

Digital Services Act

April 2024



Zwanzig Jahre nach der Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie – die zu einer Zeit verfasst wurde, in welcher Smartphones gerade erst eingeführt wurden, die Cloud kaum in der Luft lag und viele große soziale Plattformen noch nicht existierten – hat die EU eine tiefgreifende Überarbeitung der Regeln für Online-Plattformen beschlossen. Im vorliegenden Papier erörtern wir die wichtigsten Merkmale des Gesetzes über digitale Dienste (Digital Services Act, „DSA“) und die Folgen des DSA für Online-Plattformen, die ihre Dienste in der Europäischen Union anbieten.

Sicherer digitaler Raum

Der DSA ist zusammen mit dem Digital Markets Act (DMA) Teil des „digitalen Gesetzespakets“ der Europäischen Kommission (EK), zu dem eine Reihe neuer Gesetzesinitiativen neben dem DSA und dem DMA gehören. Dieses Paket zielt insgesamt auf die Schaffung eines sichereren digitalen Raums ab, in dem die Grundrechte der Nutzer:innen geschützt und die Wettbewerbsbedingungen aller Unternehmen gleich sind. Mit dem DMA wird ein neuer Regulierungsmechanismus zur Gewährleistung eines fairen Wettbewerbs in den Märkten eingeführt, in denen große Online-Plattformen und ihre Kund:innen tätig sind. Zu den aktuellen Themen gehören neben dem Paket für digitale Dienstleistungen auch der Schutz der Arbeitsbeziehungen und Regelungen zur Erhöhung der steuerlichen Transparenz in der digitalen Wirtschaft (DAC-7). Weitere Gesetzgebungen im Rahmen des digitalen Gesetzespakets der EK umfassen unter anderem „DORA“, „AI Act“ und „Cyber Act“ und sollen die Wettbewerbsfähigkeit im Finanzsektor, einen rechtlichen Rahmen für Künstliche Intelligenz und die Stärkung der Cybersicherheit zum Gegenstand haben.

Der DSA hingegen bezieht sich auf die alltäglichen Prozesse der Bereitstellung von Vermittlungsdiensten, einschließlich Online-Plattformen. Das neue Gesetz soll einen besseren Mechanismus zur Entfernung illegaler Inhalte bieten und die Grundrechte der Verbraucher:innen in der Online-Welt durch die Einführung umfassender Compliance-Pflichten schützen. Der DSA beabsichtigt zudem, die Transparenz der Online-Plattformen zu steigern, soll Innovation, Wachstum und Wettbewerb fördern und regelt eine strengere staatliche Aufsicht über die größeren Plattformen.

Anwendungsbereich des DSA

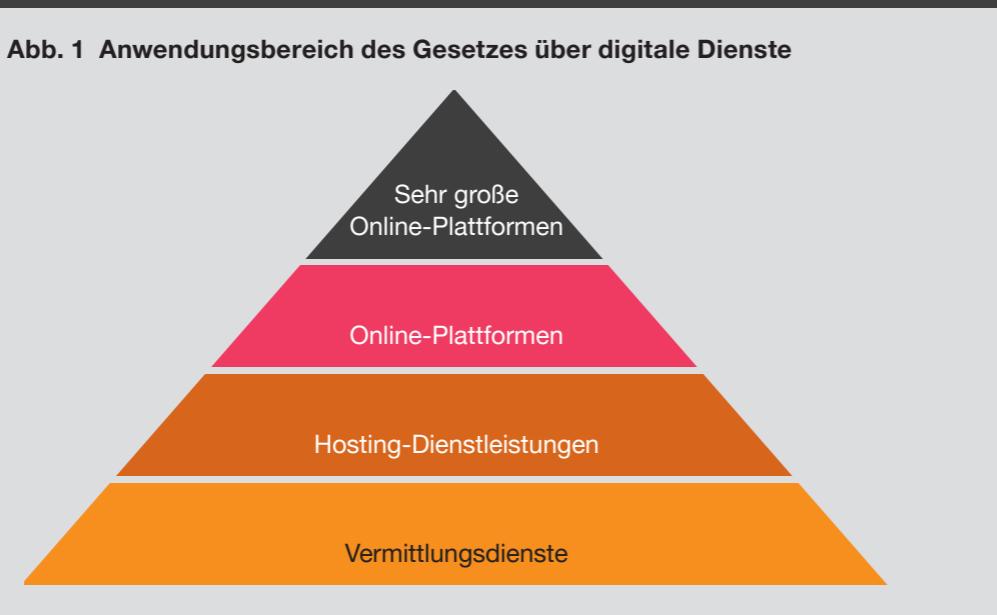
Der DSA gilt nicht für die gesamte Branche der Online-Plattformen, sondern konzentriert sich auf die Anbieter von Vermittlungsdiensten, d.h. auf den Teil der Branche, der sich mit der Übertragung, Speicherung und öffentlichen Verbreitung von Inhalten befasst, die von Nutzer:innen erstellt wurden.

