

# Inhaltsverzeichnis

A.	Datenzugang als Baustein der vernetzten Wirtschaft	9
I.	Datenzugang für das Handwerk	10
II.	Bisherige rechtliche Lösungen	14
III.	Zielvorstellungen	15
1.	Horizontales Instrument für den Datenzugang	15
2.	Fairer Leistungswettbewerb und Konsumentensouveränität	16
3.	Wesentliche Parameter für den Data Act	17
B.	Der EU Data Act als Grundgesetz der Datenwirtschaft	19
I.	Ziele und Regelungsmechanismen des Data Act-Entwurfs	19
II.	Überzeugende Ausgangspunkte des Data Act-Entwurfs	21
1.	Grundsätzliche Eröffnung von Datenzugang	22
a)	Nutzerorientierung	22
b)	Ökonomische Vorteile	23
c)	Standardsetzung für Folgerechtsakte	24
d)	Europäische Harmonisierung	24
e)	Überschaubarer Aufwand	25
2.	Asymmetrische Regulierung	26
a)	Ausnahme zu Lasten von Gatekeepern	26
b)	Levelling für kleinere Unternehmen	27
c)	Weitergehende Differenzierung?	28
3.	Fairness-Paradigma im B2B-Verhältnis	29
4.	Ansätze zur Rechtsdurchsetzung	30
5.	Anreize und Erleichterungen für konsensuale Lösungen	31
III.	Folgerungen	32
C.	Kommentare zum Data Act mit Blick auf die Markttöffnung	35
I.	Eröffnung des Zugangs zu Sekundärmärkten	35
1.	Legitimation einer zweckgebundenen Zugangseröffnung	36
a)	Keine rechtliche Privilegierung des Dateninhabers	36
b)	Zweckrichtung der Nutzerentscheidung	38

c) Erfordernis eines zweckgebundenen Zugangsanspruchs	40
2. Zweckgebundener Zugangsanspruch	41
3. Erfasste Daten, Software und Tools	42
a) Definition von Daten	42
b) Abgeleitete Daten	43
c) Aggregierte Daten	46
d) Freigabe für Datenmittler	51
e) Zugang zu Hilfsmitteln	54
II. Ausgestaltung des Dreiecksverhältnisses	55
1. Vertrag des Dateninhabers mit dem Nutzer	56
a) Auswahl- und Zustimmungsmöglichkeit	57
b) Verbot der Kopplung	59
c) Klärung von Unklarheiten im Vertrag	59
2. Vertrag des Dateninhabers mit dem Dritten	61
a) Grundsatzkritik des vertraglichen Modells	62
b) Ausnutzung von Informationsvorteilen	65
c) Beschädigung des Verhältnisses von Dritten zum Nutzer	66
3. Format der Zugangsgewährung	67
a) Format der Daten	67
b) Zugriff und in situ-Zugang	69
c) Access by design	71
4. Rolle von virtuellen Assistenten	72
5. Sonderproblem „predictive maintenance“	73
III. Bedingungen des Datenzugangs	75
1. Gegenleistung	75
a) Hinterlegungslösung zur Vermeidung von Verzögerungen	76
b) Vergleichsverträge als Bezugsgröße	76
c) Kostenerstattungsanspruch bei KMU	78
2. Nutzungsbedingungen	80
3. Konkurrenzklausel	82
IV. Verhältnis zu anderen Rechtsgebieten	84
1. Geschäftsgeheimnisschutz und Immaterialgüterrechte	85
2. Datenschutzrecht	88
3. Kartellrecht	90
V. Rechtsdurchsetzung und Streitbeilegung	91
1. Unklare Rechtsfolgen	91
2. Stärkung des Streitbeilegungsmechanismus	92

3. Ausweitung der Zuständigkeit des Streitbeilegungsmechanismus	93
D. Lehren aus dem Digital Markets Act	95
I. Adressaten des DMA	95
II. Datenzugangsansprüche im DMA	96
III. Erkenntnisse für den Data Act	98
E. Schlussbetrachtung	100
Liste der Empfehlungen	103
Executive Summary	107
Wesentliche Ergebnisse	109
Literaturverzeichnis	111