

Bei der vorzunehmenden Interessenabwägung ist zu beachten, dass die datengestützte Überwachung (bspw. des Arbeitsplatzes) durch die DS-GVO nicht per se verboten ist.⁴⁰ Allerdings darf spiegelbildlich nicht außer Acht gelassen werden, dass solche Überwachungsmaßnahmen mit einer erheblichen Gefährdung für die Grundrechte und Interessen der betroffenen Personen in Gestalt der Fahrzeugführer einhergehen.⁴¹ So lassen sich womöglich aus Standort- und Bewegungsdaten umfangreiche Ableitungen über präferierte Routen und Rastgewohnheiten gewinnen, mit denen wiederum Profilbildung und Ausforschung der Persönlichkeit eines Fahrzeugführers ermöglicht werden könnten. Demgegenüber besteht zwar ein wirtschaftliches Interesse des Flottenbetreibers an einer Kontrolle der Fahrzeugnutzung. Wenn und soweit aber (noch) kein konkreter, einen Verdacht der unsachgemäßen Fahrzeugnutzung begründender Anlass aufgetreten ist, dürfte die kontinuierliche Überwachung der Nutzung der Fahrzeuge als zu weitreichend einzustufen sein. Dieser Befund wird verstärkt vor dem Hintergrund der kaum als gravierend einzuschätzenden Kosten einer vereinzelt Privatnutzung. Mithin sprechen gute Gründe dafür, den Interessen des Fahrzeugführers als der betroffenen Person das höhere Gewicht einzuräumen. Etwas anderes mag gelten, falls ein konkreter Anhaltspunkt bzw. Grund für die Überprüfung der Nutzung des Fahrzeuges eines einzelnen Fahrzeugführers (etwa als Arbeitnehmer oder Mieter) vorhanden ist.

VI. Summary

Generally, under the current version of the draft Data Act (Draft DA), the operator of a fleet of vehicles (Fleet Ope-

rator) will have a right to access customer- and user-related vehicle data. However, as set out above and to the extent that the vehicle data includes personal data, the disclosure of at least certain vehicle data to the Fleet Operator by the manufacturer of the relevant vehicles (Manufacturer) may conflict with the rights of the driver of the relevant vehicle (Driver) under applicable data protection law.

Hence, the Manufacturer finds himself in a legal dilemma: If the Manufacturer refuses access to or disclosure of the relevant vehicle data, such refusal may result in a fine under the Draft DA; however, if the Manufacturer grants access to or discloses the vehicle data to the Fleet Operator without having a legal basis under applicable data protection law, this may result in liability claims of the Driver and data protection related fines.

Therefore, to the extent practicable and legally possible, the Manufacturer may be well advised to obtain the Driver's prior consent for the granting of access to or disclosure of the relevant vehicle data to the Fleet Operator. Where this is not an option, the Manufacturer would have to assess if and to what extent they can rely on the legal basis of legitimate interests. This will require the Manufacturer to carry out a so-called balancing test to ensure that the legitimate interests are not overridden by the Driver's interests, rights or freedoms. This will also require the Manufacturer to distinguish between the different types of data, which will result in significant practical efforts and legal uncertainty.

⁴⁰ Vgl. Art. 88 Abs. 2 DSGVO.

⁴¹ Vgl. Zöll, in: Taeger/Gabel, DSGVO/BDSG/TTDSG, 4. Aufl. 2022, DSGVO, Art. 88, Rn. 34.

Thomas Kahl und Sophia-Marie Kling, Frankfurt*

Connected Vehicle Services und der Digital Services Act

Vernetzte Fahrzeuge sind aus der Mobilitätslandschaft nicht (mehr) wegzudenken. Fast jedes Fahrzeug ist „connected“. Fahrzeughersteller und andere Player im Ökosystem vernetzter Fahrzeuge richten ihr Angebot immer stärker auf den vernetzten Fahrer aus. Connected Vehicle Ökosysteme werden zu mobilen Marktplätzen, über die alle Arten digitaler Dienstleistungen direkt über die Connected Vehicle Services App oder – je nach Setup – in der Headunit gebucht werden können. Mit der Europäischen Digitalstrategie versucht die EU einen Binnenmarkt für Daten zu etablieren und auf die Herausforderungen des Internets und damit verbundener vernetzter Ökosysteme zu reagieren. Ein Baustein der Strategie ist der Ende 2022 in Kraft getretene Digital Services Act (DSA). Der folgende Beitrag soll die Auswirkungen des DSA auf Connected Vehicle Services sowie Lösungsansätze für die praktische Umsetzung aufzeigen.

I. Connected Vehicle Services

Connected Vehicle Services (im Folgenden auch „CV Services“) statten vernetzungsfähige Fahrzeuge mit verschie-

densten digitalen Zusatzfunktionen und -diensten aus. CV Services sollen nicht nur das Fahrerlebnis für Nutzer sicherer, effizienter und komfortabler gestalten.¹ Über sie lassen sich ebenso Drittdienste wie z. B. Musik-Streamingdienste, Sprachassistenzsysteme, Kartendienste usw. nutzen. Teil von CV Services können auch Communities, Foren und Kommunikationsfunktionen (z. B. Chats) sein, die die Möglichkeit bieten, mit anderen Nutzern zu kommunizieren und Informationen auszutauschen. Die Gestaltungen sind vielfältig. CV Services lassen sich grob in vier Kategorien unterscheiden, für die – wie nachfolgend aufgezeigt wird – teils ganz unterschiedliche rechtliche Anforderungen gelten:

Zum einen gibt es CV Services, bei denen der Diensteanbieter (i. d. R. Automobilhersteller (Hersteller) oder deren Vertriebsgesellschaften) gegenüber dem Endkunden (i. d. R. der Fahrer oder Halter eines Fahrzeugs) einen eigenen Dienst anbietet, wie beispielsweise Telematik- und

* Mehr über die Autoren erfahren Sie auf S. III.

¹ Kahl/Lie, in: RAW 2022, 106, 107.

