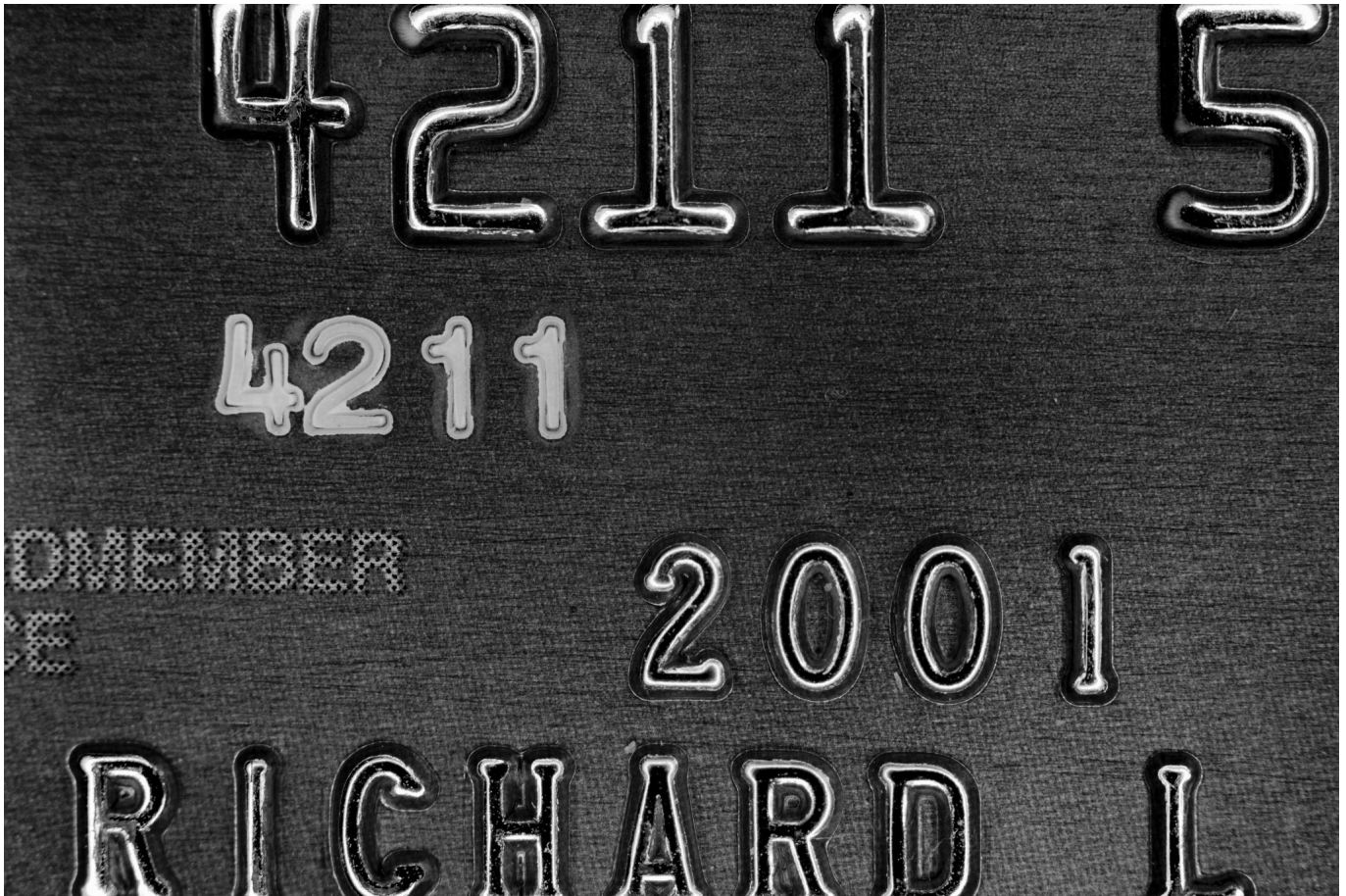


A portrait of a man with short brown hair and a slight smile, wearing a teal button-down shirt. He is positioned on the left side of the frame, with his arms crossed. The background is dark and out of focus.

Schieb Report

Ausgabe 2024.10

Programmieren von Wearables mit Fidesmo

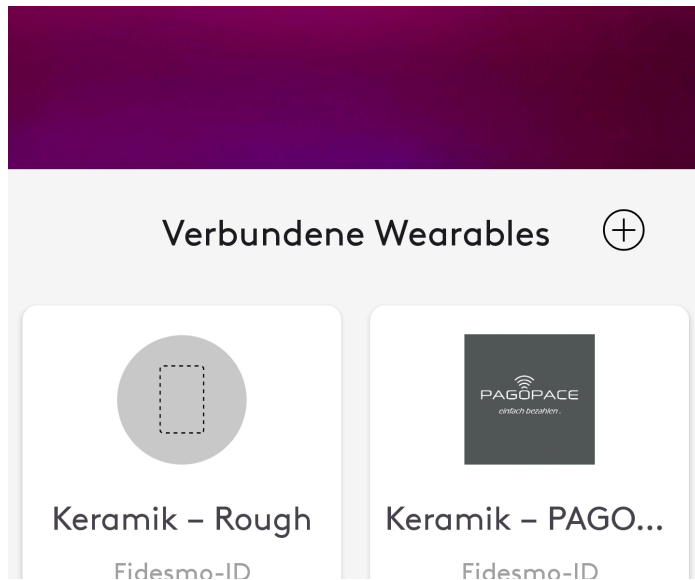


Immer mehr Wearables wie Uhren, Armbänder und Ringe lassen sich zur Zahlung einsetzen. Wie aber kommen die Informationen des Zahlungsmittels darauf? Über den Händler. Wenn ihr ein Android-Handy habt, könnt ihr das aber auch selbst!

Echte oder virtuelle Kreditkarte?

