



Der rechtliche Rahmen für Video-Sharing-Plattformen

IRIS *Plus*

Eine Publikation
der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle



IRIS Plus 2018-1**Der rechtliche Rahmen für Video-Sharing-Plattformen**

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg 2018

ISSN 2079-1089

ISBN 978-92-871-8609-6 (Druckausgabe)

Verlagsleitung – Susanne Nikoltchev, Geschäftsführende Direktorin

Redaktionelle Betreuung – Maja Cappello, Leiterin der Abteilung für juristische Informationen

Redaktionelles Team – Francisco Javier Cabrera Blázquez, Sophie Valais

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Verfasser (in alphabetischer Reihenfolge)

Francisco Javier Cabrera Blázquez, Maja Cappello, Gilles Fontaine, Ismail Rabie, Sophie Valais

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Übersetzung

Michael Finn, Marco Polo Sarl, Stefan Pooth, Ulrike Welsch

Korrektur

Philippe Chesnel, Johanna Fell, Jackie McLelland

Verlagsassistenz - Sabine Bouajaja

Marketing – Nathalie Fundone, nathalie.fundone@coe.int

Presse und PR – Alison Hindhaugh, alison.hindhaugh@coe.int

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Herausgeber

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

76, allée de la Robertsau, 67000 Straßburg, Frankreich

Tel: +33 (0)3 90 21 60 00

Fax: +33 (0)3 90 21 60 19

iris.obs@coe.int

www.obs.coe.int

Titellayout – ALTRAN, Frankreich

Bitte zitieren Sie diese Publikation wie folgt:

Cabrera Blázquez F.J., Cappello M., Fontaine G., Rabie I., Valais S., *Der rechtliche Rahmen für Video-Sharing-Plattformen*, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg 2018.

© Europäische Audiovisuelle Informationsstelle (Europarat), Straßburg, 2018

Die in diesem Bericht enthaltenen Aussagen geben die Meinung der Verfasser wieder und stellen nicht unbedingt die Meinung der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle, ihrer Mitglieder oder des Europarats dar.

Der rechtliche Rahmen für Video-Sharing-Plattformen

Francisco Javier Cabrera Blázquez, Maja Cappello, Gilles Fontaine, Ismail Rabie,
Sophie Valais



Vorwort

„Plattform“ ist ein gutes Beispiel für ein Wort, das seine Bedeutung aus der materiellen Ebene - erhabene Fläche mit flacher Gestalt (aus dem Französischen des 16. Jh. „plateforme“) - in einen ideellen Kontext - Möglichkeiten zur Betrachtung von Meinungen (Diskussionsplattformen) - transferiert hat. Mit dem Aufkommen von Satelliten wurde die Plattform zu einer komplexen Startvorrichtung, und nach der explosionsartigen Verbreitung internetgestützter Anwendungen wird sie nun auch zur Bezeichnung von Interaktionsräumen im Web 2.0 verwendet, wobei sie im Grunde alle Arten von Diensten abdeckt, die über Netze der Informationsgesellschaft angeboten werden können, einschließlich Taxis, Unterkünfte, Telefonanrufe, Teilen von Dateien usw.

Wenn das Internet dazu genutzt wird, Videodateien zu teilen und/oder zu verbreiten, kommt audiovisuelle Regulierung unter verschiedenen Blickwinkeln ins Spiel, wobei eine gewisse Vielfalt an Ansätzen zu beobachten ist: Manchmal werden Dienste wie YouTube als „Video-Sharing-Plattformen“ bezeichnet (in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, die derzeit überarbeitet wird), in anderen Kontexten einfach als „Videoplattformen“ (EU-Gerichtshof im jüngsten Peugeot-Fall) oder auch als „Digitalplattformen“ (im vor kurzem vorgestellten französischen Vorschlag zu Medienchronologie und in einem jüngst veröffentlichten italienischen Bericht zum Nachrichtenkonsum). Gleichzeitig werden die Dienste wie Facebook, die zunehmen von Nutzern geteilte Inhalte enthalten, als „Soziale Medien bezeichnet“. Betrachtet man die kürzlich veröffentlichten Dokumente der europäischen Institutionen, bleibt es offensichtlich mehrheitlich beim einfachen „online“, wie zum Beispiel in der Empfehlung des Europarats und der OSZE zur Internetfreiheit, in der EU-Empfehlung zum Umgang mit illegalen Online-Inhalten oder in der EU-Verordnung über Geoblocking.

Diese Vielfalt an Definitionen berührt auch die Frage, welcher Rechtsrahmen überhaupt gilt: Ist es die AVMD-Richtlinie? Oder die E-Commerce-Richtlinie? Und was ist mit der Informationsgesellschaftsrichtlinie? Vor diesem Hintergrund will die vorliegende IRIS *Plus* einen Überblick über den aktuellen Stand der Dinge geben. Dabei berücksichtigt sie die europäische und nationale Gesetzgebung, einschließlich der jüngsten Regulierungsinitiativen, und die neuesten Entwicklungen in der Rechtsprechung von Gerichten und anderen Stellen, aber auch die Selbstregulierungsinitiativen der Branche.

Straßburg, Mai 2018

Maja Cappello

IRIS-Koordinatorin

Leiterin der Abteilung für juristische Informationen

Europäische Audiovisuelle Informationsstelle

Zusammenfassung

Videoplattformen und soziale Medien tragen zunehmend zur kulturellen und wirtschaftlichen Entwicklung der digitalen Gesellschaft bei. Sie ermöglichen den Menschen, ihre Kreativität zu entfalten und sozial aktiv zu werden, indem sie audiovisuelle Inhalte verbreiten und mit anderen Internetnutzern teilen. Sie eröffnen zudem neue Möglichkeiten für die Entwicklung und Gründung von Unternehmen in den Bereichen Kommunikation, Werbung und Unterhaltung, auch mit neuen Alternativen zu traditionellen Geschäftsmodellen. Die Plattformen bieten oft unterschiedliche Dienste an und sind auch selbst häufig Zwitterwesen. **Kapitel 1** setzt den Rahmen und untersucht die Marktgegebenheiten für Online-Plattformen im Rahmen des audiovisuellen Ökosystems.

Nach dem derzeitigen Rechtsrahmen fallen Videoplattformen nicht unter die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie), da sie nicht als audiovisuelle Mediendienste gelten, sondern als Internetdiensteanbieter im Sinne der E-Commerce-Richtlinie, in der Videoplattformen neben anderen Diensten der Informationsgesellschaft behandelt werden. Die E-Commerce-Richtlinie sieht eine Haftungsbeschränkung für Internetdiensteanbieter vor, die nur dann gilt, wenn sie keine tatsächliche Kenntnis von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information haben oder wenn sie die streitigen Inhalte nach Erlangung dieser Kenntnis unverzüglich entfernen. Als Anbieter von Diensten für Verbraucher und „Händler“ sind Videoplattformen auch von anderen transversalen Richtlinien betroffen, etwa der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken mit ihren Transparenzbestimmungen und Sorgfaltspflichten zur Gewährleistung des Verbraucherschutzes. Darüber hinaus werfen die Geschäftsmodelle der Videoplattformen, die auf der Nutzung privater Daten ihrer Nutzer und auf Algorithmen beruhen, eine Reihe neuer Fragen nach Grundrechten wie dem Schutz der Menschenwürde, der Achtung der Privatsphäre und des Familienlebens, dem Schutz personenbezogener Daten und der Meinungs- und Informationsfreiheit auf, die durch das EU-Primärrecht und die Grundrechtecharta der Europäischen Union geschützt sind. **Kapitel 2** gibt einen Überblick über den aktuell geltenden Rechtsrahmen.

Aus Sicht des Marktes stehen diese Dienste in einer gewissen Konkurrenz zu audiovisuellen Mediendiensten, sowohl direkt als auch indirekt: direkt, weil sie beide audiovisuelle Inhalte verbreiten, und indirekt, indem sie um Werbe- und Sponsoringeinnahmen konkurrieren. Obwohl sie bestimmte Merkmale mit audiovisuellen Mediendiensten teilen, unterliegen sie nicht denselben Verpflichtungen wie diese, etwa der Pflicht, einen finanziellen Beitrag zur Produktion europäischer Werke zu leisten oder vor schädlichen Online-Inhalten zu schützen. Um gleiche Wettbewerbsbedingungen für alle Akteure und einen ausreichenden Schutz im Internet zu gewährleisten, stellt sich daher auf verschiedenen Ebenen die Frage, ob und wie der derzeitige Rechtsrahmen anzupassen ist.