Remote-Dienste oder einen Shop mit eigenen Produkten etc. (1.). Daneben finden sich CV Services, bei denen der Diensteanbieter gegenüber dem Endkunden fremde Dienste oder Produkte als Reseller auf eigenen Namen und auf eigene Rechnung anbietet und vermarktet (2.). Teilweise ermöglichen CV Services in Communities und Foren den Austausch von Informationen beziehungsweise die Kommunikation zwischen Nutzern (3.). Darüber hinaus können Diensteanbieter Dritten die Möglichkeit bieten, innerhalb des Connected Vehicle Ökosystems ihre Dienste an die Nutzer zu vermarkten, wobei Nutzer auch Verbraucher sein können (4.). Voraussetzung für die Aktivierung und Nutzung der CV Services ist regelmäßig der Download der entsprechenden App und/oder das Anlegen eines Benutzerkontos im jeweiligen Dienst. Zur Authentifizierung und Koppelung des Benutzerkontos mit einem Fahrzeug sind regelmäßig die Eingabe der Fahrzeugidentifizierungsnummer (FIN) und gegebenenfalls weitere Verifizierungsparameter erforderlich.²

II. Digital Services Act

Der DSA³ ersetzt und ergänzt die alte E-Commerce-Richtlinie.⁴ Er trat am 16.11.2022 in Kraft und gilt je nach Sachverhalt stufenweise ab dem 17.2.2022 beziehungsweise 2024.⁵ Ziel ist es, ein sicheres, berechenbares und vertrauenswürdiges Online-Umfeld für alle Akteure, insbesondere Verbraucher zu gewährleisten.⁶ Der Anwendungsbereich erstreckt sich auf Anbieter bestimmter Dienste der Informationsgesellschaft, also für jede in der Regel gegen Entgelt elektronisch im Fernabsatz und im individuellen Auftrag eines Nutzers erbrachte Dienstleistung.⁷ Die Regelungen gelten für Anbieter von Vermittlungsdiensten. Dies umfasst zum einen Anbieter besonderer Leistungen der „reinen Durchleitung“, „Caching“-Leistungen und „Hosting-Dienst(en)“ (vgl. Art. 11 ff.⁸). Sie enthalten zum anderen Vorgaben für Online-Plattformen wie soziale Netzwerke, über die Informationen ausgetauscht werden können (vgl. Art. 19 ff.). Sie regulieren zudem Online-Marktplätze, über die Verbraucher die Möglichkeit haben, Fernabsatzverträge mit Unternehmen abzuschließen (vgl. Art. 29 ff.). Zusätzlich gelten besondere Regelungen für sehr große Online-Plattformen und Online-Suchmaschinen, die eine durchschnittliche monatliche Nutzerzahl von 45 Millionen aktiven Nutzern haben. Die Vorschriften gelten unabhängig vom Niederlassungsort oder Sitz des jeweiligen Anbieters, sofern Dienste in der Union angeboten werden beziehungsweise eine wesentliche Verbindung zur Union besteht (Marktortprinzip).⁹

III. Problemstellung

Die Regelungen des DSA richten sich auf den ersten Blick an technische (Vermittlungs-)Dienste wie Hosting-Services sowie Suchmaschinen und Online-Plattformen. Der DSA setzt Spielregeln im Umgang mit (vermeintlich) rechtswidrigen Inhalten und soll die Transparenz in Online-Plattformen und -Suchmaschinen fördern. CV Services sind nicht im Fokus der Regelungen des DSA. Sie werden meistens kostenlos bereitgestellt. Sie ergänzen oftmals Funktionen und Leistungen im Fahrzeugumfeld und sind in der Regel kein „Stand-Alone“-Angebot der Hersteller. Die Nutzung von CV Services wird in der Regel nur Nut-

zern ermöglicht, die ein entsprechendes Fahrzeug besitzen, und ist somit nicht ohne Weiteres jedermann möglich. Anbieter von CV Services können damit schnell dem Irrtum unterliegen, sich nicht im Anwendungsbereich des DSA zu bewegen. Ein näherer Blick liefert jedoch ein anderes Bild, wie nachfolgend gezeigt wird (IV.). Finden die Regelungen Anwendung, bringt die praktische Umsetzung erhebliche Herausforderungen; dies zum einen, da die Erfüllung der Transparenz-, Sorgfalts- und Governancepflichten des DSA in Headunit und CV Service App auf Grund des limitierten Platzangebotes oftmals praktische Probleme bereitet, und zum anderen, da viele der Regelungen des DSA und deren Umsetzung wenig auf das Connected Vehicle Ökosystem passen und überdies völlig unklar sind.

IV. Regelungsinhalte des DSA im Überblick

Der DSA folgt vier aufeinander aufbauenden Regulierungsstufen, wobei auf jeder dieser Stufen zunehmend regulierungsintensivere Bestimmungen für die jeweiligen Normadressaten Anwendung finden. Zentrale Regelungen sind neben den aus der E-Commerce-Richtlinie übernommenen Haftungsprivilegierungen, unterschiedlich intensive Sorgfalts- und Transparenzpflichten. Viele Vorschriften decken sich inhaltlich mit anderen Vorschriften, die bereits aus der AVMD-Richtlinie¹⁰ bekannt sind beziehungsweise auf EU-Ebene bereits durch die Richtlinie (EU) 2018/1808 erneuert und weiter spezifiziert wurden. Auf nationaler Ebene finden sich entsprechende Regelungen im Telemediengesetz (TMG), in den Medienstaatsverträgen der Länder (MStV) und im Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG).¹¹ Schon nach diesem bestehenden Rechtsrahmen existieren Vorschriften zum Vorgehen gegen rechtswidrige Inhalte (Gewalt/Hass/Diskriminierung)¹², Kennzeichnungspflichten und inhaltliche Vorschriften bezüglich der Werbung¹³ sowie Schutzvorschriften zu Gunsten von Minderjährigen.¹⁴ Die größten und sicherlich praxisrelevantesten Neuerungen bringt der DSA insoweit, als viele (teils stark formalisierte) Transparenz- und Governancepflichten eingeführt werden, die auf Grund des weiten Anwendungsbereichs für eine Vielzahl an Diensten und Unternehmen jeder Größenordnung gelten.

