



**Begleitschreiben an die Europäische  
Kommission zur Konsultation über den  
Digital Services Act**

---

# Die Position der AK

---

Die Europäische Kommission hat in ihrem Arbeitsprogramm die Veröffentlichung eines Rechtsvorschlags zu digitalen Diensten noch in diesem Jahr angekündigt. Ein derartiger Rechtsvorschlag ist aus Sicht der AK dringend nötig und seit Jahren überfällig.

Die derzeit für Online-Plattformen und andere digitale Dienstleistungen angewendeten Rechtsnormen wurden zum Teil bereits vor rund 20 Jahren verabschiedet und erfüllen die Mindestanforderungen an die digitale Welt aus beschäftigungspolitischer, sozialer, konsumentenschutzrechtlicher, steuerlicher und wettbewerbspolitischer Sicht bei weitem nicht.

Die AK begrüßt die Möglichkeit, an den Überlegungen zum geplanten Gesetz über digitale Dienstleistungen im Rahmen der öffentlichen Konsultation teilnehmen zu können. Aus Sicht der AK fehlen jedoch wesentliche Fragestellungen, die in die Überlegungen zum Gesetz über die digitalen Dienstleistungen jedenfalls einfließen müssen. In anderen Fällen werden rechtliche Lücken zwar angesprochen, decken die vorhandenen Probleme im digitalen Raum jedoch nicht ausreichend ab.

---

## I. Prekäre Beschäftigung auf digitalen Plattformen beenden

---

Modul V der Konsultation geht auf die Beschäftigten bei digitalen Plattformen ein. Das ist zu begrüßen, denn viele Plattformen weigern sich, einen Status als Arbeitgeber anzuerkennen. **Grundlegende Arbeitsrechte** werden damit **infrage gestellt**. Arbeit für Plattformen darf nicht zu einer systematischen Unterschreitung nationaler gesetzlicher Mindest- und Kollektivvertrags-Löhne führen, was derzeit jedoch oft der Fall ist. Arbeitsbedingungen müssen menschenwürdig gestaltet sein, die psychische und physische Leistungsfähigkeit darf nicht überfordert werden. Die Anerkennung dieser Grundprinzipien muss auch im Digital Services Act verankert werden. Nicht zuletzt auch deswegen, weil in den kommenden Jahren mit einem deutlichen Anstieg von Personen zu

rechnen ist, die für eine digitale Plattform arbeiten.

Nicht nachvollziehbar ist aus AK-Sicht jedoch die Erwartung der Kommission im ersten Teil von Modul V, dass viele Beschäftigte von Online-Plattformen an der Konsultation teilnehmen und die Fragen beantworten werden. Zudem ist unverständlich, warum sich die Fragen nur an „**selbstständige Einzelpersonen**“ richten und **nicht auch an unselbständig Beschäftigte**. Die Beschäftigten in diesen Bereichen sind keine EU-ExpertInnen, die sich regelmäßig über die EU-Gesetzgebung informieren und an Befragungen teilnehmen. Einige der Angesprochenen werden auch sprachliche Probleme bei der Beantwortung des Konsultationsbogens haben, beispielsweise wenn die Person ursprünglich aus einem Drittland stammt. Im Extremfall könnte es zu der Situation kommen, dass Online-Plattformen ihre Beschäftigten auffordern an der Konsultation teilzunehmen und versuchen auf die Antworten der für sie tätigen Personen Einfluss zu nehmen. Die **Einbindung von Gewerkschaften und Betriebsräten** wäre bei diesem Teil der Konsultation daher dringend notwendig gewesen.

Ob die Ergebnisse dieses Teils des Moduls V aufgrund einer möglicherweise geringen TeilnehmerInnenzahl beziehungsweise einer möglichen Einflussnahme des Arbeitgebers bzw Auftraggebers aussagekräftig genug sind, muss bezweifelt werden.

Für einen ausreichenden Schutz der Beschäftigten der Online-Plattformindustrie müssen aus AK-Sicht jedenfalls **folgende Mindestkriterien** im Rechtsrahmen für den digitalen Dienstleistungssektor erfüllt sein:

- Die Feststellung, dass im Zweifel ein Arbeitsverhältnis als unselbständig Beschäftigter mit der Plattform besteht.
- Kollektiv- oder Tarifvertragsbestimmungen bzw Mindestentgeltregelungen müssen zur Anwendung kommen.
- Es gelten für digitale DienstleisterInnen die gleichen ArbeitnehmerInnen-

schutzbestimmungen wie für die traditionellen Wirtschaftssektoren. Zudem ist von den digitalen Plattformen für ihre MitarbeiterInnen der Abschluss einer verpflichtenden Unfallversicherung vorzusehen.

- 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 Online-Plattformen, sondern zu den LeistungsempfängerInnen vorliegen.
- Zur Vermeidung von Lohndumping muss sichergestellt werden, dass die Entlohnung bzw die Honorare für Selbständige nicht unter jenen für unselbständig Beschäftigte, die die gleichen oder ähnliche Tätigkeiten verrichten, liegen dürfen.
- 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 zustande kommen samt der Möglichkeit verfälschte Ratings richtigzustellen.
- Selbständig tätige Personen müssen im Streitfall die Möglichkeit haben sich an die Regulierungsbehörde (siehe weiter unten) zu wenden und entsprechende Unterstützung zu erhalten.

---

## II. Fairen Wettbewerb sichern

---

### Schlupflöcher schließen, verpflichtende digitale Betriebsstätten schaffen

---

Es muss sichergestellt sein, dass bei digitalen Dienstleistungen die Regelungen des Landes gelten, in dem das digitale Unternehmen wirtschaftlich aktiv ist. Nur so lässt sich ein ruinöser europäischer Standortwettbewerb vermeiden. Diese Fragestellung fehlt in der Konsultation jedoch. Fehlende Regelungen sorgen für ungerechtfertigte Privilegien für die Digitalindustrie – beispielsweise im Bereich des ArbeitnehmerInnenschutzes, des Arbeitsrechts, des VerbraucherInnenschutzes oder des Steuerrechts. Über die Verpflichtung eine **digitale Betriebsstätte** in den Ländern zu gründen, in denen digitale Unternehmen aktiv sind, lässt sich eine Umgehung von Schutzbestimmungen für Beschäftigte und KonsumentInnen und bei Steuer- und Abgabepflichten durch einige Digitalkonzerne wesentlich leichter vermeiden.