Die Nutzer:innen oder Empfänger:innen der Dienste – sowohl natürliche als auch juristische Personen – müssen einen Wohnsitz oder eine Niederlassung in der Europäischen Union (EU) haben. Dies bedeutet, dass der DSA auch für Organisationen gilt, die nicht in der EU ansässig sind, aber Nutzer:innen in der EU haben oder deren Aktivitäten auf die EU ausgerichtet sind – das Prinzip ist uns bereits aus der Datenschutzgrundverordnung („DSGVO“) bekannt. Grundsätzlich fallen insbesondere Anbieter von Social-Media-Plattformen, Messaging-Diensten, Bewertungswebsites, Internetdienstanbieter (Internet Service Providers – „ISPs“) oder digitale „offene“ Marktplätze unter den DSA. Auch Plattformen, auf denen Einzelpersonen Videos einstellen oder selbst Produkte verkaufen können, fallen in den Anwendungsbereich.

Organisation in vier Kategorien

Der DSA hat eine pyramidenförmige Struktur, die in vier Kategorien unterteilt ist (siehe Abbildung 1). Die Rechte und Pflichten gelten kumulativ für die aufeinanderfolgenden Kategorien. Die erste Kategorie, „Vermittlungsdienste – Intermediary Services“, unterliegt beispielsweise den Grundregeln. Aufeinanderfolgende Kategorien müssen dieselben Grundregeln PLUS die für die jeweilige aufeinanderfolgende Kategorie geltenden Regeln einhalten (siehe Abbildung 1).

Abb. 1 Anwendungsbereich des Gesetzes über digitale Dienste



Kategorie 1: Vermittlungsdienste – Intermediary Services

Nach dem DSA sind Vermittlungsdienste Diensteanbieter, die reine Durchleitungsdiene anbieten. Dies sind bspw. Unternehmen, die Caching-Dienste anbieten oder Netze bereitstellen, über die Inhalte übertragen werden können, wie z. B. ISPs.

Kategorie 2: Hosting-Dienste

Die zweite Kategorie betrifft Hosting-Dienste, die auch die von Nutzer:innen bereitgestellten Informationen speichern („Hosting-Diensteanbieter“). Dabei handelt es sich um Organisationen, welche IT-Infrastruktur u. a. für Websites, Cloud-Dienste und E-Mail anbieten.

Kategorie 3: Online-Plattformen

Die Kategorien 3 und 4 betreffen Online-Plattformen, welche Informationen der Nutzer:innen speichern und auf Anfrage öffentlich verbreiten. Dies sind bspw. Social-Media-Plattformen, Musik- und Videodienste, bei denen Einzelpersonen selbst Inhalte einstellen können, Online-Marktplätze, Suchmaschinen, Plattformen, die Kund:innen mit Fahrer:innen für den Transport oder mit Hausbesitzer:innen für die Unterkunft verbinden.

