



Annales de la Faculté de Droit d'Istanbul

RESEARCH ARTICLE

Das Gesetz zur Änderung des Gesetzes über die Regulierung des elektronischen Geschäftsverkehrs: Neue Regeln für (neue) Akteure im elektronischen Geschäftsverkehr in der Türkei

The Act Amending the Act on the Regulation of Electronic Commerce: New Rules for (New) Players in Electronic Commerce in Türkiye

Mesut Serdar Çekin*

Zusammenfassung

Rasante Entwicklungen im Bereich des E-Commerce haben den türkischen Gesetzgeber veranlasst, das bereits bestehende Gesetz über die Regulierung des elektronischen Geschäftsverkehrs einer umfassenden Reform zu unterziehen. Dabei wurde das bestehende Gesetz nicht wesentlich geändert. Stattdessen wurden neue Akteure definiert und diesen neue Pflichten auferlegt, die sich nach deren Netto-Transaktionsvolumen richten. Es handelt sich dabei insbesondere um große Online-Plattformen, auf denen der elektronische Geschäftsverkehr stattfindet. Ausgesprochenes Ziel des Gesetzgebers ist es dabei, die Bildung von Monopolen in diesem Sektor zu verhindern und insbesondere kleineren Unternehmen den Marktzugang zu erleichtern. In diesem Zusammenhang wurden unlautere Geschäftspraktiken im B2B-Verhältnis definiert. Darüber hinaus müssen die neuen Akteure, die als Anbieter von Vermittlungsdiensten im elektronischen Geschäftsverkehr und Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs bezeichnet wurden, zahlreiche Einschränkungen hinsichtlich ihrer Geschäftstätigkeit beachten. Dabei geht es insbesondere um das Anbieten eigener Waren auf den Online-Plattformen, um das Anbieten von finanziellen Dienstleistungen sowie von Zustelldiensten. Ebenfalls von großer Bedeutung ist die Einführung einer Lizenzpflicht für die Ausübung der Tätigkeiten im Bereich des elektronischen Geschäftsverkehrs. Um die Einhaltung dieser Pflichten besser überwachen zu können, wurde das türkische Handelsministerium mit einigen Zuständigkeiten ermächtigt. Ebenfalls zur besseren Kontrolle dient die Einführung eines Elektronischen Handelssystem (ETBIS). Schließlich wurden neue Sanktionsmechanismen eingeführt, die gerade die effektive Durchsetzung der Pflichten bezwecken. Ziel des vorliegenden Beitrags besteht darin, die neuen Regelungen darzustellen.

Schlüsselwörter

Elektronischer Geschäftsverkehr Anbieter von Vermittlungsdiensten im elektronischen Geschäftsverkehr, Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs, Elektronisches Handelssystem, Lizenz

Abstract

The rapid development in e-commerce has prompted a Turkish legislator to subject the existing law on its regulation to a comprehensive reform. In the process, the existing law was not substantially altered. Instead, the reform identified new players and imposed new obligations on them based on the net transaction volume. In particular, these players refer to large-scale online platforms on which e-commerce occurs. The express aim of the legislator is to prevent the formation of monopolies in this sector in general and to facilitate market access for small companies in particular. In this context, unfair business practices in B2B relationships have been defined. In addition, the new players, who were designated as e-business intermediary service providers and e-business service providers, must observe numerous restrictions with regard to business activities. In particular, this change is concerned with offers of goods, financial transactions, and

*Corresponding Author: Mesut Serdar Çekin (Assoc. Prof. Dr.), Turkish-German University, Law Faculty, Civil Law Department, Istanbul, Türkiye. E-mail: cekin@tau.edu.tr ORCID: 0000-0002-3808-5332

To cite this article: Çekin MS, "The Act Amending the Act on the Regulation of Electronic Commerce: New Rules for (New) Players in Electronic Commerce in Türkiye", (2024) 74 Annales de la Faculté de Droit d'Istanbul 41. <https://doi.org/10.26650/annaes.2024.74.0003>



delivery services on the online platforms. Another aspect of importance is the introduction of a licensing obligation for the exercise of e-commerce activities. To better monitor compliance with these obligations, the Turkish Ministry of Commerce has been empowered with certain responsibilities. The introduction of an Electronic Trade Information System also serves to improve monitoring. Finally, new sanction mechanisms have been introduced with the aim of effectively enforcing the obligations. The objective of this study is to present these new regulations.

Keywords

Electronic commerce, Providers of electronic commerce intermediation services, Providers of electronic commerce services, Electronic Trading Information System, License

Extended Summary

In recent years, the share of e-commerce in total business transactions has increased very rapidly in Turkey. New players have entered the market, and new business models and product groups have been introduced. Moreover, the number of players has increased by 88% in one year. This rapid development in the market has prompted a Turkish legislator to substantially reform the Turkish E-commerce Regulation Law No. 6563 of 2014.

A key issue is the asymmetry in market power between e-commerce intermediary service providers and e-commerce service providers. The reason underlying this notion is that the majority of service providers are micro or small enterprises, whose bargaining power against e-commerce marketplace operators is extremely low. Intermediary services are deemed to abuse this asymmetry of power by prioritizing goods or services, refusing to offer or making data transfer difficult, forcing service providers to provide certain goods or services, paying out purchase price sums to service providers at a later time, or forcing service providers to participate in sales promotion. Other examples include downgrading in the ranking or recommendation system and the restriction, suspension, or termination of services offered to e-commerce service providers. Furthermore, service intermediaries should gain advantage by evaluating customer data in terms of logistics and payment services. The increasing dependence of service providers and consumers can lead to the deterioration of the competitive environment in the medium term; monopolization and, thus, to higher prices; decreases in the quality and diversity of products offered, standardization of services; and decline in investment and production potential and innovation.

Based on these premises, the law firstly defines e-commerce intermediary service providers followed e-commerce service providers. It also specifies the environments in which e-commerce occurs. The catalogue of obligations is linked to net transaction volume; thus, this term is also explained. Another important term is economic unit.

With regard to the liability of providers of intermediary services, the Act introduces a notice-and-take-down procedure with regard to unlawful content. In addition, it

presents a special form of the procedure in relation to the infringement of intellectual property rights. As such, e-commerce intermediary service providers must establish, maintain access to, and effectively manage an information system to comply with their obligations under the Act.

The Act also proposes a general definition of unfair commercial practices followed by an exemplary list of specific cases, whereby these are not enumerative. According to this definition, acts of intermediary service providers toward service providers, which significantly disrupt the business of the latter, restrict their ability to make reasonable decisions, or force them to make a particular decision and could result in them becoming party to a business relationship to which they would not normally be a party, are unfair.

With regard to the obligations of providers of intermediary services in e-commerce as well as providers of e-commerce services, the law differentiates according to net transaction volume. Specifically, general provisions are firstly provided, which apply to all players. This aspect specifically concerns the case in which these operators are prohibited from offering the sale or the arrangement of sale of goods that bear their trademarks or those of persons with whom they are economically connected or for whom they have the right to use the trademark on the e-commerce marketplaces in which they offer intermediary services. This change is followed by obligations for intermediary service providers and e-commerce service providers whose net transaction volume exceeds TL 10 billion within a calendar year. This part is mainly concerned with purpose restrictions on the use of data obtained by intermediary services during individual transactions on their respective platforms. Further restrictions on promotional activities will be imposed on intermediary service providers and e-commerce service providers, whose net transaction volume in a calendar year exceeds TL 30 billion and number of transactions excluding cancellations and returns exceeds 100,000. Finally, providers of intermediary and e-commerce services whose net transaction volume in a calendar year exceeds TL 60 billion and number of transactions without cancellations and returns exceeds 100,000 are no longer allowed to offer certain financial services and parcel and delivery services.