### Steuer- und Abgabepflichten berücksichtigen

---

Gerade bei internationalen Digitalkonzernen ist immer wieder zu beobachten, dass diese ihre **Steuern nicht in dem Land bezahlen, in dem sie wirtschaftlich aktiv sind**. Stattdessen weichen sie auf andere Länder mit niedrigerer oder keiner Besteuerung aus. Zudem verweigern einige Plattformen den Datenaustausch mit Behörden, der notwendig ist, um fällige Abgaben und Steuern einheben zu können. Überlegungen zu Steuer- und Abgabepflichten von digitalen Dienstleistern fehlen in der Konsultation. Das neue Gesetz über digitale Dienstleistungen muss jedoch sicherstellen, dass auch Online-Plattformen ihren gerechten Anteil an Steuern zahlen und traditionelle Unternehmen durch den derzeitigen Status quo nicht länger benachteiligt werden.

### Ex-ante Regulierungsinstrument für große Online-Plattformen

---

Das Modul III des EU-Konsultationsverfahrens beschäftigt sich mit der Macht digitaler Torwächter (Gatekeeper)-Plattformen und der möglichen ex-ante Regulierung von großen Online-Plattformen mit erheblichen Netzwerkeffekten. Die AK möchte zu diesem Abschnitt folgende ergänzende Ausführungen machen:

Die moderne globale Wirtschaft stellt das Wettbewerbsrecht in Europa und weltweit vor neue Herausforderungen. Die derzeit für Online-Plattformen und andere digitale Dienstleistungen angewendeten

Rechtsnormen wurden zum Teil bereits vor 20 Jahren verabschiedet. Die AK begrüßt daher die Initiativen der EU-Kommission, im Rahmen mehrerer sich ergänzender Konsultationen den Reformbedarf zu eruiieren und darauf aufbauend konkrete Vorschläge zu erarbeiten.

Die in Diskussion stehenden neuen Wettbewerbsinstrumente (ex-ante Regulierung von Plattformen, neues Wettbewerbstool sowie Reformüberlegungen zur Marktdefinition) können dazu beitragen, dass bestehende Wettbewerbsprobleme insbesondere in der Digitalwirtschaft rasch und wirkungsvoll bekämpft und zukünftige Entwicklungen genauer beleuchtet werden. Fairer Wettbewerbsverhältnisse bedarf es aber nicht nur innerhalb der Digitalwirtschaft, sondern auch zwischen der modernen und der klassischen Wirtschaft (zB zwischen stationärem und Online-Handel). Es braucht daher zusätzliche Maßnahmen, um Wettbewerbsverzerrungen durch Steuerflucht sowie Lohn- und Sozialdumping hintanzuhalten.

### **Überarbeitung der Platform-to-Business Verordnung (2019/1150)**

Die Verordnung (EU) 2019/1150 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche NutzerInnen von Online-Vermittlungsdiensten ist mit Juli 2020 in Kraft getreten und bietet gute Regulierungsansätze, die DrittanbieterInnen auf Plattformen schützen sollen. Nach Ansicht der AK sollte diese VO auch auf VerbraucherInnen ausgeweitet werden. Zum Beispiel hinsichtlich der Offenlegung von Sperrgründen (Art 3/1c und Art 4) wäre eine Anwendung auch in Bezug auf Privatpersonen sinnvoll (zB bei Onlineauktionen, sozialen Medien und privaten App-EntwicklerInnen gegenüber Appstores). Die in Art 7 der VO festgelegte Transparenz bei differenzierter Behandlung eigener Waren und jener von MitbewerberInnen sollte auch gegenüber KonsumentInnen zur Anwendung kommen. Auch Art und Umfang des Datenzugangs des Vermittlungsdienstes und von DrittanbieterInnen (Art 9) sollte VerbraucherInnen erklärt werden.

Die Überarbeitung der VO 2019/1150 ist nach Ansicht der AK aber nur als ein zusätzlicher Schritt in der Regulierungsdiskussion zu sehen. Die Probleme, die sich aus der Macht digitaler Torwächter-Plattformen ergeben, sind weit vielfältiger und nur mit der Einrichtung von spezifischen Regulierungsbehörden sowohl auf nationaler als auch auf europäischer Ebene zu lösen.

### **Horizontaler Rahmen, der es Regulierungsbehörden ermöglicht, Informationen von großen Online-Plattformen zu erhalten, die als "Gatekeeper" fungieren**

Nach Ansicht der AK ist es von enormer Wichtigkeit, dass es künftigen Regulierungsbehörden ermöglicht wird, Informationen von Online-Plattformen zu erhalten, die in Hinblick auf die Regulierungsaufgaben notwendig sind. Allerdings ist dieser Ansatz auch nur in Zusammenhang mit dem folgenden Punkt zu verstehen:

#### **Neue und flexible ex-ante Regulierungsrahmen für große Online-Plattformen, die als "Gatekeeper" fungieren**

- Verbot oder Einschränkung bestimmter **unlauterer Handelspraktiken** ("Schwarze Liste").
- Maßgeschneiderte **Abhilfemaßnahmen** für große Online-Plattformen, die als "Gatekeeper" fungieren, wenn dies notwendig und gerechtfertigt ist.

Nach Ansicht der AK sind sektorspezifische ex-ante Regelungen für marktdominante Internet-Plattformen ergänzend zum bestehenden Wettbewerbsrecht dringend erforderlich. Damit soll gewährleistet werden, dass die „Spielregeln“ proaktiv auf zwei- bzw. mehrseitigen Märkten festgelegt werden, um den Anforderungen der rasch fortschreitenden Digitalisierung gerecht zu werden.