Kategorie 4: Sehr große Online-Plattformen

Sehr große Online-Plattformen (>45 Millionen Nutzer:innen in der EU) haben zusätzliche Verpflichtungen gegenüber denen der vorstehenden Kategorie 3, darunter die Pflicht zur Reaktion auf Krisenfälle und externe Audits. Die Anzahl der Nutzer:innen bestimmt, ob eine Plattform zu Kategorie 3 oder 4 gehört. Zusätzlich zu allen Rechten und Pflichten, die sich aus dem DSA ergeben, können auch die Rechte und Pflichten aus dem DMA auf diese Kategorie von Plattformen anwendbar sein. Dies ist der Fall, wenn sie zentrale Plattformdienste anbieten UND als „sehr große Online-Plattformen“ bezeichnet wurden. Es ist wichtig zu beurteilen, in welche Kategorie(n) Ihre Organisation fällt, da dies auch die Rechte und Pflichten bestimmt, die für Ihre Organisation gelten.

Abb. 2 Kumulativ geltende Vorschriften für die vier Kategorien

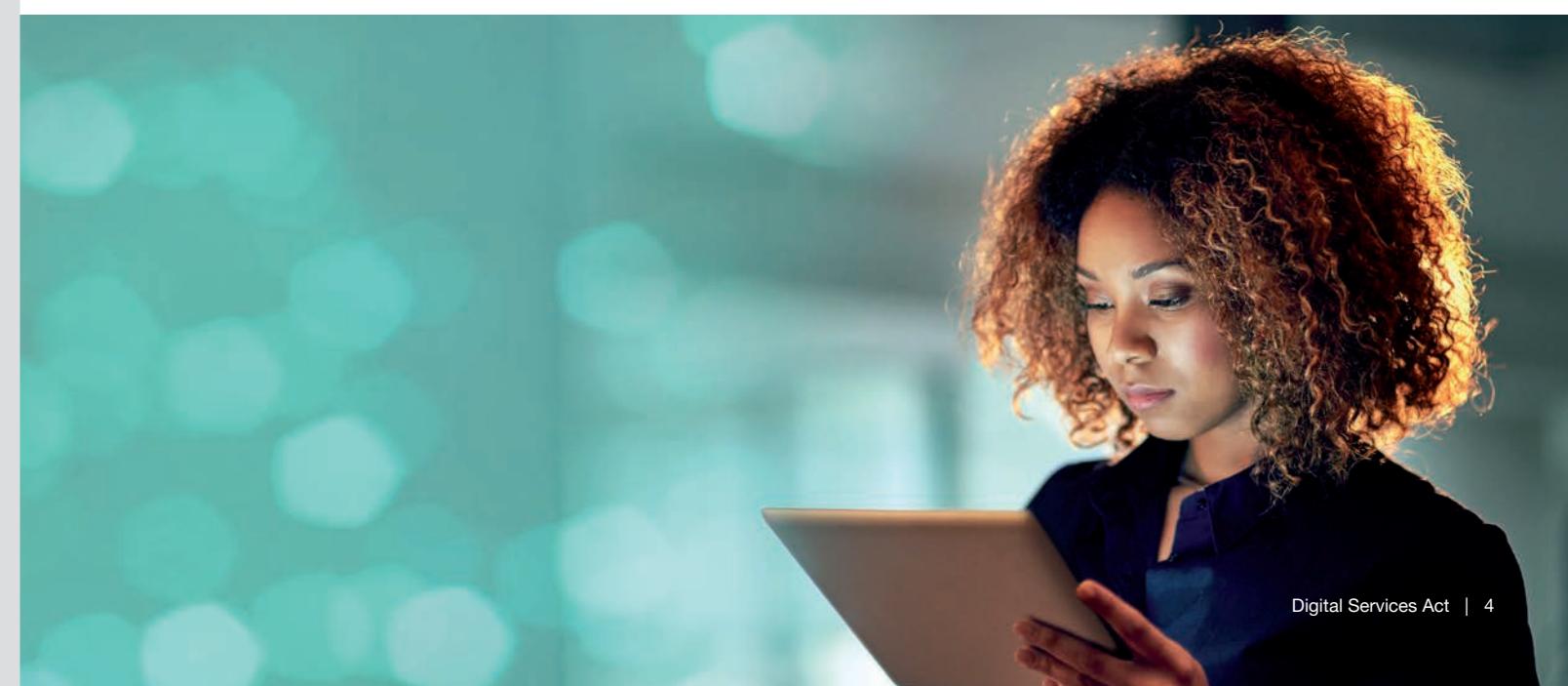
Kumulierte Verpflichtungen	Vermittlungs-dienste	Hosting-Dienstleistungen	Online-Plattformen	Sehr große Online-Plattformen
Berichterstattung zu Transparenz	✓	✓	✓	✓
Berücksichtigung der Grundrechte in den Nutzungsbedingungen	✓	✓	✓	✓