Furthermore, the Act stipulates a licensing obligation, which exponentially increases with the increase in the net transaction volume of the players.

Finally, with regard to sanctions, the Act envisages a graduated approach. The Ministry will be authorized to impose fines of up to TL 40 million and to block certain contents.

I. Einführung

In der türkischen Wirtschaft spielt E-Commerce eine wichtige Rolle. So hat sich der Anteil des elektronischen Geschäftsverkehrs an dem gesamten Handelsvolumen von 9,8 % im Jahr 2019 auf 17,7 % im Jahr 2021 erhöht. Mit diesem Anstieg des Anteils haben neue Akteure den Markt betreten. Gleichzeitig wurden neue Geschäftsmodelle sowie neue Produktgruppen eingeführt. Die Anzahl der Akteure auf diesem Markt hat sich von 256.861 im Jahr 2020 auf 484.347 im darauffolgenden Jahr erhöht, was einem Anstieg von 88 % entspricht. Diese rasanten Entwicklungen auf dem Markt haben den türkischen Gesetzgeber dazu veranlasst, das türkische Gesetz über die Regulierung des elektronischen Geschäftsverkehrs mit der Nr. 6563¹ aus dem Jahr 2014 einer wesentlichen Reform zu unterziehen².

Obwohl das Gesetzvorhaben sehr umstritten war, finden sich leider sehr wenige akademische Beiträge zu diesem Thema. Ziel des folgenden Beitrags besteht darin, einen ersten Überblick über die wesentlichen Änderungen zu vermitteln, die durch das Gesetz zur Änderung des Gesetzes über die Regulierung des elektronischen Geschäftsverkehrs³, welches am 7.8.2022 im türkischen amtlichen Gesetzesblatt veröffentlicht wurde, erfolgt sind.

II. Allgemeine Ziele der Gesetzesnovelle

Die Gesetzesbegründung geht zunächst auf die ökonomischen Rahmenbedingungen im türkischen E-Commerce Sektor ein. Darin heißt es, dass der Anteil des elektronischen Handels am Gesamthandelsvolumen stetig wächst und im Markt sich neue Geschäftsmodelle etablieren. Diese Entwicklungen bringen aber auch neue Probleme mit sich. Zunächst geht es um die Asymmetrie hinsichtlich der Marktmacht zwischen den Akteuren im E-Commerce Sektor. Gemeint ist insbesondere das Machtgefälle zwischen den Anbietern von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr und den Anbietern von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs. Bei Letzteren handelt es sich nämlich meistens um Mikro- bzw. Kleinunternehmen, deren Verhandlungsmacht gegen die Betreiber des E-Commerce Marktplatzes sehr gering ist. Der Missbrauch dieser Marktmacht durch die Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr soll in verschiedenen Dimensionen auftreten: Auferlegung einseitig festgelegter oder unklarer Vertragsbestimmungen; die Stellung eigener Waren oder Dienste in den Vordergrund; Erschwerung bzw. Nichtzulassung der Möglichkeit zur Datenübertragung; Erzwingung der Dienstanbieter, bestimmte

1 Amtliches Gesetzesblatt Nr. 5.11.2014/29166.

2 Entwurf und Kommissionsbericht zur Änderung des Gesetzes über die Regulierung des Geschäftsverkehrs („Gesetzesbegründung“) unter: <<https://www5.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem27/yil01/ss345.pdf>> Zugriff am 18 Oktober 2023, 8.

3 Amtliches Gesetzesblatt Nr. 7.8.2022/31889.

Waren oder Dienstleistungen bereitzustellen; verspätete Auszahlung der Kaufbeträge an die Dienstleister; Erzwingung des Anbietens von Waren oder Dienstleistungen im Rahmen von Rabattaktionen; Verlangen von Gebühren, obwohl es an einer Dienstleistung seitens des Vermittlungsdienstes fehlt; Herabstufung in der Rangliste oder im Empfehlungssystem, Einschränkung, Aussetzung oder Beendigung der angebotenen Dienste gegenüber den Anbietern von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs⁴.

Diese unlauteren Praktiken werden ermöglicht durch eine Konzentration in den E-Commerce Märkten, die auf intensive Werbekampagnen sowie aggressive Wachstumsstrategien basieren. Große Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr stärken ihre Marktpositionen immer weiter, in dem sie ihre Netzwerkeffekte und Größenvorteile zu ihren Gunsten ausnutzen. Verstärkt wird dieser Trend durch die Verhandlungsmacht dieser Akteure sowie ihre Fähigkeit, die Präferenzen der Verbraucher zu bestimmen. Durch diese Kontrolle über die Dienstleister kann neuen Anbietern von Vermittlungsdiensten der Eintritt in den elektronischen Geschäftsverkehr erschwert werden. Desweiteren sollen Vermittlungsdienste durch Auswertung der Kundendaten in den Bereichen Logistik und Zahlungsdienste Vorteile erlangen. Die zunehmende Abhängigkeit von Dienstleistern und Verbrauchern kann mittelfristig zu einer Verschlechterung des Wettbewerbsumfelds, zu einer Monopolisierung und damit zu höheren Preisen, zu einem Rückgang der Qualität und der Vielfalt der angebotenen Produkte, zu einem Rückgang des Investitions- und Produktionspotenzials, zu einer Vereinheitlichung der Dienstleistungen und zu einem Rückgang der Innovation führen. Hinzu kommt der Umstand, dass Anbieter von Vermittlungsdiensten im elektronischen Geschäftsverkehr mit ihren eigenen Waren und Dienstleistungen auf ihren Marktplätzen werben können, was wettbewerbswidrige Auswirkungen auf andere Anbieter von Dienstleistungen für den elektronischen Handel in diesem Sektor haben soll⁵.

Die oben genannten Punkte haben den türkischen Gesetzgeber veranlasst, das bereits vorhandene Gesetz über den elektronischen Geschäftsverkehr Nr. 6563 aus dem Jahr 2014 einer umfangreichen Reform im Hinblick auf online Marktplätze zu unterziehen. Dabei wird Bezug genommen auf die Verordnung (EU) 2019/1150 des europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online Vermittlungsdiensten (P2B-Verordnung) sowie die Verordnung (EU) 2022/2065 des europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (DSA) und die Verordnung (EU) 2022/1925 vom 14. September 2022 über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor und

4 Gesetzesbegründung, 8.

5 Gesetzesbegründung, 8 ff.

zur Änderung der Richtlinien (EU) 2019/1937 und (EU) 2020/1828 (DMA), welche damals zum Teil noch als Vorschläge vorlagen.

III. Systematik des türkischen Gesetzes über die Regulierung des elektronischen Geschäftsverkehrs

Gemäß Art. 1 Abs. 1 besteht das Ziel des Gesetzes über die Regulierung des elektronischen Geschäftsverkehrs darin, die Grundsätze und Verfahren des elektronischen Geschäftsverkehrs zu regeln. Dabei soll das Gesetz insbesondere die kommerzielle Kommunikation, die Pflichten der Dienstleister sowie der Dienstvermittler, Verträge, die über elektronische Kommunikationsmittel geschlossen werden, Informationspflichten im elektronischen Geschäftsverkehr und Sanktionen umfassen. Gemäß Abs. 3 werden daneben zahlreiche Dienste, die ebenfalls im Wege der elektronischen Kommunikationsmittel angeboten werden, vom Anwendungsbereich ausgenommen wie etwa Reiseveranstalter, Finanzdienstleister, elektronische Zahlungsdienstleister. Sodann widmet sich das Gesetz den einzelnen Definitionen, die im Weiteren näher dargestellt werden.