Zum einen regelt der DSA die Haftung der Anbieter von Vermittlungsdiensten. Unterschieden wird zwischen „reiner

2 Kahl/Lie, in: RAW 2022, 106, 107.

3 Verordnung (EU) 2022/2065.

4 Richtlinie 2000/31/EG.

5 Art. 93.

6 Erwägungsgrund 3.

7 Erwägungsgrund 5.

8 Alle nachfolgend genannten Normen und Erwägungsgründe sind soweit nicht anders gekennzeichnet solche des DSA.

9 Erwägungsgrund 7.

10 Richtlinie 2010/13/EU.

11 [https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Service/gesetz-zur-aenderung-des-telemediengesetzes-und-zur-aenderung-weiterer-gesetze.html#:~:text=September%202020%20in%20deutsches%20Recht,TMG\)%201%3A1%20umzusetzen,zuletzt%20abgerufen%20am%2028.7.2023;DrS%203530%20Bundesgesetzblatt%20Jahrgang%202017%20Teil%20I%20Nr.%2067%20ausgegeben%20zu%20Bonn%20am%2012.10.2017,Drittes%20Gesetz%20zur%20Änderung%20des%20Telemediengesetzes%20vom%2028.9.2017,https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/Gesetz/drittes-gesetz-telemediengesetz.pdf?__blob=publicationFile&t=1,zuletzt%20abgerufen%20am%2028.7.2023.](https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Service/gesetz-zur-aenderung-des-telemediengesetzes-und-zur-aenderung-weiterer-gesetze.html#:~:text=September%202020%20in%20deutsches%20Recht,TMG)%201%3A1%20umzusetzen,zuletzt%20abgerufen%20am%2028.7.2023;DrS%203530%20Bundesgesetzblatt%20Jahrgang%202017%20Teil%20I%20Nr.%2067%20ausgegeben%20zu%20Bonn%20am%2012.10.2017,Drittes%20Gesetz%20zur%20Änderung%20des%20Telemediengesetzes%20vom%2028.9.2017,https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Downloads/Gesetz/drittes-gesetz-telemediengesetz.pdf?__blob=publicationFile&t=1,zuletzt%20abgerufen%20am%2028.7.2023.)

12 Notice and Takedown-Verfahren nach §§ 7–10 TMG.

13 § 6 TMG; Vorschriften des MStV.

14 Vorschriften des JMStV.

Durchleitung“¹⁵, „Caching-Leistung“¹⁶ und „Hosting-Dienst“¹⁷. Die Vorschriften decken sich im Wesentlichen mit denen des TMG, werden aber an einzelnen Stellen erweitert und ergänzt, u. a. durch Anforderungen an Allgemeine Geschäftsbedingungen (Art. 14) sowie die Pflicht zur Veröffentlichung eines jährlichen Transparenzberichts (Art. 15).

Zum anderen sind Anbieter von Online-Plattformen zur Einführung eines internen Beschwerdemanagementsystems (Art. 20, 21), Zusammenarbeit mit vertrauenswürdigen Hinweisgebern (Art. 22), der Implementierung von Maßnahmen und Schutz vor missbräuchlicher Verwendung (Art. 23) sowie erweiterten Transparenzberichtspflichten (Art. 24) verpflichtet. Schließlich gelten für Anbieter von Online-Plattformen weitere Vorgaben wie z. B. Werbevorschriften und Transparenzpflichten hinsichtlich der Empfehlungssysteme (Art. 26, 27).

Besondere Regelungen enthält der DSA für Marktplätze, d. h. Online-Plattformen, die Verbrauchern den Abschluss von Fernabsatzverträgen mit Unternehmern ermöglichen (Online-Marktplätze). Für diese gelten besondere Anforderungen bezüglich der Gestaltung der Nutzeroberfläche und Zurverfügungstellung von Pflichtinformationen (Art. 30–32).

Auf die Vorgaben für Anbieter von sehr großen Online-Plattformen und sehr großen Online-Suchmaschinen soll an dieser Stelle und in der Folge nicht weiter eingegangen werden.

Die durch den DSA implementierten Regelungen werden durch die EU-Kommission und/oder EU-Behörden reguliert und durchgesetzt. Bei Verstößen droht ein Beanstandungs-/Sanktionsrisiko, wobei ein Bußgeld in Höhe von bis zu 6% des weltweiten vorangegangenen Jahresumsatzes drohen kann.

V. Auswirkungen auf Connected Vehicle Services

Das wachsende Spektrum an CV Services führt bereits auf der ersten Stufe – der Einordnung des jeweiligen Services unter dem Anwendungsbereich des DSA – zu erheblichen Schwierigkeiten. Der nachfolgende Versuch einer ersten Einordnung folgt den unter 2. dargestellten vier Kategorien. Je nach Ausgestaltung des CV Services, kann der Hersteller verschiedene Rollen einnehmen, u. a. als Anbieter, als bloßer Dienstleister oder als „Plattform“, die Dritten zur Verfügung gestellt wird. Folglich ist in der Beratungspraxis jeder Dienst und jede Funktionalität einzeln zu betrachten, wobei die nachfolgende Einordnung eine erste Hilfestellung hierfür bieten soll.

1. Einordnung unter dem DSA

a) Generelle Aspekte

(1) Entgeltlichkeit

Vermittlungsdienste im Sinne des DSA können grundsätzlich alle Dienste der Informationsgesellschaft sein, wenn sie funktionale Kriterien des DSA erfüllen (also bei funktionaler Betrachtung z. B. als Hosting-Dienst einzuordnen sind). Dienste der Informationsgesellschaft müssen aber in der Regel gegen Entgelt erbracht werden.¹⁸ Auf den ersten Blick schränkt dies die Bedeutung für CV Services erheblich ein, werden diese doch (oftmals) unentgeltlich, d. h.

ohne die Pflicht zur Zahlung einer gesonderten Vergütung, bereitgestellt. Die Abgrenzung ist für alle Konstellationen unter dem DSA, d. h. Hosting-Dienste wie Online-Plattformen, relevant. Der Begriff der Entgeltlichkeit wird in der Rechtsprechung jedoch denkbar weit interpretiert. Entgeltlichkeit erfordert keineswegs eine monetäre Vergütung. So sind auch Geschäftsmodelle erfasst, die auf einer Querfinanzierung basieren.¹⁹ Dies schließt u. a. die werbefinanzierte Bereitstellung, wie auch die „Bezahlung mit Daten“ ein.²⁰

Nach diesem weiten Begriffsverständnis werden CV Services oftmals auch „entgeltlich“ angeboten. Verarbeitete Daten sind in der Regel mindestens mit einer Fahrzeugidentifikationsnummer (FIN), oftmals auch mit weiteren Identifiern wie einer Kundennummer etc. verknüpft. Anbieter nutzen die im Rahmen der Bereitstellung der Services gewonnenen personenbezogenen Daten gegebenenfalls für Sekundärzwecke, d. h. solche, die nicht unmittelbar mit der Leistungserbringung oder Erfüllung rechtlicher Pflichten in Zusammenhang stehen (u. a. Produktentwicklung und -verbesserung). Wo dies nicht der Fall ist, werden die Dienste oftmals durch andere Erwerbsquellen querfinanziert (z. B. die Ermöglichung von Werbung innerhalb der Dienste, gegebenenfalls auch gegen Entgelt). Die Abgrenzung erfordert in jedem Fall die Betrachtung der konkreten Fallgestaltung.

