

Internetgiganten außer Kontrolle

Die Kartellbehörden ignorieren die Macht des Datenbesitzes. Das muss sich ändern.

Ein Gastbeitrag von Anton Hofreiter und Katharina Dröge
17. Dezember 2015

Stellen wir uns vor, Facebook würde mit der Kreditauskunftei Schufa fusionieren. Die Kartellbehörden hätten vermutlich nichts dagegen. Ihren vergangenen Entscheidungen folgend, würden die Wettbewerbshüter wahrscheinlich sagen: Die beiden Unternehmen agieren auf unterschiedlichen Märkten, weshalb der Wettbewerb nicht in Gefahr ist – und Konkurrenten und Kunden keine Nachteile zu fürchten haben.

Natürlich wäre nach einer Fusion zweier so mächtiger Datenkonzerne nichts in Ordnung. Vielmehr nimmt sich das Wettbewerbsrecht der Marktmacht durch Daten nicht ausreichend an.

Dabei stellen sich wegen des wachsenden Datenaustauschs zwischen Konzernen viele Fragen. Die Beispiele Facebook und Schufa sind nicht aus der Luft gegriffen. Bereits 2012 versuchte die Schufa, Facebook-Daten zu analysieren, und Facebook sicherte sich kürzlich ein Patent, mit dem das Unternehmen Nutzerdaten für Kreditauskünfte verwenden will.

Kombinationen von Facebook- und Schufa-Daten würden unsere Interessen und Namen unserer Freunde, unsere finanzielle Situation und unsere Zahlungsmoral miteinander verbinden. Dadurch wären präzise Rückschlüsse auf unsere Kreditwürdigkeit und unser Konsumverhalten möglich. Beides ist Gold wert für Datenkonzerne. Zwar gäbe es datenschutzrechtliche Hürden. Aber kartellrechtliche Regeln, welche die Macht der Daten kontrollieren, gibt es nicht.

Die Wettbewerbshüter unterschätzen bisher, welche Risiken im Handel mit Informationen liegen. Sie verkennen, dass wir im Netz nicht mehr in erster Linie mit Geld zahlen, sondern mit Daten.

Daten sind der "Werkstoff" von Konzernen wie Google. Viele Millionen Menschen nutzen jeden Tag die Suchmaschine, um Preise zu vergleichen, Tipps für Reisen oder den neuesten Artikel zum VW-Skandal zu finden. Doch kaum jemandem ist bewusst, dass wir beim Tippen in das Suchfeld eine Art Kaufvertrag unterschreiben. Wir kaufen Informationen – und wir bezahlen mit Informationen über uns selbst: zum Beispiel, was wir kaufen, welche Reiseziele wir googeln, welche Ärzte wir suchen oder welcher Arbeit wir nachgehen.

Um den Wettbewerb im Angesicht digitaler Plattformen wie Facebook, Amazon, Google & Co. zu erhalten, braucht das Wettbewerbsrecht dringend ein Update. Denn die Konzerne werden immer größer und mächtiger. Viele neue Plattformen, die mit einer pfiffigen Idee zur Konkurrenz zu werden drohen, kaufen die großen Konzerne einfach auf. Die Leidtragenden sind die Verbraucher, sie haben weniger Auswahl zu tendenziell schlechteren Bedingungen.

Deshalb müssen die Wettbewerbshüter sich anschauen, welche Wechselwirkungen entstehen, wenn Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen ihre Daten zusammenwerfen. Gleichzeitig dürfen sie nicht mehr nur Umsätze berücksichtigen, wenn sie entscheiden, ob eine Fusion geprüft werden muss. Sie müssen auch die Zahl der Nutzer und die Menge ihrer Daten betrachten, die mindestens genauso wichtig sind wie die Umsätze.

Das zeigt der Fall WhatsApp. Als Facebook im vergangenen Jahr den Kurznachrichtendienst kaufte, hatten die Behörden nichts dagegen. WhatsApp machte damals keinen großen Umsatz, schließlich war die Nutzung praktisch umsonst. Doch die App hatte 450 Millionen Kunden – und so war Facebook bereit, 19 Milliarden Dollar dafür zu zahlen. Dass durch die Fusion der Datenpool, auf den Facebook Zugriff hat, um ein Vielfaches größer wurde, spielte keine Rolle. Hätten die Wettbewerbshüter auf den Kaufpreis oder die Nutzerzahlen

geschaut, hätten sie die Fusion anders bewerten und verbieten müssen. Nun ist Facebook noch mächtiger im Werbemarkt und noch alternativloser für die Nutzer.

Facebook nutzte die gewachsene Marktmacht schnell, um seine Interessen durchzusetzen: Kurz nach der WhatsApp-Übernahme änderte der Konzern seine Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Für viele Nutzer verschlechterte sich dadurch der Datenschutz. Zum Beispiel verfolgt Facebook nun, auf welchen Webseiten man noch so surft, während man bei Facebook eingeloggt ist. Den Dienst verlassen können viele Nutzer nicht mehr so einfach. Netzwerkeffekte halten die Nutzer bei WhatsApp und Facebook gefangen: Je mehr Nutzer schon dort sind, umso weniger vorteilhaft ist es, zu einem anderen Anbieter zu wechseln, den kaum jemand nutzt. Im Umkehrschluss heißt das: Je mehr Nutzer sie haben, desto nützlicher sind sie für ihre Kunden.

Facebook hat seine gewachsene Marktmacht als dominantes Unternehmen nach der Fusion mit WhatsApp ausgenutzt. Gegen solchen Missbrauch hätten die Behörden vorgehen müssen. Doch die Wettbewerbshüter schauen meist nur auf Preise von Produkten und Diensten.

Reformen sind dringend nötig. Doch passiert ist bislang nichts. Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel hat zwar öffentlichkeitswirksam mit der Frage gespielt, ob man Google nicht zerschlagen müsste. Gesetzesinitiativen gibt es bislang aber keine.

Auch die Behörden haben das Thema nicht im Fokus. Reflexartig verweisen die Kartellämter auf die Zuständigkeit der Datenschützer, wenn die Sprache auf Facebook, Google und Co. kommt. Das ist der falsche Weg. Das Kartellrecht muss faire Bedingungen im Internet sichern: für Unternehmen und für Verbraucher. Es muss geändert werden, wenn es im Internetzeitalter wirksam sein soll. Datenschützer und Wettbewerbshüter müssen dafür künftig zusammenarbeiten. Nur so können wir verhindern, dass die Internetkonzerne immer dreister mit den Daten ihrer Kunden umgehen – und gleichzeitig immer mächtiger werden, zum Schaden von uns allen.

Die Autoren

Katharina Dröge ist Bundestagsabgeordnete (Bündnis90/Die Grünen). Anton Hofreiter ist Fraktionsvorsitzender von Bündnis 90/Die Grünen im Bundestag.