Wichtige Bestandteile des Gesetzes sind darüber hinaus die Informationspflichten der Anbieter von Diensten und Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr, Modalitäten der Bestellvorgänge, Grundsätze der elektronischen Kommunikation und insbesondere Transparenzpflichten. Das Gesetz widmet sich ebenfalls Themen wie die Voraussetzungen für das Verschicken von kommerziellen elektronischen Nachrichten, den Inhalt solcher Nachrichten sowie den Widerspruchsrechten der Empfänger solcher Nachrichten.

Das Verhältnis zwischen dem Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr und dem Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs, insbesondere die Haftung des Ersteren wegen rechtswidriger Inhalte wird in Art. 9 des Gesetzes geregelt. Darin wird zunächst der Grundsatz der Haftungsfreistellung für rechtswidrige Inhalte zugunsten der Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr aufgestellt. Wichtige Ausnahmen von diesem Grundsatz der Haftungsfreistellung wurden jedoch durch die Gesetzesnovelle eingeführt, welche im Folgenden näher dargestellt werden sollen.

Das Gesetz behandelt sodann die Ermächtigungen des türkischen Handelsministeriums. Dem folgen die Vorschriften über Sanktionen, die ebenfalls durch die Gesetzesnovelle eine erhebliche Ausweitung erfahren haben.

Den „regulären“ Vorschriften folgen sodann die sog. „Zusatzvorschriften“, die den Kern der Gesetzesreform bilden. Darin werden insbesondere unlautere Geschäftspraktiken im elektronischen Geschäftsverkehr definiert, Pflichten der

Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr sowie Pflichten der Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs und schließlich für bestimmte Marktakteure die Pflicht einer Lizenz für den elektronischen Geschäftsverkehr eingeführt.

Damit wird bereits ersichtlich, dass das Gesetz sich nicht wie etwa DMA oder DSA ausschließlich auf digitale Plattformen beschränkt, sondern jegliche Arten des elektronischen Geschäftsverkehrs umfasst. Daneben werden aber besondere Pflichten für Betreiber von großen online Marktplätzen eingeführt, wobei das Gesetz nach dem Umsatz der jeweiligen Marktakteure differenziert. Dieser differenzierte Pflichtenkatalog erinnert jedoch stark an DSA sowie DMA. Darüber hinaus werden aber auch Regelungen aus der P2B-Verordnung teilweise berücksichtigt. Die Gesetzesreform ist daher eine Mischung aus DMA, DSA sowie der P2B-Verordnung. Das Besondere liegt jedoch darin, dass die einzelnen Pflichten in anderen Zusammenhängen geregelt werden, so dass eine unmittelbare Übertragung der dort geltenden Grundsätze nicht ohne weiteres möglich sein wird.

IV. Neue Definitionen

Die Gesetzesnovelle beinhaltet zahlreiche neue Definitionen, die für das Verständnis der neuen Pflichten von erheblicher Bedeutung sind. Denn anders als DMA oder DSA sowie P2B-Verordnung knüpft das Gesetz nicht an bestimmte Tätigkeiten an, um die Pflichten der Akteure zu bestimmen. Vielmehr wird unmittelbar an den Akteuren angeknüpft, mit deren Qualifikation dann die entsprechenden Pflichten einhergehen⁶.

Allen voran wird in diesem Zusammenhang der Begriff des Anbieters von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr in Art. 2 Abs. 1 lit. f) definiert als „Anbieter⁷ von Vermittlungsdiensten, der es den Anbietern von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs ermöglicht, einen Vertrag zu schließen oder eine Bestellung für die Lieferung von Waren oder Dienstleistungen auf dem Marktplatz des elektronischen Geschäftsverkehrs aufzugeben“. Damit zählen insbesondere große Handelsplattformen wie Amazon, Trendyol oder Hepsiburada zu dieser Kategorie. Wichtig ist dabei, dass Geschäfte auf elektronischem Wege ermöglicht werden. Damit scheiden also insbesondere Social Media Plattformen, die gerade nicht zur Vermittlung von Transaktionen dienen, aus dem Anwendungsbereich aus⁸. Ein weiterer Akteur in diesem Zusammenhang ist der Anbieter von Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr, welcher in Art. 2 Abs. 1 lit. g) definiert wird als

6 Vgl. hierzu Kerem Cem Sanlı, „Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da 7416 Sayılı Kanun ile Yapılan Değişikliklerin Rekabet Politikası Açısından Değerlendirilmesi I: Kanun'daki Temel Kavramlar ve Haksız Ticari Uygulamalar“ (2023) 21(245) Legal Hukuk Dergisi, 1709, 1718 ff.

7 Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird im Folgenden auf die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet.

8 Sanlı ebd. 1719.

„ein Dienstleistungsanbieter, der einen Vertrag über die Lieferung von Waren oder Dienstleistungen auf dem Marktplatz des elektronischen Geschäftsverkehrs oder in seiner eigenen elektronischen Geschäftsumgebung abschließt oder einen Auftrag dafür erhält“.

Weitere Definitionen betreffen die Umgebungen, in denen der elektronische Handel stattfindet. Danach wird eine elektronische Geschäftsumgebung in Art. 2 Abs. 1 lit. ğ) definiert als *„Plattformen wie Websites, mobile Websites oder mobile Anwendungen, auf denen Aktivitäten des elektronischen Geschäftsverkehrs durchgeführt werden“*. Darüber hinaus wird der Marktplatz für den elektronischen Handel in lit. h) definiert als *„die Umgebung des elektronischen Geschäftsverkehrs, in der der Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr Vermittlungsdienste anbietet“*.

Um die Einhaltung der Pflichten zu überwachen sowie das Verfahren der Lizenzierung zu verwalten, wird darüber hinaus ein elektronisches Handelsinformationssystem (ETBIS) eingeführt, welches unter lit. ı) definiert wird als *„das vom Ministerium geschaffene Informationssystem zur Registrierung von Dienstleistern und Vermittlern des elektronischen Geschäftsverkehrs, zur Sammlung von Daten über den elektronischen Geschäftsverkehr, zur Verarbeitung dieser Daten und zur Erstellung statistischer Informationen sowie zur Ermöglichung der Registrierung und Meldung gemäß diesem Gesetz“*. Aus dieser Definition wird bereits ersichtlich, dass Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr sowie Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs laufende Informationen an das Handelsministerium übermitteln müssen.

Auch wenn das Gesetz nicht unmittelbar an die Tätigkeit anknüpft, gibt es ein differenziertes Pflichtenkatalog, welches an den Transaktionsvolumen der Akteure anknüpft. Um diesen zu bestimmen, wird der Begriff des Netto-Transaktionsvolumens unter lit. ı) definiert. Danach ist der Netto-Transaktionsvolumen *„für die Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr die Summe der Endwerte der Rechnungen oder Rechnungsersatzdokumente, die für die Verträge und Bestellungen ausgestellt werden müssen, die in einem bestimmten Zeitraum über die Marktplätze des elektronischen Geschäftsverkehrs, auf denen er Vermittlungsdienste erbringt, abgeschlossen werden mit Ausnahme von Stornierungen und Erstattungen; für die Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs die Summe der Endwerte der Rechnungen oder Rechnungsersatzdokumente, die für die in einem bestimmten Zeitraum über die eigenen elektronischen Handelsumgebungen, die nicht die Merkmale eines Marktplatzes für den elektronischen Handel aufweisen, geschlossenen Verträge und erteilten Aufträge ausgestellt werden müssen mit Ausnahme von Stornierungen und Erstattungen“*. Ebenfalls wichtig ist schließlich