(2) Veröffentlichung

Online-Plattformen unterfallen deutlich erweiterten Pflichten unter dem DSA. Lassen sich die Pflichten als Hoster in der Praxis oftmals noch mit vertretbarem Aufwand stemmen, führen Plattform-Pflichten zu deutlich mehr Aufwand. Entscheidendes Abgrenzungskriterium zwischen „einfachem“ Vermittler und Online-Plattformen ist die öffentliche Verbreitung von Inhalten. Die öffentliche Verbreitung ist nach Art. 3 lit. k „die Bereitstellung von Informationen für eine potentiell unbegrenzte Zahl von Dritten im Auftrag des Nutzers, der die Informationen bereitgestellt hat“. Erwägungsgrund 14 konkretisiert dies weiter. Für eine „Veröffentlichung“ muss dem Nutzer ein leichter Zugang gewährt werden, ohne dass ein weiteres Tätigwerden durch den Nutzer, der die Informationen bereitstellt, erforderlich ist. In Fällen, in denen eine Registrierung oder die Aufnahme in eine Nutzergruppe erforderlich ist, muss die Aufnahme ohne wesentliche Hürden, d. h. regelmäßig vollautomatisiert erfolgen und darf keine menschliche Entscheidung oder Auswahl erfordern. Nicht erfasst vom DSA ist somit das Teilen von Informationen innerhalb geschlossener Kommunikationsgruppen, zu deren Beitritt eine individuelle, auf menschliche Entscheidung beruhende Zulassung erforderlich ist.²¹ Ob es sich bei Nutzern von CV Services um eine solche geschlossene Nutzergruppe handelt, scheint fraglich. Wie zuvor erläutert, bedarf die Nutzung von CV Services zwar oftmals der Verknüpfung mit einem konkreten Fahrzeug. Diese wie die Registrierung in einer

15 Art. 3 lit. g i).

16 Art. 3 lit. g ii).

17 Art. 3 lit. g iii).

18 Art. 3 lit. a i. V. m. Art. 1 Abs. 1 lit. b Richtlinie (EU) 2015/1535.

19 Rauer, in: Wandtke/Bullinger, Urheberrecht, 6. Aufl. 2022, § 2 UrhDaG Rn 11; Buchner/Kühling, in: Kühling/Buchner, DS-GVO BDSG, 3. Aufl. 2020, Art. 4 Nr. 25 Rn 6.

20 Gerdemann/Spindler, in: GRUR 2023, 3, 4; Taeger, in: Taeger/Gabel, DSGVO – BDSG – TTDSG, 4. Aufl. 2022, Art. 8 Rn 14.

21 Gerdemann/Spindler, in: GRUR 2023 115.

CV Service App wird aber i. d. R. automatisiert erfolgen, so dass es sich bei Nutzern von CV Services regelmäßig nicht um geschlossene Nutzergruppen handelt, die die Anwendung des DSA ausschließen könnte. Auch hier bedarf es aber der Betrachtung der konkreten (technischen) Gestaltung im Einzelfall.

(3) Einordnung von Nebenfunktionen

Eine Online-Plattform i. S. d. DSA ist ein „*Hostingdienst, der im Auftrag eines Nutzers Informationen speichert und öffentlich verbreitet, sofern es sich bei dieser Tätigkeit nicht nur um eine unbedeutende und reine Nebenfunktion eines anderen Dienstes oder um eine unbedeutende Funktion des Hauptdienstes handelt, die aus objektiven und technischen Gründen nicht ohne diesen anderen Dienst genutzt werden kann und sofern die Integration der Funktion der Nebenfunktion oder der unbedeutenden Funktion in den anderen Dienst nicht dazu dient, die Anwendbarkeit der Verordnung zu umgehen*“.²² Eine unbedeutende Nebenfunktion eines Hauptdienstes soll nach Erwägungsgrund 13 S. 4 z. B. der Kommentarbereich einer Online-Zeitung darstellen. Hauptdienst sei hier die Veröffentlichung von Nachrichten unter der redaktionellen Verantwortung des Verlegers. Dagegen soll die Speicherung von Kommentaren in einem sozialen Netzwerk zur Einordnung als Online-Plattform führen, soweit klar ist, dass es sich um ein nicht unwesentliches Merkmal des angebotenen Dienstes handelt, auch wenn es eine Nebenleistung zur Veröffentlichung der Beiträge der Nutzer ist.

Die Abgrenzung ist bei der Einordnung von CV Services dort von Relevanz, wo innerhalb der CV Services die Veröffentlichung von Drittanbieter- und Nutzerinformationen ermöglicht wird. Kommentar-Funktionen o. Ä. sind entsprechend zu untersuchen. Spielt die Veröffentlichung von User-generiertem Content eine besondere Rolle für die (Unter-)Funktion des Dienstes, spricht einiges für die Einordnung als Plattform-Dienst, was regelmäßig bei User-Foren und „Communities“ der Fall sein dürfte.

Fraglich ist, ob mit eben dieser Argumentation bestimmte B2B-Marktplätze (nicht: B2C-Marktplätze i. S. d. Art. 29 ff.) vom Anwendungsbereich des DSA ausgenommen werden können. Veröffentlichen Drittanbieter auf B2B-Marktplätzen lediglich produktbezogene Informationen beziehungsweise kommunizieren mit Nutzern einzig zum Zweck der Abwicklung einer Transaktion, scheint es denkbar, die Veröffentlichung entsprechender Informationen als Nebenfunktion der Hauptfunktion „Verkauf von Produkten“ einzuordnen. Hierfür könnte *argumentum e contrario* auch sprechen, dass der Gesetzgeber ausschließlich B2C-Marktplätze in den Art. 29 ff. geregelt hat. Zielsetzung des DSA ist es jedoch, ein sicheres, berechenbares und vertrauenswürdige Online-Umfeld sicherzustellen und sowohl Bürgerinnen und Bürger der Union als auch anderen Personen die Ausübung der ihnen in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (Charta) garantierten Grundrechte zu ermöglichen, einschließlich der Meinungsfreiheit, der unternehmerischen Freiheit und des Verbraucherschutzes.²³ Der DSA ist demnach gerade nicht auf den Schutz von Verbraucherinteressen beschränkt. Die generelle Ausnahme von B2B-Marktplätzen vom Anwendungsbereich des DSA scheint somit nicht sachgerecht.