Marktmächtige Internet-Plattformen weisen Merkmale klassischer Infrastrukturen auf. Während etwa die Strom-, Telekommunikations- oder Eisenbahnnetze reguliert sind, geben große Online-Plattformen die Regeln selbst vor und agieren als private Regelsetzer und „Gatekeeper“. Darüber hinaus ist allen marktmächtigen Internet-Plattformen gemeinsam, dass sie einen großen wettbewerbsrelevanten Datenpool besitzen und somit neben der digitalen Infrastruktur auch über die Dateninfrastruktur verfügen. Die Wettbewerbsbehörden haben bereits einige wichtige Verfahren abgeschlossen oder eingeleitet. Diese Verfahren dauern aber zu lange, um einen fairen Wettbewerb zeitgerecht herstellen zu können. Den aufgegriffenen Missbrauchsfällen ist gemeinsam, dass der jeweils dominante Plattformbetreiber (wie Amazon, Google oder Facebook) seine Vormachtstellung missbräuchlich ausnutzte. Die Missbrauchskontrolle des Wettbewerbsrechts wirkt also regelmäßig ex-post und stellt letztlich nur reaktives Handeln dar.

Die Schaffung von Regulierungsbehörden auf europäischer und nationaler Ebene ist notwendig, um

die von der Europäischen Kommission genannten Meta-Ziele zu erreichen. Diese sind insbesondere eine offene, demokratische und nachhaltige Gesellschaft sowie eine Technologie, die im Dienst der Menschen steht. Gerade im Bereich der medien-spezifischen Inhalte bedarf es erhöhter Wachsamkeit. Denn Online-Plattformen bieten oftmals nicht die redaktionelle Unabhängigkeit mit entsprechender Sorgfaltspflicht und Kontrolle (zB Fake-News). Auf Algorithmen basierte intransparente Informationsselektion kann die Meinungsvielfalt überdies stark einschränken. Plattformbetreiber müssen bei betrügerischen Handlungen, der Verbreitung von Fake-News sowie Hass und Hetze Verantwortung übernehmen. Plattformbetreiber benötigen einerseits klare Vorgaben in Bezug auf redaktionelle Sorgfaltspflichten zur Sicherstellung der Qualität der Medien und Meinungsvielfalt sowie andererseits rechtliche Rahmenbedingungen, wie sie mit der Verbreitung von Fake-News und Hass umzugehen haben.

Ex-ante Regelungen sind zudem im Rahmen der Entwicklung Digitaler Innovationszentren und Künstlicher Intelligenz (KI) notwendig. Vor allem bei komplexen Fragestellungen im Zusammenhang mit Daten sollte die Einbindung der Datenschutzbehörden vorgesehen werden. Ein weiterer wichtiger Aufgabenbereich wäre die Einrichtung von Streitbeilegungsmechanismen.

---

### III. VerbraucherInnenschutz muss gestärkt werden

---

Die Absicherung und die Weiterentwicklung des sektorspezifischen VerbraucherInnen-schutzniveaus in Europa ist der AK ein besonderes Anliegen. Die AK setzt sich mit besonderem Nachdruck dafür ein, dass die Bedürfnisse der KonsumentInnen nach einem **zeitgemäßen Schutz vor Intransparenz, Irreführung, Übervorteilung und Betrug im Internet** ausreichend berücksichtigt werden.

---

#### Auf allen Plattformen Transparenz der Rankings

---

**Das gibt es bereits:** Transparenzvorschriften für Rankings (ihre Parameter und Gewichtung) gibt es für sogenannte Online-Marktplätze, die der Abwicklung von Onlinekäufen dienen (Revision der RL über unlautere Geschäftspraktiken 2005/29 EG) und Suchmaschinen (VO Transparenz für gewerbliche Nutzer „Platform-to-Business“ 2019/1150 EG).

**Das fehlt:** Keine Abhilfe gegen intransparente, algorithmische Reihung von Inhalten gibt es bei Plattformen, die im weitesten Sinn **nutzergenerierte**

**oder von Drittanbietern bereitgestellte (Medien-) Inhalte** bereitstellen. Egal ob YouTube, Facebook, Alexa oder Netflix uvm – für die NutzerInnen erhellt sich nicht, nach welchen Regeln Inhalte ausgespielt werden. Gerade bei nachrichtenrelevanten Inhalten (wie Newsfeeds), über die sich mittlerweile viele KonsumentInnen vorrangig informieren, darf Klarheit über die angewandten Faktoren der Reihung erwartet werden. Transparenz als Mittel gegen die Manipulation der Meinungsbildung einzusetzen, ist auch demokratiepolitisch äußerst wichtig. Zudem verlangt es die Fairness gegenüber herkömmlichen Medienanbietern, die ihre „Blattlinie“ offenlegen.

---

#### Onlinewerbung endlich einheitlich regulieren

---

**Das gibt es bereits:** Die e-Commerce Richtlinie enthält in Bezug auf Werbung einige dem klassischen Medienrecht entlehnte Grundsätze. Ihre Beachtung ist weiterhin elementar wichtig für KonsumentInnen. Sie reichen aber bei weitem nicht aus, um zeitgemäß vor Manipulation, Belästigung und Irreführung zu schützen. Die Richtlinie verpflichtet Dienste der Informationsgesellschaft dem Trennungsgrundsatz zwischen Werbung und redaktionellen Inhalten entsprechend zur Kennzeichnung von kommerzieller Kommunikation. Wer Auftraggeber der Werbung ist, muss auch klar hervorgehen. Schließlich müssen die Mitgliedstaaten sogenannte „Robinson-Listen“ jenen KonsumentInnen anbieten, die keine Werbung erhalten möchten. Diese Maßnahme ist im Ansatz richtig und wichtig, in der Praxis aber nahezu totes Recht geblieben. Nur für audiovisuelle MedienanbieterInnen gibt es detailliertere Werbevorschriften (RL über audiovisuelle Mediendienste 2018/1808/EG). Mit der jüngsten Richtlinien-Überarbeitung werden Plattformen wie YouTube in den Anwendungsbereich einbezogen. Plattformen, die nicht dominant audiovisuellen Content enthalten, sind nicht erfasst.