Wenn ihr nun glaubt, ihr könntet eine "echte" Kreditkarte auf ein Wearable programmieren, dann ist das leider nur selten der Fall. Das liegt daran, dass die allermeisten Banken das nicht freigeben, um Missbrauch zu verhindern. Alternativen dazu sind beispielsweise [Curve](#), das eine virtuelle Kreditkarte mit einer echten verknüpft oder [VIMpay](#), bei denen ihr eine virtuelle Prepaid-Kreditkarte anlegen könnt. Die so erzeugten virtuellen Karten sind dazu ausgelegt, auch auf andere Medien (wie Wearables) übertragen zu werden.

Das Programmieren der Wearables ist der zweite Schritt, und der wird leider für Apple-Benutzer zur Tortur: Dazu müsst ihr NFC nutzen. Das haben die iPhones zwar, allerdings reglementiert Apple die Nutzung so stark, dass eine Programmierung unterbunden wird. Bei Android ist das kein Problem, dafür gibt es die [Fidesmo-App](#).



Löschen des Wearables

Oft kommen die Wearables schon vorprogrammiert vom Händler bei euch an. Um eine neue Kreditkarte darauf programmieren zu können, müsst ihr die bereits programmierte löschen. Das ist in der Fidesmo-App nicht ganz intuitiv:

- Tippt in der Fidesmo App in der Übersicht auf das [Wearable](#), das ihr löschen wollt.
- Wichtig: Klickt jetzt nicht auf das Symbol mit der Mülltonne, sondern auf das Bild des Wearables.
- Hier könnt ihr die programmierten Daten durch ein Tippen auf **Karte entfernen** löschen.
- Ihr müsst zur Bestätigung, dass ihr das dürft, die [E-Mail](#)-Adresse eingeben, mit der die Programmierung damals erfolgt ist. Kennt ihr die nicht, beispielsweise, weil das Wearable gebraucht gekauft wurde, müsst ihr diese zwingend in Erfahrung bringen!

Schlummern der Bezahlungsfunktion

Karte entfernen

Verbinde Deine Bezahlkarte, um an jedem kontaktlos-Terminal der Welt sicher und bequem bezahlen zu können.

Lese mehr über Fidesmo Pay, finde Antworten auf die wichtigsten Fragen und eine Liste der unterstützten Karten auf <https://fidesmo.com/pay>.

Programmieren des Wearables

Zum Programmieren einer neuen Kreditkarte auf ein Wearable braucht ihr die Fidesmo-App, ein NFC-fähiges Wearable und die Daten der Kreditkarte:

- Klickt auf das Plus-Zeichen in der Fidesmo-App.
- Legt dann das Wearable an den NFC-Sensor des Telefons.
- Das Telefon erkennt das Wearable und fragt eine E-Mail-Adresse ab, an die die Programmierung gebunden wird (die ist später bei der Löschung wichtig!).
- Gebt nun die Daten der [Kreditkarte](#) ein.
- Der Programmiervorgang dauert zwischen einer und zwei Minuten. Solange muss das Wearable nah am Handy bleiben!
- Nach dem erfolgreichen Abschluss der Programmierung könnt Ihr das Wearable zur Zahlung nutzen.



Ein Fidesmo-Wearable



Dieses Telefon

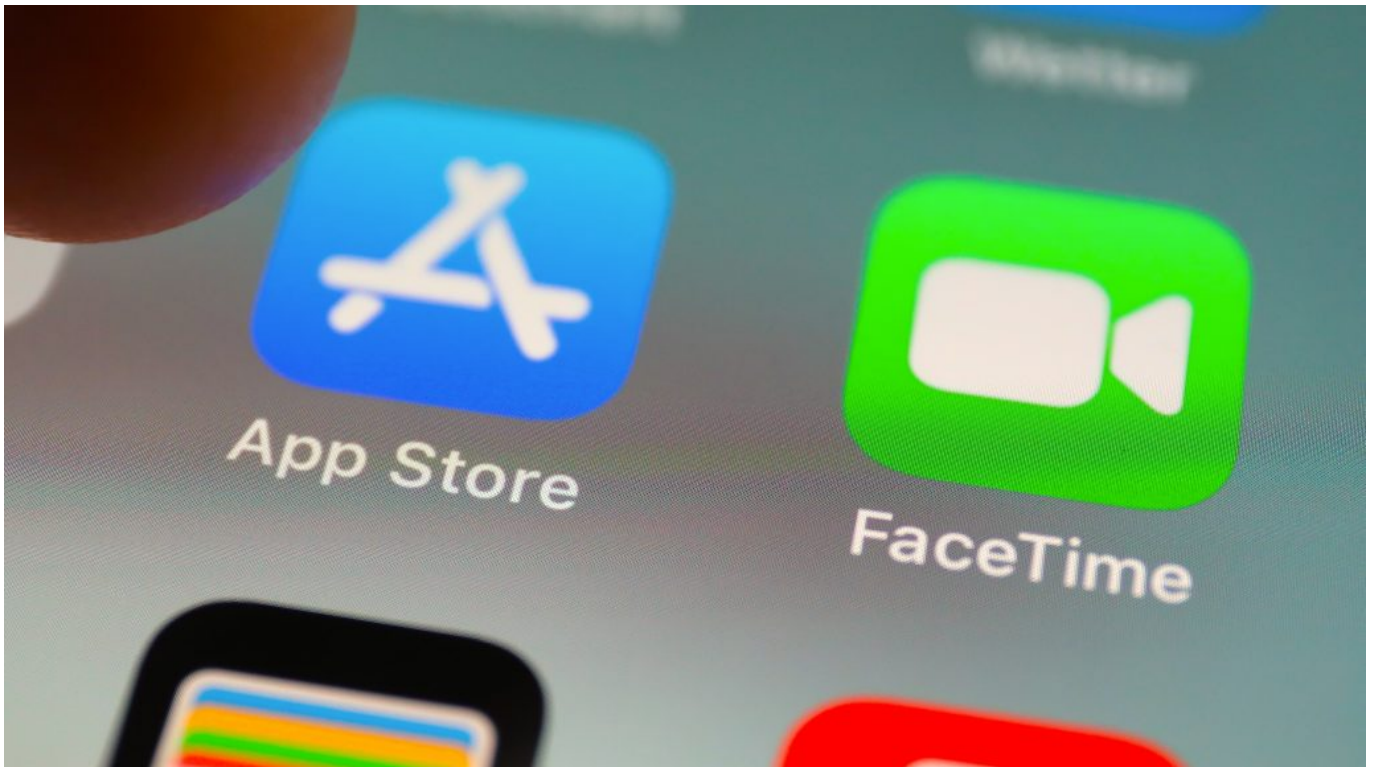
EU-Strafe gegen Apple: Was sich am App-Store ändern wird



Apple wurde von der EU zu einem Bußgeld in Höhe von 1,8 Mrd. EUR verdonnert. Hintergrund sind Wettbewerbsrecht, der App-Store und die Provisionen bei Zahlungen.