b) Einordnung konkreter Fallgestaltungen

(1) Eigene CV Services des Anbieters

Agiert der Hersteller als Anbieter der CV Services gegenüber dem Endkunden, ohne dass weitere Gesellschaften beteiligt oder dazwischengeschaltet sind, fehlt es regelmäßig an einem Drei- beziehungsweise Mehr-Parteien-Verhältnis, das die dem DSA unterfallenden Szenarien typischerweise kennzeichnet. Das Angebot eigener CV Services in einer eigenen App oder der Headunit des Fahrzeugs wird dem DSA somit in der Regel nicht unterfallen, wenn keine besondere Fallgestaltung vorliegt (vgl. hierzu nachfolgend (2) – (4)). Anders ist dies, wenn der Hersteller für das Angebot entsprechender Dienste eine Vertriebsgesellschaft (gegebenenfalls je Markt) zwischenschaltet. Im Verhältnis zur Vertriebsgesellschaft kann der Hersteller – je nach Gestaltung – z. B. als Hosting-Dienst i. S. d. Art. 3 lit. g (iii) agieren, wenn er die Infrastruktur für die Dienste im Auftrag der Vertriebsgesellschaft betreibt. Für den Hersteller gelten u. a. die Vorgaben in Abschnitt 2 des DSA. Tritt die Vertriebsgesellschaft als Anbieter der Dienste gegenüber dem Endkunden auf und ermöglicht dem Hersteller die Vermarktung eigener Produkte im eignen Namen und auf eigene Rechnung, könnte die Vertriebsgesellschaft als Plattform i. S. d. Art. 3 lit. i einzustufen sein. Es gelten u. a. die Vorgaben der Abschnitte 2 und 3. Wird der Vertrieb der Dienste an Verbraucher ermöglicht, gelten zusätzlich die Vorgaben von Abschnitt 4 des DSA für Online-Marktplätze.

(2) Reselling fremder Produkte und Dienstleistungen im eigenen Namen und auf eigene Rechnung

Das Reselling fremder Produkte und Dienstleistungen in eigenem Namen und auf eigene Rechnung dürfte nicht zur Einordnung des Anbieters als Hosting-Dienst oder Online-Plattform unter dem DSA führen. Dies dürfte auch dann gelten, wenn der Anbieter Dienste und Produkte Dritter in seine eigenen CV Services „einbettet“, jedoch nach außen weiterhin als Anbieter und Verantwortlicher auftritt. Die Speicherung von z. B. Produktinformationen Dritter erfolgt hier durch die Einbettung in die eigenen CV Services und gerade nicht im Auftrag dieses Dritten (vgl. Art. 3 lit. g (iii)). Wird der Dritte innerhalb des Angebots besonders kenntlich gemacht (z. B. durch entsprechende Kennzeichnung), ist zu prüfen, ob es sich ausnahmsweise doch um eine Konstellation des Hosting-Dienstes oder der Online-Plattform handeln könnte.

(3) Communities, Foren und Kommunikation

Sobald CV Services die Möglichkeit der Interaktion der Nutzer untereinander eröffnen, besteht eine erhöhte Wahrscheinlichkeit für die Einordnung als Online-Plattform. Dies dürfte für User-Foren und User-Communities innerhalb von CV Services gelten, die vom restlichen Angebot ersichtlich separiert sind (z. B. unter einem gesonderten Menu-Punkt in der App oder nach gesonderter Registrierung). Kommentarfunktionen oder Bewertungssysteme (z. B. Sterne-/Punktevergabe) innerhalb der App, mit der User Produkte o. Ä. bewerten können, dürften nach dem Zuvorgesagten (vgl. V.1.a.(3)) eher als „Nebenfunktion“ anzusehen sein und nicht zur Einordnung des Dienstes als Online-Plattform führen. Dies erfordert jedoch stets eine

²² Art. 3 lit. i.

²³ Vgl. Erwägungsgrund 3.

Einzelfallbetrachtung. Der Anbieter wird in entsprechenden Fällen aber (weiterhin) als Hosting-Dienst anzusehen sein, sodass insbesondere die Pflichten gemäß Abschnitt 2 des DSA einzuhalten sind.

(4) Plattform für Dritte zur Vermarktung von Diensten

Sobald Anbieter von CV Services Dritten im Rahmen ihres Angebotes die Möglichkeit der Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen in eigenem Namen und auf eigene Rechnung bieten, handelt es sich regelmäßig um eine Online-Plattform. Richtet sich das Angebot an Verbraucher, finden ebenso die Regelungen für Online-Marktplätze (vgl. Abschnitt 4 des DSA) Anwendung. Dies kann auch dann der Fall sein, wenn es sich bei dem Dritten um eine Konzerngesellschaft handelt. Unbeachtlich dürfte es ebenfalls sein, wenn der Dritte seinerseits nur fremde Produkte vermarktet. Wichtiger Indikator sind die Rechtsbeziehungen (Wer schließt mit wem welchen Vertrag ab?). Kontrahiert der Dritte direkt mit dem Endkunden, spricht vieles für die Einordnung des Dienstes als Online-Plattform beziehungsweise Online-Marktplatz.

2. Umsetzung der jeweiligen Anforderungen

a) Hosting-Dienst

Alle Anbieter von Hosting-Diensten sollen einerseits *Kontaktstellen für Behörden*, andererseits *für Nutzer* benennen (vgl. Art. 11, 12). Die Kontaktstellen sollen grundsätzlich leicht zu erreichen sein und die Kommunikation auf elektronischem Weg ermöglichen. Die Kontaktstellen für Behörden müssen mindestens in zwei Sprachen zu erreichen sein (sowohl in der Amtssprache der Hauptniederlassung als auch in einer zusätzlichen weit verbreiteten Sprache). Die Kontaktstellen für Nutzer müssen jedoch so ausgestaltet sein, dass die Nutzer die Wahl zwischen mindestens zwei Kommunikationsmitteln haben, wohingegen es neben der Erforderlichkeit der „benutzerfreundlichen Ausgestaltung“ keine Vorgaben hinsichtlich der zu wählenden Sprache gibt.

