



Global Institute for  
Structure relevance,  
Anonymity and  
Decentralization i.G.

**GISAD Stellungnahme zu <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13308-EU-Wettbewerbsrecht-Aktualisierung-der-Bekanntmachung-uber-die-Marktdefinition-Uberarbeitung- de>**

GISAD (Global Institute for Structure relevance, Anonymity and Decentralisation i.G.) ist ein Institut in Gründung. GISAD will aus Sicht der Bürger Europas ein Digital-System (EU-D-S) entwickeln, welches sich im Systemwettbewerb mit Torwächtern und einem Social Credit System behaupten kann.

Ziel von GISAD ist die Begleitung bei der Erstellung eines ganzheitlichen Marshallplans, wie dieser von der Präsidentin der Europäischen Kommission, Ursula von der Leyen gefordert wurde. Kern des Marshallplans muss ein auf Bürgerrechte und Vielfalt angepasstes Digitalkonzept sein. Bei Einzelmaßnahmen ohne eigenes Gesamtsystem besteht die Gefahr für Europa, den Systemwettbewerb gegen andere Wirtschaftsräume wie ein zentral gesteuertes China zu verlieren.

- Die Stellungnahme von GISAD steht unter dem Vorbehalt, dass sie als Teil eines Digital-Gesamtkonzepts zu verstehen ist (Mehrfachnutzen der gleichen Infrastruktur ohne Mehrkosten).

GISAD hat drei Ziele definiert, auf welche sich ein Marshallplan fokussieren sollte:

1. Die optimale Veredelung und einfache Verwertung digitaler Daten, bei Erhalt von Vielfalt und leistungsgerechter Einbindung aller an der Wertschöpfung Beteiligten.
2. Die stigmatisierungsfreie, lebenslange digitale Einbindung aller Bürger mit Anreizen zur Selbstentfaltung.
3. Die digitale Gewährleistung der notwendigen staatlichen Aufgaben zum Erhalt der Sicherheit für Bürger, Wirtschaft und Staat, bei Beibehaltung vordigitaler demokratischer Errungenschaften.

**Herausforderungen:**

GISAD begrüßt die Überprüfung der Marktdefinitionsbekanntmachung von 1997. Jedoch in eine Ex-post-Evaluierung der EUGH Urteile und Erkenntnisse auf Basis des jeweils relevanten Produktmarkts und relevanten räumlichen Marktes alleine durch Bewertung der sich digital entwickelnden Märkte nicht zielführend.

Die derzeit von den Torwächtern angewandten Konzepte entziehen sich im Wesentlichen der Bewertung durch das europäische Wettbewerbsrecht und zwar:

- Technisch, durch den Einsatz von einer Metaebene, in der jeder den Markt verfälschen kann, in dem er Keywords hinterlegt, welche nicht mit dem eigentlichen Angebot übereinstimmen und so Kunden gewinnt, welche sich eigentlich in diesem Markt nicht bewegen wollen,
- Psychologisch, in dem in Social Media Systemen Blasen erzeugt werden und in denen Influencer jenseits von definierten Märkten auf Zielgruppen zugeschnittene Geschäftsmodelle unterstützen,
- Konzeptionell, indem zu Lasten von Vielfalt vertikal skalierende Geschäftsmodelle eingesetzt werden. Dabei wird unmittelbar die soziale Identität der einzelnen Sprachräume angegriffen und aufgelöst. In einem zweiten Schritt ist zu befürchten, dass hierdurch das Selbstkonzept und die hierauf basierenden Kontrollinstanzen, in Bezug Demokratie, Bürgerrechte und Vielfalt in Europa durch eine globale Fremdidentität ersetzt werden. Das Ergebnis ist der Verlust des Selbstwertgefühls der Einzelnen genauso wie der sozialen Gruppen und diese repräsentierenden Staaten.

Von den Torwächtern wird unterstellt, dass sie eher zufällig auf Geschäftsmodelle gestoßen sind, welche die Bedürfnisse ihre Kunden optimal befriedigen. GISAD hat der Kommission Hinweise vorgelegt, dass durch rechtsferne Methoden, Konzepte, welche den über Jahrtausende erarbeitenden europäischen Status Quo erhalten wollen, verhindert wurden. Heute sind Torwächter in der Lage, Märkte nach ihren Wünschen zu gestalten und so zu verwässern, dass sich über die reine Marktdefinition das Wettbewerbsrecht nur noch schwer durchsetzen lässt. Hierzu kommen versteckte Abhängigkeiten, in denen Unternehmen am Markt überhaupt nicht mehr wahrgenommen werden, wenn sie bei den Torwächtern keine Werbung schalten.

