



Neuer Rechtsrahmen für digitale Medien



Der Bericht aus Berlin
von **Volker Heck**

Nach dem Sturm auf das Kapitol war Schluss. **@realDonaldTrump** wurde von **Twitter** abgeschaltet. Seit 2009 hatte sich der US-Präsident dort mit zuletzt 89 Millionen Followern seine eigene Wirklichkeit zurechtgezimmert und den Kanal für viele unangenehme Äußerungen in beiden Wahlkampagnen sowie dazwischen und danach eingesetzt. Auch wenn die plötzliche Funkstille einen persönlich freut, bleiben grundsätzliche politische und rechtliche Fragen: Wer entscheidet, wer sich in der digitalen Welt äußern darf? Auch **Facebook** hat Trump erst einmal geblockt, zeitgleich haben **Google** und **Apple** den Wettbewerber **Parler** aus dem Shop entfernt, Amazon hat die Plattform vom Server genommen.

Die ohnehin laufende politische Diskussion um die Marktmacht der **GAFAs** bekommt damit neue Nahrung. Im Januar hat der Bundestag mit der zehnten **GWB-Novelle** den Weg für ein neues Digitalisierungsgesetz freigemacht. Aus Sicht des zuständigen wirtschaftspolitischen Sprechers **Joachim Pfeiffer** (CDU) handelt es sich um eins der „wichtigsten wirtschaftspolitischen Projekte dieser Legislaturperiode“, auch wenn das angesichts von Corona etwas untergeht. Die EU arbeitet an einem **Digital Markets Act**, und in den USA wird das Kartellrecht in Stellung gebracht, um eine Zerschlagung von Facebook zu prüfen.

Es geht aber nicht nur um die Wiederherstellung von fairem Wettbewerb in der digitalen Welt, sondern auch um die Drohung an die großen Plattformen, ihre überbordende Marktmacht vorsichtiger einzusetzen. Wird das reichen? Nein. Kurz- und mittelfristig wird an einer viel härteren Regulierung und Zerschlagung der großen Plattformen kein Weg vorbeigehen. Die Grundlagen werden jetzt – auch mit immer kürzeren Revisionsklauseln in der Aufsicht – im internationalen Wettbewerbsrecht gelegt. Digitale Geräte und Apps sind kein Hilfsprodukt, sondern systemrelevant in einer vernetzten Welt. Das wird sich politisch nach Corona zeigen. ◀

Volker Heck ist Managing Partner bei Deekeling Arndt/AMO. Davor war er Kommunikationschef von RWE.