

Thu, Feb
19,
11:05 AM

[REDACTED]

[REDACTED]

Sehr geehrter [REDACTED],

die Europäische Kommission plant voraussichtlich im Herbst 2026 einen Legislativvorschlag für einen sogenannten Digital Fairness Act (DFA) vorzulegen, der weitreichende Vorgaben für digitale Geschäftsmodelle, Produktdesign und Personalisierung einführen soll.

Meta verfolgt diese Initiative mit großem Interesse – insbesondere vor dem Hintergrund der aktuellen Diskussion um die Wettbewerbsfähigkeit Europas und der Vereinfachungsagenda der EU-Kommission. Wir teilen das Ziel eines wirksamen Verbraucherschutzes im digitalen Raum, sehen jedoch die Gefahr, dass der DFA bestehende Regelungen dupliziert und damit dem erklärten Ziel der regulatorischen Vereinfachung zuwiderläuft.

Besonders relevant erscheinen uns, dass viele der vom DFA adressierten Themen – wie personalisierte Werbung, Influencer-Marketing und sogenannte „Dark Patterns“ – bereits durch

bestehende EU-Gesetze wie den DSA, die DSGVO und die UGP-Richtlinie abgedeckt sind. Selbst Verbraucherorganisationen haben festgestellt, dass praktisch jede vom DFA adressierte unerwünschte Praktik bereits unter bestehenden Regeln sanktionierbar ist. Zudem könnten Einschränkungen bei der Personalisierung gerade den werbetreibenden Mittelstand hart treffen, der auf personalisierte Werbung angewiesen ist, um seine Zielgruppen effizient zu erreichen.

Vor diesem Hintergrund würden wir uns freuen, mit Ihnen in den fachlichen Austausch zu treten und Ihnen unsere Einschätzungen zum DFA vorstellen zu dürfen.

Für die Terminkoordinierung steht Ihnen mein Team jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen / Sincerely

[Redacted signature]

[Redacted contact information]

[Redacted line]

[Redacted line]

[Redacted line]

[Redacted line]

[Redacted line]