Auf nationaler Ebene prüfen einige EU-Mitgliedstaaten mittlerweile die Notwendigkeit einer strengeren Regulierung von Videoplattformen. So haben Deutschland, Frankreich, Italien und das Vereinigte Königreich das Problem der Online-

Desinformation ins Visier genommen und entsprechende Gesetzesvorschläge zur Diskussion gestellt. Frankreich und Deutschland haben konkrete Regeln erlassen, wonach Videoplattformen einen finanziellen Beitrag zum audiovisuellen Ökosystem leisten müssen. Und das Vereinigte Königreich hat gesetzliche Maßnahmen zum Schutz Minderjähriger im Internet ergriffen. Solche Initiativen werden zusammen mit anderen Beispielen in **Kapitel 3** beschrieben.

Gleichzeitig engagiert sich die Online-Branche auch direkt beim Aufbau einer Selbstregulierung. Große Videoplattformen und Social-Media-Netzwerke haben eigene Richtlinien, Mechanismen und Instrumente entwickelt, um verschiedene Kategorien von Nutzern, insbesondere Minderjährige, Verbraucher und Rechteinhaber, zu stärken und vor schädlichen oder illegalen Inhalten zu schützen, etwa vor jugendgefährdenden Inhalten, Desinformation, Hetze, urheberrechtsverletzendem Material und rechtswidrigen Geschäftspraktiken. Solche Initiativen erfolgen häufig in enger Zusammenarbeit mit nationalen Behörden, der Zivilgesellschaft und anderen relevanten Akteuren. Einen Überblick über die wichtigsten Initiativen gibt **Kapitel 4**.

Online-Plattformen bringen auch eine Reihe neuer Auslegungsfragen für die Richter mit sich. Die Themen reichen dabei vom Urheberrecht über den Datenschutz bis hin zum Schutz von Bürgern, Minderjährigen und Verbrauchern. **Kapitel 5** bietet eine Auswahl einschlägiger Entscheidungen des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte (EGMR) und des Gerichtshofs der Europäischen Union (GHEU) sowie der nationalen Gerichte und der zuständigen Wettbewerbs- oder Regulierungsbehörden. Es gibt einen Einblick in die Auslegung der wichtigsten Grundsätze und Begriffe in diesem Bereich, etwa der Definitionen für Begriffe wie „Vermittler“, „Videoplattform“ und „audiovisueller Mediendienst“, des Geltungsbereichs der Haftungsbeschränkung für Dienste der Informationsgesellschaft und des Begriffs des „aktiven“ bzw. „passiven“ Diensteanbieters.

Parallel zur Entwicklung dieser Dienste werden die Rechtsvorschriften auf europäischer Ebene laufend aktualisiert. Die Strategie der Europäischen Kommission für einen digitalen Binnenmarkt (DBM) für Europa sieht bedeutende Veränderungen zur Modernisierung des europäischen Rechtsrahmens vor. In diesem Zusammenhang durchläuft die AVMD-Richtlinie einen umfangreichen Revisionsprozess, der auch eine neue Definition für „Videoplattformdienste“ bringen wird, die sich von der Definition für „audiovisuelle Mediendienste“ unterscheidet. Die Dienste sollen zur Einführung geeigneter Maßnahmen und Instrumente verpflichtet werden, die Minderjährige und Bürger vor schädlichen Inhalten auf Videoplattformen schützen. In dem anderen Kontext der Informationsgesellschaftsrichtlinie wurden Initiativen ergriffen, um Dienste der Informationsgesellschaft zu verpflichten, die Verfügbarkeit urheberrechtsverletzender Inhalte über ihre Dienste zu verhindern, sobald sie von den Rechteinhabern als solche erkannt werden. Diese und andere Rechtsinitiativen sind in **Kapitel 6** beschrieben. Eine Tabelle, aus der das aktuelle Stadium der interinstitutionellen Verhandlungs-„Trilogie“ zur AVMD-Richtlinie hervorgeht, befindet sich in **Kapitel 7**.

Inhaltsverzeichnis

1	Hintergrund	1
1.1	Das Angebot von Videoplattformen und sozialen Medien und ihr wirtschaftlicher Einfluss	1
1.1.1	Angebote und Akteure unterschiedlicher Herkunft	1
1.1.2	Die schwierige Schätzung des durch Video-Sharing generierten Publikums.....	4
1.1.3	Der wirtschaftliche Einfluss der Videoplattformen und der sozialen Medien.....	5
1.2	Wesentliche rechtliche Herausforderungen durch Videoplattformen und soziale Medien.....	6
1.2.1	Die rechtliche Herausforderung einer gemeinsamen Definition	6
1.2.2	Die rechtlichen Herausforderungen der Territorialität und der Durchsetzung	9
1.2.3	Die rechtlichen Herausforderungen für das Wettbewerbsrecht.....	10
1.2.4	Die rechtlichen Herausforderungen für die Menschenrechte	11
2	Internationales Recht und EU-Rechtsrahmen	15
2.1	Europarat.....	15
2.1.1	Normsetzung zur Online-Umgebung.....	15
2.1.2	Empfehlung zu den Rollen und Verantwortlichkeiten von Internetvermittlern.....	17
2.2	EU-Rechtsrahmen	19
2.2.1	Unterschiedliche Regulierung für verschiedene Dienste?.....	19
2.2.2	Allgemeine Verantwortung von Videoplattformen und sozialen Medien	21
2.2.3	Kommerzielle Kommunikation auf Videoplattformen und in sozialen Medien	23
2.2.4	Schutz von Minderjährigen und der Menschenwürde auf Online-Plattformen.....	26
2.2.5	Datenschutz und Privatsphäre	36
2.2.6	Durchsetzung einzelstaatlicher Gesetze und Territorialitätsvorschriften	40
3	Nationale Umsetzung	43
3.1	Allgemeine Regeln zur Verantwortung.....	43
3.1.1	Frankreich.....	44
3.2	Fake News.....	45
3.2.1	Deutschland	45
3.2.2	Frankreich.....	46
3.2.3	Italien	47
3.2.4	Vereinigtes Königreich.....	48
3.3	Schutz Minderjähriger	48
3.4	Finanzierung von Inhalten.....	50
3.5	Schutz des Urheberrechts	52

3.5.1	FR – Frankreich	52
-------	-----------------------	----

4 Selbstregulierungs- und gesamteuropäische Initiativen 55

4.1	Der Schutz von Kindern und Jugendlichen auf Videoplattformen und in sozialen Medien	55
4.1.1	Der Ansatz von Videoplattformen und sozialen Medien.....	55
4.2	Schutz vor Hetze und „Fake News“ auf Videoplattformen und in sozialen Medien.....	60
4.2.1	Selbstregulierungsinitiativen gegen Hetze im Internet.....	60
4.2.2	Selbstregulierungsinitiativen gegen „Fake News“ im Internet.....	62
4.3	Der Schutz urheberrechtlich geschützter Inhalte auf Videoplattformen und in sozialen Medien	64
4.4	Die Grenzen gezielter Werbung auf Online-Plattformen.....	67

5 Rechtsprechung..... 73

5.1	Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte	73
5.1.1	Recht auf freie Meinungsäußerung und Hetze auf Videoplattformen und in sozialen Medien	73
5.2	Gerichtshof der Europäischen Union	78
5.2.1	Die Definition von Videoplattformen.....	78
5.2.2	Online-Plattformen und Urheberrechtsverletzungen	79
5.2.3	Online-Plattformen und personenbezogene Daten.....	86
5.2.4	Online-Plattformen und Missbrauch einer beherrschenden Stellung.....	89
5.3	Ausgewählte nationale Rechtsprechung.....	91
5.3.1	Zum Begriff der „Plattform“	92
5.3.2	Schutz Minderjähriger.....	93
5.3.3	Schutz der Bürger.....	95
5.3.4	Werbung und Verbraucherschutz.....	98
5.3.5	Datenschutz	99
5.3.6	Schutz des Urheberrechts.....	103

