GASTBEITRAG DES IAB IN KOOPERATION MIT HORIZONT

Facebook-Whistleblowerin: eine Trillerpfeife für die Giganten, ein Orkan für alle

Kommentar von **Markus Fallenböck**

Die Facebook-Whistleblowerin Frances Haugen mag im Einzelfall problematische Praktiken aufgedeckt haben. Leider führt diese inszenierte Abrechnung zu einer Diskussion, die gleich wieder die gesamte Digitalbranche in Verruf bringt. Weniger Aufregung und mehr differenzierte Argumentation wären wünschenswert!

Es war sicher kein Zufall: Der Auftritt der ehemaligen Facebook-Mitarbeiterin Frances Haugen vor dem Europäischen Parlament und ihre Enthüllungen über die mächtige Plattform fielen genau in die heiße Phase der Verhandlungen zum Vorschlag einer Verordnung über digitale Dienste (Digital Services Act, kurz: DSA) als auch über digitale Märkte (Digital Markets Act, kurz: DMA). Und schon gab es für manche Parlamentarier:innen wieder Munition, die gleich in alle Richtungen verschossen wurde. So forderte eine dänische Abgeordnete, den Vorschlag zum DSA nachzuschärfen und begründete dies mit Hinweis auf die Enthüllung, dass Facebook wusste, dass junge Frauen durch unrealistische Darstellungen des weiblichen Körpers in Depressionen getrieben werden: „Ich überlege mir, dass diese jungen Frauen Schadenersatz verlangen können sollten." Da kann man nur sagen: Adieu Eigenverantwortung und kritischer Medienkonsum (die angesichts der Coronakrise ohnehin keine starke Verankerung zu haben scheinen …)!

Markus Fallenböck ist Vorstand des iab austria (Leiter Arbeitsgruppe Public Affairs) sowie Professor für Technologie- und Innovationsrecht an der Universität Graz, wo er auch Mitglied des Forschungsbereiches ‚Smart Regulation' ist. © Marcus Deak

Viel Regulierung, keine Gleichheit

Dieses Beispiel macht eines der Grundprobleme der europäischen Regulierungsdiskussion von digitalen Plattformen deutlich: Man will die großen US-Anbieter treffen und erwischt leider auch viele (mittelständische) europäische Unternehmen. Tja, gut gemeint ist eben nicht immer auch gut gemacht. Denn seit rund 20 Jahren ist ein wesentliches Regulierungsziel immer auch die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von europäischen Digitalunternehmen gegenüber der internationalen Konkurrenz. Betrachtet man die Entwicklung der Wettbewerbsfähigkeit oder der Marktanteile der Top-Unternehmen so muss man zu dem Schluss kommen, dass dieses Regulierungsziel verfehlt wurde. Trotz aller Regulierung hat sich der Abstand zwischen den USA – und mittlerweile auch den asiatischen Staaten – einerseits und den europäischen andererseits nicht verringert, ganz im Gegenteil.

Sind auch Sie ein ‚VLOP'?

Und wenn Sie jetzt einwenden, dass viele der angedachten Verschärfungen des DSA nur für die sogenannten „Very Large Online Platforms" (VLOPs) gelten, dann seien Sie gewarnt: Von manchen Fraktionen im EU-Parlament wird die Forderung erhoben, dass strengere Regelungen schon für jene Onlineplattformen gelten sollen, die über 50 Millionen Euro Umsatz pro Jahr innerhalb der EU generieren. Dazu muss man nun wirklich kein weltumspannender Medienkonzern sein, da würde es auch viele österreichische Medienanbieter erwischen.

Und so wird aus der Trillerpfeife der Frau Haugen ein Orkan für eine ganze Branche. Umso wichtiger ist es, dass wir als Branchenvertreter:innen konsequent der Politik die Unterschiede sowie die Bedeutung von Digitalwerbung als Finanzierungsquelle für freie Inhalte erklären.

Das gilt gerade jetzt umso mehr, denn im Jänner 2022 beginnt der französische EU-Ratsvorsitz und Frankreichs Präsident Macron möchte diese beiden Rechtsakte bis April fertig haben, um sie als Argument für seine Wiederwahl präsentieren zu können.

iab.austria

Der HORIZONT präsentiert in Kooperation mit dem Interactive Advertising Bureau Austria monatlich Gastbeiträge von Experten aus der Onlinewelt.