



ONLINE-  
VERMARKTER  
KREIS

**FORDERUNGS.KATALOG**  
WIDER DAS MARKTVERSAGEN IM  
DIGITALEN WERBEMARKT

## FORDERUNGEN AN DIE EUROPÄISCHE POLITIK

Der Online-Vermarkterkreis des iab austria appelliert an die europäische Politik dringend Maßnahmen zu ergreifen, um die wachsende Marktdominanz großer Technologieunternehmen einzudämmen sowie ein freies, offenes und gerechtes digitales Ökosystem zu fördern, in dem sich nationale Medien über Werbung finanzieren können.

## DER ONLINE-VERMARKTERKREIS DIE STARKE STIMME DER ONLINEBRANCHE

### ZUR VORLAGE AN DIE EUROPÄISCHE POLITIK

Die aktuelle Marktsituation bedroht stärker als je zuvor nicht nur die wirtschaftliche Vielfalt, sondern ganz gezielt die Existenz heimischer Medien und damit auch die politische Stabilität und Demokratie in Europa.

Global tätige Digitalunternehmen erschweren durch ihre immense Marktmacht und Kontrolle über Plattformen und Datenströme den Zugang zu Märkten und auch zu Kunden für kleinere – meist regionale – Anbieter erheblich.

Dies führt zu einer immer stärkeren Konzentration von Macht und Ressourcen, die in der Digitalwirtschaft Innovation und Vielfalt hemmt und damit Arbeitsplätze gefährdet. Darüber hinaus bedroht die Kontrolle über Informationsflüsse durch wenige große Unternehmen die Meinungsfreiheit und öffnet Tür und Tor zur Manipulation öffentlicher Diskurse.

Die europäische Politik ist aufgerufen, rasch und konsequent durch regulatorische Eingriffe Chancengleichheit herzustellen und die Medienvielfalt zu stärken.

In Österreich kann die Übermacht der globalen Digital-Giganten mit Umsatzdaten konkret veranschaulicht werden: Die Einnahmen aus der Digitalsteuer legen transparent offen, dass mittlerweile rund 80 Prozent der digitalen Werbeausgaben zu den großen digitalen Plattformen fließen, wodurch es zu einem nahezu ebenso starken Abfluss von Wertschöpfung aus Österreich kommt. Insgesamt fließen sogar mehr als 50 Prozent der gesamten Werbegelder (inkl.

TV, Print, Radio etc.) zu Google, Meta und Co. Zugleich ist es für nationale Medien und Vermarkter immer schwieriger, am heimischen Markt zu reüssieren. Die Entscheidungen in Sachen Cookies (Google Chrome) sowie die Entwicklungen im Bereich AI-Search werden die Marktverhältnisse noch weiter in Richtung der Tech-Giganten verschieben und unmittelbare Auswirkungen auf den heimischen Digitalmarkt haben. Sie führen zu Marktversagen und bedingen daher einen unmittelbaren Eingriff.

# 1. STOPP VON MISSBRAUCH DER MARKTMACHT

Global tätige Digitalunternehmen wie beispielsweise Alphabet, Meta oder Amazon agieren derzeit sowohl als Anbieter von Werbetechnologien, Werbenetzwerken und Inhaltsangeboten. Diese Konstellation führt zu einer systematischen Bevorzugung ihrer eigenen Inhalte und Produkte, was den Wettbewerb verzerrt und die Marktvielfalt gefährdet, wie die weiteren Ausführungen zeigen werden. Bedingt durch ihre globalen Ausrichtung und Agieren in mehreren Wirtschaftsstufen sind diese Unternehmen mittlerweile so dominant, dass technische Standards ihrem Diktat unterliegen. So entsteht eine Pseudoakzeptanz, die nicht der Realität entspricht.