**Das fehlt:** Die zuvor genannten Werbegrundsätze (Kennzeichnung, Trennung, Offenlegung des Auftraggebers, Beachtung eines zentral verwalteten, generellen Opt-Outs in Bezug auf Werbung) werden systematisch gebrochen, denn effiziente Kontrolle und spürbare Sanktionen fehlen fast vollständig. KonsumentInnen sind nicht nur Intransparenz, Manipulation, Belästigung und rechtswidrigen Werbeinhalten ausgesetzt. Traditionelle Medien, die sich an Werberegeln halten, werden durch unlautere Online-Werbeformen bzw -inhalte grob benachteiligt. **Strikte Aufsicht und Sanktionen gegenüber Verstößen** müssen daher ein wichtiger Eckpunkt der Überarbeitung der Richtlinie sein.

Um dem Selbstbestimmungsrecht von InternetnutzerInnen wirklich gerecht zu werden,

müsste die **Robinson-Liste für e-Mailwerbung** zu einem echten „**Stop-Tracking**“-Tool für jede Form der Onlinewerbung werden. Eine zentral verwaltete Opt-Out-Möglichkeit ist derzeit nur für unangeforderte Mailwerbung einzurichten – Spam ist allerdings nach anderen RL ohnehin untersagt und für unangeforderte Mailwerbung gilt in vielen Mitgliedstaaten ein Opt-In (Zustimmung des Konsumenten). 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 AuftraggeberInnen der Werbeeinschaltung.

Derzeit müssen sich KonsumentInnen bei jedem Dienst in unzumutbarer Weise von neuem mit ellenlangen Erklärungen, diffizilen Einstellungen und enormen datenschutz- und medienrechtlichen 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 Onlinedienste, die ihre Angebote auf das Wohnsitzland der in die Liste eingetragenen Personen ausrichten, haben den Wunsch zu beachten.

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 dasselbe Bedürfnis, nämlich vor intransparenter, aggressiver, Gesundheit, Umwelt oder die Jugend beeinträchtigender Werbung usw geschützt zu werden.

Da **Werbung für unseriöse oder betrügerische Dienste** überhandnimmt, müssen die **Verantwortlichkeiten in der Kette Werbedienstleister und Plattformen** unbedingt geklärt werden. Da Plattformen über Verhaltensprofile ihrer NutzerInnen und eine Beteiligung an den Werbeerlösen 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 deren AuftraggeberInnen anbieten, die von Werbenden zwingend genutzt werden müssen. Außerdem sollten sie **Werbung auf offensichtliche**

**Rechtswidrigkeiten** hin (zB Fakeshops, verbotene vor allem raubkopierte Waren, Datenklau und 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, damit Hinweise auf Werbeverstöße bei den dahinterstehenden Werbe-Intermediären rasch ankommen. Die **Online-Werbewirtschaft, die Werbung auf Webseiten platziert, haftet** für die rasche Herstellung eines rechtmäßigen Zustandes (Änderung oder Bann der inkriminierten Werbung).

### **KonsumentInnen sollten in den Genuss des Schutzes der „Platform to Business“-VO kommen**

**Das gibt es bereits:** Diese EU-VO schützt DrittanbieterInnen auf Online-Marktplätzen vor Intransparenz und Benachteiligung.

**Das fehlt:** Etliche Schutznormen sind auch für KonsumentInnen sinnvoll: zB **Offenlegung von Sperrgründen** auf Plattformen für private Bewertungen, mit usergenerierten Inhalten bzw Kommentierungsfunktion (Art 3/1c und Art 4). Die Erklärung, wie sich eine **differenzierte Behandlung** von eigenen Waren und jenen von Mitbewerbern auswirkt (Art 7), ist auch gegenüber KonsumentInnen offenzulegen. Auch **Art und Umfang des Datenzugangs** des Vermittlungsdienstes und von DrittanbieterInnen (Art 9) sollte VerbraucherInnen von der Plattform verständlich erklärt werden. Derzeit gibt es erhebliche Defizite, zB bei den Appstores oder DrittanbieterInnenanwendungen bei SprachassistentInnen wie Alexa oder Siri, die nur auf die Datenschutzerklärung der jeweiligen EntwicklerInnen verweisen. Plattformen verpflichten EntwicklerInnen vertraglich ohnehin zur Einhaltung von Gesetzen, also auch in Bezug auf Datenschutz und Datensicherheit. Sie sollten KonsumentInnen darüber informieren, welche Kundendaten Plattform und EntwicklerInnen miteinander teilen und welche vertraglichen Pflichten sie auf welche Weise kontrollieren. Bei Verstößen haftet die Plattform gemeinsam mit dem Entwickler.

### **Netzneutralität auf Plattformebene sicherstellen**

**Das gibt es bereits:** InternetbetreiberInnen sind zur Beachtung von Netzneutralität verpflichtet (Telekom Single Market VO 2015/2120 EG). Netzneutralität bedeutet, dass grundsätzlich alle Daten bei der

Übertragung innerhalb von Netzen gleichbehandelt werden. Videos und E-Mails werden gleich schnell durch das Netz bis zum Nutzer transportiert wie Webseiten, Internet-Telefonate und Online-Banking. Netzneutralität bedeutet auch, dass Angebote eines bestimmten Unternehmens nicht bevorzugt werden, dass also etwa nur ein bestimmter Videodienst beschleunigt übertragen wird.

**Das fehlt:** Auch **Plattformen mit Torwächterfunktion** brauchen die Vorgabe, sich dem Prinzip der **Netzneutralität** gemäß zu verhalten. Eine Aufsichtsbehörde muss die Einhaltung Plattformen gegenüber kontrollieren. So bedarf es etwa einer Kontrolle, nach welchen Regeln Content Delivery Plattformen Inhalte ausspielen oder Sprachassistenten auf Befehle reagieren. Ziel sollte es sein, Transparenz, Wahlfreiheit und Vielfalt für Verbraucher sicherzustellen.