der Begriff der wirtschaftlichen Einheit⁹, wonach unmittelbare sowie mittelbare Kontroll- und Beherrschungsverhältnisse Pflichten auslösen können. Nach Art. 2 lit. j) wird wirtschaftliche Einheit angenommen in folgenden Fällen: *„Eine Person besitzt direkt oder indirekt mindestens fünfundzwanzig Prozent der Anteile oder die Mehrheit der Stimmrechte an einer Handelsgesellschaft oder einen Anteil, der geeignet ist, Entscheidungen zur Leitung der Gesellschaft zu treffen; sie hat Recht, die Anzahl der Mitglieder zu wählen, die die Mehrheit der satzungsgemäßen Beschlussfassung im Leitungsorgan bilden, sie besitzt die Möglichkeit, zusätzlich zu seinen eigenen Stimmrechten die Mehrheit der Stimmrechte allein oder zusammen mit anderen Aktionären auf der Grundlage eines Vertrags zu bilden, sie besitzt die Kontrolle einer Handelsgesellschaft aufgrund einer vertraglichen Vereinbarung oder durch die Beziehungen zwischen allen mit dieser Person verbundenen Handelsgesellschaften und den zu dieser Person gehörenden Unternehmen oder die Leitung mehrerer Handelsgesellschaften durch dieselbe(n) Person(en), unabhängig davon, ob sie Gesellschafter sind oder nicht“*.

V. Haftung der Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr

Die revidierte Fassung des Art. 9 beinhaltet die Grundsätze für die Haftung von Anbietern von Vermittlungsdiensten im elektronischen Geschäftsverkehr. Nach dessen Abs. 1 gilt der allgemeine Grundsatz, dass Anbieter von Vermittlungsdiensten im elektronischen Geschäftsverkehr nicht verantwortlich sind für den rechtswidrigen Inhalt bzw. dem Produkt sowie der Dienstleistung, die Gegenstand des Inhalts sind, welcher vom Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs angeboten wird. Dieser Grundsatz erfährt in den folgenden Absätzen zwei wichtige Ausnahmen.

Die erste Ausnahme in Abs. 2 betrifft den Umstand, dass der Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr Kenntnis von dem rechtswidrigen Inhalt erlangt. In diesem Fall ist der Anbieter nämlich verpflichtet, diesen „ohne Verzögerung“ zu entfernen sowie den rechtswidrigen Inhalt den zuständigen öffentlichen Stellen bzw. Behörden mitzuteilen. Es handelt sich also um einen klassischen Fall des sog. „notice and take down“-Prinzips.

Eine besondere Form des notice and take down-Prinzips wird darüber hinaus in Abs. 3 vorgesehen, die die Verletzung von Immaterialgüterrechten zum Gegenstand hat. Der Grund für diese besondere Vorschrift besteht ausweislich der Gesetzesbegründung¹⁰ in den negativen Folgen, die von unter Verletzung von Immaterialgüterrechten angebotenen Produkten und Dienstleistungen aus Sicht der Produktsicherheit und eines fairen Wettbewerbs resultieren. Demnach muss der Anbieter von Vermittlungsdiensten

⁹ Hierzu ausführlich: Sanli ebd. 1723 ff.

¹⁰ Gesetzesbegründung 12.

für den elektronischen Geschäftsverkehr ein Produkt des Anbieters von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs sperren, wenn eine Beschwerde des Rechtsinhabers vorliegt, die sich auf Informationen und Dokumente über die Verletzung von Rechten an geistigem und gewerblichem Eigentum stützt. Auf die Beschwerde und die Sperrung hin muss der Anbieter von Vermittlungsdiensten sowohl den Rechtsinhaber als auch den Dienstanbieter über den Vorgang der Sperrung benachrichtigen. Kann der Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs im Wege des Widerspruchs dagegen beweisen, dass die Beschwerde des Rechtsinhabers nicht der Wahrheit entspricht bzw. eine Rechtswidrigkeit nicht vorliegt, so muss der Anbieter von Vermittlungsdiensten die Sperrung bezüglich des Produkts bzw. der Dienstleistung wieder aufheben. In der Beschwerde und dem Widerspruch sind die eindeutigen Identitäts- und Adressangaben der betroffenen Personen, Informationen über das beanstandete Produkt, die Gründe für die Sperrung des Produkts oder die Notwendigkeit seiner Veröffentlichung enthalten sein. Das Recht der Betroffenen, sich gemäß den allgemeinen Bestimmungen an Gerichts- und Verwaltungsbehörden zu wenden, bleibt vorbehalten.

Ausweislich der Gesetzesbegründung trifft die Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr die Pflicht, ein Informationssystem aufzubauen, den Zugang zu diesem System aufrechtzuerhalten sowie dieses effektiv zu verwalten, um ihren Verpflichtungen aus diesem Gesetz zu entsprechen¹¹.

VI. Unlautere Geschäftspraktiken im elektronischen Geschäftsverkehr

Das Gesetz definiert unter Zusatzartikel 1 unlautere Geschäftspraktiken¹². Dabei handelt es sich in Abs. 1 um eine allgemeine Definition, der dann eine beispielhafte Aufzählung von bestimmten Fällen folgt, wobei diese nicht enumerativ sind. Der Grund für eine besondere Regelung unlauterer Geschäftspraktiken besteht nach der Gesetzesbegründung in der asymmetrischen Verhandlungsmacht von Anbietern von Vermittlungsdiensten des elektronischen Geschäftsverkehrs gegenüber den Anbietern von Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr¹³. Diese Macht soll zu Abhängigkeitsverhältnissen führen, was wiederum zur Entstehung unlauterer Geschäftspraktiken auf den Marktplätzen führen kann, wodurch die Präferenzen der Akteure im Ökosystem eingeschränkt werden und negative Folgen für die Verbraucher auftreten können. Um sicherzustellen, dass die Anbieter von Dienstleistungen des elektronischen Geschäftsverkehrs auf mehrseitig strukturierten Marktplätzen des elektronischen Geschäftsverkehrs ihre Entscheidungen frei treffen können und diesen keine Verträge erzwungen werden, bedarf es einer Regelung für unlautere Geschäftspraktiken im elektronischen Geschäftsverkehr¹⁴.

¹¹ Gesetzesbegründung 12.

¹² Hierzu ausführlich mit kritischen Anmerkungen: Sanli ebd. s. 1729 und insbesondere 1732 ff.

¹³ Gesetzesbegründung, 13.

¹⁴ Kritisch zu der Frage, ob die vorgesehenen Maßnahmen tatsächlich in der Lage sind, die Bildung von Monopolen auf

Parallel zu den Verbraucherschutzvorschriften bestimmt demnach Abs. 1 im Allgemein, welche Handlungen unlautere Geschäftspraktiken darstellen können. Danach sind Handlungen der Anbieter von Vermittlungsdiensten gegenüber den Anbietern von Diensten, welche die Geschäftstätigkeit des Letzteren erheblich stören, seine Fähigkeit, vernünftige Entscheidungen zu treffen, einschränken oder ihn zu einer bestimmten Entscheidung zwingen und dazu führen, dass er Partei in einer Geschäftsbeziehung wird, in der er normalerweise nicht Partei wäre, unlauter.

