

Für Europas Big-Tech-Regulierung zahlen die Verbraucher

Von Dirk Auer

Europäische Wettbewerbsbehörden haben einen bewährten Weg gefunden, um Aufmerksamkeit zu erregen: die Konfrontation mit amerikanischen Technologieunternehmen. Jede neue Untersuchung bringt Schlagzeilen, politische Anerkennung und institutionelles Ansehen. Die Kosten dafür trägt jedoch nicht das Silicon Valley, sondern europäische Haushalte.

Die Wettbewerbspolitik verfolgte einst ein bescheidenes Ziel. Die Behörden agierten als Schiedsrichter. Sie schützten den Wettbewerbsprozess, sodass Unternehmen durch niedrigere Preise und bessere Produkte um Kunden konkurrieren konnten. Das Modell funktionierte, weil es auf große Ambitionen verzichtete. Regulierer gestalteten keine Märkte, sondern hielten sie offen und ließen den Wettbewerb wirken.

Diese Zurückhaltung schwindet. Die europäische Rechtsdurchsetzung zielt zunehmend darauf ab, Ergebnisse zu gestalten, statt Wettbewerb zu bewahren. Die Behörden verfolgen nun Ziele, die eigentlich dem Datenschutzrecht, der Industriepolitik oder der Sozialregulierung zuzuordnen sind. Sie versuchen zu steuern, wie sich Märkte entwickeln, und bremsen mitunter Veränderungen, um schwächere Unternehmen zu schützen. Der Name bleibt Wettbewerbspolitik, doch ihre Funktion hat sich gewandelt.

Ein solcher Wandel wäre vertretbar, wenn er klare Vorteile brächte. Das ist jedoch nicht der Fall. Die Preise sind infolge dieser Eingriffe nicht gesunken, und die Innovation hat sich nicht beschleunigt. Stattdessen führen nationale Behörden sich überschneidende Verfahren, die auf unterschiedlichen Theorien beruhen. Europa sieht sich nun einem dichten Flickenteppich von Vorschriften gegenüber, die von Land zu Land variieren, aber dieselben Unternehmen betreffen.

Deutschland veranschaulicht diesen Trend. Das Bundeskartellamt hat kürzlich

Amazon wegen der Gestaltung seiner „Buy Box“ beanstandet – jener Funktion, die Käufer zu einem ausgewählten Angebot führt. Amazons Algorithmus hebt preislich wettbewerbsfähige Anbieter hervor. In wirtschaftlicher Hinsicht lenkt das System Verbraucher zu günstigeren Produkten.

Die Behörde interpretiert denselben Mechanismus jedoch anders. Indem höherpreisige Angebote herabgestuft werden, so das Argument, halte Amazon Händler davon ab, auf konkurrierenden Plattformen niedrigere Preise anzubieten. Sie behandelt das Rankingsystem, als handele es sich um eine verkappte „Meistbegünstigungsklausel“.

Diese Argumentation stellt Theorie über beobachtbares Verhalten. Käufer zu besseren Angeboten zu lenken, verstärkt normalerweise den Plattformwettbewerb und senkt die Preise. Die deutsche Entscheidung setzt Amazon stattdessen unter Druck, die Bedeutung des Preises in seinen Rankings zu verringern. Das unmittelbare Ergebnis ist klar: Verbraucher werden häufiger mit teureren Angeboten konfrontiert. Eine Politik, die Käufer schützen soll, droht ihnen nun zu schaden.

Deutschland steht damit nicht allein. Auch Behörden in Italien und Frankreich haben Verfahren gegen digitale Plattformen eingeleitet, die auf zunehmend spekulativen Schadensannahmen beruhen. Jeder einzelne Fall mag begrenzt erscheinen. Zusammengenommen erzeugen sie jedoch regulatorischen Wettbewerb zwischen nationalen Durchsetzungsbehörden, die alle Zuständigkeit für dieselben globalen Dienste beanspruchen.