Das ist mal ein ordentliches Bußgeld: 1,8 Mrd. EUR Strafe soll Apple zahlen. Eine „Wettbewerbsstrafe“, wie es offiziell heißt. Das Unternehmen habe seine marktbeherrschende Stellung für den Vertrieb von Musik-Streaming-Apps an iPhone- und iPad-Nutzer über seinen App Store missbraucht, so die EU-Kommission.

Den Stein ins Rollen gebracht hat der Streamingdienst Spotify aus Schweden. Da Apple einen eigenen Musikdienst hat, Apple Music, stehen Apple und Spotify im direkten Wettbewerb. Spotify beklagt mangelnden fairen Wettbewerb und hat schon vor Jahren Beschwerde eingereicht. Was ändert sich jetzt?



Apples App-Store muss ab März Wettbewerb zulassen, so sieht es der Digital Markets Act vor

Warum 1,8 Mrd. EUR Bußgeld?

Warum dieses hohe Bußgeld, dass die EU-Kommission über Apple verhängt hat?

Es geht in erster Linie um den fehlenden Wettbewerb und in zweiter Linie auch um die strengen Richtlinien, nach denen App seinen App-Store für iPhone und iPad betreibt. Spotify ist der führende Anbieter von Musik-Streaming weltweit.

Apple sagt gerne, Spotify sei ein Monopolist. Aber das ist Unsinn. Denn es gibt eine Menge Konkurrenz und damit Wettbewerb, ob Apple Music, Deezer, Amazon Music und viele andere. Entscheidend ist aber, dass Apple gleichzeitig alleiniger Anbieter des App-Stores für iPhone und iPad ist und gleichzeitig Wettbewerber, weil Apple einen eigenen Musik-Streamingdienst hat, Apple Music.

Wenn Apple den Kunden den Streamingdienst für 9,99 EUR anbietet, verdient der Konzern viel mehr als wenn Spotify den Service für 9,99 EUR anbietet, da Apple immer(!) 15-30% kassiert.



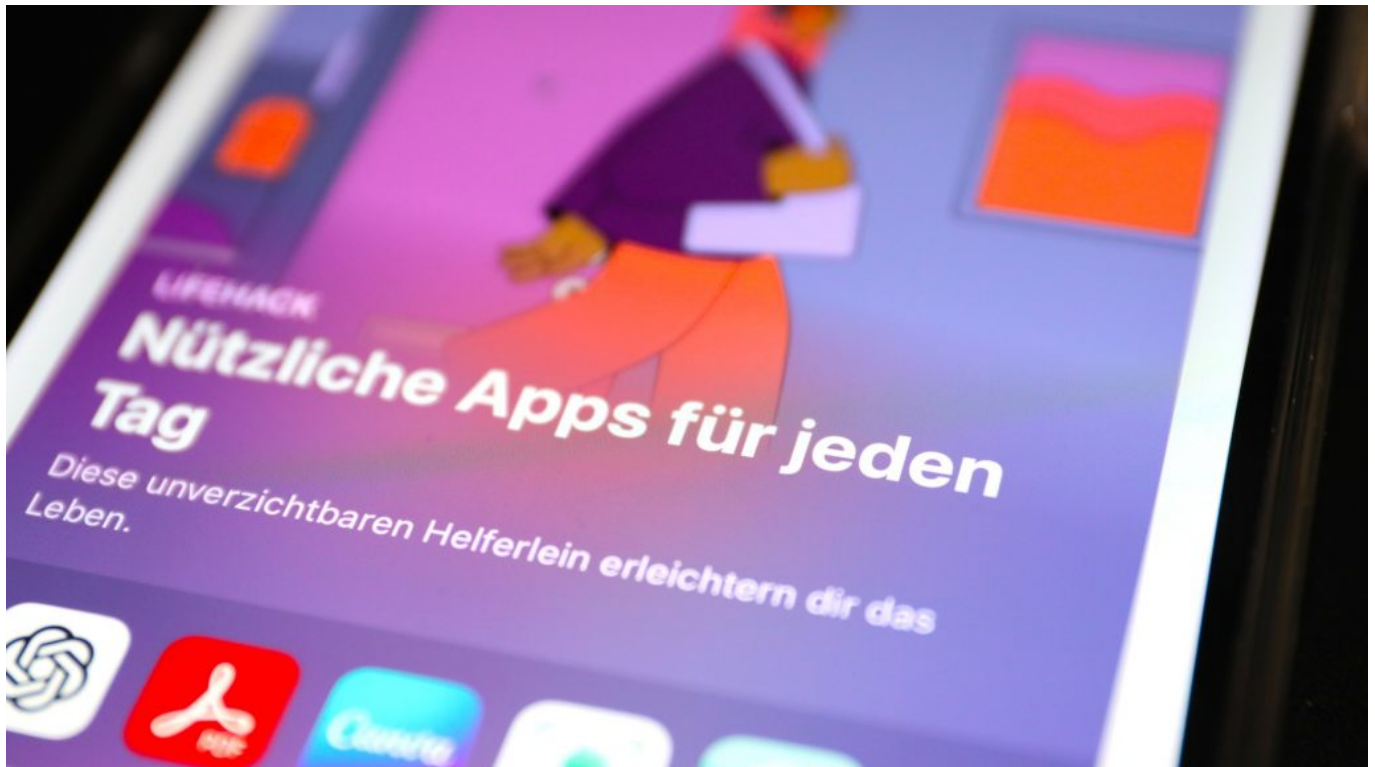
Apple kassiert bei allen Transaktionen bis zu 30% Provision

Apple kassiert bis zu 30% Provision

Die Sache ist die: Bisher herrscht Apple nicht nur über den App-Store – das Unternehmen bestimmt die Regeln, die eingehalten werden müssen und entscheidet bei jeder einzelnen App, ob sie in den App-Store darf –, sondern kassiert auch bei jeder Zahlung ab. 15-30% Provision, je nach Unternehmensmodell.