6 Sachstand..... 111

6.1	Vorgeschlagene Maßnahmen im Zusammenhang mit der Revision der AVMD-Richtlinie.....	111
6.1.1	Die Definition des Begriffs Videoplattform und allgemeine Grundsätze.....	112
6.1.2	Bestimmungen für Videoplattformen.....	113
6.1.3	Die Niederlassung von Videoplattformanbietern	114
6.1.4	Die Pflicht, Nutzern bestimmte Informationen über Videoplattformen zugänglich zu machen	115
6.2	Vorgeschlagene Maßnahmen im Zusammenhang mit der Revision der Urheberrechtsrichtlinie	116
6.3	Initiativen im Zusammenhang mit der Strategie für den digitalen Binnenmarkt.....	118
6.3.1	Die (Nicht-)Revision der E-Commerce-Richtlinie.....	118

6.3.2	Initiativen zum Thema Desinformation und „Fake News“	119
6.3.3	Initiativen zum Verbraucherschutz.....	122
6.3.4	Initiativen zur Besteuerung.....	122

7	Anhang.....	125
----------	--------------------	------------

Tabellen

Tabelle 1.	Selbstregulierungsorganisationen für Online-Werbung.....	69
Tabelle 2.	Ausgewählte EU-Rechtsprechung zum Begriff des „Hosting“-Providers	79
Tabelle 3.	Ausgewählte EU-Rechtsprechung zur Haftung von „Linking“-Anbietern	82
Tabelle 4.	Ausgewählte EU-Rechtsprechung zur sekundären Haftung von Diensten der Informationsgesellschaft (DIG)	84
Tabelle 5.	Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Begriff der Online-Plattformen.....	92
Tabelle 6.	Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Schutz Minderjähriger auf Online-Plattformen.....	94
Tabelle 7.	Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Schutz der Bürger auf Online-Plattformen	95
Tabelle 8.	Ausgewählte nationale Rechtsprechung zu Werbung und Verbraucherschutz auf Online-Plattformen.....	98
Tabelle 9.	Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Datenschutz auf Online-Plattformen	100
Tabelle 10.	Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Schutz des Urheberrechts auf Online-Plattformen.....	103
Tabelle 11.	Revisionsprozess zu Definitionen und allgemeinen Grundsätzen (Artikel 1 AVMD-RL).....	125
Tabelle 12.	Revisionsprozess zu den für Videoplattformen geltenden Bestimmungen (Artikel 28a AVMD-RL)	127
Tabelle 13.	Revisionsprozess zu den Bestimmungen zur Niederlassung von Videoplattformen (Artikel 28b AVMD-RL).....	135
Tabelle 14.	Revisionsprozess zur Verpflichtung, den Nutzern Zugang zu bestimmten Informationen über Videoplattformen zu geben (Artikel 28c AVMD-RL).....	139



1 Hintergrund

1.1 Das Angebot von Videoplattformen und sozialen Medien und ihr wirtschaftlicher Einfluss

1.1.1 Angebote und Akteure unterschiedlicher Herkunft

1.1.1.1 Videoplattformen

Videoplattformen waren lange Zeit die einzigen Dienste, mittels derer es Internetnutzern möglich war, ihre Videos einer Nutzergemeinschaft zur Verfügung zu stellen. Die beiden wichtigsten Repräsentanten hierfür sind YouTube und Dailymotion¹. Sie bieten als wesentliche Merkmale offenen Zugang für alle, keine Eingriffe der Plattform in die Auswahl der veröffentlichten Inhalte, Kuratierung von Inhalten durch Algorithmen oder den Menschen, Finanzierung durch Werbung und nachträgliche Kontrolle auf Initiative der Rechteinhaber oder der Plattform selbst. Die Videoplattformen haben – mehr oder weniger erfolgreich – Funktionen eingerichtet, die man als „sozial“ bezeichnen kann. So hat Google, der Eigentümer von YouTube, versucht, sein soziales Netzwerk Google+ innerhalb der Plattform zu integrieren. Vor Kurzem (2017) rief das Unternehmen die Funktion „YouTube communities“ ins Leben, um die Vernetzung der „Creators“ und ihrer „Fans“ zu erleichtern. Die meisten Plattformen ermöglichen auch die Veröffentlichung von Videos in anderen sozialen Netzwerken.

In jüngster Zeit haben die sozialen Netzwerke entweder ihr Angebot an Inhalten, die zwischen den Mitgliedern derselben Gruppe (Facebook, Snapchat, Instagram) ausgetauscht werden, um Videos erweitert oder die Funktion, basierend auf dem Konzept des Video-Sharings, selbst entwickelt (Periscope, BIGO, Live.me, Twitch). Wurden Videos ursprünglich in Form von Links zu den Videoplattformen veröffentlicht, so sind sie nun immer häufiger auf den Servern der sozialen Netzwerke selbst verfügbar.

Die beiden Dienstekategorien unterscheiden sich weiterhin durch ihren Hauptzweck: auf der einen Seite die Videoplattformen, die über soziale Funktionen verfügen; auf der anderen Seite die sozialen Netzwerke, die insbesondere das Verbreiten

¹ Siehe im Folgenden die jüngste Entwicklung des Angebots von Dailymotion.



von Videos ermöglichen. Dennoch kann man in gewisser Weise sagen, dass sie auf demselben Markt tätig sind:

- in Bezug auf die Nutzer, die dort vergleichbare Videos finden können (beispielsweise Kurzvideos oder von Nutzern erzeugte Inhalte);
- in Bezug auf die „Creators“, für die diese unterschiedlichen Videoplattformen Alternativen für die Verbreitung von Inhalten darstellen können;
- in Bezug auf das Geschäftsmodell, da die verschiedenen Plattformen auf demselben Werbemarkt agieren.

1.1.1.2 Von nutzergenerierten Inhalten zu professionellen Inhalten

Das Konzept des „vom Nutzer erzeugten Inhalts“² ist eng mit jenem der Videoplattform verbunden. Theoretisch werden diese Plattformen nämlich vor allem dazu genutzt, persönliche Inhalte zur Verfügung zu stellen. Doch das Videoangebot der Sharing-Plattformen geht weit über diese persönlichen Inhalte hinaus:

- Zwar kann ein Teil der Inhalte tatsächlich vom Nutzer erzeugt sein, doch kann dieser beispielsweise auch aus einer Drittquelle (etwa einem Fernsehsender) entnommene Inhalte zur Verfügung stellen.
- Die verschiedenen Videoplattformen versuchen, ihre Attraktivität für „Creators“ zu steigern, d. h. für Produzenten von Original- und spezifischen Inhalten mit wiedererkennbaren Elementen, die eine gewisse Reichweite erzielen und von mit den Plattformen getroffenen Rahmenvereinbarungen profitieren. Diese Vereinbarungen enthalten insbesondere die folgenden Bestimmungen:
 - Zugang der Produzenten zu einem Teil der durch ihre Videos erwirtschafteten Werbeeinnahmen³, gegebenenfalls in Kombination mit einem garantierten Mindestbetrag;
 - absatzfördernde Aktionen;
 - technische Unterstützung in Form von Schulungen oder der Bereitstellung von Ausrüstung (YouTube Space);
 - Die Möglichkeit, mehr Videos auf der Plattform zu posten, beispielsweise durch einen kostenpflichtigen Account⁴.
- Traditionelle Medienakteure produzieren Programme, sei es, um ein neues Verwertungsfenster zu nutzen und ursprünglich für das Kino vorgesehene Inhalte zu verbreiten, die in Kinos nicht vertrieben werden konnten, oder um für die

² Der nutzergenerierte Inhalt, auch als „vom Nutzer erzeugter Inhalt“ bezeichnet, umfasst Blogs, „Wikis“, Diskussionsforen, Nachrichten („Postings“, „Chats“, „Tweets“), Podcasts, digitale Bilder, Videos, Audiodateien, Werbeanzeigen und andere Medienformate, die von den Nutzern eines Online-Systems oder -Dienstes erzeugt werden und häufig über Websites sozialer Medien zur Verfügung gestellt werden. Zu weiteren Einzelheiten siehe z. B. Katsarova, I., EPRS, European Parliamentary Research Service, Briefing Eu Legislation in Progress, „The Audiovisual Media Services Directive“, http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2016/583859/EPRS_BRI%282016%29583859_EN.pdf.