Dieses Muster setzt sich bei der Europäischen Kommission fort. Sie kam kürzlich zu dem Schluss, dass die Nutzungsbedingungen von Whatsapp den Wettbewerb

durch KI-Dienste einschränkten. Diese Behauptung steht im Spannungsverhältnis zur Marktrealität. Meta ist im Bereich generativer KI weiterhin ein nachrangiger Akteur, während Unternehmen wie Open AI, Anthropic, Google, xAI sowie zahlreiche chinesische Entwickler intensiv miteinander konkurrieren. Der Sektor verändert sich rasant. Einen Randakteur ins Visier zu nehmen, bindet knappe Durchsetzungsressourcen und deutet auf eine gewisse Distanz zu den tatsächlichen Marktgegebenheiten hin.

Unternehmen verstehen das Signal deutlich. Innovation in Europa ist mit rechtlicher Unsicherheit verbunden. Firmen reagieren darauf, indem sie neue Dienste zunächst anderswo einführen. Fortschrittliche Funktionen – von KI-Assistenten bis hin zu autonomen Fahrsystemen – erscheinen

häufig Monate oder sogar Jahre früher in den USA oder Asien als in der Europäischen Union. Die Verzögerung spiegelt regulatorische Risiken wider, nicht etwa technologische Fähigkeiten.

Der Zeitpunkt ist ungünstig. Europa kämpft bereits mit schwachem Produktivitätswachstum und begrenzten Investitionen. Der Draghi-Bericht zur europäischen Wettbewerbsfähigkeit fordert politische Maßnahmen, die Innovation und Skalierung fördern. Die aktuelle Durchsetzung bewegt sich jedoch in die entgegengesetzte Richtung. Behörden behandeln neue Technologien von vornherein mit Argwohn und verlangen von Unternehmen, ihre Regelkonformität noch vor der Markteinführung nachzuweisen.

Die Folgen reichen über einzelne Fälle hinaus. Sich überschneidende Untersuchungen und uneinheitliche Abhilfemaßnahmen fragmentieren den Binnenmarkt. Die Befolgungskosten steigen. Gerade kleinere Innovatoren – jene Unterneh-

men, die die Politik unterstützen möchte – tragen die größte Last.

All dies bedeutet nicht, dass die Durchsetzung des Wettbewerbsrechts aufgegeben werden sollte. Tatsächlicher Missbrauch von Marktmacht verdient Sanktionen. Wirksame Durchsetzung erfordert jedoch Zurückhaltung. Behörden müssen zwischen Verhalten unterscheiden, das dem Wettbewerb schadet, und solchem, das lediglich Wettbewerber benachteiligt. Niedrigere Preise und bessere Produkte sind in der Regel ein Zeichen funktionierender Wettbewerbs.

Es ist nachvollziehbar, dass europäische Regulierer in Zeiten des digitalen Umbruchs ihren Einfluss behaupten wollen. Doch die Ausweitung ihrer Befugnisse birgt Risiken. Wenn Behörden versuchen, Marktergebnisse zu gestalten, ersetzen sie Wettbewerb durch Verwaltung. Verbraucher verlieren die Vorteile von Experimentierfreude und Preiswettbewerb.

Europa steht nun vor einer klaren Entscheidung. Es kann weiterhin große Technologieunternehmen als Zielscheiben und Märkte als Gestaltungsobjekte behandeln. Oder es kann zum ursprünglichen Versprechen der Wettbewerbspolitik zurückkehren: neutrale Regeln, berechenbare Durchsetzung und offener Wettbewerb. Nur der zweite Weg fördert Innovation und Verbraucherwohlfahrt.

Wettbewerbspolitik sollte sicherstellen, dass sich die besten Angebote durchsetzen. Wenn Behörden Unternehmen stattdessen dafür bestrafen, bessere Angebote zu machen, ist das Ergebnis vorhersehbar. Unternehmen werden sich anpassen – doch die Verbraucher werden den Preis dafür zahlen.

Dirk Auer ist Director of Competition Policy at the International Center for Law & Economics in Portland, Oregon. Zudem ist er außerplanmäßiger Professor an der Universität Lüttich in Belgien und unterrichtet Wettbewerbsrecht und Ökonomie des Kartellrechts.

Wettbewerbspolitik sollte sicherstellen, dass sich die besten Angebote durchsetzen.