Zusammenarbeit mit den nationalen Behörden bei Anordnungen	✓	✓	✓	✓
Kontaktstellen und gegebenenfalls gesetzliche Vertretung	✓	✓	✓	✓
Meldung und Abhilfe sowie Pflicht zur Unterrichtung der Nutzer:innen		✓	✓	✓
Meldung des Verdachts von Straftaten		✓	✓	✓
Beschwerde- und Rechtsbehelfsverfahren sowie außergerichtliche Streitbeilegung			✓	✓
Vertrauenswürdige Hinweisgeber:innen			✓	✓
Maßnahmen gegen missbräuchliche Meldungen sowie Gegendarstellungen			✓	✓
Spezielle Pflichten für Marktplätze, z. B. Überprüfung der Berechtigungen von Drittanbietern („KYBC“), Compliance by Design, stichprobenartige Kontrollen			✓	✓
Verbot von Werbung, die sich gezielt an Kinder richtet oder spezielle personenbezogene Daten nutzt			✓	✓
Transparenz der Empfehlungssysteme			✓	✓
Transparenz von Online-Werbung gegenüber Nutzer:innen			✓	✓
Verpflichtung zu Risikomanagement und Krisenreaktion				✓
Externe und unabhängige Prüfung, interne Compliance-Funktion und öffentliche Rechenschaftspflicht				✓
Möglichkeit für Nutzer:innen, Empfehlungen anhand von Profiling abzulehnen				✓
Datenaustausch mit Behörden und Forschung				✓
Verhaltenskodizes				✓
Zusammenarbeit im Krisenfall				✓