³ Siehe etwa die von [YouTube](#), [Facebook](#) oder [Dailymotion](#) angebotenen Konditionen.

⁴ Siehe etwa die von [Vimeo](#) angebotenen Konditionen.



Sharing-Plattformen konzipierte oder auf diese zugeschnittene Programme zu produzieren⁵.

In Anbetracht der verfügbaren Daten ist es weder möglich, die Bedeutung dieser unterschiedlichen Inhalte innerhalb des Angebots der Plattformen zu bestimmen, noch den Anteil, den sie an den Nutzungen haben. Gleichwohl bleibt festzustellen, dass die reinen „UGC“-Inhalte nicht in Form einer Umsatzbeteiligung an den Werbeeinnahmen vergütet werden. Die übrigen Inhaltskategorien – semi-professionelle oder professionelle – profitieren folglich vom wesentlichen Teil der Einnahmen, die von den Plattformen an die Produzenten oder Rechteinhaber ausbezahlt werden. Und die verschiedenen Dienste, die Video-Sharing-Funktionen anbieten, scheinen den Schwerpunkt immer stärker auf Inhalte von „Creators“ oder Medienunternehmen zu legen. Dailymotion hat daher offenbar seinen Dienst auf Inhalte von „Creators“ und Medienunternehmen beschränkt. Facebook Watch bevorzugt ebenfalls diese Arten von Inhalten.

1.1.1.3 Durchlässige Grenzen zu den audiovisuellen Mediendiensten

Neben der bevorzugten Zusammenarbeit der Video Sharing-Plattformen mit einem kleinen Kreis an Anbietern, die ihre Inhalte zur Verfügung stellen, haben einige Plattformen Initiativen ergriffen, um nach einem Modell, das jenem der audiovisuellen Mediendienste zu ähneln scheint, Rechte zu erwerben. So haben YouTube (beim Dienst „YouTube Red“) und Facebook (bei seiner Rubrik „Facebook Watch“) eine begrenzte Anzahl an Programmen gemäß unterschiedlicher finanzieller Modalitäten finanziert. Möglicherweise sollen diese Investitionen in erster Linie die Seitenabrufe von YouTube Red und Facebook Watch erhöhen, um „Creators“ (einschließlich Medienunternehmen) davon zu überzeugen, Exklusivhalte für den Dienst zu produzieren, die in Form einer Umsatzbeteiligung vergütet werden⁶. Sie deuten daher wohl nicht notwendigerweise auf eine Entwicklung zu einem traditionellen Mediendienst im herkömmlichen Sinn hin. Dennoch würden die Plattformen damit zu Akteuren auf dem Produktionsmarkt und dem Verwertungsmarkt für audiovisuelle Rechte, obwohl sie ein anders geartetes Geschäftsmodell verfolgen.

Für die Entstehung von Mischformen zwischen den sozialen Videoplattformen und den audiovisuellen Mediendiensten lassen sich weitere Beispiele anführen. YouTube bietet direkt über seine Plattform einen Dienst für den Erwerb von Filmen „on demand“ an, der sich von jenem von GooglePlay unterscheidet, auch wenn beide Dienste von Google betrieben werden.

⁵ Nicht aufgeführt sind hier kommerzielle Inhalte, die auf den Videoplattformen weitverbreitet sind.

⁶ Techcrunch – „Facebook launches Watch tab of original video shows“ – 09.08.2017 <https://techcrunch.com/2017/08/09/facebook-watch/>.



Umgekehrt können sich bestimmte audiovisuelle Mediendienste für die Veröffentlichung von durch Dritte erzeugten Inhalten öffnen und dies, ohne sie zuvor einzeln auszuwählen. So bietet Amazon Video Direct den Rechteinhabern an, ihre Programme entweder bei Amazon Video (einen vor allem auf Videos on Demand per Einzelabruf ausgerichteten Dienst)⁷, oder sogar bei Amazon Prime (einem Dienst für Videos on Demand per Abonnement) aufzunehmen. Die Rechteinhaber werden nicht in Form eines Rechteerwerbs entlohnt, sondern durch eine Umsatzbeteiligung⁸.

Abschließend sei noch die Rolle des Vertreibers audiovisueller Dienstleistungen erwähnt, die bestimmte Videoplattformen einnehmen können. Dies gilt insbesondere für YouTube, das in den Vereinigten Staaten einen Bezahlfernsehdienst unter der Marke YouTube TV anbietet. Der Konsument kann eine Auswahl an Fernsehsendern abonnieren, die auch in den Angeboten der traditionellen Vertreiber verfügbar sind.

1.1.2 Die schwierige Schätzung des durch Video-Sharing generierten Publikums

Daten zu den Nutzerzahlen der Videoplattformen und der sozialen Netzwerke sowie zur Anzahl der konsumierten Videos auf diesen Plattformen sind reichlich vorhanden. Darin schlägt sich die regelmäßige Nutzung dieser Plattformen durch einen Großteil der Internetsurfer nieder⁹. Komplizierter wird es allerdings, wenn es darum geht, deren Publikum mit jenem der anderen – linearen oder auf Abruf bereitgestellten – audiovisuellen Dienste auf vergleichbarer Basis ins Verhältnis zu setzen. Die Messung der Verweildauer, im audiovisuellen Bereich der wichtigste Indikator, wird nämlich im Sektor der Online-Dienste nur teilweise angewendet. Zudem sind die Indikatoren mitunter ineffektiv: Die Fernsehdauer wird mit der Zeit im Internet verglichen, unabhängig davon, ob diese mit dem Anschauen von Videos ausgefüllt ist oder nicht. Die Zeit wiederum, die dem Konsum von Internetvideos gewidmet ist, umfasst Programme sehr unterschiedlicher Art und Herkunft: Fernsehen auf Abruf auf den Websites der Fernsehsender; Video-on-Demand-Angebote per Abonnement; Video-Sharing-Websites – und die Erfassung der mit dem Konsum von Videos verbrachten Zeit variiert je nach Website. Schließlich erfolgt nicht unbedingt ein Abgleich der Daten in Bezug auf die verschiedenen Endgeräte, die alle den Zugriff auf Online-Videos ermöglichen (PC, Laptop und Handy, internetfähige Fernsehgeräte).

⁷ Nach einem Modell, das Ähnlichkeiten mit den Diensten für das Verlegen von Büchern aufweist, sei es direkt (Amazon Direct Publishing, ein Angebot für Verlage) oder im Selbstverlag (Amazon Self-Publishing, ein Angebot für Autoren).

⁸ Über den Start eines Video-Sharing-Dienstes durch Amazon wurde in der Presse berichtet, doch Amazon hat diese Information nicht bestätigt: Techcrunch – „Amazon filed for ‘AmazonTube’ trademark after Google pulled YouTube from the Echo Show“ – 20.12.2017 - <https://techcrunch.com/2017/12/20/amazon-filed-for-amazontube-trademark-after-google-pulled-youtube-from-the-echo-show/>.

⁹ YouTube nimmt so jeden Monat anderthalb Milliarden angemeldete Nutzer für sich in Anspruch – <https://techcrunch.com/2017/06/22/youtube-has-1-5-billion-logged-in-monthly-users-watching-a-ton-of-mobile-video/>.



In einem 2015 veröffentlichten Bericht¹⁰ schätzte die Informationsstelle auf der Grundlage von auf 2014 bezogenen Daten für bestimmte europäische Länder, dass die mit dem Konsum jeglicher Art von Online-Videos auf einem Computer verbrachte Zeit je nach Land zwischen 5 und 10 % der Gesamtzeit beträgt, die für das Anschauen von Videos aufgewendet wird¹¹. Laut Nielsen belief sich die in den Vereinigten Staaten mit dem Videokonsum über einen Computer oder ein mobiles Endgerät verbrachte Zeit im ersten Quartal 2017 auf rund 8 % der gesamten für das Anschauen von Videos aufgewendeten Zeit¹². Doch, wie bereits erwähnt, sind die betreffenden Videos nicht ausschließlich jene, die von den sozialen Videoplattformen angeboten werden.