### **Bekämpfung von Cybercrime auf Plattformen**

Es braucht dringend Abhilfemaßnahmen bei der Bekämpfung von Cybercrime auf Plattformen. Denn die Gesamtzahl und Vielfalt an Betrugsformen im Internet (Daten- und Identitätsdiebstahl, Fakeshops, Vorauszahlungsbetrug usw) nimmt den Kriminalitätsberichten der Mitgliedstaaten zufolge kontinuierlich und stark zu. Dies führt zu erheblichen Vertrauensverlusten auf Seiten der KonsumentInnen in Bezug auf die gefahrlose Nutzung von Onlinediensten generell. Internetbetrug hat in der Regel grenzüberschreitende Dimension, schädigt KonsumentInnen aber auch seriöse kleinere OnlineanbieterInnen, bei denen KonsumentInnen aus Vorsicht immer seltener wagen, zu bestellen. ProfiteurInnen dieser wachsenden Unsicherheit sind einige wenige große bekannte Vermittlungsplattformen wie Amazon.

**Das gibt es bereits:** In Österreich gibt es beispielsweise die Initiative „**Watchlist Internet**“ ([www.watchlist-internet.at](http://www.watchlist-internet.at)), die sich als **unabhängige Informationsplattform versteht, die über Internet-Betrug und betrugsähnliche Online-Fallen** informiert. Sie listet aktuelle Internetbetrugsfälle auf und gibt Tipps, wie man sich vor gängigen Betrugsmaschinen schützen kann. Opfer von Internet-Betrug erhalten konkrete Anleitungen für weitere Schritte.

Aktuelle Schwerpunktthemen sind ua: Abo-Fallen, Kleinanzeigen-Betrug, Phishing, Abzocke über Handy und Smartphone, Fake-Shops, Markenfälschungen, Scamming bzw Vorschussbetrug, Facebook-Betrug, gefälschte Rechnungen, gefälschte Abmahnungen, Lösegeld-Trojaner. Die Watchlist trägt dazu bei, dass **InternetnutzerInnen besser über Online-Betrug Bescheid wissen und kompetenter mit Betrugstricks**

**umgehen lernen.** Dadurch wird das Vertrauen in die eigene Online-Kompetenz sowie auch das Vertrauen in das Internet gestärkt. Über ein Meldeformular können InternetnutzerInnen selbst Fallen melden. Durch Push-Nachrichten werden Interessenten tagesaktuell über die neuesten Betrugsseiten informiert.

**Das fehlt:** Es braucht eine **mit der Watchlist Internet vergleichbare EU-weite Initiative**, die als Aufgabe im öffentlichen Interesse wahrgenommen und EU-seits oder von den Mitgliedstaaten ausreichend finanziert wird. Zudem ist eine engere Zusammenarbeit zwischen einer derartigen europäischen „Watchlist“ und den einzelnen Strafverfolgungsbehörden anzustreben. Auf Basis des Beschwerdeaufkommens bei der Watchlist und deren Recherchen als „trusted flagger“ können gerichtliche Aufträge, inkriminierte Seiten zu sperren, rascher erfolgen.

**Maßnahmen gegen das enorme Aufkommen von Fakeshops** sind vordringlich. Fake-Shops sind auf den ersten Blick schwer zu erkennen. Teilweise sind sie Kopien real existierender Websites, sie wirken auf den ersten Blick seriös und lassen daher beim Käufer selten Zweifel an ihrer Echtheit aufkommen. Mit gut kopierten Produktbildern, fingierten Gütezeichen sowie einem professionellen Erscheinungsbild gewinnen Fake-Shops das Vertrauen der Online-KäuferInnen und verleiten sie zum Kauf. Ein weiteres Lockmittel ist der scheinbar besonders günstige Preis des gesuchten Produkts. Nach geleisteter Vorauszahlung wird minderwertige Ware zu einem überhöhten Preis verschickt oder – weitaus häufiger - das Produkt gar nicht geliefert. Schon kleine Tests zeigen den Umfang des Problems: Wer auf Google Bildersuche nach einer bestimmten Produktkategorie sucht, findet oftmals deutlich mehr betrügerische Fake-Shops als seriöse Angebote. Bei der Google Textsuche sind betrügerische Angebote nicht selten an vorderster Stelle noch vor dem ersten seriösen Angebot gereiht. Es gibt in Österreich eine Kooperation zwischen Wissenschaft und VerbraucherInnenschutz (Verein Internetombudsmann) mit dem Ziel, mit Hilfe von Algorithmen Fakeshops und Fälschungen von e-Commerce Gütezeichen anhand typischer wiederkehrender Merkmale rascher zu erkennen. Die Trefferquote ist in der momentanen Testphase bereits sehr vielversprechend.

Vor diesem Hintergrund sollten Vermittlungsplattformen verpflichtet werden, leicht erkennbare betrügerische Drittanbieter auf ihrer Plattform automatisiert auszufiltern, noch bevor KonsumentInnen diese Angebote zu Gesicht bekommen.

## Inbesondere ist von Plattformen

- die Identität kommerzieller Drittanbieter anhand von Registerabgleichen, Unterlagen etc zu klären.
- ein von KonsumentInnen gemeldeter Betrugsfall unverzüglich zu prüfen.
- eine Versicherung abzuschließen, um KonsumentInnen entschädigen zu können, wenn unseriöse Drittanbieter auf der Plattform doch freigeschaltet werden und sich im Schadensfall ihrer Verantwortung entziehen.
- zu verhindern, dass gemeldete rechtswidrige Angebote erneut aufscheinen.

Auch abseits von Vermittlungsplattformen muss gegen einzelne betrügerische Webseiten systematisch vorgegangen werden: KonsumentInnen und Verbraucherorganisationen sollen **staatlichen oder privaten Meldestellen mit „trusted flagger“-Status** mutmaßliche Missbrauchsfälle niedrigschwellig melden können. Durch enge Kooperation mit Strafverfolgungsbehörden und Gerichten sollen Seitensperren nach Prüfung der Meldungen rasch realisiert werden. In Zusammenarbeit mit App-Entwicklern sollte es eine **EU-weit nutzbare App** geben, die entsprechend dem österreichischen Pilotprojekt die Seriosität von Webseiten nach Merkmalen, die laufend ergänzt werden, beurteilt. Eine grün-gelb-rot Ampel macht dabei sichtbar, ob die Webseite vertrauenswürdig ist, kritisch hinterfragt oder als wahrscheinlicher Fake-Shop nicht genutzt werden sollte.