Der allgemeinen Definition folgen dann besondere Fälle, die in der türkischen Praxis oft beanstandet wurden. Es handelt sich dabei zunächst nach Abs. 2 lit. a) um den Fall, dass der Vermittler die als Gegenleistung für den Verkauf von Waren oder Dienstleistungen erhaltene Zahlung nicht innerhalb von fünf Geschäftstagen an den Dienstleister auszahlt, nach dem der Verkaufspreis in die Verfügungsgewalt des Vermittlers gelangt und die Bestellung den Käufer erreicht. In der Praxis sind nämlich Fälle anzutreffen, in denen die Anbieter von Vermittlungsdiensten im elektronischen Geschäftsverkehr die Konten der Anbieter von Diensten im elektronischen Geschäftsverkehr für einen Monat „sperren“ und erst nach dieser Zeit die volle Auszahlung des jeweils vom Käufer geleisteten Betrags vornehmen. Eine solche Praxis wird nun mit dem Gesetz eindeutig als unlauter bezeichnet.

Im türkischen E-Commerce Sektor sind Rabattaktionen sehr verbreitet. Dabei können Anbieter von Vermittlungsdiensten im elektronischen Geschäftsverkehr ihre Macht dazu nutzen, die einzelnen Dienstanbieter zur Teilnahme an diesen Rabattaktionen zu zwingen, um die Attraktivität ihres eigenen Marktplatzes zu erhöhen. Solche Praktiken werden nach lit. b) als unlauter bezeichnet, wenn Anbieter von Dienstleistungen im elektronischen Geschäftsverkehr gezwungen werden, Waren oder Dienstleistungen im Rahmen von Rabattaktionen zu verkaufen, insbesondere dann, wenn sich Vermittlungsdienste das Recht vorbehalten, einseitige Änderungen des Verkaufspreises vorzunehmen.

Einen weiteren Fall regelt lit. c), wonach die Unterlassung, einen schriftlichen oder elektronischen Vertrag abzuschließen, in der die Bedingungen der Geschäftsbeziehung mit dem Anbieter von Dienstleistungen des elektronischen Geschäftsverkehrs festgehalten werden, unlauter sind. Dieser Vertrag muss darüber hinaus klar, verständlich und für den Anbieter von Dienstleistungen des elektronischen Geschäftsverkehrs leicht zugänglich sein. Damit sollen Beweisprobleme zulasten der Anbieter von Diensten im elektronischen Geschäftsverkehr verhindert werden.

Ein weiterer Fall, der das Verhältnis zwischen den Anbietern von Vermittlungsdiensten und den Anbietern von Diensten im elektronischen

dem Markt zu verhindern: Sanli, 'Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da 7214 Sayılı Kanun ile Yapılan Değişikliklerin Rekabet Politikası Açısından Değerlendirilmesi II: Tekelleşme Kontrolüne İlişkin Düzenlemeler' (2023) 21(247) Legal Hukuk Dergisi 2453, 2459 ff.

Geschäftsverkehr betrifft, sind rückwirkende oder einseitige Änderungen der Bestimmungen der Vermittlungsvereinbarung zum Nachteil des Anbieters von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs oder Aufnahme von Bestimmungen, die dies ermöglichen, in die Vermittlungsvereinbarung gemäß lit. ç).

Darüber hinaus gilt es als unlauter, wenn die Anbieter von Vermittlungsdiensten Gebühren erheben, obwohl keine Dienstleistungen gegenüber den Anbietern von Diensten erbracht wurden oder die Art der erbrachten Dienstleistung und die Höhe oder der Satz der Gebühr in der Vermittlungsvereinbarung nicht festgelegt sind.

Schließlich gilt eine Handlung der Anbieter von Vermittlungsdiensten als unlauter, wenn der Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs in der Rangliste oder im Empfehlungssystem herabgestuft wird, der Dienst eingeschränkt, ausgesetzt oder eingestellt wird, obwohl für diese Maßnahmen keine objektiven Kriterien in der Vermittlungsvereinbarung enthalten sind. Dies gilt auch für den Fall, dass allein aufgrund eines Antrags bei öffentlichen Einrichtungen oder Justizbehörden die entsprechenden Dienste eingeschränkt, ausgesetzt oder eingestellt werden.

Aus der Gesamtschau der einzelnen Bestimmungen kann festgestellt werden, dass in das vertragliche Verhältnis zwischen den Anbietern von Vermittlungsdiensten und den Anbietern von Diensten im elektronischen Geschäftsverkehr zugunsten der Letzteren eingegriffen wird. Demnach muss ein Vertrag in Schriftform oder im elektronischen Wege abgeschlossen werden. Mithin handelt es sich um einen Vertragszwang. Auch der Inhalt des jeweiligen Vertrags ist von diesem Eingriff betroffen, wie die einzelnen Bestimmungen dies eindeutig belegen.

VII. Pflichten der Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr

Kernstück der Gesetzesreform sind die Pflichten der Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr, denen ähnlich wie im DSA ein gestufter Pflichtenkatalog zugrunde liegt.

A. Allgemeine Pflichten für alle Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr

Zunächst sind in Zusatzartikel 2 Abs. 1 Pflichten aufgelistet, die unabhängig von ihrer Größe für alle Vermittlungsdienste gelten. Diesen wird zunächst untersagt, auf den Marktplätzen des elektronischen Geschäftsverkehrs, auf denen sie Vermittlungsdienste anbieten, Waren zum Verkauf anbieten oder deren Verkauf zu vermitteln, die mit ihren eigenen Marken oder der Marke der Personen, mit denen sie wirtschaftlich verbunden sind oder für die sie das Recht haben, die Marke zu benutzen, versehen

sind. Dieses Verbot gilt allerdings nicht für die Waren von Personen, die mehr als die Hälfte ihrer gesamten Verkaufserlöse aus Verkäufen außerhalb des elektronischen Geschäftsverkehrs erzielen. Ausweislich der Gesetzesbegründung sollen nämlich manche Vermittlungsdienste sich direkt mit Produzenten in Verbindung setzen und unter Ausnutzung ihrer Marktmacht die Anbieter von Diensten in den Hintergrund drängen. Außerdem sollen diese Vermittlungsdienste durch Datenanalysen ihre eigenen Produkte gegenüber anderen Produkten anderer Anbieter in den Vordergrund stellen¹⁵. Mit diesem Verbot soll dieser Praxis entgegengewirkt werden.

Desweiteren ist es den Vermittlungsdiensten sowie den Anbietern von Diensten im elektronischen Geschäftsverkehr untersagt, mit eingetragenen Marken auf Online-Suchmaschinen Marketing- und Werbemaßnahmen zu betreiben, welche den Hauptgegenstand der Eintragung beim elektronischen Handelsinformationssystem (ETBIS) bilden, ohne zuvor die ausdrückliche Einwilligung des Rechteinhabers einzuholen. Damit soll insbesondere den Fällen vorgebeugt werden, in denen einige Vermittlungsdienste durch Werbemaßnahmen mit bekannten Marken auf Online-Suchmaschinen ohne Kenntnis der Markeninhaber sich einen Vorteil verschaffen und somit den Verkehr auf ihren Marktplätzen zu Lasten anderer Marktteilnehmer manipulieren¹⁶.

Um mehr Transparenz auf den Online-Plattformen zu ermöglichen, sollen Anbieter von Vermittlungsdiensten außerdem Informationen, die ihnen von den Anbietern von Diensten im elektronischen Geschäftsverkehr über sich selbst übermittelt wurden, anhand der Dokumente, die ihnen von diesen übermittelt wurden, sowie anhand anderer öffentlich zugänglicher Quellen staatlicher Institutionen verifizieren.