Praxishinweis: Die Pflichten dürften vergleichsweise leicht umzusetzen sein. Sie entsprechen weitestgehend bereits heute geltenden Vorgaben, die oftmals im Impressum von Apps und Webseiten zu erfüllen sind. So scheint es möglich, entsprechende Pflichtangaben zukünftig auch dort bereitzustellen oder sie mit diesen zu kombinieren, solange die Informationen klar bezeichnet und leicht erreichbar sind. Da die Informationen zu veröffentlichen sind, spricht vieles dafür, dass dies nicht hinter einer Paywall erfolgen kann, sondern im öffentlich verfügbaren Bereich einer Webseite oder App. Interne Prozesse im Unternehmen sind entsprechend auszurichten. Die Einrichtung einer gesonderten Kontaktstelle einzig für DSA-Anfragen scheint nicht zwingend. So scheinen auch gruppenweite Kontaktstellen für eine Vielzahl an Diensten möglich, wenn die damit betrauten Stellen die jeweiligen Aufgaben auch wahrnehmen (können).

Zudem haben alle Anbieter von Hosting-Diensten einen *Transparenzbericht* (Art. 15) mindestens einmal jährlich in einem maschinenlesbaren Format zu veröffentlichen. Sowohl der Zeitpunkt der Veröffentlichung ist bislang unklar, als auch die Art der Darstellungsweise.²⁴ Geregelt ist bislang nur, dass der Bericht Informationen (Mindestangaben) zu folgenden Themen enthalten muss: behörd-

liche Anordnungen, Meldeverfahren nach Art. 16, Moderation von Inhalten, internes Beschwerdemanagementsystem sowie automatisierte Mittel zur Moderation von Inhalten.

Praxishinweis: Transparenzberichte müssen die abschließend aufgezählten Angaben enthalten. Sollte es im Berichtszeitraum nicht zu entsprechenden Vorgängen gekommen sein, so scheint es möglich, auf einen entsprechenden Bericht zu verzichten (keine „Negativmeldung“). Im Übrigen sollten die im Rahmen von Durchführungsakten festgelegten Mustertexte abgewartet werden, die seitens der Kommission veröffentlicht werden sollen.²⁵ Auch hier bietet es sich an, innerhalb von Unternehmensgruppen einheitliche Standards zu entwickeln.

Zusätzliche Pflicht ist außerdem die Implementierung eines *Melde- und Abhilfeverfahrens*, sog. „Notice and Action System“ (Art. 16), das die Meldung von rechtswidrigen Inhalten auf elektronischem Weg ermöglicht. Inhaltlich ist diese Vorschrift und das System mit dem bereits bestehenden „Notice and Take Down“-Verfahren gemäß § 10 TMG vergleichbar. Neu sind allerdings die Anforderungen an die Ausgestaltung des Meldewegs. Das Meldeverfahren soll das Absetzen einer Meldung mit folgenden Elementen erleichtern: Erläuterung, warum es sich um einen rechtswidrigen Inhalt handeln soll, die Angabe des genauen Speicherorts, die Kontaktdaten der meldenden Person und die Erklärung, dass es sich um wahrheitsgemäße Angaben handelt.

Praxishinweis: Wird ein Dienst als Hosting-Dienst unter dem DSA eingeordnet, scheint es sinnvoll, Betroffenen an geeigneter Stelle im Angebot (z. B. im Impressum oder einer entsprechend benannten Unterseite/Rubrik) ein Meldeformular bereitzustellen, mit dem entsprechende Informationen bei Abgabe der Meldung abgefragt werden (z. B. durch Drop-Down Menus oder Ankreuz-Optionen). So werden Nutzer durch den Prozess geführt, der Informationsfluss kanalisiert und gleichzeitig die formalen Anforderungen erfüllt.

b) Online-Plattform

Für Online-Plattformen ist ebenso eine Stelle beziehungsweise Kontaktmöglichkeit einzurichten. Anbieter von Online-Plattformen haben die Einrichtung eines *internen Beschwerdemanagementsystems* (Art. 20) gegen Entscheidungen des Anbieters zu schaffen, das leicht zugänglich und benutzerfreundlich ist und die Einreichung hinreichend präziser und angemessen begründeter Beschwerden ermöglicht und erleichtert.

Praxishinweis: Pflichten als Hosting-Dienst (Art. 11 ff.) und als Online-Plattform (Art. 19 ff.) können in der Praxis zusammen erfüllt werden, d. h. an einer einheitlichen Stelle im Dienstangebot beziehungsweise in einheitlichen Prozessen. Hier bieten sich u. a. einheitliche Kontaktstellen an. Sinnvoll erscheint ebenso eine einheitliche Schnittstelle für Nutzeranfragen und Meldungen, z. B. in einem einheit-

²⁴ Zum Format: dürfte auf eine Bereitstellung in einem Datenformat abzielen, das eine verlustfreie automatisierte Informationsextraktion ermöglicht, sodass insbesondere eine textbasierte Suche mithilfe elektronischer Werkzeuge sowie die Nutzung von Hilfsmitteln zur barrierefreien Nutzung ermöglicht wird, *Sesing-Wagenpfeil*, in: Borges/Hilber, BeckOK IT-Recht, 10. Ed., Stand: 1.4.2023, Art. 15 Rn 11.

²⁵ Vgl. Art. 24 Abs. 6.

lichen Meldeformular mit verschiedenen Bereichen (z. B. über Drop-Down Menus).

Anbieter von Online-Plattformen haben erforderliche technische und organisatorische Maßnahmen zu ergreifen, damit Meldungen von *vertrauenswürdigen Hinweisgebern* übermittelt, vorrangig behandelt und unverzüglich bearbeitet und einer Entscheidung zugeführt werden können (Art. 22). Der Status als vertrauenswürdiger Hinweisgeber wird auf Antrag einer Stelle vom Koordinator für digitale Dienste des jeweiligen Mitgliedstaats zuerkannt, wenn gewisse Bedingungen nachgewiesen worden sind. Einmal jährlich sind dann ausführliche Berichte über die eingereichten Meldungen zu veröffentlichen.

Praxishinweis: Vertrauenswürdige Hinweisgeber für die Automobilindustrie beziehungsweise CV Service-bezogene Themen sind bislang nicht benannt. Entsprechende Schnittstellen werden am sinnvollsten ebenso in einheitliche Meldeverfahren integriert, wobei beim Aufsetzen der Prozesse zu berücksichtigen ist, dass entsprechende Meldungen u. a. vorrangig zu behandeln sind (z. B. durch Bereitstellung eines besonderen Bereichs innerhalb eines Meldeformulars, in dem die erforderlichen Angaben von vertrauenswürdigen Hinweisgebern abgefragt werden können).