**Ziel der Forderung:** Durch die wirtschaftliche Trennung von Werbetechnologien und Inhaltsangeboten soll sichergestellt werden, dass alle Inhalte gleichberechtigt zugänglich sind. Dominante Technologieanbieter dürfen ihre Marktmacht nicht nutzen, um den Zugang zu bestimmten Inhalten zu kontrollieren oder zu beschränken. Dies ist entscheidend für einen freien und fairen Wettbewerb, der die Grundlage für ein vielfältiges und innovatives digitales Ökosystem bildet.

**Forderung** Digitale Plattformen müssen entflechtet werden, um einem Missbrauch durch die Beeinflussung mehrerer Wirtschaftsstufen und das Festsetzen eigener Marktregeln vorzubeugen. Beispielsweise müssen Anbieter von Werbetechnologien von Inhaltsangeboten getrennt werden, um eine Bevorzugung eigener Dienste und Angebote zu verhindern.

**Beispiel Alphabet:** Alphabet Haupteinnahmequelle ist digitale Werbung. Mit Google betreibt Alphabet weltweit die mit Abstand größte Suchmaschine. Am globalen AdTech-Markt hält Alphabet neben dem größten Adserver-System sowohl auf der Einkaufs- als auch auf der Verkaufseite die Technologien mit dem größten Marktanteil im programmatischen Werbemarkt. Darüber hinaus zählen die größten Werbenetzwerke im Video- und Banner-Bereich, mit Android das weltweit meistgenutzte mobile Betriebssystem und mit Google Chrome der am weitesten verbreitete Internetbrowser zum Tech-Giganten.

Das Unternehmen verkauft Werbeflächen auf seinen eigenen Plattformen und Apps und betreibt eine Art Börse (AdExchange) zwischen Werbetreibenden und Content-Anbietern zur Vermittlung, Auktion und Ausspielung von Werbeanzeigen im Video- und Display-Bereich.

Dieses Agieren in multiplen digitalen Geschäftsfeldern ermöglicht es Alphabet, die Regeln am Digitalmarkt zu diktieren und die über die Dienste generierten Daten zu kontrollieren. Der Zugang zum Digitalmarkt wird dadurch von Alphabet als Gatekeeper bestimmt und auch unrechtmäßig ausgenutzt. Auf einem solchen Markt kann kein fairer Wettbewerb stattfinden.

## Das Werbe-Ökosystem

Besonders gravierend ist die Situation im programmatischen Werbeökosystem, das den automatisierten Kauf und Verkauf von Online-Werbung umfasst. Hier kontrollieren Unternehmen wie Alphabet nicht nur die Plattformen für den Werbeeinkauf (Google Ads), sondern auch die technischen Infrastrukturen (Ad Exchanges) und verfügen über eigenes Werbeinventar. Das dominante Betreiben dieser Dienste ermöglicht es Alphabet, eigene Angebote systematisch zu bevorzugen, konkurrierende Anbieter zu benachteiligen und damit den Wettbewerb massiv einzuschränken.

Durch die Vernetzung der (Daten-)Dienste entsteht – obwohl es alternative Technologien gibt – ein Quasi-Zwang für Werbetreibende, die Tools und Services von Alphabet zu

nutzen. Eine weitere Verstärkung dieses Umstands ist künftig durch die verpflichtende Nutzung des Google Ad Managers für Re-Marketing in der sogenannten Privacy Sandbox mithilfe der Protected Audience API (PA-API) zu erwarten.

Dieses Ungleichgewicht am Digitalmarkt wird durch das Kartellrechtsverfahren der Europäischen Kommission gegen Alphabet unterstrichen. Konkret wird Alphabet vorgeworfen, den Wettbewerb in der Werbetechnologiebranche (AdTech) verzerrt zu haben, indem es seine eigenen Dienste zum Nachteil von Konkurrenten bevorzugte. Dieser Schritt markiert einen wichtigen Punkt in den laufenden Ermittlungen gegen Alphabet im Zusammenhang mit möglichen wettbewerbswidrigen Praktiken.