B. Pflichten der Anbieter von Vermittlungsdiensten im elektronischen Geschäftsverkehr, deren Nettotransaktionsvolumen in einem Kalenderjahr zehn Milliarden TL übersteigen

Zusätzlich zu den unter Abs. 1 aufgelisteten Pflichten müssen Anbieter von Vermittlungsdiensten, deren Nettotransaktionsvolumen in einem Kalenderjahr 10 Milliarden TL übersteigen, weitere in Abs. 2 aufgelistete Pflichten beachten. Dabei geht es vor allem um die Zweckbeschränkungen bei der Nutzung von Daten, die die Vermittlungsdienste bei den einzelnen Transaktionen auf ihren jeweiligen Plattformen erlangen. Diesbezüglich erinnert das Gesetz an die Datennutzungsbeschränkungen im Rahmen des DMA. Danach dürfen Vermittlungsdienste die von den Dienstanbietern und Käufern erlangten Daten nur zum Zwecke der Ausführung ihrer Vermittlungsdienste nutzen. Sie dürfen diese Daten insbesondere nicht zu Wettbewerbszwecken mit anderen Anbietern von Diensten auf ihren eigenen Plattformen oder sonstigen elektronischen

¹⁵ Gesetzesbegründung 15.

¹⁶ Gesetzesbegründung 15.

Geschäftsumgebungen verwenden. Damit soll insbesondere verhindert werden, dass die „Datenherrschaft“¹⁷ der Vermittlungsdienste zu Wettbewerbsverzerrungen führt. Dieser Ansatz zur Stärkung des Wettbewerbs wird verstärkt durch die Möglichkeit zur Datenübertragung. Danach müssen Vermittlungsdienste den Anbietern von Diensten im elektronischen Geschäftsverkehr die Möglichkeit gewähren, die anhand der von diesen getätigten Verkäufen generierten Daten kostenlos auf eine andere Plattform zu übertragen sowie Zugang zu gewähren auf Daten, die anhand der genannten Verkaufsdaten beim Vermittlungsdienst generiert wurden. Insbesondere durch API's sollen Vermittlungsdienste diesen Zugangsanspruch effektiv ausgestalten. Das Recht der Datenübertragbarkeit ist jedoch aus mehreren Gründen problematisch. So ist zunächst festzustellen, dass die Verkaufsdaten personenbezogene Daten Dritter beinhalten. Auf welcher Grundlage sollen diese an einen anderen Vermittlungsdienst übertragen werden? Selbst wenn in dem türkischen E-Commerce-Gesetz eine gesetzliche Erlaubnisnorm erblickt werden kann, so stellt sich die Anschlussfrage, auf welcher Rechtsgrundlage der empfangende Vermittlungsdienst nun die erlangten personenbezogenen Daten verarbeiten darf. Davon unabhängig stellt sich außerdem die Frage, wie weit der Zugangsanspruch des Anbieters von Diensten im elektronischen Geschäftsverkehr reicht. Ausweislich des Gesetzeswortlauts reicht nämlich die bloße Übertragung der sog. „raw data“ nicht aus; vielmehr müssen die daraus generierten Daten ebenfalls zur Verfügung gestellt werden. Sobald jedoch darin Geschäftsgeheimnisse zu erblicken sind, was in den meisten Fällen zutreffen dürfte, so müsste unserer Ansicht nach ein Verweigerungsrecht des Vermittlungsdienstes zu bejahen sein. Der Gesetzeswortlaut sieht allerdings ein solches Verweigerungsrecht gerade nicht vor, so dass die Lösung des Problems wohl der Rechtspraxis und insbesondere der Rechtsprechung zu überlassen sein scheint.

Den Vermittlungsdiensten wird es ebenfalls verboten, Zugang zwischen den eigenen elektronischen Handelsumgebungen zu gewähren sowie in diesen Umgebungen füreinander zu werben mit Ausnahme der elektronischen Handelsumgebungen, die im Nettotransaktionsvolumen enthalten sind. Darüber hinaus enthält das Gesetz weitere Transparenzvorschriften hinsichtlich der Beteiligungsstruktur der die Plattform betreibenden Gesellschaften. Schließlich trifft die Anbieter von Vermittlungsdiensten eine Berichtspflicht. Darin müssen sie über die bei ihnen eingegangenen Beschwerden hinsichtlich der rechtswidrigen Inhalte, wie sie mit diesen Beschwerden umgegangen sind und die Ergebnisse dieser Verfahren erläutern und in dem vom Ministerium bestimmten Format an das Ministerium übermitteln.

17 Gesetzesbegründung 15.

C. Pflichten der Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr, deren Nettotransaktionsvolumen in einem Kalenderjahr 30 Milliarden TL übersteigt und die Zahl der Transaktionen ohne Stornierungen und Rücksendungen über hunderttausend liegt

Zusätzlich zu den bereits genannten Pflichten sieht das Gesetz weitere Pflichten für diejenigen Vermittlungsdienste vor, deren Umsatz 30 Milliarden TL in einem Kalenderjahr übersteigt und die Zahl der Transaktionen über 100.000 liegt.

Der erste Punkt betrifft das Werbebudget von Vermittlungsdiensten. Ausweislich der Gesetzesbegründung¹⁸ führen aggressive Werbestrategien einiger Vermittlungsdienste dazu, dass die Preise für Werbemaßnahmen steigen. Damit wird anderen Marktteilnehmern die Finanzierung von Werbemaßnahmen erschwert. Dasselbe soll für Preisreduzierungen gelten. Insbesondere der Umstand, dass Dienstanbieter im elektronischen Geschäftsverkehr dazu gezwungen werden, unter den marktüblichen Preisen ihre Waren und Dienstleistungen zu verkaufen, soll verhindert werden. Damit soll auch dem destruktiven Wettbewerb vorgebeugt werden. Es ist jedoch fraglich, ob die unten noch aufzuführenden Maßnahmen tatsächlich zweckdienlich sind, ob insbesondere das Gesetz über den elektronischen Handel der richtige Platz ist, um Wettbewerbspolitik zu realisieren¹⁹. Darüber hinaus stellt sich die Frage nach der Verhältnismäßigkeit der genannten Maßnahmen, da diese den Eindruck erwecken, dass der Gesetzgeber die ihr eingeräumte Ermessensprerogative überschritten hat.

Zunächst wird nach Abs. 3 lit. a) das Werbebudget der Anbieter von Vermittlungsdiensten, deren Netto-Transaktionsvolumen bei 30 Milliarden liegt, auf 2% des genannten Betrags (angepasst für das jeweilige Kalenderjahr durch die Inflationsrate berechnet aufgrund des Verbraucherpreisindex) beschränkt. Für den Betrag, der die 30 Milliarden Grenze übersteigt, liegt die Beschränkung bei 3/1000. Außerdem dürfen die Vermittlungsdienste ihr Werbebudget nicht auf einmal ausgeben. Vielmehr muss der zulässige Gesamtbetrag durch vier geteilt und vierteljährlich ausgegeben werden. Dieselben Beschränkungen gelten nach denselben Grenzen auch für Werbeaktionen, Prämien, Punkte, Gutscheine und sonstige Möglichkeiten.

Darüber hinaus ist es den Vermittlungsdiensten untersagt, Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs in ihren Geschäftsbeziehungen dahingehend zu beschränken, dass Letztere ihre Produkte auf alternativen Kanälen und zu gleichen oder anderen Preisen vertreiben oder dafür werben. Außerdem dürfen Vermittlungsdienste die Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs nicht dazu zwingen, Waren oder Dienstleistungen von bestimmten Personen zu

¹⁸ Gesetzesbegründung, 16.

¹⁹ Ausführliche Kritik Kritik bei Sanli, (n6) ebd.

beziehen. Jegliche Klauseln in den Vermittlungsverträgen, die die oben genannten Fälle ermöglichen, sind danach ungültig.