In ihrer Studie „Digital Day“¹³ verfolgt die britische Regulierungsbehörde OFCOM einen differenzierteren Ansatz, der es ermöglicht, nicht nur die Endgeräte zu ermitteln, sondern auch die Kategorien der konsumierten Videos. Nach dieser Studie macht die Kategorie der Online-Videoclips bei den Nutzern ab 16 Jahren rund 3 % der Gesamtzeit aus, die dem Anschauen von Videokonsum gewidmet ist¹⁴, jedoch 21 % bei den 6–15-Jährigen. Der letztere Wert erklärt sich teilweise durch die zunehmende Bedeutung der Nutzung der Sharing-Plattformen unter den Heranwachsenden, aber auch durch einen traditionell geringeren Fernsehkonsum.

Aufgrund dieser wenigen Zahlen lässt sich sagen, dass die Nutzung der spezifischen Programme der Videoprogramme im Vergleich zu jener des linearen oder nicht-linearen Fernsehens oder der neuen Video-on-Demand-Dienste, insbesondere per Abonnement, im Durchschnitt nach wie vor gering ist. Doch die Nutzung dieser Plattformen unter den jungen Konsumenten kann einen rapiden Bedeutungszuwachs implizieren.

1.1.3 Der wirtschaftliche Einfluss der Videoplattformen und der sozialen Medien

Ebenso schwierig wie die Schätzung des Publikums ist die der Bedeutung der Plattformen im Hinblick auf den Werbemarkt. Hier stellt sich die Frage, welcher Werbemarkt zu betrachten ist. Ein erster Ansatz kann darin bestehen, davon auszugehen, dass die Videoinhalte auf den Video-Sharing-Plattformen durch die vergleichsweise neue Videowerbung monetarisiert werden. Dabei kann die Tatsache berücksichtigt werden, dass Online-Dienste (und insbesondere Video-Sharing-Dienste) durch die Videowerbung eine echte Alternative zu den Werbefenstern des Fernsehens bieten. Es lässt sich auch erklären, warum das Fernsehen bis jetzt und im Unterschied zur Presse der zunehmenden Bedeutung der Internetwerbung bis zu einem gewissen Grad widerstanden hat.

¹⁰ Fontaine, G, Grece, C., „Measurement of fragmented audiences“, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, November 2015, <https://rm.coe.int/16807835c0>.

¹¹ Ausgenommen DVD und Blu-ray.

¹² Ausgenommen DVD und Blu-ray.

¹³ <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/multi-sector-research/general-communications/digital-day>.

¹⁴ Ausgenommen DVD und Blu-ray.



Dieser Ansatz ist jedoch nicht vollständig zufriedenstellend. Die von den Videoplattformen (wie allgemein von anderen Websites) angebotenen Videos werden nämlich nicht ausschließlich in Form von Videowerbung monetarisiert. Umgekehrt kann Videowerbung auch – abgesehen von Videos – in andere Inhalte eingefügt werden.

Gleichwohl bezifferte sich der entsprechende Umsatz durch Videowerbung nach diesem Ansatz im Jahr 2016 in Europa auf rund 3 Milliarden Euro¹⁵, d. h. auf etwa 7,5 % der Videowerbung (Fernsehen und Internet), gegenüber lediglich 2 % im Jahr 2011. Sofern der Marktanteil der Online-Werbung von Facebook und Google in den Vereinigten Staaten, nämlich rund 60 %, dem in Europa vergleichbar ist und sie gemeinsam den selben Marktanteil an Videowerbung haben, würde sich die von den sozialen Medien und den Videoplattformen generierte Werbung in einer Größenordnung von 1,8 Milliarden Euro bewegen, also etwa 5 % der Videowerbung (Fernsehen und Internet). Doch diese Schätzung ist fragwürdig, sowohl im Hinblick auf die Gleichwertigkeit von Videoinhalten und Videowerbung, als auch hinsichtlich der Tatsache, dass Videos zur Steigerung der Besucherzahlen von Websites wie den sozialen Netzwerken beitragen und folglich zu deren Gesamtwerbeeinnahmen (und nicht nur jener durch Videos).

Über ihre aktuelle und künftige Bedeutung hinaus könnten die sozialen Medien und die Videoplattformen auf dem Werbemarkt einen wesentlichen Einfluss auf das Finanzierungs- und Verwertungsmodell audiovisueller Programme haben. Durch ihre Positionierung als universelle und für Creators, Produzenten und Medienunternehmen offene Vertriebslösung entwickeln die sozialen Medien und die Videoplattformen ein Modell, bei dem die Bereitstellung von Inhalten in Form von Umsatzbeteiligungen vergütet wird. Da sie sich nur in unbedeutendem Umfang in die Vorfinanzierung einschalten, überlassen die Plattformen das Risiko demnach den Produzenten. Diese könnten im Gegenzug darauf hoffen, von einem größeren Anteil der durch vereinfachte Vertriebswege generierten Einnahmen zu profitieren. Doch dies würde voraussetzen, dass sie über die Finanzmittel zur Vorfinanzierung der Erzeugung von Originalinhalten verfügen.

1.2 Wesentliche rechtliche Herausforderungen durch Videoplattformen und soziale Medien

1.2.1 Die rechtliche Herausforderung einer gemeinsamen Definition

Aus rechtlicher Sicht ergibt sich durch Videoplattformen eine Reihe neuer Szenarien, Fragen und Durchsetzungsprobleme. Eine der ersten rechtlichen Herausforderungen stellt

¹⁵ Quelle: Statista.



die Einigung darüber dar, was überhaupt unter den Begriff Videoplattformen fällt. Dabei ist eine klare rechtliche Definition die erste Voraussetzung für eine sachgerechte Beurteilung der Rechte und Pflichten dieser Plattformen.

In der im September 2015 eröffneten öffentlichen Konsultation¹⁶ schlug die Europäische Kommission zunächst folgende Definition des Begriffs „Online-Plattform“ vor:

„ein Unternehmen, das in zweiseitigen (oder mehrseitigen) Märkten tätig ist und mithilfe des Internets Interaktionen zwischen zwei oder mehr interdependenten Gruppen von Nutzern ermöglicht, um für mindestens eine der Gruppen Mehrwert zu generieren“

Unter den Online-Plattformen differenzierte die Europäische Kommission weiter zwischen „audiovisuellen und Musikplattformen“ (mit Beispielen wie Deezer, Spotify, Netflix und Apple TV), Videoplattformen (wie YouTube und Dailymotion) und sozialen Netzwerken (etwa Facebook, LinkedIn, Twitter und Tuenti). Internetzugangsanbieter nahm sie vom Geltungsbereich der Definition ausdrücklich aus.

Ganz klar ist diese Klassifizierung jedoch nicht, denn einige der Dienste, die die Europäische Kommission als Beispiele nennt, gelten rechtlich als „audiovisuelle Mediendienste“ und fallen daher unter einen anderen Rechtsrahmen als Dienste der Informationsgesellschaft,¹⁷ wodurch für sie spezifische Pflichten gelten (z. B. zum Schutz Minderjähriger, zur Förderung europäischer Werke und im Werbebereich). Andererseits ist, wie bereits erwähnt, die Abgrenzung zwischen einigen Online-Anbietern von Unterhaltungsinhalten und Plattformen wie YouTube, deren Inhalte von Internetnutzern wie auch von Medien produziert werden können, nicht immer einfach.

Diese erste Definition der Europäischen Kommission wurde übrigens von der Mehrheit der Teilnehmer an der öffentlichen Konsultation kritisiert,¹⁸ weil sie sowohl zu breit als auch zu eng sei. Die Interessenträger der Industrie äußerten die Sorge, dass sich die Regelung am „Plattformstatus“ orientieren könnte, und schlugen stattdessen vor, den Schwerpunkt auf die Aktivitäten und Geschäftsmodelle von Online-Plattformen zu legen, um Kohärenz und gleiche Wettbewerbsbedingungen zu gewährleisten, bestehende Vorschriften durchzusetzen und die Anwendungsfelder zu klären. Für die Mehrheit der Teilnehmer kann es keine allgemeingültige Definition geben, bei der nicht die Gefahr einer Überschneidung mit der Definition der Begriffe „Online-Mittler“ und „Anbieter von Diensten der Informationsgesellschaft“ besteht. Vorgeschlagen wurde eine

¹⁶ Commission consultation on the Regulatory Environment for Platforms, Online Intermediaries, Data, Cloud Computing and the Collaborative Economy (Konsultation der Kommission zum regulatorischen Umfeld von Plattformen, Online-Mittlern, Daten, Cloud-Computing und partizipativer Wirtschaft), 24. September 2015 bis 6. Januar 2016,

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries-data-and-cloud>.