Pflichten aller Kategorien

Der erste Teil der Verpflichtungen im DSA gilt für alle Kategorien der Pyramide in Abbildung 1. Aufgrund des breiten Anwendungsbereichs von Kategorie 1 betreffen die größten Änderungen die Bereiche Haftung, illegale Inhalte, Anpassung der allgemeinen Bedingungen, Transparenz und ständige Kontaktstellen.

Online-Diensteanbieter, die von sich aus Maßnahmen zur Sperrung illegaler Inhalte ergreifen, können sich bis zu einem gewissen Grad wie bisher auch auf eine Beschränkung ihrer Haftung berufen. Bisher zögerten Anbieter von „reinen Durchleitungs“, „Caching“- oder „Hosting“-Diensten, solche Maßnahmen von sich aus zu ergreifen, weil sie eine eigene Haftung vermeiden wollten, falls ihre Kontrollen nach illegalen Inhalten fehlschlagen würden. Diese Sorgen der Online-Diensteanbieter will der DSA künftig nehmen, indem er gerade für den Fall der eigenverantwortlichen Etablierung von Maßnahmen zur Sperrung illegaler Inhalte Haftungsbeschränkungen vorsieht.

Darüber hinaus müssen die Diensteanbieter behördlichen Anordnungen bezüglich (der Entfernung) illegaler Inhalte nachkommen. Das Entfernen illegaler Inhalte unterliegt Transparenzpflichten und der Bewertungsprozess muss öffentlich sein. Auf diese Weise können Online-Anbieter Inhalte nicht willkürlich entfernen. In den allgemeinen Geschäftsbedingungen (Nutzungsbedingungen) müssen Anbieter alle Einschränkungen angeben, die den Dienstempfänger:innen auferlegt werden können. Sie müssen z. B. angeben, welche Inhalte der Anbieter als illegal ansieht und daher entfernen darf. Die Nutzungsbedingungen können auch Verfahren oder Maßnahmen im Hinblick auf diese „Inhaltsmoderation“ vorsehen.



Verpflichtungen für Hosting-Dienste und (sehr große) Online-Plattformen

Hosting-Dienste – die zweite Kategorie in der Pyramide gemäß Abbildung 1 – und folglich auch (sehr große) Online-Plattformen sind verpflichtet, einen „Notice and Action“-Mechanismus einzurichten. Das bedeutet, dass sie illegale Inhalte – zum Beispiel urheberrechtlich geschütztes Material oder verleumdende Inhalte – sofort entfernen müssen, wenn sie von Dritten darüber benachrichtigt werden. Oder, dass sie sich mit den Meldenden in Verbindung setzen müssen, um weitere Informationen über den entfernten Inhalt zu erhalten. Dies gilt natürlich nur, wenn die Meldung ausreichend begründet ist.

Hosting-Diensteanbieter werden somit wohl Verfahren entwickeln müssen, die es Dritten „leicht“ machen, Meldungen einzureichen. Außerdem müssen sie ihre Mitarbeiter:innen darin schulen, solche Meldungen zu bearbeiten, zu bewerten und zu prüfen und den Meldenden die Reaktion darauf zu erläutern.

Ferner besteht die Pflicht zur jährlichen Erstellung eines Transparenzberichts. Darin müssen die Anbieter angeben, inwieweit sie „Inhaltsmoderation“ betrieben haben und wie sie auf behördliche Anordnungen bezüglich illegaler Inhalte reagiert haben. Der Transparenzbericht enthält zusätzliche Verpflichtungen für (sehr große) Online-Plattformen, die weiter unten erläutert werden.

Schließlich müssen alle Online-Anbieter eine zentrale Kontaktstelle für die direkte Kommunikation mit nationalen Behörden, der Europäischen Kommission und dem Europäischen Rat für digitale Dienste benennen. Die Anbieter müssen diese Kontaktinformationen öffentlich zugänglich machen, um die Kommunikation und damit indirekt auch die Umsetzung des DSA zu erleichtern. Ist ein Diensteanbieter nicht in der EU niedergelassen, bietet aber Dienste in der EU an, muss er anstelle einer Kontaktstelle einen gesetzlichen Vertreter benennen.

Verpflichtungen für (sehr große) Online-Plattformen

Die Rechte und Pflichten für die dritte und vierte Kategorie der Pyramide gemäß Abbildung 1 – Online-Plattformen und sehr große Online-Plattformen – umfassen in erster Linie Regeln für sogenannte „vertrauenswürdige Hinweisgeber“. „Vertrauenswürdige Hinweisgeber“ sind Einrichtungen, die bestimmte Kriterien erfüllen, sodass ihre Meldungen über illegale Online-Inhalte auf Plattformen als zuverlässig angesehen werden können. Dies sind bspw. anerkannte Stiftungen und andere Organisationen, deren Ziel die Bekämpfung von Kinderpornografie oder Online-Betrug ist oder an Institutionen mit einer öffentlichen Aufgabe, wie Europol. Meldungen dieser Einrichtungen sollen bevorzugt und unverzüglich bearbeitet werden.

Zweitens müssen die Plattformen mehr Aufschluss darüber geben, aus welchem Grund sie bestimmte Informationen von der Plattform entfernen. Die Poster von Inhalten müssen die Möglichkeit haben, Entscheidungen über die Entfernung anzufechten. Zu diesem Zweck müssen Online-Plattformen ein internes System zur Bearbeitung von Beschwerden einrichten.