D. Pflichten der Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr, deren Nettotransaktionsvolumen in einem Kalenderjahr 60 Milliarden TL übersteigt und die Zahl der Transaktionen ohne Stornierungen und Rücksendungen über hunderttausend liegt

Bei den zusätzlichen Pflichten, die den Anbietern von Vermittlungsdiensten mit einem Nettotransaktionsvolumen von über 60 Milliarden TL auferlegt werden, spielt der Finanzsektor zunächst eine wichtige Rolle. Um zu vermeiden, dass große Vermittlungsdienste ihre ohnehin vorhandene Marktmacht auf den Finanzsektor übertragen und somit den Wettbewerb einschränken, wird es diesen untersagt, ihre Leistungen mit bestimmten Finanzdienstleistungen zu verbinden bzw. auf diese zu erstrecken. Demnach ist es den Vermittlungsdiensten auf ihren Plattformen untersagt, Kreditgeschäfte und sonstige finanzielle Dienstleistungen aller Art zugunsten der Gesellschaften anzubieten bzw. zu ermöglichen, mit denen sie wirtschaftlich verbunden sind. Darüber hinaus dürfen sie keine „elektronische Geldleistungen“ entgegennehmen, die von einem mit ihnen in wirtschaftlicher Einheit stehenden Unternehmen emittiert wurden. Darüber hinaus dürfen Vermittlungsdienste auch keine Paket- und sonstige Zustellungsdienste anbieten.

Bei Plattformen, auf denen Inserate bezüglich Waren und Dienstleistungen aufgegeben werden, sind ebenfalls Einschränkungen vorgesehen. Stellt nämlich ein Vermittlungsdienst ein elektronisches Umfeld für die Veröffentlichung von Inseraten bezüglich Waren oder Dienstleistungen zur Verfügung, kann sie nicht zugleich die Möglichkeit bieten, in demselben Umfeld einen Vertrag zu schließen oder eine Bestellung für die Lieferung von Waren oder Dienstleistungen aufzugeben. Werden diese Dienstleistungen von ihr selbst oder von Personen, mit denen sie wirtschaftlich verbunden ist, in verschiedenen elektronischen Medien angeboten, kann sie keinen Zugang zwischen diesen Medien gewähren und nicht füreinander werben.

Darüber hinaus enthält Zusatzartikel 2 in den weiteren Absätzen zahlreiche Bestimmungen über den Zeitpunkt der Berechnung entsprechender Schwellenwerte sowie einige Ausnahmen.

VIII. Pflichten der Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs

Das Gesetz regelt in Zusatzartikel 3 die Pflichten der Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs. Dabei wird ebenfalls ein gestuftes Pflichtenkatalog vorgesehen.

Gemäß Zusatzartikel 3 Abs. 1 ist es -wie bereits bei den Vermittlungsdiensten erläutert- den Anbietern von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs ebenfalls untersagt, mit eingetragenen Marken auf Online-Suchmaschinen Marketing- und Werbemaßnahmen zu betreiben, welche den Hauptgegenstand der Eintragung beim Elektronischen Handelssystem (ETBIS) bilden, ohne zuvor die ausdrückliche Einwilligung des Rechteinhabers einzuholen.

Darüber hinaus bestimmt Abs. 2 derselben Vorschrift, dass der Pflichtenkatalog für die Vermittlungsdienste ebenfalls für Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs gelten soll, wenn deren Nettotransaktionsvolumen in einem Kalenderjahr über zehn Milliarden türkische Lira beträgt und die Zahl der Transaktionen ohne Stornierungen und Rückgaben über zehn Millionen liegt. Ausgenommen davon sind allerdings das Verbot, eine Zugriffsmöglichkeit zu den ihr gehörenden elektronischen Geschäftsumgebungen anzubieten und in diesen Umgebungen füreinander zu werben. Auch die weiteren Transparenzpflichten bezüglich der gesellschaftlichen Strukturen unterfallen dieser Ausnahme.

Bei Anbietern von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs, deren Nettotransaktionsvolumen in einem Kalenderjahr über dreißig Milliarden türkische Lira beträgt und die Zahl der Transaktionen ohne Stornierungen und Rückgaben über zehn Millionen liegt, gelten die Beschränkungen bezüglich des Werbebudgets und für Werbeaktionen, Prämien, Punkte, Gutscheine und sonstige Möglichkeiten entsprechend.

Bei Anbietern von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs, deren Nettotransaktionsvolumen in einem Kalenderjahr über 60 Milliarden türkische Lira beträgt und die Zahl der Transaktionen ohne Stornierungen und Rückgaben über zehn Millionen liegt, gelten zusätzlich die Beschränkungen hinsichtlich des Anbietens finanzieller Dienstleistungen sowie die Verbote bei sog. Inseratsangeboten entsprechend. Dagegen gelten die Beschränkungen bezüglich der Paket- und Zustellungsdienste nicht für die Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs.

IX. Lizenz für den elektronischen Geschäftsverkehr

Ausweislich der Gesetzesbegründung²⁰ gäbe es im elektronischen Geschäftsverkehr Beispiele von unausgewogenem Wachstum oberhalb bestimmter Schwellenwerte, die zugleich die Bedingungen des freien Marktes negativ beeinträchtigen. Da es sich um einen sehr dynamischen Markt handelt, sollen ex-post Maßnahmen nicht ausreichen, um diesen Entwicklungen vorzubeugen, um insbesondere ein faires und wirksam funktionierendes Wettbewerbsumfeld zu gewährleisten. In diesem

²⁰ Gesetzesbegründung 20.

Zusammenhang führt das Gesetz eine Lizenzpflicht ein. Demnach sind Anbieter von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Geschäftsverkehr bei Überschreitung bestimmter, im Gesetz vorgesehener Schwellen verpflichtet, eine Lizenz zu erwerben bzw. diese zu erneuern. Der Gesetzgeber begründet diese Pflicht damit, Unternehmen einer bestimmten Größe im Bereich des elektronischen Handels unter die öffentliche Aufsicht und Kontrolle zu stellen. Die Lizenzierungspraxis soll zugleich Externalitätsproblemen vorbeugen, die zugunsten von Großunternehmen auftreten und vom Markt nicht selbstständig gelöst werden können²¹. Andererseits sollen durch die Befreiung von Anbietern von Vermittlungsdiensten für den elektronischen Handel unterhalb der festgelegten Schwellenwerte von der Lizenzvergabe für den elektronischen Handel die Wettbewerbsbedingungen auf dem Markt verbessert und ein Beitrag zu einem ausgewogenen und gesunden Wachstum und zur Entwicklung des elektronischen Handels geleistet werden. Ob diese Begründungen tatsächlich zutreffen, ist zweifelhaft. Jedenfalls müssen Unternehmen bei Überschreitung der Schwellenwerte beim Handelsministerium eine Lizenz beantragen, deren einzige Voraussetzung in dem Nachweis besteht, dass die im Gesetz vorgesehenen Summen gezahlt wurden.