¹⁷ Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste),

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

¹⁸ Online Platforms Public Consultation Synopsis Report,

http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=15877.



Differenzierung etwa zwischen Plattformen, die als B2B-, B2C- oder C2C-Plattform operieren, Plattformen, die als „passiver Kanal“ fungieren, und Plattformen mit eher „aktiver“ oder „redaktioneller“ Funktion.¹⁹

In der Mitteilung,²⁰ die auf die öffentliche Konsultation folgte, und im Arbeitsdokument²¹ der Kommissionsdienststellen zur Mitteilung kam die Kommission zu dem Schluss, dass *„kein Konsens über eine einheitliche Definition von Online-Plattformen besteht, da eine klare Definition wohl zu eng wäre oder umgekehrt für einen sehr großen Kreis von Internetdiensten gelten würde“*. Stattdessen nannte die Kommission fünf *„wichtige und besondere Merkmale aller Online-Plattformen“*:

- Möglichkeit zur Schaffung und Gestaltung neuer und Übernahme traditioneller Märkte sowie Schaffung neuer Beteiligungs- und Geschäftsformen durch Sammlung, Verarbeitung und Aufbereitung großer Datenmengen;
- Vielseitigkeit der Märkte mit unterschiedlichen Möglichkeiten zur Kontrolle der direkten Interaktion zwischen Nutzergruppen;
- Nutzung von „Netzwerkeffekten“ in Fällen, in denen der Wert eines Dienstes mit wachsender Nutzerzahl steigt;
- Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien für den direkten und einfachen Zugang zu Nutzern;
- Schlüsselrolle bei der digitalen Wertschöpfung durch Erfassung großer Datenmengen, Erleichterung neuer Unternehmungen und Schaffung strategischer Abhängigkeiten.

Bei den genannten Online-Plattformen und Geschäftsmodellen differenzierte die Europäische Kommission in der Mitteilung zwischen:

- Online-Märkten und E-Commerce-Plattformen;
- mobilen Ökosystemen und Plattformen zur Verbreitung von Apps;
- Internet-Suchdiensten;
- sozialen Medien und Inhaltsplattformen;
- Online-Werbepattformen.

Die Kommission räumte ein, dass es keine allgemeine Definition für „Social-Media“-Plattformen gibt, verwies aber auf eine Definition in der Entscheidung zur Fusion zwischen Facebook und WhatsApp,²² in der sie Social-Networking-Dienste als Dienste beschrieb, die *„es Nutzern ermöglichen, sich online oder über eine mobile App zu verbinden, auszutauschen, zu verständigen oder zu äußern.“*

¹⁹ Siehe Kapitel 5 dieser Publikation.

²⁰ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, „Online-Plattformen im digitalen Binnenmarkt, Chancen und Herausforderungen für Europa“, COM(2016) 288 final, Brüssel, 25. Mai 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0288>.

²¹ Commission Staff Working Document on Online Platforms, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/de/TXT/?uri=CELEX:52016SC0172>.

²² Case No. COMP/M.7217 – Facebook/WhatsApp, 3. Oktober 2014, Absatz 46, http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf.



Die Kommission behandelte Social-Media-Plattformen und „Plattformen zur Verbreitung von kreativen Inhalten“ gemeinsam, da beide Dienste ihrer Meinung nach dieselben Merkmale aufweisen: Beide ermöglichen soziale Interaktionen und bieten oft einen Strauß von Diensten (darunter Kommunikationsdienste, das Teilen nutzergenerierter Inhalte und das Ausspielen von Werbung). Als Beispiele nannte sie Facebook, Twitter, Instagram, Google+, MySpace, Pinterest, Snapchat, YouTube, Soundcloud, Origin, Wordpress und WhatsApp.

Im Vorschlag für eine geänderte Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie),²³ der im Mai 2016 angenommen wurde, definierte die Kommission den Begriff „Videoplattformdienst“ wie folgt:

- Der Dienst besteht in der Speicherung einer großen Menge an Sendungen oder an von Nutzern erstellten Videos, für die der Videoplattformanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt;
- die Organisation der gespeicherten Inhalte wird vom Anbieter des Dienstes bestimmt, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Hosten, Anzeigen, Markieren und Anordnen;
- der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil des Dienstes besteht darin, Sendungen und von Nutzern erstellte Videos für die allgemeine Öffentlichkeit zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen;
- der Dienst wird über elektronische Kommunikationsnetze (...) bereitgestellt.

Angesichts der laufenden Debatten über die Frage, ob eine zusätzliche sektorspezifische Regulierung für Videoplattformen und soziale Medien neben den ohnehin für sie geltenden EU-Vorschriften (Marktfreiheiten, Wettbewerbsrecht, Verbraucherschutz, Schutz personenbezogener Daten usw.) eingeführt werden soll, könnte das Definitionsproblem künftig noch dringlicher werden.²⁴

1.2.2 Die rechtlichen Herausforderungen der Territorialität und der Durchsetzung

Die globale Perspektive und Reichweite von Online-Plattformen im Allgemeinen, darunter auch Videoplattformen und soziale Medien, stellt eine Herausforderung für das nationale Recht dar, das naturgemäß territorial ausgerichtet ist. Dies betrifft insbesondere die Durchsetzung von Schutzrechten (Arbeitsrecht, Verbraucherrecht, das Urheberrecht oder

²³ Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten, COM(2016) 287 final, Brüssel, 25. Mai 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016PC0287>.

²⁴ Siehe auch A. Strowel, „Digital Platforms: To Regulate or Not To Regulate? Message to Regulators: Fix the Economics First, Then Focus on the Right Regulation“, S. 2, http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2016-7/uclouvain_et_universit_saint_louis_14044.pdf.



Datenschutzrecht), aber auch das Steuerrecht, bei dem die unterschiedliche Gesetzeslage und Rechtsprechung auf nationaler Ebene die Einigung auf einen gemeinsamen globalen Ansatz erschwert und dem „Forum Shopping“ Tür und Tor öffnet.

Ein Beispiel hierfür sind einige große Plattformen, in der Regel US-amerikanische Unternehmen, die mithilfe rechtlicher Konstruktionen ihre Steuerlast minimieren. Die hierbei verwendeten komplexen Strategien der Verminderung steuerlicher Bemessungsgrundlagen und der grenzüberschreitenden Verschiebung von Gewinnen (Base Erosion and Profit Shifting) sind schon seit vielen Jahren Gegenstand von Rechtsstreitigkeiten mit den EU-Mitgliedstaaten.²⁵

1.2.3 Die rechtlichen Herausforderungen für das Wettbewerbsrecht

In Bereichen, in denen die Zuständigkeit bei der EU (GD Wettbewerb) liegt, ist eine regulatorische Antwort zwar einfacher, doch das Wettbewerbsrecht wird von Online-Plattformen auf vielen Ebenen herausgefordert. Beim Marktzugang beispielsweise müssen Vorschriften für den Betrieb von Diensten auf nationaler Ebene möglicherweise angepasst werden, um die Besonderheiten von Videoplattformen, sozialen Medien und der „Sharing Economy“ zu berücksichtigen. Zur Durchsetzung des Wettbewerbsrechts muss zudem der Marktmacht solcher Plattformen angesichts ihrer Mehrseitigkeit mehr Bedeutung beigemessen werden, und der jeweilige Markt, in dem sie tätig sind, muss richtig eingeschätzt werden. Dies betrifft vorgelagert das Verhältnis zwischen der Plattform und ihren Nutzern, durch das Angebot kostenloser Leistungen im Austausch für die Sammlung von Daten auf der Grundlage der kostenlosen Eingaben von Plattformnutzern (Beispiel: Facebook), und nachgelagert das Verhältnis zwischen der Plattform und den Werbetreibenden.

Wie die deutsche Monopolkommission in ihrem Gutachten zur Herausforderung digitaler Märkte²⁶ feststellt, besteht ein kartellrechtlich relevantes Missbrauchspotenzial bei sozialen Netzwerken in zweierlei Hinsicht: Zum einen könnten solche Plattformen Wettbewerber behindern, etwa indem sie andere Unternehmen daran hindern, eigene Leistungen an Nutzer zu erbringen, oder indem sie ihr Angebot in antikompetitiver Weise erweitern; zum anderen könnte sich ein Missbrauch daraus ergeben, dass die betreffenden Unternehmen in einem übermäßigen Umfang Daten sammeln und die Möglichkeit der Nutzer, ein solches Datensammeln zu begrenzen, einschränken .