Nach dem Motto „know your customer“ sollten **AnbieterInnen von Onlinemarktplätzen gewerbliche Drittanbieter vor der Freischaltung prüfen**: Vermittlungsplattformen verfügen über enorm viele Informationen über EndverbraucherInnen (Verhaltensprofile über Trackingmethoden, Bonitätsabfragen bei Wirtschaftsauskunfteien, Kaufhistorie etc). Die auf den Plattformen freigeschalteten DrittanbieterInnen werden von den meisten Plattformbetreibern gar nicht oder bei weitem nicht so genau durchleuchtet. So mehren sich etwa in Bezug auf Onlinehandelsplattformen wie Amazon Verbraucherbeschwerden über betrügerische DrittanbieterInnen (meist aus Drittstaaten wie China). Auch die beiden zentralen App-Shops stellen nicht zuverlässig sicher, dass vorgebliche Gratis-Onlineispiele für Kinder/Jugendliche vor dem Download verlässliche Angaben zu In-App-Käufen enthalten.

Während nationale Handelsplattformen von

DrittanbieterInnen vielfältigste Unterlagen verlangen, bevor sie nach längerem Prüfprozess freigeschalten werden, dauert bei manchen internationalen Handelsplattformen die Anmeldung eines neuen Shops oft keine zwei Minuten. Die überaus uneinheitlichen Sorgfaltsmaßstäbe sind gleichermaßen nachteilig für KonsumentInnen wie für kleinere europäische Plattformen, die einen wesentlich höheren Prüfaufwand im Zuge von Registrierungen auf sich nehmen. Dem Grundsatz „know your customer“ entsprechend sollten Vermittlungsplattformen für Waren, Dienstleistungen oder digitale Inhalte dazu verpflichtet werden, DrittanbieterInnen vor der Freischaltung ihres Angebotes auf offenkundige Falschangaben und Rechtswidrigkeiten hin zu prüfen (Niederlassungsadresse, Gewerberegistereintrag, Firmenbuch, betrügerisches Fake-Angebot etc). Ohne zustellbevollmächtigte VertreterInnen innerhalb der EU sind Rechtsdurchsetzungsschritte bei AnbieterInnen aus Drittstaaten aussichtslos und sinnlos. Vor diesem Hintergrund sind AnbieterInnen aus Drittländern, die den EU-Markt bearbeiten wollen, zu verpflichten, einen Vertreter mit klagsfähiger Anschrift innerhalb der EU zu benennen. Vermittlungsplattformen für Waren, Dienstleistungen und digitale Inhalte sind zu verpflichten, diese Angaben zu überprüfen. Werden die „know your customer“-Anforderungen durch eine Vermittlungsplattform missachtet, muss diese selbst für Nachteile und Schäden haften, die KonsumentInnen aus dieser nachlässigen Vorabprüfung erwachsen.

## Transparenz durch ein einheitliches europäisches Firmenbuch

**Das gibt es bereits:** Die Unternehmensregister der EU-Mitgliedstaaten sind grundsätzlich seit Juni 2017 entsprechend der Richtlinie 2012/17/EU miteinander verbunden und über das „European Justice“, das Justizportal der EU als EU-Unternehmensregister (Business Registers Interconnection System – BRIS) abrufbar. Aktiengesellschaften, Gesellschaften mit beschränkter Haftung und deren Zweigniederlassungen bzw als europäische Gesellschaften eingetragene Unternehmen (Societas Europaea - SE) sollen damit leicht gefunden werden.

**Das fehlt:** Bisläng haben allerdings nicht alle EU-Mitgliedstaaten Zugang zu ihren Registern ermöglicht. Die Qualität der Firmenangaben sind länderweise höchst unterschiedlich. Die Aktualität und Verlässlichkeit der Angaben ist durch die Mitgliedstaaten daher zunächst einmal sicherzustellen. Jeder Onlineanbieter sollte überdies verpflichtet sein, gut sichtbar auf seinen Eintrag im Firmenbuch bzw zum jeweiligen Eintrag in ein

Gewerberegister zu verlinken. Plattformen, die keine Niederlassung in der EU haben, müssen einen zustellbevollmächtigten Vertreter mit klagsfähiger Anschrift innerhalb der EU benennen. Analog zu Art 27 DSGVO sollte der Vertreter eine in der EU niedergelassene natürliche oder juristische Person sein, die vom Onlineanbieter schriftlich beauftragt wurde und diesen in Bezug auf die Pflicht, EU-Recht (Verbraucherschutznormen, Gewerberecht etc) einzuhalten, vertritt. Anbieter aus Drittstaaten sollten ihre ständigen VertreterInnen mit einer klagsfähigen Niederlassungsadresse in der EU in ein zentral abrufbares EU-Register eintragen.

### **Abgestufte Haftung nach der Art der Plattform**

**Das gibt es bereits:** Die Maxime, Internetzugangs- und Hostanbietern **keine allgemeinen, pauschalen Vorabprüfpflichten** bei Sachverhalten aufzuerlegen, die Grundrechte berühren, hat sich grundsätzlich bewährt und ist in Bezug auf Hostprovider, die eine grundrechtssensible Tätigkeit ausüben, unbedingt weiterhin **beizubehalten** (Art 15 e-Commerce RL). Mit anderen Worten: Bei Sozialen Medien und allgemein Plattformen, die auf nutzergenerierten Inhalten aufbauen oder traditionellen Kommunikationsdiensten ähnlich sind, sollte das Verbot genereller Überwachungspflichten unbedingt erhalten bleiben. Meinungs- und Informationsfreiheit bzw die Beachtung des Kommunikationsgeheimnisses haben in diesem Fall einen herausragenden Stellenwert. Bei Abwägung der Für und Wider präventiver Filtermaßnahmen überwiegen die Bedenken bezüglich damit einhergehender Beschränkungen der Grund- und Freiheitsrechte nach der EMRK bei weitem. „Proaktive Maßnahmen“ (im Wesentlichen einer Algorithmenkontrolle), wie sie etwa die EU-VO über die Bekämpfung terroristischer Onlineinhalte enthält, hält die AK aus Grundrechtssicht für bedenklich. **Weitere Derogationen von Art 15 zur Kontrolle von Inhalten**, die der Meinungs- und Informationsfreiheit, dem Datenschutz und dem Schutz der Privatsphäre unterliegen, **lehnt die AK ab**.

