Vorteile auf Kosten der Beschäftigten und aller anderen Unternehmen mehr verschaffen können.

40 Gibt es weitere Punkte, die Sie gerne ansprechen möchten?

höchstens 3000 Zeichen

Insbesondere die großen digitalen Plattformen nutzen die bestehenden Lücken in der EU-Gesetzgebung aus, um sich auf Kosten von Beschäftigten und der meisten anderen Unternehmen Vorteile zu verschaffen, die zu einer erheblichen Verzerrung des Wettbewerbs führen.

In den kommenden Jahren ist mit einem weiteren Wachstum der digitalen Industrie zu rechnen, die Schaffung entsprechender legislativer Regelungen ist daher, gerade auch für die Beschäftigten der Online-Plattformen, vordringlich! Der rechtliche Rahmen auf EU-Ebene muss hinsichtlich der Plattform-ArbeiterInnen folgende Punkte umfassen:

- Die Feststellung, dass im Zweifel ein Arbeitsverhältnis als unselbständig Beschäftigter mit der Plattform besteht.
- Kollektiv- oder Tarifvertragsbestimmungen bzw Mindestentgeltregelungen kommen zur Anwendung.
- Es gelten die gleichen ArbeitnehmerInnenschutzbestimmungen wie in den traditionellen Wirtschaftssektoren.
- Die Plattform ist für ihre unselbständig Beschäftigten für die Abfuhr von Lohnsteuer, Sozialversicherungsabgaben und allen anderen lohnabhängigen Abgaben verantwortlich.
- Informationspflichten von Plattformen gegenüber Behörden und Sozialversicherungsträgern – auch wenn keine Arbeitsverhältnisse zu diesen, sondern zu den LeistungsempfängerInnen vorliegen.
- Zur Vermeidung von Lohndumping muss sichergestellt werden, dass die Entlohnung bzw die Honorare für Selbständige nicht unter jenen für unselbständige Beschäftigte, die die gleichen oder ähnliche Tätigkeiten verrichten, liegen darf.
- Anwendung des Gleichbehandlungsrechts sowie die Verpflichtung der gleichen Bezahlung
- Auch Standby-Zeiten und Suchzeiten müssen als Arbeitszeit zählen.
- Die Anwendung von Konkurrenz- sowie Exklusivitätsklauseln sowie aller anderen unlauteren Klauseln in Beschäftigungsverträgen oder Verträgen mit Selbständigen muss von vorneherein ausgeschlossen werden.
- Offenlegung wie Ratings über PlattformarbeiterInnen zustandekommen samt der Möglichkeit verfälschte Ratings richtigzustellen.

VI. Wie soll der Binnenmarkt für digitale Dienste gestärkt werden?



Der EU-Binnenmarkt birgt ein großes Potenzial für die Expansion digitaler Dienste, auch für innovative europäische Unternehmen. Heutzutage gibt es eine gewisse Rechtszersplitterung innerhalb des Binnenmarkts. Eines der Hauptziele des Gesetzes über digitale Dienste ist die Verbesserung der Innovationsmöglichkeiten und [*die Vertiefung des Binnenmarkts für digitale Dienste*](#)

In diesem Abschnitt der Konsultation sollen Erkenntnisse und Meinungen zum aktuellen Stand des Binnenmarktes und zu weiteren Verbesserungen für einen wettbewerbsfähigen und lebendigen Binnenmarkt für digitale Dienste gesammelt werden. Dieses Modul befasst sich auch mit den jeweiligen Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf digitale Dienste in der Union.

Anschließend liegt der Schwerpunkt auf der angemessenen Steuerung und Aufsicht über digitale Dienste in der gesamten EU sowie auf Mitteln und Wegen zur Verbesserung der behördenübergreifenden Zusammenarbeit für eine wirksame Überwachung der Dienste und für den gleichen Schutz aller Bürger im gesamten Binnenmarkt. Ferner befasst sich das Modul mit spezifischen Kooperationsvereinbarungen, etwa von Verbraucherschutzbehörden im gesamten Binnenmarkt, oder der Regulierungsaufsicht und Mechanismen der Zusammenarbeit zwischen den Medienaufsichtsbehörden. Dieser Abschnitt befasst sich nicht mit der Durchsetzung der EU-Datenschutzvorschriften (DSGVO).