Transparenzberichtspflichten, die über die aus Art. 15 (s. o.) hinausgehen, treffen Anbieter von Online-Plattformen ebenfalls (Art. 24 Abs. 1). Bis zum 17.2.2023 und danach mindestens alle sechs Monate müssen Anbieter von Online-Plattformen Informationen über die durchschnittliche monatliche *Zahl aktiver Nutzer* in der Europäischen Union veröffentlichen (Art. 24 Abs. 2).

Praxishinweis: Anbieter einer Online-Plattform müssen innerhalb der genannten Fristen Informationen über die durchschnittliche monatliche Zahl ihrer aktiven Nutzer in der Union veröffentlichen. Die Zahl errechnet sich nach dem Durchschnitt der vergangenen sechs Monate. Die Methode zur Berechnung soll durch einen delegierten Rechtsakt konkretisiert werden,²⁶ der aber noch nicht erlassen wurde. Eine erste Orientierung bieten jedoch die seitens der EU-Kommission veröffentlichten Leitlinien.²⁷ Die Schwierigkeit besteht darin, aktive von nicht-aktiven Nutzern zu unterscheiden (z. B. solchen, die lediglich in einem Dienst registriert sind, diesen aber nicht aktiv nutzen). Soweit hierfür technische Mittel zum Einsatz kommen, darf die Erhebung der erforderlichen Daten nicht zu einem spezifischen Tracking von Einzelpersonen führen. Die Regelungen der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) sind zu beachten. Cookie-basierte Nachverfolgungssysteme o. ä. Technologien erscheinen vor diesem Hintergrund (datenschutzrechtlich) schwierig, auch wenn sich hiermit präzisere Zahlen bestimmen lassen (könnten). Darzustellen sind die Angaben in einem öffentlich zugänglichen Bereich der „Online-Schnittstelle“ (z. B. einer Webseite). Die Veröffentlichung erfolgt bislang oftmals in den Impressumsangaben oder vergleichbaren Rubriken der Webseiten oder Apps der jeweiligen Anbieter, wobei die Informationen nicht hinter Paywalls oder Registrierungsschranken „versteckt“ werden dürfen.

Im Rahmen der *Werbung* (Art. 26) ist sicherzustellen, dass die Nutzer in klarer, präziser und eindeutiger Weise und in Echtzeit in der Lage sind, Werbung als solche zu erkennen,

dass die natürliche oder juristische Person, in deren Namen die Werbung angezeigt oder bezahlt wird, benannt wird und Informationen über die wichtigsten Parameter zur Bestimmung der Nutzer, denen die Werbung angezeigt wird, bereitgestellt werden. Werbung, die auf Profiling besonderer Kategorien personenbezogener Daten²⁸ beruht, ist unzulässig.

Praxishinweis: Nutzern ist z. B. durch standardisierte visuelle oder akustische Kennzeichnung hervorzuheben und darzustellen, wann und in wessen Auftrag Werbung angezeigt wird. Zudem sind Nutzern aussagekräftige Erläuterungen zur zugrunde liegenden Logik bereitzustellen, einschließlich der Angabe, wann Profiling zum Einsatz kommt und welche Kriterien hierbei relevant sind. Nutzer müssen erkennen können, anhand welcher Hauptparameter bestimmt wird, welche Werbung ihnen angezeigt wird.²⁹ Daneben bleiben die Regelungen und Anforderungen der DS-GVO bestehen.³⁰ Auf Webseiten und in Apps dürfte diesen Erfordernissen am ehesten mit entsprechenden Pop-Up-Fenstern in örtlicher Nähe zur jeweiligen Werbemaßnahme nachgekommen werden. Je nachdem, welche Werbedienste und -technologien eingebunden werden, sind Anbieter der CV Services maßgeblich auf die Zulieferung der Anbieter der Werbedienste und -netzwerke angewiesen. Es steht zu vermuten, dass sich entsprechende Marktstandards herausbilden, die sich an der (zukünftigen) Guidance der EU-Kommission orientieren werden.

Die *Empfehlungssysteme* müssen transparent gestaltet sein (Art. 27). Dazu müssen in den allgemeinen Geschäftsbedingungen in klarer und verständlicher Sprache die wichtigsten Parameter, die in den Empfehlungssystemen verwendet werden, sowie alle Möglichkeiten für die Nutzer, diese wichtigen Parameter zu ändern oder zu beeinflussen, dargelegt werden. Zudem sind Funktionen zugänglich zu machen, die es dem Nutzer ermöglichen, seine bevorzugte Option jederzeit auszuwählen und zu ändern.

Praxishinweis: Empfehlungssysteme, mit denen Nutzern im Rahmen der Dienste auf Grund ihrer Präferenzen Produkte empfohlen werden, können wesentliche Auswirkungen auf die Nutzer und deren Nutzung der Dienste haben. Aus diesem Grund müssen alle hierfür genutzten Informationen transparent gemacht werden, insbesondere dort, wo für die Auswahl angezeigter Informationen Profiling oder andere Analysen des Nutzerverhaltens zum Einsatz kommen. Entsprechende Informationen sind Nutzern in den Nutzungsbedingungen und – soweit personenbezogene Daten zum Einsatz kommen – in den Datenschutzhinweisen bereit zu stellen. Individualisierte Angaben wie im Rahmen der Werbung (vgl. zuvor zu Art. 26) scheinen hier nicht erforderlich. Die Angaben müssen Nutzern aber die Möglichkeit eröffnen, die Funktionen zu verstehen und zu entscheiden, ob und wenn ja in welchem Umfang sie sich diesen aussetzen möchten. Dies schließt entsprechende Angaben über Steuerungsmöglichkeiten für Nutzer (z. B. Wi-

26 Vgl. Art. 24 Abs. 2.

27 <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/library/dsa-guidance-requirement-publish-user-numbers>, zuletzt abgerufen am: 28.7.2023.

28 Gemäß Art. 9 Abs. 1 DS-GVO.

29 Vgl. Erwägungsgrund 68 S. 4 f.

30 Vgl. Erwägungsgrund 68 S. 8.

derruf von Einwilligungen und Ablauf der jeweiligen Prozesse) ein.

c) Online-Marktplätze

Anbieter von Online-Marktplätzen haben ihre Nutzeroberfläche so zu gestalten, dass teilnehmende Unternehmer dem Anbieter vor Tätigwerden gewisse Pflichtinformationen bereitgestellt haben (Art. 30; *Nachverfolgbarkeit von Unternehmen*). Dies erfolgt durch Abfrage von Kontaktdaten, einer Kopie des Identitätsdokuments, Angaben zum Zahlungskonto, die Handelsregisternummer oder eine gleichwertige in einem anderen Register verwendete Kennung sowie die Selbstbescheinigung, mit der die EU-Rechtskonformität des angebotenen Produkts und/oder Dienstleistung bestätigt wird. Der Anbieter hat diese Angaben durch Abfrage sämtlicher Datenbanken und typischerweise hierfür genutzter Schnittstellen zu überprüfen. Die verifizierten Angaben hat der Anbieter wiederum in klarer, leicht zugänglicher und verständlicher Weise auf der Online-Plattform den Verbrauchern zur Verfügung zu stellen.