## Die wichtigsten Erkenntnisse der Kommission

Alphabet wird vorgeworfen, seine marktbeherrschende Stellung im Europäischen Wirtschaftsraum auf den Märkten für Ad-Server (DFP) und programmatische Ad-Buying-Tools (Google Ads und DV360) missbraucht zu haben. Alphabet hat angeblich seine eigene Anzeigenbörse AdX in der Ad-Selection-Auktion von DFP bevorzugt, indem AdX Informationen über konkurrierende Gebote erhielt. Die Ad-Buying-Tools Google Ads und DV360 sollen bevorzugt Gebote auf AdX abgegeben haben, wodurch AdX zur führenden Anzeigenbörse wurde.

## Konsequenzen und Maßnahmen

Die Kommission befürchtet, dass das Verhalten von Alphabet dazu diene, AdX einen Vorteil zu verschaffen und konkurrierende Anzeigenbörsen auszuschließen.

Sollte sich dies bestätigen, würde dies gegen Artikel 102 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) verstoßen, der den Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung verbietet.

Die Kommission hält eine Verhaltensänderung seitens Alphabet für unwahrscheinlich und erwägt als Maßnahme die obligatorische Veräußerung von Teilen der Alphabet-Dienste.

## Weitere Schritte

Die Mitteilung der Beschwerdepunkte ist ein formaler Schritt in den Ermittlungen, der Google über die Vorwürfe informiert.

Google hat die Möglichkeit, die Ermittlungsakte einzusehen, schriftlich zu antworten und eine mündliche Anhörung zu beantragen.

Der Ausgang der Ermittlungen ist noch offen und es gibt keine feste Frist für den Abschluss.

Die laufenden Ermittlungen gegen Alphabet unterstreichen die Bemühungen der Europäischen Kommission, wettbewerbswidriges Verhalten in der digitalen Wirtschaft zu bekämpfen. Die möglichen Konsequenzen könnten weitreichende Auswirkungen auf Alphabets Geschäftsmodell in der EU haben, insbesondere wenn die Kommission eine Aufspaltung von dessen Adtech-Diensten anordnet. Der Ausgang dieses Verfahrens wird daher mit Spannung erwartet. Eine Übersicht über weitere Verfahren gegen Alphabet findet sich im Anhang des Dokuments.

Ähnliche Marktverhältnisse wie eben beschrieben, bestehen im Bereich von Social Media (v. a. durch Meta) sowie E-Commerce (v. a. Amazon). Die beschriebene Trennung muss umfassend alle global agierenden digitalen Plattformen betreffen, die sowohl als Werbetechnologie oder Werbenetzwerk, als auch als Inhaltsanbieter agieren. Dazu zählen etwa:

*Suchmaschinen (Google Search), insbesondere in Hinblick auf AI-Search\**

*Webbrowser (Google Chrome, Microsoft Edge, Firefox, etc.)*

*Soziale Netzwerke (Facebook, Instagram, X, TikTok, WhatsApp, Snapchat, LinkedIn)*

*Video- und Streaming-Dienste (YouTube, Netflix, Disney, Amazon Prime Video, etc.)*

*App-Stores (Google Play, Apple App Store)*

\*Ein besonderes Problem für Digitalmedien wird das Thema AI-Search mit sich bringen. Während derzeit von Suchergebnissen auf Digitalmedien verlinkt wird, stellt AI-Search die Antworten bereits eigenständig dar. Dies wird zu einem drastischen Rückgang der über Search-generierten Zugriffe für Digitalmedien und damit eine weitere Einschränkung der Monetarisierung von Digitalangeboten zur Folge haben.

## HISTORISCHE VERGLEICHE ZUR VERDEUTLICHUNG

### Strommarktliberalisierung

In den 1990er Jahren führte die Trennung von Stromerzeugung und -verteilung zu mehr Wettbewerb und Wahlmöglichkeiten für die Verbraucher.