Wichtigste Fragen

1 Wie wichtig sind digitale Dienste wie der Zugriff auf Websites, soziale Netzwerke, das Herunterladen von Apps, das Lesen von Online-Nachrichten, der Online-Einkauf und der Verkauf von Waren im Internet für Sie in Ihrem Alltag oder für Ihre Geschäftstätigkeit?

Insgesamt	
Angebote von außerhalb Ihres Wohn- oder Niederlassungsmitgliedstaats	

Die folgenden Fragen richten sich an Anbieter digitaler Dienste.

3 Wie hoch ist ungefähr der Anteil Ihres Umsatzes in der EU, der durch die Erbringung Ihrer Dienstleistung außerhalb des Landes Ihrer Hauptniederlassung in der EU erwirtschaftet wird?

- weniger als 10 %
- zwischen 10 % und 50 %
- über 50 %
- Diese Angabe kann ich nicht berechnen.

4 Inwieweit stellen die folgenden Verpflichtungen für Ihr Unternehmen eine Belastung bei der Bereitstellung seiner digitalen Dienste im Rahmen einer Expansion in einen oder mehrere EU-Mitgliedstaaten dar? Bitte bewerten Sie die folgenden Verpflichtungen von 1 (überhaupt nicht belastend) auf 5 (sehr belastend). Bitte bewerten Sie die folgenden Verpflichtungen von 1 (überhaupt nicht belastend) auf 5 (sehr belastend).

	1 (überhaupt nicht belastend)	2	3 (neutral)	4	5 (sehr belastend)	Ich weiß nicht /keine Antwort
Unterschiedliche Verfahren und Verpflichtungen der Mitgliedstaaten zur Meldung, Aufdeckung und Entfernung illegaler Inhalte/Waren/Dienstleistungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anforderungen an einen gesetzlichen Vertreter oder eine Niederlassung in mehr als einem Mitgliedstaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Unterschiedliche Verfahren und Anlaufstellen für Verpflichtungen zur Zusammenarbeit mit Behörden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere Arten von rechtlichen Anforderungen. Bitte nachstehend angeben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6 Unterliegen Ihre Dienstleistungen den Durchsetzungsmaßnahmen eines anderen EU-Mitgliedstaates als dem Land Ihrer Niederlassung?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

8 Wurden Sie aufgefordert, für die Erbringung Ihrer digitalen Dienste in einem EU-Mitgliedstaat eine „Vorabgenehmigung“ einzuholen oder eine gleichwertige Anforderung zu erfüllen?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

10 Gibt es Ihres Erachtens noch weitere Aspekte zur Erleichterung der grenzüberschreitende Erbringung digitaler Dienste in der Europäischen Union?

höchstens 3000 Zeichen

11 Wie haben sich der Ausbruch von COVID-19 und die Maßnahmen des Krisenmanagements auf den Umsatz Ihres Unternehmens ausgewirkt?

- erhebliche Umsatzeinbußen
- geringe Umsatzeinbußen
- keine wesentliche Veränderung
- mäßige Umsatzsteigerung
- erhebliche Umsatzsteigerung
- Sonstige

13 Sind Sie der Ansicht, dass die Vertiefung des Binnenmarkts für digitale Dienste zur wirtschaftlichen Erholung Ihres Unternehmens beitragen könnte?

- Ja
- Nein
- Ich weiß nicht

14 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

Die folgenden Fragen richten sich an alle Teilnehmer.

Governance digitaler Dienste und Aspekte der Durchsetzung

Das Herkunftslandprinzip bildet den Eckpfeiler des Binnenmarkts für digitale Dienste. Es stellt sicher, dass für digitale Innovatoren - einschließlich Start-up-Unternehmen und KMU - ein einheitliches Regelwerk gilt (das ihres Heimatlandes) - und nicht 27 verschiedene Rechtsvorschriften.

Dies ist eine wichtige Voraussetzung dafür, dass die Dienste rasch expandieren und grenzüberschreitend angeboten werden können. Um die europäische Wirtschaft anzukurbeln und die Wirtschaftstätigkeit in der EU wieder aufzunehmen ist nach dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie und einer wirksamen Konjunkturstrategie heute mehr denn je ein starker Binnenmarkt erforderlich.