**Das fehlt:** Ausnahmen vom Grundsatz des Art 15 sollte es allerdings in Bereichen geben, in denen der **Grundrechtsschutz keine besondere Rolle spielt: dazu zählen Onlinemarktplätze und Werbepraktiken**. In Bezug auf kommerzielle Werbung, die auf Plattformen ausgespielt wird, kann und sollte eine verpflichtende Vorabprüfung (Einhaltung werberechtlicher Kennzeichnungspflichten, offenkundig rechtswidrige Inhalte) ohne Grundrechtsbedenken greifen. Welche Haftungsregelungen gelten, sollte von der Art der Plattform abhängen. Bei Vermittlungsplattformen – etwa Online-Marktplätzen

– sind KonsumentInnen vielfältigen, erheblichen Schadensrisiken ausgesetzt – sie reichen von finanziellen bis gesundheitlichen Beeinträchtigungen (vom Vorkassabetrug 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, sollten sie aufgrund ihrer Sorgfaltswidrigkeit selbst für den bei KonsumentInnen entstandenen Schäden haften.

### **Produkthaftung für Plattformen**

**Das gibt es bereits:** Die EU-ProdukthaftungsRL ist 35 Jahre alt. Sie bietet hinsichtlich der Vertriebsstrukturen im Online-Handel keine angemessenen Antworten und enthält unbefriedigende Schutzlücken für KonsumentInnen, die Waren über Plattformen von HändlerInnen oder HerstellerInnen mit Sitz außerhalb der EU (vor allem immer öfter in China) erwerben.

**Das fehlt:** 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 PlattformbetreiberInnen, 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 Produkthaftungs-RL zuzumuten. Denn KonsumentInnen haben sonst absolut keine Chance, Rechtsansprüche gegenüber zB US- oder chinesischen Anbietern durchzusetzen. PlattformanbieterInnen 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 PlattformnutzerInnen weitergeben (etwa die Höhe der Provision danach kalkulieren, ob vom jeweiligen Produkt ein hohes Risiko ausgeht) und Risikoversicherungen abschließen.

## Gesamtschuldnerische Haftung von Plattformen

**Das fehlt:** PlattformbetreiberInnen sollten unter Umständen selbst die Verantwortung für die Einhaltung von EU-Regeln übernehmen - durch gesamtschuldnerische Haftung der Plattform für Rechtsverletzungen der von ihnen freigeschalteten DrittanbieterInnen. Einen Regelungsvorschlag zur Haftung von PlattformbetreiberInnen, der einen fairen Interessenausgleich zwischen den Beteiligten anstrebt, enthält Art 20 der Draft Model Rules des European Law Institute ([https://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user\\_upload/p\\_eli/Publications/ELI\\_Model\\_Rules\\_on\\_Online\\_Platforms.pdf](https://www.europeanlawinstitute.eu/fileadmin/user_upload/p_eli/Publications/ELI_Model_Rules_on_Online_Platforms.pdf)). Danach greift die gesamt-schuldnerische 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.

## Genauere Regeln für „notice and take down“

**Das gibt es bereits:** 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. Dienst-AnbieterInnen fungieren dabei aber nicht als Internetpolizei – sie dürfen jedenfalls nicht zu einer allgemeinen, aktiven Überwachung aller Inhalte gezwungen werden. „Notice und Action“-Mechanismen wirken sich unmittelbar auf die Meinungsfreiheit aus. Derzeit müssen die Zugangs- und HostbetreiberInnen entscheiden, wann und wie Inhalte aus dem Netz entfernt werden. Dabei müssen sie oft über konkurrierende Rechte und Interessen entscheiden. Da Unternehmen Gerichte bei dieser Aufgabe nicht ersetzen können, ist eine „privatisierte Rechtsdurchsetzung“ abzulehnen.

**Das fehlt:** Plattformen die sich weigern, Inhalte rasch zu löschen, können für diese Inhalte haftbar gemacht werden. Daher neigen sie dazu, unter Druck eher zu viel als zu wenig zu löschen. Die Gefahr des „**Overblocking**“ der Plattformen wird bei der Umsetzung der Urheberrechte RL sichtbar. 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 überschießenden Löschungen rechtmäßiger Beiträge im Netz kommt. Auch das deutsche Netzwerk-Durchsetzungsgesetz,

das Hetze und Fake-Inhalte unterbinden soll, steht im Spannungsfeld zwischen rascherer Rechtsdurchsetzung und dem Schutz der Meinungsfreiheit. Sorgfältige grundrechtskonforme Abklärung setzt jedenfalls die Entscheidungsarbeit unabhängiger Stellen voraus. Wesentlich ist, Kriterien für die Zusammensetzung der über Sperren und Löschung entscheidenden Gremien vorzugeben. Breite Akzeptanz genießen Schlichtungsstellen vor allem dann, wenn die betroffenen Kreise (also etwa auch KonsumentenschützerInnen) in die Entscheidungsfindung eingebunden sind. Damit soll gewährleistet sein, dass nicht die Plattformen selbst entscheiden, sondern Unabhängigkeit, Fachkenntnisse, jährliche Berichtspflichten und Beaufsichtigung durch ein staatliches Organ vorhanden sind. Der Zugang zur nachprüfenden Kontrolle durch Gerichte muss den SchlichtungsteilnehmerInnen offenstehen. Zudem sind Plattformen zu verpflichten, ihre (algorithmengesteuerten) Entscheidungsprozesse über den Verbleib oder die Entfernung von Inhalten offenzulegen und eine Dokumentation ihrer Einzelentscheidungen zuständigen Behörden (Datenschutz-, Medien-, Strafrechtsbehörden uÄ) zugänglich zu machen.