### Telekommunikationsmärkte

Die Trennung von Netzbetreibern und Kommunikationsdiensten in den 1980er Jahren ermöglichte größere Vielfalt und bessere Produkte.

### Eisenbahninfrastruktur

Die Trennung von Infrastruktur und Betrieb förderte in vielen europäischen Ländern den Wettbewerb und verbesserte die Dienstleistungen.

## STRATEGISCHE BEDEUTUNG DIESER FORDERUNG

**a. Vermeidung von Interessenkonflikten und Marktmachtmissbrauch:** Die Trennung verhindert, dass Unternehmen ihre Werbetechnologien und -netzwerke nutzen, um eigene Inhalte zu bevorzugen und Wettbewerber zu benachteiligen.

**b. Förderung eines offenen Internets:** Durch die Sicherstellung, dass alle Inhalte gleichberechtigt und ohne Diskriminierung zugänglich sind, wird die Meinungsfreiheit und der freie Austausch von Informationen gefördert sowie eine Finanzierung der Angebote über Werbung erst ermöglicht.

**c. Fairer Wettbewerb:** Die Verhinderung, dass große Digital-Unternehmen ihre Marktmacht ausnutzen, um kleinere Wettbewerber zu verdrängen, fördert Innovation und Vielfalt im digitalen Raum.

**d. Verbraucherschutz:** Fairer Wettbewerb führt zu einer größeren Vielfalt und besseren Qualität von Inhalten und Diensten.

**e. Vermeidung von Zensur:** Die Trennung von Werbetechnologien/-netzwerken und Inhalten verringert die Gefahr von Zensur und Informationskontrolle durch wenige mächtige Unternehmen.

**f. Förderung von Innovation:** Ein Umfeld, in dem sich Anbieter auf ihre Kernkompetenzen konzentrieren, fördert Innovation und technologische Entwicklung.

## 2. VERPFLICHTUNG ZUR UNEINGESCHRÄNKTEN VERLINKUNG UND EXTERNEN NAVIGATION

### Aktuelle Situation

Viele Plattformen erlauben es Nutzern zwar, externe Links zu nutzen, leiten diese jedoch innerhalb eines eingebetteten Browsers oder Rahmens weiter. Dies führt dazu, dass Nutzer die Plattform effektiv nicht verlassen und ihre Navigation eingeschränkt wird. Diese Praxis reduziert die Freiheit der Nutzer und erschwert den Zugang zu externen Inhalten.

**Forderung** Plattformen müssen verpflichtet werden, Nutzern die uneingeschränkte Nutzung externer Links zu ermöglichen, die tatsächlich zu den externen Websites führen. Eine klare Trennung ist notwendig, um die Freiheit zur Navigation im Internet sicherzustellen und den Nutzern eine echte Wahl zu bieten.

## STRATEGISCHE BEDEUTUNG DIESER FORDERUNG

**a. Förderung von Nutzerfreiheit und Transparenz:** Uneingeschränkte Verlinkung stärkt die Freiheit und Kontrolle der Nutzer über ihr Online-Erlebnis und erhöht die Transparenz und Unabhängigkeit.

**b. Wettbewerbsfähigkeit und Innovationsförderung:** Gleiche Chancen für externe Anbieter fördern fairen Wettbewerb und stärken die Innovationskraft und Vielfalt im Internet.

**c. Vermeidung von Monopolbildung und Machtkonzentration:** Uneingeschränkte Verlinkung verhindert, dass große Plattformen ihre Marktmacht nutzen, um Nutzer innerhalb ihres Ökosystems zu halten, anstatt auf die Seiten der Content-Anbieter zu führen. Damit wird die Monetarisierung auf Kosten der Content-Anbieter auf der eigenen Plattform bzw. im eigenen Netzwerk der Digital-Giants forciert.