Gleichzeitig ist die Durchsetzung der Rechtsvorschriften von entscheidender Bedeutung: Der Schutz aller EU-Bürger (unabhängig von ihrem Wohnsitz) wird im Gesetz über digitale Dienste eine zentrale Rolle spielen.

Das derzeitige System der Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten sieht vor, dass der Mitgliedstaat, in dem ein Anbieter eines digitalen Dienstes niedergelassen ist, verpflichtet ist, die erbrachten Dienstleistungen zu überwachen und sicherzustellen, dass alle EU-Bürger geschützt werden. In der Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr ist ein Mechanismus der Zusammenarbeit für grenzüberschreitende Fälle vorgesehen.

1 Wie würden Sie auf der Grundlage Ihrer Erfahrungen die Zusammenarbeit zwischen Behörden, die mit der Überwachung digitaler Dienste betraut sind, im Binnenmarkt bewerten?

höchstens 5000 Zeichen

2 Welche Governance-Regelungen würden zu einem wirksamen System zur Überwachung und Durchsetzung von Rechtsvorschriften - insbesondere im Hinblick auf die Vermittlung von Waren, Dienstleistungen und Inhalten Dritter - auf Online-Plattformen in der EU führen (siehe auch Kapitel 1 der Konsultation)?

Bitte bewerten Sie jeden der folgenden Punkte auf einer Skala von 1 (überhaupt nicht wichtig) bis 5 (sehr wichtig).

	1 (überhaupt nicht wichtig)	2	3 (neutral)	4	5 (sehr wichtig)	Ich weiß nicht /keine Antwort
Eindeutig zugewiesene zuständige nationale Behörden oder Stellen, die von den Mitgliedstaaten zur Überwachung der von Online-Plattformen eingeführten Systeme eingerichtet wurden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mechanismus der Zusammenarbeit zwischen verschiedenen zuständigen Behörden innerhalb der Mitgliedstaaten, die für die systematische Überwachung von Online-Plattformen und für sektorspezifische Angelegenheiten zuständig sind (z. B. Verbraucherschutz, Marktüberwachung, Datenschutz, Medienaufsichtsbehörden, Antidiskriminierungsstellen, Gleichbehandlungsstellen, Strafverfolgungsbehörden usw.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mechanismus der Zusammenarbeit mit zügigen Verfahren und Unterstützung durch die zuständigen nationalen Behörden in allen Mitgliedstaaten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koordinierung und technische Unterstützung auf EU-Ebene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Behörde auf EU-Ebene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zusammenarbeit mit Dritten (z. B Organisationen der Zivilgesellschaft und Wissenschaftlern für spezifische Untersuchungen und Kontrollen)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sonstiges - bitte im nachstehenden Textfeld angeben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 5000 Zeichen

4 Welche Informationen sollten die zuständigen Behörden über ihre Aufsichts- und Durchsetzungstätigkeiten öffentlich zugänglich machen?

höchstens 3000 Zeichen

5 Welche Fähigkeiten (interne Fachkenntnisse, Ressourcen usw.) werden innerhalb der zuständigen Behörden benötigt, um Online-Plattformen wirksam überwachen zu können?

höchstens 3000 Zeichen

6 Besteht Ihrer Ansicht nach die Notwendigkeit, eine ähnliche Aufsicht für digitale Dienstleister zu gewährleisten, die ihren Sitz außerhalb der EU haben und ihre Dienstleistungen für Nutzer innerhalb der EU anbieten?

- Ja, wenn sie einen bestimmten Anteil an Inhalten, Waren und Dienstleistungen in der EU vermitteln
- Ja, wenn sie eine bedeutende Anzahl von Nutzern innerhalb der EU haben
- Nein
- Sonstige
- Ich weiß nicht

7 Bitte erläutern Sie dies näher.

höchstens 3000 Zeichen

8 Wie sollte die Überwachung über außerhalb der EU angesiedelte Dienste Ihrer Ansicht nach effizient und kohärent gestaltet werden?

höchstens 3000 Zeichen

9 Welche Governance-Struktur könnte Ihrer Ansicht nach sicherstellen, dass mehrere nationale Behörden in ihren jeweiligen Zuständigkeitsbereichen digitale Dienste grenzüberschreitend kohärent und einheitlich überwachen?