## Rollenklarheit auf Plattformen

**Das gibt es bereits:** Für InternetnutzerInnen, die auf Plattformen Verträge über Waren, Dienstleistungen oder digitale Inhalte schließen, ist oft nicht klar, ob ein Vertrag mit dem Plattformbetreiber oder einer dritten Partei zustande kommt. Der Erstentwurf der Verbraucherrechte RL sah in Art 7 eine Verpflichtung zur Information über die vertragliche Rolle vor, die in die beschlossene Fassung keinen Eingang gefunden hat. Auch die Modernisierungsrichtlinie enthält keine entsprechende Transparenzregel über die vertragsrechtliche Rollenverteilung. Nach Art 6a Abs 1 lit d VR ist zwar darüber zu informieren, „wie sich die sich aus dem Vertrag ergebenden Verpflichtungen zwischen dem Dritten, der die Waren, Dienstleistungen oder digitalen Inhalte anbietet, und dem Anbieter des Online-Marktplatzes aufteilen.“ Eine gut sichtbare Kennzeichnungspflicht (außerhalb von AGB-Infos) ist daraus nicht zwingend abzuleiten.

**Das fehlt:** PlattformanbieterInnen sollten unmissverständlich kennzeichnen müssen, wenn ein **Vertrag mit einer dritten Partei** zustande kommt. Sie müssen KonsumentInnen gegenüber auch verlässliche Detailangaben zum Vertragspartner machen. So ist es für KonsumentInnen wichtig zu wissen, ob ein **Drittanbieter Unternehmer ist oder eine Privatperson**, da davon abhängt, ob ein kostenloses vertragliches Rücktrittsrecht zusteht

oder nicht. Die im April 2019 beschlossene EU-Modernisierungs RL sieht zwar vor, dass die Anbieter von Online-Marktplätzen darüber informieren müssen, ob es sich bei ihrem Vertragspartner um einen Unternehmer handelt. Prüfen müssen sie die Eigenangaben des Drittanbieters allerdings nicht. Der Schutz der Norm ist damit viel zu gering.

### **Fälschungssichere Bewertungssysteme**

**Das gibt es bereits:** Klare Ausübungsvorschriften wie konkrete Ausgestaltungspflichten für Rankings, Vergleiche und Bewertungssysteme fehlen. Als Abhilfe gegen Manipulation und Irreführung von KonsumentInnen steht derzeit vor allem das Verbot der Irreführung nach dem Wettbewerbsrecht zur Verfügung. Den lauterkeitsrechtlichen Verstoß nachzuweisen, fällt mangels Einblick in die dahinterstehende Rankingpraxis schwer. Der Modernisierungs RL (Nr 11a Annex I UGP-RL nF) zufolge sind „gekaufte“ Rankingpositionen, ohne eindeutige Werbekennzeichnung stets verboten. AnbieterInnen müssen überdies nach Art 7 Abs 6 UGP-RL nF offenlegen, ob und wenn ja, wie sie prüfen, ob Bewertungen von „echten KäuferInnen“ stammen. Derartige Transparenzpflichten allein reichen aber nicht.

**Das fehlt:** Plattformen, die Bewertungen von KäuferInnen zulassen, sollten zumutbare **Maßnahmen gegen gekaufte, gefälschte Bewertungen von Agenturen auch tatsächlich ergreifen** müssen. Betreiber von Vergleichswebsites müssten zudem ihre „Unabhängigkeit“ durch Beachtung bestimmter „Designpflichten“ unter Beweis stellen: So dürfen etwa Provisionen keine Auswirkungen auf das Vergleichsergebnis haben. Regulatorische Anleihen können bei der internationalen Norm ISO 20488/2018 (Online Consumer Reviews) genommen werden, die Anforderungen an Bewertungssysteme enthält.

Unter folgendem Link finden Sie den bereits von der AK beantworteten Konsultations-Fragebogen zur Information und weiteren Verwendung:  
<https://www.akeuropa.eu/de/konsultation-der-europaeischen-kommission-zum-digital-services-act>.



---

## Kontaktieren Sie uns!

---

### In Wien:

**Frank Ey**

T +43 (0) 1 501 651 2768  
[frank.ey@akwien.at](mailto:frank.ey@akwien.at)

**Daniela Zimmer**

T +43 (0) 1 501 651 2722  
[daniela.zimmer@akwien.at](mailto:daniela.zimmer@akwien.at)

**Ulrike Ginner**

T +43 (0) 1 501 651 2142  
[ulrike.ginner@akwien.at](mailto:ulrike.ginner@akwien.at)

**Bundesarbeitskammer Österreich**

Prinz-Eugen-Straße 20-22  
1040 Wien, Österreich  
T +43 (0) 1 501 65-0

[www.arbeiterkammer.at](http://www.arbeiterkammer.at)

### In Brüssel:

**Alice Wagner**

T +32 (0) 2 230 62 54  
[alice.wagner@akeuropa.eu](mailto:alice.wagner@akeuropa.eu)

**AK EUROPA**

Ständige Vertretung Österreichs bei der EU  
Avenue de Cortenbergh 30  
1040 Brüssel, Belgien  
T +32 (0) 2 230 62 54

[www.akeuropa.eu](http://www.akeuropa.eu)

---

## Über uns

---

Die Bundesarbeitskammer (AK) ist die gesetzliche Interessenvertretung von rund 3,8 Millionen ArbeitnehmerInnen und KonsumentInnen in Österreich. Sie vertritt ihre Mitglieder in allen sozial-, bildungs-, wirtschafts- und verbraucherpolitischen Angelegenheiten auf nationaler sowie auch auf der Brüsseler EU-Ebene. Darüber hinaus ist die Bundesarbeitskammer Teil der österreichischen Sozialpartnerschaft. Die AK ist im EU-Transparenzregister unter der Nummer 23869471911-54 registriert.

Die Aufgaben des 1991 eröffneten AK EUROPA Büros in Brüssel sind einerseits die Repräsentation der AK gegenüber europäischen Institutionen und Interessensorganisationen, das Monitoring von EU-Aktivitäten und die Wissensweitergabe von Brüssel nach Österreich, sowie gemeinsam mit den Länderkammern erarbeitete Expertise und Standpunkte der Arbeiterkammer in Brüssel zu lobbyieren.