[Übersicht der Verfahren gegen Google im Anhang](#)

**d. Verbesserung der Nutzererfahrung:** Das Öffnen externer Links in einem neuen Tab oder Fenster ermöglicht eine klare und ungehinderte Navigation, was die Nutzererfahrung erheblich verbessert.

**e. Stärkung der Informationsfreiheit:** Uneingeschränkte Navigation zu externen Websites fördert die Informationsfreiheit im Internet, die essenziell für demokratische Gesellschaften ist.

**f. Förderung der Integrität und Glaubwürdigkeit der Plattformen:** Plattformen, die uneingeschränkte Verlinkung erlauben, demonstrieren Integrität und Glaubwürdigkeit, was das Vertrauen der Nutzer stärkt.

## 3. EINFÜHRUNG VON STANDARDS FÜR PLATTFORMÜBERGREIFENDE INTEROPERABILITÄT

### Aktuelle Situation

Digitale Plattformen agieren häufig in abgeschotteten Ökosystemen, die den Austausch von Inhalten und Daten zwischen verschiedenen Plattformen erschweren. Dies führt zu technischen Barrieren, die den Wettbewerb einschränken und die Marktkonzentration fördern.

**Forderung** Digitale Plattformen müssen offene Standards für die Interoperabilität von Inhalten und Diensten einführen, um einen nahtlosen Austausch zwischen verschiedenen Plattformen zu ermöglichen. Solche Standards fördern Innovation, indem sie es kleineren Anbietern erlauben, sich in größere Plattformen zu integrieren und den Wettbewerb zu beleben. Ein interoperables System gewährleistet außerdem, dass Nutzer ihre bevorzugten Dienste ohne Einschränkungen wählen können.

## STRATEGISCHE BEDEUTUNG DIESER FORDERUNG

**a. Förderung des Wettbewerbs und der Innovation:** Offene Standards für Interoperabilität ermöglichen es kleineren Anbietern, sich nahtlos in größere Plattformen zu integrieren, was die Wettbewerbsfähigkeit und Innovation stärkt.

**b. Reduzierung von Abhängigkeiten und Monopolstellungen:** Interoperabilität verringert die Abhängigkeit der Nutzer von einzelnen Plattformen und verhindert die Bildung von Monopolen, da sie den Wechsel zwischen verschiedenen Diensten erleichtert.

**c. Erhöhung der Nutzerfreundlichkeit und Zufriedenheit:** Interoperable Inhalte und Dienste verbessern die Nutzererfahrung und -zufriedenheit, da sie es den Nutzern ermöglichen, ihre bevorzugten Plattformen und Dienste ohne technische Hindernisse zu wählen.

**d. Erleichterung des Daten- und Inhaltsaustauschs:** Offene Standards ermöglichen einen effizienten Austausch von Daten und Inhalten zwischen verschiedenen Plattformen, wodurch Zusammenarbeit und Effizienz gesteigert werden.

**e. Förderung einer offenen und fairen digitalen Wirtschaft:** Interoperabilität stellt sicher, dass alle Marktteilnehmer gleiche Chancen haben, was zu einem inklusiveren und ausgewogeneren wirtschaftlichen Umfeld führt.

**f. Erhöhung der Sicherheits- und Datenschutzstandards:** Offene Interoperabilitätsstandards können helfen, Sicherheits- und Datenschutzstandards zu erhöhen, indem sie gemeinsame Protokolle und Verfahren festlegen.

**g. Unterstützung der regulatorischen Compliance:** Offene Standards erleichtern es Unternehmen, regulatorische Anforderungen zu erfüllen und reduzieren den Aufwand sowie die Kosten für die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften.

## 4. BEGRENZUNG DES MARKTANTEILS DIGITALER PLATTFORMEN

### Aktuelle Situation

Die zunehmende Marktkonzentration in der digitalen Wirtschaft führt zu einer Monopolisierung, die die Vielfalt der Meinungen und Inhalte gefährdet und den Wettbewerb unterdrückt.