²⁵ <https://www.reuters.com/article/us-france-amazon-tax/amazon-settles-tax-row-with-france-value-undisclosed-idUSKBN1FP1FU>.

²⁶ Monopolkommission, „Wettbewerbspolitik: Herausforderung digitale Märkte“, Sondergutachten 68, Juli 2015, <http://www.monopolkommission.de/index.php/de/pressemitteilungen/30-wettbewerbspolitik-herausforderung-digitale-maerkte>.



Darüber hinaus unterliegen Videoplattformen, die audiovisuelle Inhalte anbieten, anderen Vorschriften als traditionelle Medien (z. B. beim Schutz Minderjähriger, bei Werbung oder der Förderung europäischer Werke). Dadurch könnte sich das Risiko von Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten traditioneller Medien erhöhen, wenn solche Plattformen auf dem selben Markt tätig sind.

Daneben stellen sich auch andere Fragen, die zwar in der Regel nicht rechtlicher Art sind, aber dennoch für das gesamte audiovisuelle Ökosystem relevant, etwa wie sich erreichen lässt, dass alle Akteure zum inhaltlichen Angebot und zum Ziel der kulturellen Vielfalt beitragen und wie gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen sind.

1.2.4 Die rechtlichen Herausforderungen für die Menschenrechte

Aufgrund ihrer spezifischen Rolle bei der digitalen Übertragung und Anzeige audiovisueller Inhalte und deren potenziellen Auswirkungen auf den Meinungsbildungsprozess der Nutzer werfen Videoplattformen und soziale Medien mehr Bedenken in Bezug auf die Grundrechte auf als jede andere Art von Markt- und E-Commerce-Plattformen. Hier kommt dem Staat die Aufgabe zu, die Wahrung des Pluralismus, des Informationszugangs und der kulturellen Vielfalt auf diesen Plattformen zu gewährleisten.

Audiovisuelle Inhalte, die über Videoplattformen und soziale Medien übertragen werden, erweitern die Informations- und Unterhaltungsquellen für die Nutzer um alle Inhalte, die zu ihren Präferenzen passen. Sie stützen sich dabei weitgehend auf komplexe automatisierte Entscheidungssysteme auf Basis von Algorithmen, die Inhalte filtern, um Empfehlungen für die Benutzer zu personalisieren. Algorithmen erleichtern die Sammlung, Verarbeitung und Umnutzung großer Mengen von Daten und Bildern.²⁷ Sie werden beim Online-Tracking und -Profiling von Personen eingesetzt, deren Browser-Nutzung durch „Cookies“ und ähnliche Technologien wie Fingerprinting, mit Suchanfragen aggregiert, erfasst wird. Darüber hinaus werden Verhaltensdaten aus intelligenten Geräten verarbeitet, z. B. Standort- und andere Sensordaten von Apps auf Mobilgeräten, woraus sich weitere Herausforderungen für Privatsphäre und Datenschutz ergeben. Algorithmen werfen wegen ihrer Intransparenz und Unberechenbarkeit allgemeine Bedenken auf. Wie der Expertenausschuss für Internet-Vermittler (MSI-NET) des Europarats feststellt, wären bei ihrem Einsatz in Ermangelung eines normativen

²⁷ Darüber hinaus ist zu erwähnen, dass Daten zum Konsum audiovisueller Inhalte eine sehr starke Identitätsfunktion haben. Die Algorithmen, die diese Daten verarbeiten, sind zahlreich und vielfältig: Empfehlungsmaschinen, programmatische Werbung usw.



Rahmens in diesem Bereich mehr Transparenz, Verantwortung und einige ethische Standards wünschenswert.²⁸

Neben ihrem direkten Einfluss auf das Recht auf Privatsphäre und den Datenschutz weisen Algorithmen zudem auf komplexe Herausforderungen für die gesamte Gesellschaft hin: Wie lassen sich angesichts des rasanten technologischen Wandels die Grundrechte und die Menschenwürde gewährleisten, einschließlich des Rechts auf Freiheit der Meinungsäußerung (das auch das Recht auf den Empfang und die Weitergabe von Informationen umfasst), das Recht auf freie Wahlen, auf ein faires Verfahren, Rechtsstaatlichkeit usw.? So forderten etwa nach den Terroranschlägen in Europa und den USA Politiker die Social-Media-Plattformen auf, ihre Algorithmen für Belange der nationalen Sicherheit einzusetzen, um Konten zu identifizieren, die extremistische Inhalte generieren, und mögliche Terroristen zu verfolgen. Der Einsatz von Algorithmen kann unter solchen Umständen aus Gründen der nationalen Sicherheit gerechtfertigt sein, wirft aber auch einige spezifische Bedenken in Bezug auf Standards für ein faires Verfahren (Unschuldsvermutung, Gleichheitsgrundsatz usw.) auf, die zu thematisieren sind.

Zudem bringt der Einsatz von Algorithmen neue spezifische Herausforderungen in Bezug auf den Inhaltzugang und die Informationsvielfalt mit sich. Tatsächlich übertragen Videoplattformen und soziale Medien genau wie die traditionellen Medien audiovisuelle Inhalte zu den Nutzern, sodass diese sich ohne die für traditionelle Medien charakteristische redaktionelle Kontrolle eine Meinung bilden können. Genau wie die traditionellen Medien arbeiten Videoplattformen und soziale Medien nach wirtschaftlichen Prinzipien, doch anders als bei diesen ist die Ausrichtung an Nutzerpräferenzen fester Bestandteil ihres Geschäftsmodells, da die betreffenden Dienste zumeist werbefinanziert sind. Eine Ausrichtung an den Nutzerpräferenzen erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass die Nutzer die angebotenen Inhalte wahrnehmen und dass auch eine an ihre Präferenzen angepasste Werbung geschaltet werden kann („gezielte Werbung“).²⁹ Dabei wird die Sorge um die Informationsvielfalt und den Informationszugang durch solche Plattformen verschärft, da den Nutzern der Zusammenhang zwischen den angezeigten Inhalten und der Werbung und dem dahinter stehenden Gewinnstreben möglicherweise nicht bewusst ist.

Nicht zuletzt wirft der Einsatz von Algorithmen durch Videoplattformen und soziale Medien wichtige Fragen zur kulturellen Vielfalt auf.³⁰ Einerseits kann er zur Vielfalt beitragen, indem er es erleichtert, audiovisuelle Werke zu entdecken, die sonst nicht auf dem Programm stehen, sei es weil das Budget zu gering ist oder weil es keinen

²⁸ Siehe „Study on the human rights dimension of automated data processing (in particular algorithms) and possible regulatory implications“, Committee of Experts on Internet Intermediaries, MSI-NET(2016)06, Europarat, <https://rm.coe.int/study-on-algorithmes-final-version/1680770cbc>.

²⁹ Siehe auch Monopolkommission, „Wettbewerbspolitik: Herausforderung digitale Märkte“, op. cit.

³⁰ Siehe CSA Lab, „Le rôle des données et des algorithmes dans l'accès aux contenus“, „Les mutations de la mise à disposition de contenus audiovisuels à l'ère du numérique: conséquences et enjeux, Rapport 1“, Januar 2017, <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Les-etudes-thematiques-et-les-etudes-d-impact/Les-publications-du-CSA-Lab/Les-mutations-de-la-mise-a-disposition-de-contenus-audiovisuels-a-l-ere-du-numerique-consequences-et-enjeux-Le-role-des-donnees-et-des-algorithmes-dans-l-acces-aux-contenus>.



Vertrieb und kein Werbebudget gibt. So können dank der Empfehlungsverfahren auch Filme ein Publikum finden, die von konventionellen Vertriebskanälen nicht ins Programm genommen werden. Andererseits können diese Algorithmen auch die gegenteilige Wirkung haben und Nutzer einschränken, indem sie Dienste nach Geschmack und Einstellung personalisieren. Wäre dies der Fall, könnte es die freie Auswahl untergraben, zu einem gleichförmigen Informationsangebot führen und Inhalte nach herrschenden Vorstellungen polarisieren. Dies stände im Gegensatz zum Ziel der kulturellen Vielfalt.