Jetzt könnte man noch sagen: Apple Pay, App-Store, OK, wenn da Provisionen gezahlt werden. Allerdings sind 30% schon ganz schön heftig. Hinzu kommt aber: Zumindest bisher ist es für iPhone und iPad nicht möglich, Apps aus anderen Quellen zu laden oder zu erlauben, dass Kunden per Überweisung bezahlen oder mit dritten Zahlungsmitteln.

Apple will dann trotzdem 30% Provision. Das wird sich jetzt durch den „Digital Services Act“ (DSA) ändern, da muss Apple Kompromisse machen. Aber selbst wenn man Apps aus fremden in Zukunft laden kann, müssen die App-Anbieter immer noch 17% Provision bezahlen. Das sei wettbewerbsrechtlich bedenklich, argumentiert jetzt die EU-Kommission.



Bislang kontrolliert Apple den App-Store komplett. Pluspunkt: Mehr Sicherheit

Bezahlen über externe Kanäle unmöglich

Nun hebt die EU-Kommission hervor, dass die Höhe der Provision allein nicht das Problem ist, sondern die Tatsache, dass die App-Anbieter keine andere Möglichkeit haben als die Provision zu zahlen. Was ist damit gemeint?

Laut Untersuchung der EU-Kommission untersagt Apple es Entwicklern von Musik-Streaming-Apps (aber auch von allen anderen Apps, muss man sagen), Nutzern von iOS-Nutzerinnen alternative, möglicherweise günstigere Musik-Abos anzubieten, die außerhalb der App verfügbar sind.

Etwa so: Wenn Du mit Apple Pay bezahlst, fein, das ist einfach und bequem, zahlst Du 9,99 EUR im Monat. Wenn Du außerhalb davon bezahlst, etwa durch Lastschrift, dann nur 7,50 EUR im Monat – das wäre ja denkbar. Das verbietet Apple nicht nur, sondern unterbindet es auch. Wenn eine App das anbietet, fliegt sie aus dem App-Store.

Damit ist die Sache klar: Apple verdient mehr mit seinem Musik-Dienst, hat eine größere Marge – und Spotify verdient weniger pro Kunde und muss entweder teurer sein oder kann weniger anbieten. Das ist durchaus zum Nachteil der

Kunden.

Gerechtfertigt oder nicht?

Apple ist ein Konzern, der 383 Mrd. Dollar Umsatz im Jahr macht. Das bringt die nicht um – und Strafen müssen weh tun. In Zukunft sind mit dem Digital Services Act Strafen bis zu 6% des weltweiten Jahresumsatzes denkbar, bei Apple also über 20 Mrd EUR.

Aber es geht ja ums Prinzip. Ja, die bisherigen Regeln von Apple sind streng. Apple verdient damit prächtig, geschätzt 10-20 Mrd. EUR im Jahr. Allein mit dem App-Store. Natürlich wollen sie sich das nicht wegnehmen lassen.

Und das Öko-System von Apple ist sehr sicher und bequem. Aber: Der Kunde sollte immer die Wahl haben. Sicher und bequem, dann etwas teurer, oder riskanter und unbequemer, dann günstiger.

Allerdings müssen die App-Entwickler dann natürlich eine relevante Gebühr für die Infrastruktur des App-Stores bezahlen, das ist klar.

Aber immer mindestens 15% Provision abzukassieren, das ist schon unangemessen. Das gilt nicht nur für Streamingdienste, sondern auch für Games und viele andere Apps. Es ist gut, dass das genauer untersucht wird und neue Lösungen gefunden werden. Das ist im Interesse der Konsumenten.

Wenn AppleCare+ Zahlungsprobleme meldet



Handyversicherungen sind weit verbreitet. Apple bietet mit [AppleCare+](#) ein eigenes Modell an, das bei Beschädigungen und Verlust den Schaden in Grenzen halten soll. Das funktioniert aber nur, wenn ihr die Zahlung auch leisten könnt! Wenn es Probleme gibt, hilft dieser Trick.

Rechnungsproblem: Oft kein Phishing!

Wenn ihr viele E-Mails bekommt, dann lösen Betreffs wie "Rechnungsproblem" schnell eine Abwehrhaltung aus. Zu oft wird über solche und ähnliche Betreff-Zeilen ein Versuch gestartet, an Eure Zahlungs- oder Login-Informationen zu kommen. In diesem Fall solltet ihr sie aber trotzdem anschauen und prüfen: Wenn [Apple](#) die Zahlung für das AppleCare+ nicht abbuchen kann, dann bekommt ihr eine solche E-Mail.

- Validiert diese, indem ihr euch die angegebene Seriennummer und das Modell, für die das AppleCare+ abgeschlossen wurde, in der E-Mail anschaut und vergleicht, ob das euer Gerät ist.
- Zahlungsprobleme kommen oft daher, dass die hinterlegte Zahlungsmethode abgelaufen ist. Eine [Kreditkarte](#) hat eine Gültigkeit, wenn diese abgelaufen ist, dann werden Zahlungen darüber natürlich verweigert.
- Bei einem monatlichen AppleCare+ verfällt der Versicherungsschutz nach einem knappen Monat. Ihr solltet also zeitnah reagieren!



Rechnungsproblem



Wo ist der betroffene AppleCare+-Vertrag?