Praxishinweis: An dieser Stelle bringt der DSA verschiedenste Neuerungen und zwingt Anbieter von Online-Marktplätzen zu einer umfassenden Vorabprüfung von Drittanbietern und deren Produkten und Dienstleistungen, was in der Praxis erheblichen Aufwand erzeugen wird. Betroffene Anbieter müssen funktionierende Standardprozesse etablieren, um Ihren Pflichten nachzukommen. Je nach Umfang der Tätigkeiten werden diese Prozesse nicht ohne Automatisierung auskommen, was insbesondere im Rahmen der EU-Rechtskonformitätsprüfung Herausforderungen mit sich bringt. Es ist zu erwarten, dass sich hier je nach Branche zukünftig gewisse Standards herausbilden werden, die Anbietern die Prüfprozesse erleichtern. Bis dahin werden Anbieter gehalten sein, soweit wie möglich bereits vorab (z.B. durch Dritte) geprüfte und verifizierte Angaben bei den jeweiligen Anbietern abzufragen, um den eigenen Prüfaufwand so gut es geht zu reduzieren.

Des Weiteren muss die Nutzeroberfläche der Plattform zum Zwecke der *Konformität durch Technikgestaltung* so konzipiert und organisiert sein, dass Unternehmer ihren Verpflichtungen in Bezug auf vorvertragliche Informationen, Konformität und Produktsicherheitsinformationen nachkommen können (Art. 31). Teilnehmende Unternehmer müssen die Möglichkeit haben, Informationen, die für eine klare und eindeutige Identifizierung der Produkte und Dienstleistungen erforderlich sind, Zeichen zur Identifizierung des Unternehmens³¹ sowie Informationen in Bezug auf die erforderliche Etikettierung und Kennzeichnung in Bezug auf die Produktsicherheit und Produktkonformität anzugeben. Anbieter des Online-Marktplatzes haben wiederum vor Freigabe des Unternehmens auf ihrer Plattform zu prüfen, ob entsprechende Angaben vorliegen beziehungsweise bereitgestellt werden. Im Anschluss hat der Anbieter stichprobenartig zu prüfen, ob die angebotenen Produkte und Dienstleistungen als rechtswidrig einzustufen sind. Schließlich muss der Anbieter einen Prozess implementieren, der es ihm ermöglicht, nach Kenntnis, dass ein Unternehmer rechtswidrige Produkte oder Dienstleistungen über die Plattform vertreibt, Verbraucher über diesen Umstand sowie einschlägige Rechtsbehelfe zu informieren, da diese

ein *Recht auf Information* haben (Art. 32). Die Information der Verbraucher hat, soweit möglich, individuell zu erfolgen, andernfalls öffentlich und leicht zugänglich über die Online-Schnittstelle.

Praxishinweis: Um den umfassenden Prüfpflichten nachzukommen, werden Anbieter alle erforderlichen Angaben und Nachweise über entsprechende Prozesse (z. B. entsprechend gestaltete Prüfmasken) abfragen müssen. Durchgeführte Prüfungen müssen zum Nachweis der Einhaltung der Prüfpflichten ausreichend dokumentiert werden. Die Plattform muss in jedem Fall so gestaltet werden, dass teilnehmende Unternehmen allen Pflichten nachkommen können. Dies schließt Informationspflichten und andere Pflichten aus dem Bereich des eCommerce-Rechts (u. a. §§ 312 ff. BGB) mit ein, kann aber je nach Produkt und Dienstleistung auch speziellere Angaben umfassen (u. a. zur Produktsicherheit, Immissionen o. Ä.). Die Prüfpflichten im laufenden Betrieb erfordern die Implementierung von Monitoring- und Auditprozessen, insbesondere dort wo teilnehmende Unternehmen die angebotenen Produkte und Dienstleistungen sowie zugehörige Produktbeschreibungen ändern oder ergänzen können. Unter Compliance-Gesichtspunkten dürften entsprechende Änderungen zukünftig eine Vorabprüfung durch den Anbieter erfordern. Bloße vertragliche Zusicherungen reichen gegebenenfalls nicht mehr aus.

V. Fazit und Ausblick

Der Gesetzgeber legt Anbietern von CV Services, die dem DSA unterfallen, eine Vielzahl komplexer und in der praktischen Umsetzung anspruchsvoller Pflichten auf. Bei den Regelungen handelt es sich um „Neuland“, zu denen es bislang nur wenig Guidance seitens der EU-Kommission und zuständiger Aufsichtsbehörden gibt. Viele Anbieter sind derzeit bei der Prüfung und Umsetzung noch auf sich gestellt und müssen entsprechende Projekte „auf Sicht“ steuern. Für CV Services ist die richtige Einordnung unter dem DSA, die sich wie gezeigt nicht ganz einfach gestaltet, der erste und wichtigste Schritt. Da es hier oftmals auf technische und kommerzielle Details ankommt, müssen bei entsprechenden Projekten Mitarbeiter aus den unterschiedlichsten Fachbereichen mit an den Tisch, um eine umfassende und ausreichende Sachverhaltsermittlung sicherzustellen. Die umfassenden Prüf- und Beobachtungspflichten, insbesondere für Online-Marktplätze, erfordern ein Prozessdesign, das sich wesentlich an den rechtlichen Vorgaben des DSA und anderer in diesem Zuge zu beachtenden Vorgaben orientiert. Entsprechende Vorgaben sind frühzeitig, d. h. „by Design“ im Rahmen der Dienstentwicklung mitzudenken und zu implementieren, möchte man nicht ungewollte Compliance-Verstöße und spätere kostspielige Anpassungen der Dienste in Kauf nehmen. Wie so oft sind auch hier die frühzeitige Planung, die richtige Zusammenstellung des Projektteams und die Implementierung praxistauglicher Prozesse wichtige Bausteine, damit die Fahrt gleich in die richtige Richtung geht.

31 Marke, Symbol, Logo.