**Forderung** Die EU muss das Wettbewerbsrecht verschärfen und eine schnellere Durchsetzung von Regulierungsmaßnahmen gewährleisten, um ein faires Wettbewerbsumfeld sicherzustellen. Um Monopolisierung und Marktkonzentration zu verhindern, fordern wir die Einführung einer Obergrenze von 30 Prozent Marktanteil für digitale Plattformen. Diese Regelung soll sicherstellen, dass kein einzelnes Unternehmen zu viel Marktmacht ansammelt und die Vielfalt der Meinungen und Inhalte gefährdet. Der Marktanteil soll anhand der Gesamtzahl der aktiven Nutzer, des Umsatzes und der Gesamtdatenmenge, die durch die Plattform fließt, berechnet werden.

## STRATEGISCHE BEDEUTUNG DIESER FORDERUNG

### a. Förderung eines wettbewerbsfähigen

**Marktes:** Eine Obergrenze von 30 Prozent Marktanteil verhindert die Dominanz einzelner Unternehmen und fördert einen fairen Wettbewerb, in dem Innovation und Vielfalt gedeihen können.

**b. Schutz der wirtschaftlichen Vielfalt:** Die Begrenzung des Marktanteils schützt kleinere Unternehmen vor unfairem Wettbewerb und fördert ein diversifiziertes wirtschaftliches Umfeld.

**c. Erhalt der Meinungsvielfalt:** Durch die Verhinderung der Marktkonzentration wird die Vielfalt der Meinungen und Inhalte im digitalen Raum geschützt, was für die demokratische Teilhabe essenziell ist.

**d. Reduzierung des Risikos von Marktmachtmissbrauch:** Eine Obergrenze verhindert, dass Unternehmen ihre Marktmacht ausnutzen, um Preise zu diktieren oder den Zugang zu Märkten und Inhalten zu kontrollieren.

## 5. VERBOT DER KOMMERZIELLEN NUTZUNG ILLEGALER INHALTE

### Aktuelle Situation

Der Digital Services Act (DSA) der Europäischen Union enthält bereits Regelungen zur Bekämpfung illegaler Online-Inhalte. Plattformen und Dienstleister sind verpflichtet, proaktiv Maßnahmen zu ergreifen, um strafbare Inhalte wie Hassrede, Terrorismus, Kinderpornografie und andere illegale Inhalte zu identifizieren und zu entfernen.

**Forderung** Die kommerzielle Nutzung illegaler Inhalte muss streng verboten werden. Unternehmen, die gegen diese Vorgaben verstoßen, müssen zur Rechenschaft gezogen und sanktioniert werden. Die Mittel aus Strafzahlungen sollen zweckgebunden in die Förderung der Digitalwirtschaft zurückfließen, um seriöse Anbieter zu unterstützen und die Verbreitung illegaler Inhalte weiter einzudämmen.

## STRATEGISCHE BEDEUTUNG DIESER FORDERUNG

**a. Schutz der Integrität des Internets:** Ein Verbot der Monetarisierung illegaler Inhalte trägt dazu bei, die Integrität und Sicherheit des Internets zu bewahren.

**b. Sicherstellung der Compliance:** Plattformen müssen ihre Verantwortung wahrnehmen und sicherstellen, dass illegale Inhalte nicht monetarisiert werden.

**c. Förderung einer ethischen Digitalwirtschaft:** Die Sanktionierung von Verstößen und die Umleitung der Strafgebühren in die Förderung seriöser Anbieter stärkt das Vertrauen in die digitale Wirtschaft und fördert ethisches Verhalten.

## 6. TRANSPARENZ BEI ALGORITHMEN UND DATENVERARBEITUNG

### Aktuelle Situation

Die intransparenten Algorithmen und Datenverarbeitungsprozesse großer Plattformen untergraben das Vertrauen der Nutzer und behindern die informierte Entscheidungsfindung.