Eigentlich ist der Weg zur Behebung des Problems kurz und intuitiv: Klickt auf den Link in der E-Mail, meldet euch mit Eurer Apple ID an und korrigiert die abgelaufene Zahlungsmethode. Was aber nur dann funktioniert, wenn das AppleCare+ mit eurer [Apple ID](#) verknüpft ist. Das ist der Fall, wenn das Gerät und ihr (mit der Apple ID) den Vertrag zusammen abgeschlossen habt. Wenn das Gerät aber beispielsweise in der Familie weitergegeben wurde, dann wurde die Apple ID des Geräts auf die des neuen Benutzers geändert. Das zugehörige AppleCare+ verliert aber die Zuordnung zur Apple ID und ist damit weder im Konto des ehemaligen noch in dem des neuen Benutzers zu finden.

Das könnt ihr ändern, wenn ihr das Gerät zur Hand habt:

- Wechselt in die Einstellungen des Geräts.
- Tippt auf **Allgemein > AppleCare & Garantie**.
- Unter **Dieses Gerät** seht ihr das **AppleCare+**

- Tippt den Eintrag an, dann fragt euch iOS, ob ihr den Vertrag mit eurer Apple ID verknüpfen wollt. Bejaht das.
- Meldet euch dann mit der Apple ID an. Für den Vertrag wird jetzt automatisch die Standard-Zahlungsmethode der Apple ID genutzt und auch automatisch belastet, sodass die Versicherung fortbesteht.
- Sollte die Zahlungsweise für die Apple ID nicht aktuell sein, dann könnt ihr die zentral [hier](#) ändern.

DIESES GERÄT



iPhone 15 Pro Max

AppleCare+ mit Diebstahl und Verlust



GEKOPPELTE GERÄTE



Apple Watch von Andreas

AppleCare+



AirPods Pro NL

Eingeschränkte Garantie



AirPods Pro KR

AppleCare+



Copilot Pro in PowerPoint



Copilot für PowerPoint ist von den KI-Integrationen in Office der ersten Welle mit Abstand die mächtigste. Der Fokus liegt hier vor allem auf dem schnellen Erstellen einer Basispräsentation zu einem Thema, die ihr dann weiter verfeinern könnt (und auch müsst).

Erzeugen einer Präsentation in PowerPoint per Copilot

- Gebt an der Eingabeaufforderung eine möglichst genaue Beschreibung des Inhalts der Präsentation an. Beispielsweise „Erstelle eine Präsentation über die Geschichte der KI. Verwende dabei ein dunkles Thema und futuristische Schriften.“
- PowerPoint analysiert jetzt eure Anforderungen und setzt aus den gefundenen Informationen und euren Format- und Designanforderungen eine neue Präsentation zusammen.

- Die aus dem internen Portfolio verwendeten Bilder sind dann gut, wenn ihr die Präsentation zu einem allgemeinen Thema erzeugen lasst. Copilot verwendet keine urheberrechtlich geschützten Bilder, bei spezifischen Themen werdet ihr in der automatisch generierten Präsentation auf die passenden Originalbilder verzichten müssen. Die könnt ihr aber natürlich manuell nachpflegen.

Copilot für [Powerpoint](#) setzt die Trennung von Folien und Vortrag um: Die Folien enthalten nur die Schlagworte, die Handzettel/Notizen dann noch deutlich mehr Informationen, die ihr in eurem Vortrag nutzen könnt.

OK, hier hast du es. Eine Präsentation mit 20 Folien über die Geschichte der KI wurde erstellt. Das dunkle Thema und futuristische Schriften wurden verwendet.

Wenn Du möchtest, kann ich dir beim Umschreiben von Folien helfen oder du kannst **Designer** verwenden, um Layouts anzupassen.

KI-generierte Inhalte könnten fehlerhaft sein.  

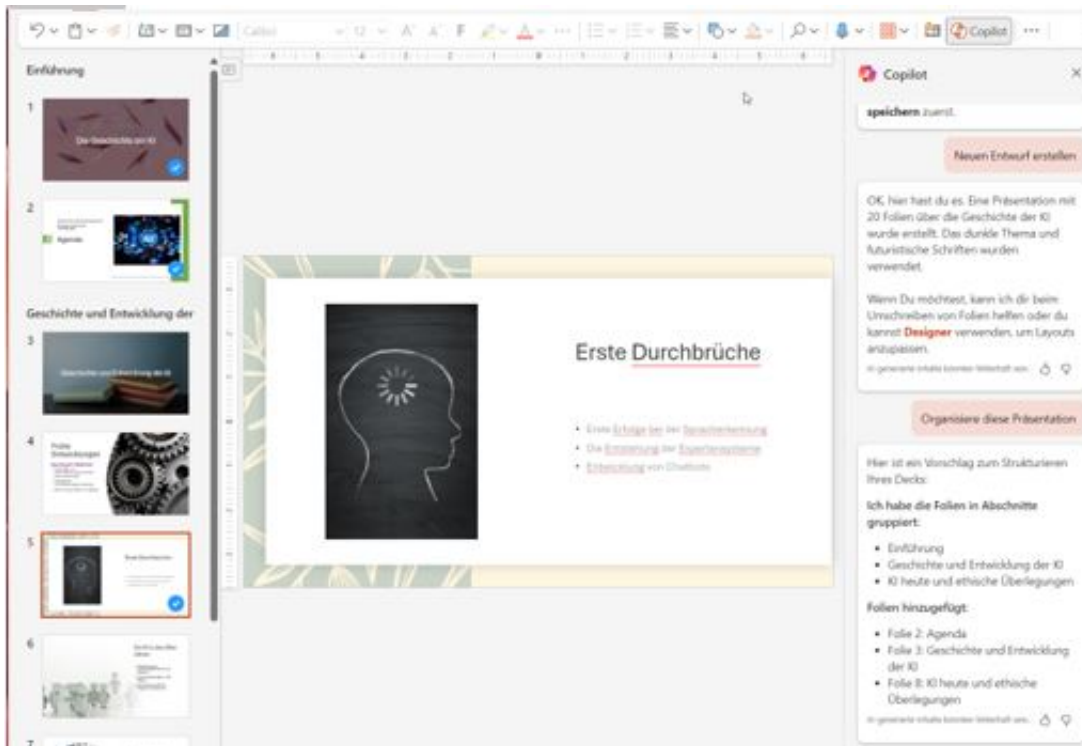
Verfeinern von Präsentationen mit Copilot

[Copilot](#) für Powerpoint setzt die Trennung von Folien und Vortrag um: Die Folien enthalten nur die Schlagworte, die Handzettel/Notizen dann noch deutlich mehr Informationen, die ihr in eurem Vortrag nutzen könnt.