Wie auch aus der Stellungnahme zu dieser Initiativen durch den BDI abzuleiten ist, besitzt die EU Kommission derzeit keine wirkungsvollen Indikatoren, um digitale Märkte zu definieren. Sie benötigt dringend ein Ex-Ante-Instrument, um Wettbewerbsrecht überhaupt noch durchsetzen zu können. Voraussetzung hierfür ist eine Infrastruktur der Daseinsvorsorge, in der Bürger, Wirtschaft und der Staat sich miteinander austauschen können, ohne hierfür auf die Hilfe/Beherrschung fremder Torwächter angewiesen zu sein. Hieraus müssen den Wettbewerbshütern umfangreiche, nicht personalisierte Daten zur Verfügung gestellt werden, aus denen eine Veränderung des Kaufverhaltens der Kunden und sich verändernder Märkte und Geschäftsmodelle auch für das weiter bestehende Internet abgeleitet werden kann.

### **Mindeststandards für das Wettbewerbsrecht, welche im EU-D-S umgesetzt werden:**

Um eine klare Definition der sachlich relevanten Produktmärkte zu erhalten, schlägt GISAD ein mehrstufiges Verfahren vor:

1. Definition und Standardisierung von Kategorien für alle Produktmärkte. Dieser Schritt wurde bereits durch das [GraTeach Institut](#) übernommen. Die Einkaufsstraßen der 60 größten deutschen Städten wurden systematisch mit allen Geschäften und Dienstleistern erfasst. Die Kategorien der wesentlichen Bibliotheken wurden integriert. Dabei wurde festgestellt, dass mehr als 1.000 Kategorien nicht praktikabel sind. Auch wurde auf Subkategorien, wie zum Beispiel bei eCl@ss verzichtet. Im Hintergrund werden jedoch 45 Disziplinen als über den Kategorien liegende Ordnung verwaltet.
2. Es wurde ein [Europapatent](#) angemeldet, welches eine Sucheingabe in die Phoneme der jeweiligen Sprache zerlegt und bei Berücksichtigung von weiteren Phonemen eine oder mehrere der standardisierten Kategorien findet und an dahinter liegende Plattformen die Sucheingabe in deren Suche übergibt. Eine Manipulation über eine Metaebene ist ausgeschlossen. Jedoch kann den Nutzer je Kategorie weitere Präferenzen oder auch Suchwörter hinterlegen.
3. Es wurde ein [Social Media Konzept](#) entwickelt, im dem je Phonem einer Sprache, Nutzer Sinnseiten einstellen können. Da das Phonem von der Sprache vorgegeben ist, ist es nicht manipulierbar. Nicht derjenige, der die größten Emotionen weckt, sondern derjenige, der etwas sachlich Passendes auf seiner Sinnseite veröffentlicht, hat die Chance, als Trendsetter als erster in den Suchergebnissen wahrgenommen zu werden. In Deutsch und Englisch sind die Phoneme weitgehend bereits Kategorien zugeordnet. Das Social Media Konzept beinhalten ein Verfahren, in dem die Phoneme als kleinste sinntragende Einheit bei der Sinnseitenerstellung auch für beliebige andere Sprachen gefunden und hinterlegt werden. Hierauf aufgesetzt werden können verschiedenste EU-Initiativen zur Bildung, Datenverwertung und Mitbestimmung, siehe <https://gisad.eu/category/social-system-education/>.
4. Es ist in jedem Sprachraum ein Gremium zu bilden, welches den Kategorienstandard an die Veränderungen der Begrifflichkeiten anpasst und zu einem gemeinsamen Kategorienstandard mit den anderen Sprachgremien abstimmt. In diesem Zusammenhang sind auch Eindeutigkeiten in Abstimmung mit der Marktdefinition der Europäischen Kommission zu berücksichtigen.