Drittens müssen die Online-Plattformen zusätzlich zu den bereits erwähnten allgemeinen Transparenzverpflichtungen, die für alle Organisationen gelten (jährlicher Transparenzbericht), alle sechs Monate ihre Nutzerzahlen melden, um feststellen zu können, ob sie in die Kategorie der „sehr großen Online-Plattform“ fallen.

Plattformen, die Gewerbetreibenden oder Privatpersonen die Möglichkeit geben, Verbraucher:innen ihre Produkte oder Dienstleistungen anzubieten, werden verpflichtet sein, die persönlichen Daten und Kontaktinformationen des Anbieters von Produkten oder Dienstleistungen zu registrieren, bevor dieser die Plattform nutzt. Die Verbraucher:innen werden in der Lage sein, einen Teil dieser Daten einzusehen. Das bedeutet, dass die Online-Plattformen in Bezug auf die Produkt- oder Dienstleistungsanbieter tatsächlich eine „Know your customer“-Verpflichtung erfüllen müssen.

Was müssen Online-Plattformen und -Dienste beachten?

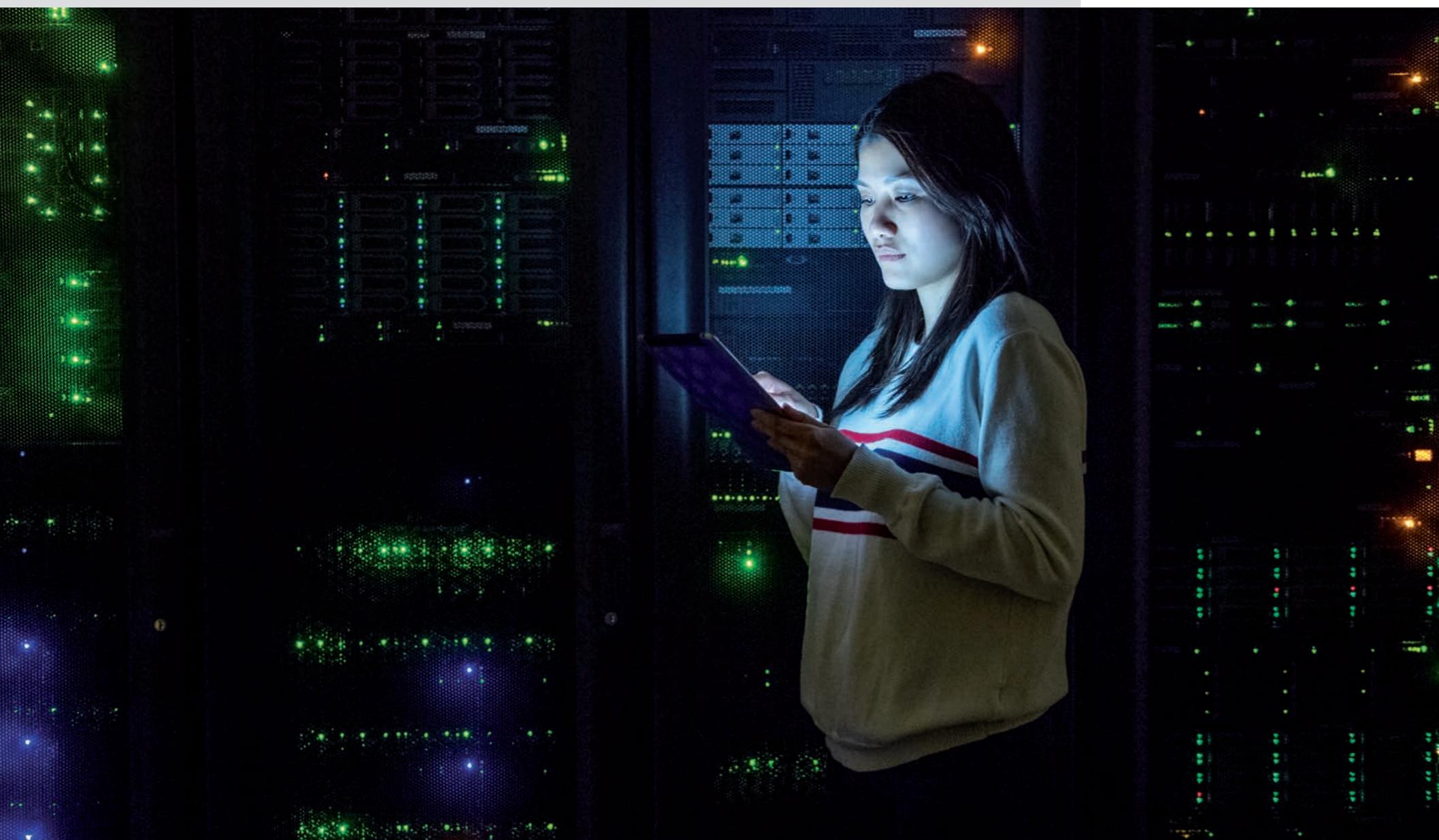
Am 19. Oktober 2022 wurde der DSA verabschiedet und wird ab dem 17. Februar 2024 wirksam. Die Zeit bis dahin dient somit den betroffenen Unternehmen als Umsetzungsphase.