Gefallen euch die Folien nicht? Dann könnt ihr sie ohne großen Aufwand direkt von Copilot überarbeiten lassen.

- Klickt die Folie an, deren Design ihr ändern wollt.
- Klickt neben dem Copilot-Symbol in der Start-Symbolleiste (oder im Chatfenster) auf **Designer**.

- Copilot zeigt euch jetzt verschiedene Designs an, die zu euren Vorgaben und dem Thema der Präsentation passen.
- Doppelklickt darauf, um das neue Format auf die Folie anzuwenden. Das könnt ihr jetzt für alle Folien wiederholen.
- Wenn ihr das [Designer](#)-Fenster nicht mehr benötigt, dann klickt es einfach zu, um wieder Platz auf dem Bildschirm freizumachen.



Ob ihr die Präsentation nun per Copilot habt erzeugen lassen oder eine bereits fertige Präsentation geladen habt, eine Herausforderung kann Copilot euch abnehmen: Die Strukturierung der Folien. Oft habt ihr tolle Inhalte produziert, aber habt die im Eifer des Gefechts ohne Trennfolien und Zusammenfassungen zusammen gepackt. Das überfordert die Leser oft unnötig.

- Sichert den aktuellen Stand der Präsentation, wenn ihr nicht die Versionierung von Microsoft 365 verwendet, denn die Funktion ändert die Struktur eurer Präsentation.
- Gebt in der Eingabeaufforderung **Organisiere diese Präsentation**
- Copilot geht jetzt durch die Folien und erstellt eine Struktur, die zum einen aus einer Agenda, also einem grafischen Inhaltsverzeichnis besteht. Zum anderen bringt es die Themenbereiche durch Trennfolien zwischen den zugehörigen Folien in der Präsentation unter.

Fehlen euch noch Folien? Dann lasst die doch einfach von Copilot hinzufügen:

- **Füge eine Folie hinzu zu** erzeugt eine sowohl zum Themengebiet der Präsentation als auch zum in der Anweisung separat angegebenen Thema passende Folie.
- Die könnt ihr wieder frei in der Präsentation an die richtige Stelle bewegen, verändern, mit einem neuen Design versehen und mehr.

Der "Digital Markets Act" (DMA) bringt viele Veränderungen und Vorteile



Lange haben die Mitglieder der EU-Kommission daran gearbeitet - jetzt sind "Digital Services Act" (DSA) und "Digitam Markets Act" (DMA) installiert und gültig. Es geht um mehr Schutz für User, Verbraucher und auch besseren Wettbewerb. Vieles wird wirklich besser.

Mehr Wettbewerb und mehr Auswahl für Verbraucher: Der „Digital Markets Act“ (DMA) will die Macht der großen Digitalkonzerne beschneiden. Verbraucher bekommen mehr Rechte – und wenn es gut läuft, können sie auch Geld sparen

Die EU hat lange gebraucht. Aber man muss sagen: Eher als USA oder Asien hat die EU Regeln aufgestellt, um die Macht der großen Digitalkonzerne einzudämmen. Wie sagte doch ein US-Senator so treffend zu Mark Zuckerberg in einem Hearing: "Sie sind keine Konzerne, Sie sind Staaten".

Und so haben sich nicht wenige von den großen Konzernen auch benommen. Lange Zeit haben sie grundsätzlich nur nach den ur-eigenen Regeln gespielt: Die „Nutzungsbedingungen“ der Anbieter waren quasi Gesetz. Vorschriften und

Kultur der anderen Länder wurden (und werden) oft nur mit Widerwillen geachtet und umgesetzt.



Apple wurde von der EU zu einem Bußgeld in Höhe von 1,8 Mrd. EUR verdonnert

Genau das wollte und will die EU mit dem „Digital Markets Act“ (DMA) gemeinsam mit dem „Digital Services Act“ (DSA) ändern. Während der DSA vor allem das Geschehen in den „Sozialen Netzwerken“ betrifft, dreht sich im DMA alles um Wettbewerb und am Ende um mehr Auswahl und Rechte für die Verbraucher.

Wir Verbraucher haben viele Vorteile

Jetzt, Anfang März, hat nun auch der "Digital Markets Act" Gültigkeit erlangt. Die Konzerne müssen umstellen.

Für Verbraucher bedeutet der „Digital Markets Act“ im Wesentlichen nur Vorteile: Mehr Auswahl, bessere Preise und bessere Sichtbarkeit von kleineren Anbietern und Diensten, die bislang oft untergegangen sind. Aber mit der Umsetzung der neuen EU-Regeln sind auch einige Umstellungen verbunden, möglicherweise auch von einigen Gewohnheiten, denn die großen Anbieter müssen einiges verändern, wenn sie hohe Bußgelder vermeiden wollen.

Betroffen sind vor allem die bekannten Namen: Apple, Google, Microsoft, Alfabet (darunter fallen alle Google-Dienste wie Youtube, aber auch die Suchmaschine), aber auch der Meta-Konzern mit Facebook, Instagram und Co. Unter dem Digital Markets Act in der EU fallen folgende Konzerne und Dienste:

1. Alphabet (Google)
2. Amazon
3. Apple
4. ByteDance (TikTok)
5. Meta (Facebook, Instagram, WhatsApp)
6. Microsoft

Apple setzt am schnellsten um

Am schnellsten werden wir Veränderungen bei Apples App-Store sehen, für iOS, also iPhone und iPad.

Bislang fährt Apple da ein strenges Regiment, entscheidet alleine, welche Regeln gelten, was die Apps dürfen und was nicht – und vor allem kassiert das Unternehmen bis zu 30% Provision bei allen Zahlungen. Das wird sich ändern. Es wird alternative App-Stores geben, etwa von Games-Anbietern oder großen Unternehmen.



