



TOMASO DUSO

# Ein Zeichen gegen Big Tech und für den Wettbewerb

Tomaso Duso ist Leiter der Abteilung Unternehmen und Märkte im DIW Berlin.  
Der Kommentar gibt die Meinung des Autors wieder.



Mit ihrer Milliardenbuße gegen Google hat die EU-Kommission ein Zeichen gesetzt: Europa ist entschlossen, seine Wettbewerbsregeln konsequent durchzusetzen. Dies ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung, wird jedoch allein nicht ausreichen. Nun müssen auch wirksame Lösungen für die strukturellen Probleme des Marktes gefunden werden – mehr als es etwa im jüngsten US-Urteil gelang, bei dem Google trotz erwiesener Marktmacht nur vergleichsweise milde Auflagen erhielt.

Aber der Reihe nach: Die erste Septemberwoche war eine turbulente Woche. Noch am Montag vertagte die EU-Kommission die Ankündigung einer Entscheidung im Google-Adtech-Verfahren. Viele sahen dadurch die Unabhängigkeit der europäischen Wettbewerbspolitik ernsthaft gefährdet. Weder die Lobbyarbeit mächtiger Unternehmen noch politischer Druck aus Washington dürften Einfluss auf die Durchsetzung des Rechts in Europa haben. Nur einen Tag später folgte das Urteil im US-Kartellverfahren gegen Google wegen seiner Monopolstellung im Bereich der Internetsuche. Eine Aufspaltung des Unternehmens blieb aus. Anstelle struktureller Maßnahmen wurden lediglich Verhaltensauflagen verhängt. So muss Google ausgewählte Daten mit Wettbewerbern teilen, bleibt jedoch von strengeren Vorgaben wie der Offenlegung des Quellcodes oder der Abgabe von Chrome und Android verschont. Solche Auflagen sind besser als nichts, doch die Erfahrung zeigt, wie schwer sie durchzusetzen sind. Zudem verzichtete Richter Amit Mehta darauf, Zahlungen zu verbieten, mit denen Google Standardplatzierungen in Browsern und Smartphones absichert. Im Vergleich zu den Forderungen des US-Justizministeriums fiel das Urteil deutlich milder aus – ein klarer Vorteil für Google.

Nach den vielen Jahren der beiden Verfahren schien es zunächst, als würde am Ende nur ein laues Ergebnis stehen. Doch am späten Freitagnachmittag folgte die Überraschung: Die EU-Kommission verhängte im Adtech-Verfahren eine Geldbuße von fast drei Milliarden Euro gegen den Google-Mutterkonzern Alphabet. Im Zentrum stehen das Werbegeschäft und die weitreichende Durchdringung des Werbemarktes – das Herzstück des Geschäftsmodells. Laut Begründung nimmt Google mit

seinen Produkten eine marktbeherrschende Stellung ein und hat diese seit Jahren missbraucht.

Die Strafe ist daher gerechtfertigt, wird aber allein nicht reichen. Das missbräuchliche Verhalten muss nicht nur geahndet, sondern auch wirksam unterbunden werden. Eine Intervention an dieser Stelle ist vermutlich der entscheidende Hebel, um Googles Dominanz in vielen Bereichen zu durchbrechen. Damit die Geldbuße kein Pyrrhussieg bleibt, sind die nächsten Schritte entscheidend. Google hat 60 Tage Zeit, um eigene Vorschläge zur Beseitigung der Wettbewerbsbarrieren im Onlinewerbegeschäft vorzulegen. Sollten diese nicht überzeugen, kann die EU-Kommission selbst Auflagen bis hin zur Entflechtung zentraler Geschäftsbereiche erlassen. Das wäre ein echter Game Changer und womöglich der einzige Weg, die strukturellen Probleme des Marktes nachhaltig zu lösen.

Gerade deshalb ist es jetzt wichtig, dass die EU-Kommission trotz anhaltender Einschüchterungsversuche konsequent weiter handelt und alle verfügbaren Instrumente ausschöpft, um Wettbewerbsverstöße von Digitalunternehmen wirksam zu verhindern und zu sanktionieren – sowohl im Rahmen der Wettbewerbspolitik als auch bei der Umsetzung der Verpflichtungen aus dem Digital Markets Act. Dies ist unverzichtbar, um offene Märkte zu sichern und demokratische Kontrolle zu gewährleisten. Zwar lassen sich Fragen der europäischen digitalen Souveränität nicht allein durch Kartellrecht oder Regulierung lösen, doch deren konsequente Durchsetzung leistet einen wesentlichen Beitrag zu ihrer Bewahrung.

Um Druck und Unabhängigkeit zu stärken, müssen auch nationale Wettbewerbsbehörden und Gerichte die Kommission ergänzen. Europa muss hier an einem Strang ziehen. Nach Jahren wachsender Marktmacht weniger Gatekeeper und angesichts der Dynamik generativer Künstlicher Intelligenz brauchen wir eine klare pro-wettbewerbliche Agenda. Letzte Woche wurde ein erstes Zeichen gesetzt – hoffentlich nicht das letzte.

Dieser Kommentar ist am 8. September 2025 zuerst in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung erschienen.



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e. V.  
Anton-Wilhelm-Amo-Straße 58, 10117 Berlin

[www.diw.de](http://www.diw.de)

Telefon: +49 30 897 89-0 E-Mail: [kundenservice@diw.de](mailto:kundenservice@diw.de)

92. Jahrgang 10. September 2025

#### Herausgeber\*innen

Prof. Anna Bindler, Ph.D.; Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.; Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos; Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Karsten Neuhoﬀ, Ph.D.; Prof. Dr. Sabine Zinn

#### Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;  
Kristina van Deuverden

#### Lektorat

Dr. Mattis Beckmannshagen

#### Redaktion

Rebecca Buhner; Dr. Hella Engerer; Petra Jasper; Adam Mark Lederer;  
Frederik Schulz-Greve; Sandra Tubik

#### Gestaltung

Roman Wilhelm; Stefanie Reeg; Eva Kretschmer, DIW Berlin

#### Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

#### Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

Der DIW Wochenbericht ist kostenfrei unter [www.diw.de/wochenbericht](http://www.diw.de/wochenbericht)  
abrufbar. Abonnieren Sie auch unseren Wochenberichts-Newsletter unter  
[www.diw.de/wb-anmeldung](http://www.diw.de/wb-anmeldung)

ISSN 1860-8787

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur mit  
Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an  
den Kundenservice des DIW Berlin zulässig ([kundenservice@diw.de](mailto:kundenservice@diw.de)).