**Forderung** Plattformen sollen verpflichtet werden, die Funktionsweise ihrer Algorithmen offenzulegen und die Nutzer umfassend sowie verständlich über die Verwendung ihrer Daten zu informieren. Diese Transparenz schafft Vertrauen und ermöglicht es den Nutzern, eine informierte Entscheidung über ihre Online-Aktivitäten zu treffen.

## STRATEGISCHE BEDEUTUNG DIESER FORDERUNG

**a. Schaffen von Vertrauen:** Transparenz bei Algorithmen und der Datenverarbeitung stärkt das Vertrauen der Nutzer in die Plattformen.

**b. Förderung informierter Entscheidungen:** Eine umfassende Aufklärung über die Verwendung von Algorithmen und Daten ermöglicht es den Nutzern, informierte Entscheidungen über ihre Online-Aktivitäten zu treffen.

**c. Schutz der Privatsphäre:** Durch die Offenlegung der Datenverarbeitung können Nutzer besser nachvollziehen, wie ihre Daten verwendet werden, was den Schutz ihrer Privatsphäre stärkt.

## 7. FÖRDERUNG DEZENTRALER NETZWERKSTRUKTUREN

### Aktuelle Situation

Die zentrale Kontrolle über große Teile des Internets durch wenige Unternehmen führt zu einer Konzentration von Macht und Ressourcen.

**Forderung** Zur Stärkung der Unabhängigkeit und Resilienz des Internets sollen dezentrale Netzwerke und Technologien gefördert werden. Diese Initiativen bieten eine Alternative zu den zentralisierten Strukturen der großen Tech-Unternehmen und unterstützen ein vielfältigeres sowie widerstandsfähigeres digitales Ökosystem. Dezentrale Netzwerke können die Kontrolle und Macht über Daten und Inhalte breiter verteilen, was zu einem faireren und sichereren Internet führt.

## STRATEGISCHE BEDEUTUNG DIESER FORDERUNG

**a. Förderung der Vielfalt:** Dezentrale Netzwerke tragen zu einer größeren Vielfalt bei. Dezentrale Netzwerke fördern eine größere Vielfalt im digitalen Raum, indem sie die Macht über Daten und Inhalte breiter verteilen.

**b. Erhöhung der Resilienz:** Durch die Förderung dezentraler Strukturen wird die Resilienz des Internets gestärkt, was es widerstandsfähiger gegen Störungen und Manipulationen macht.

**c. Schutz der Nutzerrechte:** Dezentrale Netzwerke können dazu beitragen, die Rechte der Nutzer besser zu schützen, indem sie die Kontrolle über ihre Daten zurück in ihre Hände legen.

## ABSICHTSERKLÄRUNG

Der Online-Vermarkterkreis im Rahmen des iab austria fordert die Europäische Kommission und das Europäische Parlament auf, diese Maßnahmen zu unterstützen und umzusetzen. Nur durch entschlossenes und gemeinsames Handeln können wir ein freies, offenes und gerechtes Internet für alle sicherstellen.

ABSENDER Online-Vermarkterkreis  
im Rahmen des IAB Austria

WIR LADEN ALLE INTERESSIERTEN EIN, SICH  
UNS ANZUSCHLIESSEN UND GEMEINSAM FÜR  
EINE POSITIVE VERÄNDERUNG IM DIGITALEN  
RAUM EINZUTRETEN.

## ANHANG

### ÜBERSICHT DER VERFAHREN GEGEN GOOGLE

#### 2018 - ANDROID-FALL Kläger: Europäische Kommission

**Grund der Klage:** Illegale Monopolisierung des Marktes durch die Bündelung von Google-Apps auf Android-Geräten.

**Ausgang:** Google wurde zu einer Rekordstrafe von 4,34 Milliarden Euro verurteilt. Das Verfahren wird weiterhin vor Gericht verhandelt.