Apple kassiert bei allen Transaktionen bis zu 30% Provision

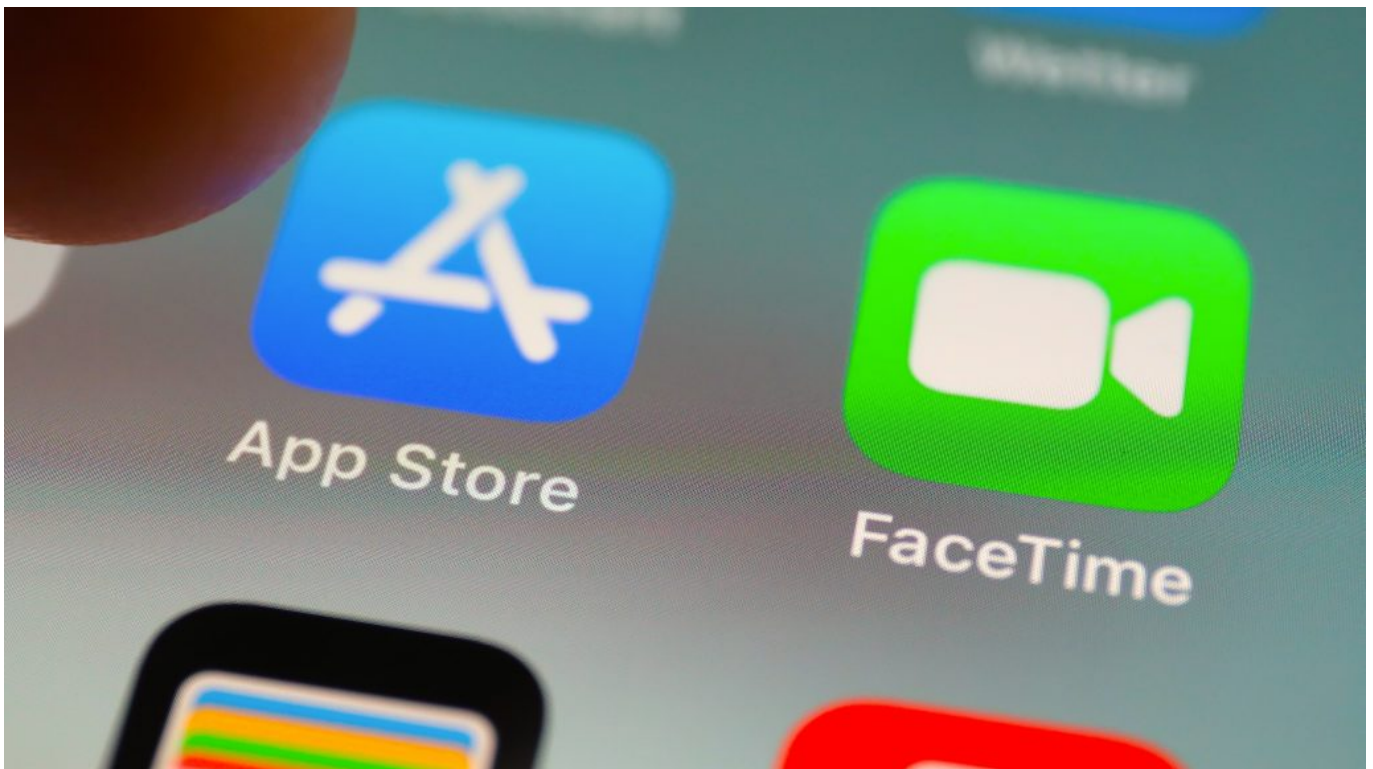
Aufgrund des Digital Markets Act führt Apple folgende Veränderungen durch:

1. Apple könnte gezwungen sein, Browser-Engines anderer Hersteller zuzulassen, was zu mehr Vielfalt und Wettbewerb im Bereich der Browser führen würde.
2. Der DMA verlangt von Apple, den Zugang für Softwaredrittanbieter zu erleichtern und die eigenen Sicherheitsmechanismen interoperabler zu gestalten. Dies soll die Konkurrenz fördern und den Verbrauchern mehr Auswahl bieten.
3. Der DMA verbietet bei Gatekeepern wie Apple die Integration von internen Daten, die nicht öffentlich zugänglich sind, um faire Wettbewerbsbedingungen zu gewährleisten.
4. Unternehmen wie Apple müssen sich an die Vorgaben des DMA halten, da bei Nichteinhaltung empfindliche Strafen drohen, einschließlich Strafzahlungen von bis zu zehn Prozent des weltweiten Umsatzes bei Erstverstößen.

Erste alternative App-Stores

Der Wettbewerb nutzt seine Chance - auch wenn einige auch mit dem neuen Status Quo längst noch nicht zufrieden sind. Erste große Anbieter haben jedenfalls bereits alternative App-Store angekündigt, darunter der bekannte Games-Entwickler „Epic Games“, den die meisten durch das populäre Online-Game „Fortnite“ kennen. Epic Games liegt im Dauer-Clinch mit Apple – und war einer der ersten, der mit einem eigenen App-Store an den Start geht.

Aber auch der Anbieter der Software „MacPaw“ will einen eigenen Store starten – und dort Gebühren kassieren.



Apples App-Store muss ab März Wettbewerb zulassen, so sieht es der Digital Markets Act vor

Alternative App Stores bei Apple bedeuten, dass Nutzer die Möglichkeit haben, Apps von anderen Quellen als dem offiziellen App Store herunterzuladen und zu installieren.