Die Lizenzpflicht richtet sich wiederum nach dem Nettotransaktionsvolumen in einem Kalenderjahr. Übersteigt dieser Betrag die Grenze von 10 Milliarden TL, so beträgt die Lizenzgebühr $\frac{3}{10000}$ des Betrags, welche die 10 Milliarden-Grenze überschreitet. Bei einem Nettotransaktionsvolumen von 20 bis 30 Milliarden TL beträgt der Lizenzbetrag zusätzlich zu der bereits erwähnten Summe $\frac{5}{1000}$ des Betrags, welcher zwischen 20 und 30 Milliarden TL liegt. Beträgt das Nettotransaktionsvolumen 30-40 Milliarden TL, so beträgt die zusätzliche Lizenzgebühr 1% des Betrags zwischen 30 und 40 Milliarden TL. Bei einem Transaktionsvolumen zwischen 40 und 50 Milliarden TL beträgt die Gebühr zusätzlich 5% für den Betrag zwischen 40 und 50 Milliarden TL. Bei 50-55 Milliarden beträgt die Lizenzsumme 10% der Summe, welche zwischen 50 und 55 Milliarden TL liegt. Zwischen 55 und 60 Milliarden beträgt die Gebühr 15%, bei 60-65 Milliarden beträgt der entsprechende Prozentsatz wiederum 20% und bei über 65 Milliarden beträgt der Prozentsatz schließlich 25%. Damit zeigt sich also, dass die Lizenzgebühr sich im Verhältnis zum Nettotransaktionsvolumen exponentiell erhöht.

X. Sanktionen

Mit der Gesetzesnovelle wurden schließlich die Sanktionen erheblich erhöht. Die Summen berechnen sich zum Teil nach den einzelnen Transaktionen, bei anderen Sanktionstatbeständen wird der Nettoverkaufswert des letzten Kalenderjahres zugrunde gelegt.

²¹ Gesetzesbegründung 20.

Von besonderer Bedeutung sind jedoch die Sanktionen nach Art. 12 Abs. 3. Danach können Verstöße gegen das Verbot, Finanzdienstleistungen in den in Zusatzart. 2 Abs. 4 genannten Fällen anzubieten, Verstöße gegen die Lizenzpflicht durch Anbieter von Vermittlungsdiensten sowie Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs und Verstöße gegen das Verbot, Post- und Zustellungsdienste anzubieten durch Vermittlungsdienste, mit einem Geldbetrag von 10 Millionen TL geahndet werden. Daneben setzt das Ministerium eine Frist von 60 Tagen, um den rechtswidrigen Zustand zu beseitigen. Ist eine Beseitigung innerhalb der genannten Frist nicht erfolgt, so kann die Behörde eine Summe von 20 Mio. TL als Strafe vorsehen und zugleich eine weitere Frist von 30 Tagen geben. Wird auch diese Frist erfolglos verstrichen, so ahndet das Ministerium das betroffene Unternehmen mit 40 Mio. TL und setzt zugleich eine Frist von 15 Tagen zur Beseitigung der rechtswidrigen Lage. Zugleich informiert das Ministerium das betroffene Unternehmen darüber, dass nach Ablauf der genannten Frist der entsprechende Inhalt entfernt und/oder der Zugang zu der entsprechenden Website gesperrt wird. In dieser Phase können nur noch bereits eingegangene Geschäfte abgewickelt und keine neuen Aufträge angenommen werden.

Wird der Verstoß trotz der Verhängung der in Absatz 1 genannten Geldbußen nicht innerhalb der vom Ministerium gesetzten Frist abgestellt oder wird derselbe Verstoß innerhalb eines Jahres ab dem Datum des Bußgeldbescheids wiederholt, wird eine Geldbuße in doppelter Höhe der vorherigen Geldbuße verhängt. Werden Handlungen, die Gegenstand der in Absatz 1 genannten Verfahren bilden, mit der Absicht der Irreführung des Ministeriums vorgenommen, so wird die zehnfache Summe des genannten Bußgeldbetrags vorgesehen. Da die genannten Summen sehr hoch sein können, sieht das Gesetz schließlich unter Abs. 6 eine Höchstsummenbegrenzung zugunsten der Anbieter von Vermittlungsdiensten sowie Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs, die die Schwellenwerte von 60 Milliarden TL nicht überschreiten. Diese Summenbegrenzung gilt allerdings nicht in den Fällen der Irreführung des Ministeriums.

XI. Ausblick

Innerhalb von sechs Monaten ab dem Inkrafttreten des Änderungsgesetzes müssen alle Vermittlungsverträge bzw. Plattformverträge zwischen den Anbietern von Vermittlungsdiensten und den Anbietern von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs den gesetzlichen Anforderungen angepasst werden. Darüber hinaus sind ab dem 1. Januar 2024 bestimmte Verbote zulasten der Anbieter von Vermittlungsdienste im elektronischen Geschäftsverkehr anwendbar. Die Lizenzierungs- und damit einhergehende Zahlungspflicht muss zum 1. Januar 2025 erfüllt sein.

Ob die genannten Maßnahmen tatsächlich die avisierten Wirkungen zeigen werden, ist nicht ohne Zweifel. Das Gesetz war darüber hinaus kurz nach der Verabschiedung bereits Gegenstand eines abstrakten Normenkontrollverfahrens vor dem türkischen Verfassungsgericht. Das Gericht hat jedoch die Maßnahmen mit eindeutiger Mehrheit als verfassungsgemäß bestätigt²². Eine auf das Gesetz basierende Verordnung des türkischen Handelsministeriums vom 29.12.2022 betreffend die Anbieter von Vermittlungsdiensten und Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs²³ ist ebenfalls Gegenstand einer Normenkontrollklage vor dem türkischen Verwaltungsgerichtshof, welches am 10. Mai 2023 per einstweilige Verfügung die Vollstreckung bestimmter Artikel der Verordnung ausgesetzt hat. Es ist also ersichtlich, dass das Gesetz sehr umstritten war und weiterhin bleiben wird. Nach der Entscheidung des Verfassungsgerichts ist jedoch relativ klar, dass keine wesentlichen Änderungen mehr zu erwarten sind und die Akteure auf dem Markt in Gestalt der Anbieter von Vermittlungsdiensten sowie Anbieter von Diensten des elektronischen Geschäftsverkehrs innerhalb der Übergangsfristen ihre Praktiken den neuen gesetzlichen Verpflichtungen anpassen müssen.

Peer-review: Revue par les pairs à l'extérieur.

Interessenkonflikt: Der Autor hat keinen Interessenkonflikt gemeldet.

Finanzielle Unterstützung: Der Autor erklärte, dass diese Studie keine finanzielle Unterstützung erhalten hat.

Peer-review: Externally peer-reviewed.

Conflict of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Financial Disclosure: The author declared that this study has received no financial support.

Literaturverzeichnis / Bibliography

Entwurf und Kommissionsbericht zur Änderung des Gesetzes über die Regulierung des Geschäftsverkehrs („Gesetzesbegründung“) unter: <<https://www5.tbmm.gov.tr/sirasayi/donem27/yil01/ss345.pdf>> Zugriff am 18 Oktober 2023

Kerem Cem Sanlı, Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da 7416 Sayılı Kanun ile Yapılan Değişikliklerin Rekabet Politikası Açısından Değerlendirilmesi I: Kanun'daki Temel Kavramlar ve Haksız Ticari Uygulamalar' (2023) 21(245) Legal Hukuk Dergisi 1709-1748

Kerem Cem Sanlı, Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'da 7214 Sayılı Kanun ile Yapılan Değişikliklerin Rekabet Politikası Açısından Değerlendirilmesi II: Tekelleşme Kontrolüne İlişkin Düzenlemeler' (2023) 21(247) Legal Hukuk Dergisi 2453-2541

22 Türkisches Verfassungsgericht, 2022-109/125, 13.07.2023, abrufbar unter: <<https://normkararlarbilgibankasi.anayasa.gov.tr/Dosyalar/Kararlar/KararPDF/2023-125-nrm.pdf>> Zugriff am 18 Oktober 2023.

23 Veröffentlicht im amtlichen Gesetzesblatt Nr. 29.12.2022/32058, abrufbar unter: <<https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2022/12/20221229-5.htm>> Zugriff am 18 Oktober 2023.