höchstens 3000 Zeichen

10 Bitte legen Sie Ihre Erfahrungen mit der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit der zuständigen Behörden in den verschiedenen Mitgliedstaaten in spezifischen Zuständigkeitsbereichen wie Verbraucherschutz oder Produktsicherheit dar.



höchstens 3000 Zeichen





11 Im Bereich der audiovisuellen Medien schuf die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste zwischen Medienregulierungsbehörden einen Mechanismus für die Regulierungsaufsicht und die Zusammenarbeit in grenzüberschreitenden Fällen, der auf EU-Ebene von der Gruppe Europäischer Regulierungsstellen für audiovisuelle Mediendienste (ERGA) koordiniert wird. Reicht dies Ihrer Ansicht nach aus, um sicherzustellen, dass Nutzer vor illegalen und schädlichen audiovisuellen Inhalten geschützt bleiben (z. B. wenn Nutzern Dienste aus einem anderen Mitgliedstaat angeboten werden)? Wenn Sie der Ansicht sind, dass die Vorkehrungen nicht ausreichen, erläutern Sie bitte Ihre Antwort und nennen Sie Fallbeispiele.

höchstens 3000 Zeichen

12 Müsste das derzeitige System gestärkt werden? Wenn ja, welche zusätzlichen Maßnahmen wären sinnvoll, um eine wirksamere Durchsetzung der Vorschriften für audiovisuelle Inhalte zu gewährleisten?

Bitte bewerten Sie von 1 (am wenigsten sinnvoll) bis 5 (am sinnvollsten). Sie können den Maßnahmen auch jeweils dieselbe Punktzahl zuweisen, wenn Sie sie für gleichermaßen wichtig halten.

Koordinierung der Bearbeitung grenzüberschreitender Fälle, einschließlich Fragen der gerichtlichen Zuständigkeit	
	

Vereinbarung von Leitlinien für die einheitliche Umsetzung von Rechtsvorschriften im Rahmen der AVMD-Richtlinie	
Sicherstellung der Kohärenz bei der grenzüberschreitenden Anwendung der Rechtsvorschriften zur Förderung europäischer Werke	
Vereinfachung der Koordinierung im Bereich der Desinformation	
Andere Bereiche der Zusammenarbeit	

13 Sonstige Bereiche der Zusammenarbeit - (bitte angeben, welche)

höchstens 3000 Zeichen

Vollzug der Werbevorschriften (unzulässige Werbeeinhalte, Werbekennzeichnung) und Vollzug von Jugendschutzvorschriften der AVMD RL.

14 Gibt es weitere Punkte, die Sie gerne ansprechen möchten?

höchstens 3000 Zeichen

Abschließende Bemerkungen

Gerne können Sie auch ein Positionspapier, einen Artikel, einen Bericht oder andere Fakten und Daten zu Händen der Europäischen Kommission hochladen.

1 Datei hochladen

Die maximale Dateigröße beträgt 1 MB

Zulässiges Dateiformat: pdf,txt,doc,docx,odt,rtf

8967086a-a5f3-4252-a50e-bd809dd8aed3/Begleitschreiben_Konsultation_an_Kommission_13082020.pdf

2 Sonstige abschließende Bemerkungen

höchstens 3000 Zeichen

Useful links

[Digital Services Act package \(https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package \)](https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/digital-services-act-package)

Background Documents

[\(BG\) Речник на термините](#)

[\(CS\) Glosř](#)

[\(DA\) Ordliste](#)

[\(DE\) Glossar](#)

[\(EL\) á](#)

[\(EN\) Glossary](#)

[\(ES\) Glosario](#)

[\(ET\) Snastik](#)

[\(FI\) Sanasto](#)

[\(FR\) Glossaire](#)

[\(HR\) Pojmovnik](#)

[\(HU\) Glosszrium](#)

[\(IT\) Glossario](#)

[\(LT\) Žodynėlis](#)

[\(LV\) Glosārijs](#)

[\(MT\) Glossarju](#)

[\(NL\) Verklarende woordenlijst](#)

[\(PL\) Słowniczek](#)

[\(PT\) Glossrio](#)

[\(RO\) Glosar](#)

[\(SK\) Slovnk](#)

[\(SL\) Glosar](#)

[\(SV\) Ordlista](#)

Contact

CNECT-consultation-DSA@ec.europa.eu