Um eine klare Definition der räumlich relevanten Märkte zu erhalten, schlägt GISAD folgende Voraussetzungen vor:

- Automatisch muss die autorisierte Teilnahme innerhalb des EU-D-S überprüfbar sein.
- Über jede verwendete IP-Adresse ist die zu dem Herkunftsort eines Bürgers zugehörige Trust-Station ähnlich einem KFZ-Kennzeichen eindeutig identifizierbar.
- Hierdurch können regionale Geschäfte zwischen Einheimischen und Touristen unterscheiden und ihre Angebote entsprechend anpassen.
- Der Nutzer kann eine globale Suche auf eine Region einschränken. Bei den Suchen der Torwächter funktioniert das entweder über erweiterte Metatags in Form zum Beispiel eines Städtenamens oder über die unmittelbare Umgebungsanzeige einer Karte. Hierdurch werden von den globalen Suchmaschinen globale Produkthanbieter zu Lasten regionaler Angebote bevorzugt. Auch wenn der Nutzer eigentlich zum Beispiel griechische Spezialitäten digital so erleben will, als ob er in Griechenland wäre, haben globale Anbieter die Möglichkeit, eine Anzeige in allen Sprachen zu allen griechischen Regionen zu schalten. Das Ergebnis ist der Verlust der regionalen Vielfalt und die Bevorzugung der globalen Anbieter. Dem tritt das EU-D-S entgegen, indem der Nutzer in seinen Präferenzen bestimmt, ob er global oder aus einer bestimmten Region Ergebnisse sehen will und dann genau die erwarteten Ergebnisse bekommt.
- Das Social Media Konzept ermöglicht, in der gleichen Sprache Gleichgesinnte der gleichen Kategorie zu finden, aber auch in anderen Sprachen Gleichgesinnte mit Sinnseiten mit dem gleichen Sinn zu finden. Durch die heutigen zunehmend guten automatischen Übersetzungsprogramme können die Sinnseiten automatisch übersetzt in der eigenen Sprache angezeigt werden und so die globale Gemeinschaft gestärkt werden, ohne die eigene sprachliche Identität einzuschränken. Auch hier entscheidet der Nutzer, ob er auf regionaler Ebene, in der gleichen Sprache oder global Gleichgesinnte finden will.

#### **Erhalt der Marktdefinition für die Zukunft:**

Überlässt man die digitale Entwicklung den Global Playern, so wird in naher Zukunft jede Marktdefinition ins Leere laufen. Microsoft hat sich gerade für eine Milliarde US-Dollar eine Exklusivlizenz für die Sprach-KI GPT-3 gekauft. Diese muss nicht je Anwendung neu trainiert werden, sondern kann anhand eines trainierten Weltbilds, unstrukturierte Daten auswerten. Vor diesem Hintergrund sind Konzepte denkbar, in denen Geschäftsmodelle und Produkte Just in Time für Kundengruppen oder sogar einzelne entwickelt werden können. Die Marktzugehörigkeit entfällt völlig. Eine andere Gefahr für die Marktdefinition geht vom Metaverse aus, in dem perspektivisch versucht wird, über eine dominante Präsenz der Nutzer im Virtuellen, Spielregeln einer virtuellen Welt auf die reale Welt zu übertragen. Beide Ansätze lassen eine weitere Steigerung der Manipulation der Nutzer zu Gunsten der Geschäftsmodelle der Global Player erwarten.

Im EU-D-S wird Technologie hingegen als Mittel zum Zweck zum Erhalt und der Optimierung demokratischer gesellschaftlicher Errungenschaften und ihrer Märkte verstanden.

- Konflikte der Datenverwertung mit der DSGVO bestehen nicht, da Daten im EU-D-S grundsätzlich getrennt von einem Personenbezug verwendet werden und so beliebig von den Mitgliedern der Genossenschaften der einzelnen Sprachräume verwertet werden können,
- Es wird darauf geachtet, dass hinter den einzelnen Kategorien unterschiedliche Plattformen eingebunden sind und so eine Wahlfreiheit für den Nutzer zwischen den verwendeten Algorithmen besteht.
- Die Daten werden nur innerhalb einer Kategorie gesammelt. Hierdurch wird der Anspruch einer omnipotenten KI verhindert. Zwischen zwei Kategorien ist eine Interaktion von KI-Systemen nur in dem Rahmen möglich, wie sie von Menschen überwacht und verstanden werden können.

Die Marktdefinition kann so im Wesentlichen auch in der Zukunft erhalten bleiben.