Diese alternativen App Stores bieten eine Vielzahl von Apps, Spielen, Klingeltönen und anderen Inhalten, die möglicherweise nicht im offiziellen Store verfügbar sind. Einige Beispiele für alternative App Stores sind:

1. **AltStore:** Ein alternativer App Store für iOS-Geräte, der ohne Jailbreak funktioniert und es Benutzern ermöglicht, .ipa-Dateien von Apps und

- Spielen herunterzuladen, die nicht im Apple Store verfügbar sind.
2. **CokerNutX**: Ein weiterer alternativer App Store für iOS-Geräte, der Tausende von Drittanbieter-Apps, Einstellungen und Spiele bietet. CokerNutX erfordert keine Verwendung eines Apple-Kontos zur Installation und unterstützt alle iOS-Versionen.
 3. **Tweakbox**: Ein alternativer App Store für iOS-Geräte, der es Benutzern ermöglicht, modifizierte Apps ohne den offiziellen Apple App Store zu installieren. Tweakbox bietet eine Vielzahl von Apps und Spielen, die nicht leicht im offiziellen Store zu finden sind.

Diese alternativen App Stores bieten den Nutzern mehr Flexibilität, Vielfalt und Zugänglichkeit als der offizielle App Store. Sie können dazu beitragen, dass Entwickler besser vergütet werden und bieten oft lukrativere Angebote als die bekannten App Stores. Durch die Öffnung für alternative App Stores könnte Apple jedoch einen Teil seiner Einnahmen aus dem App Store verlieren.

App-Entwickler haben jetzt die Wahl: Sie können alles belassen, wie es ist und ihre Anwendungen wie bisher ausschließlich über Apples App-Store vertreiben, müssen dann aber von ihren dort mit digitalen Gütern und Abos erzielten Einnahmen 15 bis 30 Prozent Provision zahlen.

Oder sie machen von den neuen Store-Regeln Gebrauch und eröffnen einen eigenen Store. In diesem Fall gelten andere Konditionen: Die Gebühren sinken dann auf zehn bis 17 Prozent. Darüber hinaus müssen sie eine allgemeine „Fee“ (Gebühr) bezahlen. Ob diese neuen Regeln mit dem EU-Recht zu vereinbaren sind, wird sich noch zeigen.

Für Benutzer bedeutet das aber auf jeden Fall: deutlich mehr Auswahl – und vielleicht auch günstigere Preise. Allerdings müssen sie auch flexibler werden (in verschiedenen Stores suchen).

WhatsApp muss sich für andere Messenger öffnen

Aber auch bei den Messengern wird sich einiges ändern. WhatsApp wird sich öffnen müssen: Interoperabilität wird das genannt. Künftig können WhatsApp Nutzer prinzipiell auch mit Usern anderer Messenger wie Signal, Threema oder Telegram Nachrichten austauschen.

1. Große Messenger wie WhatsApp müssen sich öffnen und interoperabel

werden, was bedeutet, dass sie auch Nachrichten von anderen Messengern empfangen können. Diese Maßnahme zielt darauf ab, den Netzwerkeffekt zu verringern, der es großen Anbietern ermöglicht, aufgrund ihrer Marktmacht immer mehr Nutzer anzuziehen.

2. Kleine, sichere Messenger wie Threema oder Signal sind gegen die Interoperabilität, da sie die Sicherheit ihrer Kommunikation gefährdet sehen. Diese Anbieter befürchten, dass die geplante Interoperabilität mit kommerziellen Messengern ihre Datenschutzstandards beeinträchtigen könnte.



Vor genau 10 Jahren hat sich der Facebook Konzern den Messenger WhatsApp einverleibt

Der Digital Markets Act zielt darauf ab, die Marktmacht großer Konzerne einzuschränken und kleineren Wettbewerbern den Markteintritt zu erleichtern. Durch die Öffnung großer Messenger für Interoperabilität sollen faire Wettbewerbsbedingungen geschaffen werden, während gleichzeitig Bedenken hinsichtlich der Datensicherheit bestehen bleiben.

Ob die App-Entwickler alternativer Messenger das allerdings umsetzen werden, ist eine andere Frage. Es gibt nämlich Datenschutzbedenken: Wer sich mit dem Meta-Konzern verbindet, so die Sorge, liefert bei dem Konzern Daten ab – und

möglicherweise werden eigentlich anonyme User dann für Meta sichtbar. Hier gibt es aktuell Diskussionen.

Doch der Digital Markets Act bricht – zumindest prinzipiell – den „Netzwerkeffekt“: Man wird nicht mehr gezwungen sein, WhatsApp zu benutzen, nur um mit Menschen kommunizieren zu können, die WhatsApp verwenden.

Weitere Veränderungen

Es gibt noch viele andere Veränderungen. Große Suchmaschinen wie Google müssen künftig auch die Ergebnisse spezialisierter Suchmaschinen deutlich prominenter anzeigen, etwa die Preise von Flügen oder Hotels – und nicht nur die Google-eigenen Dienste in den Vordergrund stellen. Ganz grundsätzlich ist es Google nicht mehr gestattet, die eigenen Dienste prominenter in der Suchmaschine anzuzeigen.

Der Digital Markets Act bringt wichtige Veränderungen mit sich:

1. **Mehr Fairness für Verbraucher:** Der DMA schränkt die Monopolstellung großer Online-Plattformen ein, was zu einem fairen Wettbewerb und niedrigeren Verbraucherpreisen führt.
2. **Interoperabilität von Messengern:** Große Messenger wie WhatsApp müssen sich öffnen und interoperabel werden, um Nachrichten von anderen Messengern empfangen zu können, was den Netzwerkeffekt verringern soll.
3. **Regulierung von Gatekeepern:** Unternehmen wie Google und Apple werden strengeren Vorgaben unterworfen, um ihre dominante Position im digitalen Markt einzuschränken und faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen.
4. **Datenschutz und Transparenz:** Der DMA zielt darauf ab, den Datenschutz der Nutzer zu verbessern und einen fairen Wettbewerb in digitalen Märkten zu gewährleisten, indem er die Rechte der Nutzer stärkt und den Zugang zu Daten beschränkt.

Diese Veränderungen sollen insgesamt zu einem faireren und offeneren E-Commerce-Umfeld führen, indem sie die Marktmacht großer Konzerne einschränken und sowohl Unternehmen als auch Verbrauchern mehr Chancengleichheit bieten.

Längst nicht alles wird sofort umgesetzt werden. Aber die Richtung stimmt:
Verbraucher bekommen deutlich mehr Rechte und auch mehr Auswahl.