**Summe:** 4,34 Milliarden Euro.

## 2019 - ADSENSE-FALL

### Kläger: Europäische Kommission

**Grund der Klage:** Missbrauch der Marktstellung durch wettbewerbswidrige Klauseln im AdSense-Programm.

**Ausgang:** Google wurde zu einer Geldstrafe von 1,49 Milliarden Euro verurteilt. Google hat die Entscheidung angefochten.

**Summe:** 1,49 Milliarden Euro.

## 2021 - WERBETECHNOLOGIE-FALL

### Kläger: Französische Wettbewerbsbehörde (Autorité de la concurrence)

**Grund der Klage:** Missbrauch der Marktmacht im Bereich der digitalen Werbung durch Bevorzugung eigener Technologien.

**Ausgang:** Google wurde zu einer Geldstrafe von 220 Millionen Euro verurteilt und stimmte zu, Änderungen an seiner Werbetechnologie vorzunehmen.

**Summe:** 220 Millionen Euro.

## 2021 - LLOYD V. GOOGLE

### Kläger: Richard Lloyd/Sammelklage

**Grund der Klage:** Verletzung der Datenschutzrechte von Millionen britischen Nutzern durch unrechtmäßige Datenerhebung.

**Ausgang:** Der Oberste Gerichtshof des Vereinigten Königreichs wies die Klage ab, da kein nachweisbarer finanzieller Schaden entstanden war.

**Summe:** Keine Strafe

## 2021 - GOOGLE ANALYTICS-FALL

### Kläger: Kläger: Max Schrems und Noyb (None of Your Business)

**Grund der Klage:** Datenschutzverletzungen durch die Nutzung von Google Analytics, insbesondere im Hinblick auf den Datentransfer in die USA.

**Ausgang:** Mehrere europäische Datenschutzbehörden haben entschieden, dass die Nutzung von Google Analytics gegen die DSGVO verstößt. Weitere rechtliche Schritte sind noch anhängig.

**Summe:** Noch nicht festgelegt

## 2021 - AD-TECH-KLAGE

Kläger: Verschiedene Verlage in der EU und UK

**Grund der Klage:** Vorwurf, dass Google Verlagen durch wettbewerbswidrige Praktiken Milliarden an Einnahmen vorenthalten hat.

**Ausgang:** Die Klage ist noch anhängig, aber es wird erwartet, dass Google bis zu 25 Milliarden Euro zahlen muss.

**Summe:** Bis zu 25 Milliarden Euro.

## 2024 - ANTITRUST-FALL

Kläger: Kläger: US-Justizministerium (DOJ) und mehrere Bundesstaaten

**Grund der Klage:** Illegale Monopolisierung des Marktes für digitale Werbetechnologien und Suchmaschinen.

**Ausgang:** Ein Bundesgericht hat entschieden, dass Google gegen das Kartellrecht verstoßen hat. Weitere Anhörungen zur Festlegung der Abhilfemaßnahmen stehen noch aus.

**Summe:** Noch nicht festgelegt.

DER **OVK** STEHT ALLEN POLITISCHEN ENTSCHEIDUNGSTRÄGERN, SPITZENBEAMTEN UND ÖFFENTLICHEN INSTITUTIONEN ALS ANSPRECHPARTNER UND EXPERTENORGANISATION DER ÖSTERREICHISCHEN **DIGITALEN KOMMUNIKATIONS- UND WERBEWIRTSCHAFT** ZUR VERFÜGUNG.

### KONTAKT

**Online-Vermarkterkreis im iab austria**

Eugen Schmidt

Leitung OVK

[OVK@iab-austria.at](mailto:OVK@iab-austria.at)

0043 664 88 606 780

[www.iab-austria.at/iab-austria/arbeitsgruppen/ovk/](http://www.iab-austria.at/iab-austria/arbeitsgruppen/ovk/)