Angesichts der großen und ständig wachsenden Rolle, die Online-Plattformen und -Dienste in unserer Wirtschaft spielen, werden der Anwendungsbereich und die Anwendung des DSA sehr weitreichend sein. Um sich auf das Inkrafttreten des Gesetzes vorzubereiten, können Sie folgende Schritte unternehmen:

- Prüfen Sie, ob Ihre Organisation in den Anwendungsbereich des DSA fällt und wenn ja, in welche der oben erläuterten Kategorie(n);
- Prüfen Sie dann, ob Sie die kumulativen Rechte und Pflichten einhalten, die für die Kategorie(n) gelten, in die Sie fallen;
- Prüfen Sie, inwieweit Ihre Geschäftspraktiken mit diesen Rechten und Pflichten in Einklang stehen;
- Wenn Ihre Geschäftspraktiken nicht in Einklang mit diesen Rechten und Pflichten stehen, passen Sie diese so schnell wie möglich an.

Denken Sie an:

- 1 Anpassung Ihrer Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Nutzungsbedingungen
- 2 Einrichtung eines „Notice and Action“-Mechanismus
- 3 Einrichtung eines Systems zur Bearbeitung von Beschwerden
- 4 Einrichtung eines „Know your customer“-Verfahrens.



Ihre Ansprechpersonen



Werner Ballhaus
Global Entertainment & Media Sector
Leader und Leiter Technologie, Medien, Telekommunikation
Tel.: +49 211 981-5848
E-Mail: werner.ballhaus@pwc.com



Christina Pellegrino
Senior Manager, Forensic Services
Tel.: +49 160 97254402
E-Mail: christina.pellegrino@pwc.com



Dr. Tobias von Tucher, LL.M. Eur
Partner, Rechtsanwalt
Co-Leiter Praxisgruppe IP/IT/Commercial und Datenschutz
Tel.: +49 89 5790-5647
E-Mail: tobias.von.tucher@pwc.com

Über uns

Unsere Mandanten stehen tagtäglich vor vielfältigen Aufgaben, möchten neue Ideen umsetzen und suchen unseren Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen mit größtmöglichem Nutzen entwickeln. Deshalb setzen wir für jeden Mandanten, ob Global Player, Familienunternehmen oder kommunaler Träger, unser gesamtes Potenzial ein: Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und die Ressourcen unseres Expert:innennetzwerks in 151 Ländern. Besonders wichtig ist uns die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mandanten, denn je besser wir sie kennen und verstehen, umso gezielter können wir sie unterstützen.

PwC Deutschland. Mehr als 14.000 engagierte Menschen an 20 Standorten. Rund 2,93 Mrd. Euro Gesamtleistung. Führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.