Jenseits der Algorithmen selbst kann der Einsatz halb- oder vollautomatischer Prozesse zur Filterung und Löschung von Inhalten durch Videoplattformen und soziale Medien Auswirkungen auf die Freiheit der Meinungsäußerung haben und rechtsstaatliche Bedenken in Bezug auf ihre Legalität, Legitimität und Verhältnismäßigkeit aufwerfen.³¹ Zudem werfen automatische Filtermechanismen und andere Tools, mit denen Facebook und YouTube extremistische Videos löschen, weitere Bedenken hinsichtlich der Kriterien auf, nach denen Videos als „extremistisch“ oder „inhaltlich klar rechtswidrig“ eingestuft werden, sodass sich der Vorwurf einer „privaten Zensur“ aufdrängt. Im Gegensatz zu Eingriffen öffentlicher Stellen in diesem Bereich sind private Akteure nicht durch die Kontrolle der Verfassungsmäßigkeit ihrer Maßnahmen gebunden. Man könnte argumentieren, dass es letzten Endes um ein privates Vertragsverhältnis zwischen Videoplattformen und Nutzern geht und den Nutzern die Spielregeln voll bewusst sind, bevor sie ihre Videos hochladen.

Dies sind nur einige wenige Beispiele für die neuen Fragen, die Videoplattformen und soziale Medien aufwerfen und die im Mittelpunkt der intensiven Auseinandersetzungen stehen, die auf nationaler und europäischer Ebene zwischen Staat und Zivilgesellschaft geführt werden.

³¹ Siehe z. B. „Facebook removes image of Copenhagen’s little mermaid statute for breaking nudity rules“, <http://www.independent.co.uk/life-style/gadgets-and-tech/news/little-mermaid-copenhagen-denmark-removed-by-facebook-nudity-rules-a6799046.html>.





2 Internationales Recht und EU-Rechtsrahmen

2.1 Europarat

2.1.1 Normsetzung zur Online-Umgebung

Der Europarat ist bestrebt sicherzustellen, dass das Internet eine sichere und offene Umgebung bietet, in der Meinungs- und Versammlungsfreiheit, Vielfalt, Kultur, Bildung und Wissen gedeihen. Um dieses Ziel zu erreichen, hat die Organisation internationale Konventionen in Bereichen wie Cyberkriminalität, Schutz personenbezogener Daten und Kinderschutz ins Leben gerufen. Zudem formuliert sie Mustergesetze – in Form von Empfehlungen an die Mitgliedstaaten – und Leitlinien für Internet-Akteure aus dem privaten Sektor.

Die tragende Säule für den Schutz der Menschenrechte im Online-Bereich ist die Europäische Menschenrechtskonvention (EMRK).³² Der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte,³³ der über Beschwerden wegen mutmaßlicher Verstöße gegen die Konvention entscheidet, hat eine Reihe von Urteilen zum Recht auf freie Meinungsäußerung und freien Informationszugang und zum Recht auf Privatsphäre gefällt, die Auswirkungen auf die Online-Welt haben.³⁴

³² Europäische Menschenrechtskonvention und Protokolle, https://www.echr.coe.int/Documents/Convention_DEU.pdf.

³³ <http://echr.coe.int/Pages/home.aspx?p=home>.

³⁴ Siehe Kapitel 5 dieser Publikation. Siehe auch Voorhoof D. et al und McGonagle T. (Ed. Sup.), Freie Meinungsäußerung, Medien und Journalisten: Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte, IRIS Themen, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2016, <https://rm.coe.int/iris-themes-vol-iii-de-2016-16-march-2017-pdf/16807834d4>.



Das Ministerkomitee,³⁵ das Entscheidungsgremium des Europarats, hat in den letzten Jahren mehrere Empfehlungen an die Mitgliedstaaten zu Meinungsfreiheit und Menschenrechten auf Internetplattformen angenommen:³⁶

- Empfehlung CM/Rec(2016)5 zur Freiheit im Internet;³⁷
- Empfehlung CM/Rec(2016)1 zum Schutz und zur Förderung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und des Rechts auf Privatleben im Zusammenhang mit der Netzneutralität;³⁸
- Empfehlung CM/Rec(2015)6 über den freien grenzüberschreitenden Informationsfluss im Internet;³⁹
- Empfehlung CM/Rec(2014)6 zu einem Leitfaden für Menschenrechte für Internet-Nutzer;⁴⁰
- Empfehlung CM/Rec(2013)1 über die Gleichstellung der Geschlechter und die Medien;⁴¹
- Empfehlung CM/Rec(2012)3 zum Schutz der Menschenrechte in Bezug auf Suchmaschinen;⁴²
- Empfehlung CM/Rec(2012)4 zum Schutz der Menschenrechte in Bezug auf soziale Netzwerke;⁴³
- Empfehlung CM/Rec(2011)7 zu einem neuen Medienbegriff;⁴⁴
- Empfehlung CM/Rec(2010)13 über den Schutz des Menschen bei der automatischen Verarbeitung personenbezogener Daten im Zusammenhang mit Profiling;⁴⁵
- Empfehlung CM/Rec(2007)16 über Maßnahmen zur Förderung des Gemeinnutzens des Internets.⁴⁶

Ebenfalls erwähnenswert sind in diesem Zusammenhang die Leitlinien von 2017 zum Schutz des Menschen bei der automatischen Verarbeitung personenbezogener Daten in einer Big-Data-Welt⁴⁷ und die Leitlinien von 2008 für die Zusammenarbeit zwischen Strafverfolgern und Internetdiensteanbietern gegen die Cyberkriminalität.⁴⁸

³⁵ Das Ministerkomitee setzt sich aus den Außenministern der 47 Mitgliedstaaten des Europarates oder ihren Ständigen Vertretern in Straßburg zusammen, siehe:

<https://www.coe.int/en/web/cm/about-cm>.

³⁶ Weitere Informationen unter „Recommendations and Declarations of the Committee of Ministers in the field of media and information society“, <https://rm.coe.int/1680645b44>.

³⁷ <https://rm.coe.int/09000016806415fa>.

³⁸ <https://rm.coe.int/09000016805c1e59>.

³⁹ <https://rm.coe.int/09000016805c3f20>.

⁴⁰ <https://rm.coe.int/09000016804d5b31>.

⁴¹ <https://rm.coe.int/09000016805c7c7e>.

⁴² <https://rm.coe.int/09000016805caa87>.

⁴³ <https://rm.coe.int/09000016805caa9b>.

⁴⁴ <https://rm.coe.int/09000016805cc2c0>.

⁴⁵ <https://rm.coe.int/16807096c3>.

⁴⁶ <https://rm.coe.int/09000016805d4a39>.

⁴⁷ <https://rm.coe.int/16806ebe7a>.

⁴⁸ <https://rm.coe.int/16802fa3ba>.



2.1.2 Empfehlung zu den Rollen und Verantwortlichkeiten von Internetvermittlern

Am 7. März 2018 verabschiedete das Ministerkomitee des Europarats eine Empfehlung über die Rollen und Verantwortlichkeiten von Internetvermittlern.⁴⁹ Darin fordert es die Mitgliedstaaten auf, einen auf Menschenrechten und Rechtsstaatlichkeit basierenden Rahmen bereitzustellen, der die wesentlichen Verpflichtungen der Mitgliedstaaten in Bezug auf den Schutz und die Förderung der Menschenrechte im digitalen Umfeld und die jeweiligen Verantwortlichkeiten der Vermittler festlegt. Das Ministerkomitee empfiehlt den Mitgliedstaaten:

- die in der Empfehlung enthaltenen Leitlinien bei der Erarbeitung und Umsetzung rechtlicher Rahmenbedingungen für Internetvermittler in Übereinstimmung mit ihren entsprechenden Verpflichtungen im Rahmen von Rechtsinstrumenten⁵⁰ des Europarats umzusetzen und sie in internationalen und regionalen Foren zu fördern;
- alle erforderlichen Maßnahmen zu ergreifen, um sicherzustellen, dass Internetvermittler ihre Verpflichtungen zur Achtung der Menschenrechte erfüllen;⁵¹
- bei der Umsetzung der Leitlinien relevante Empfehlungen des Ministerkomitees gebührend zu berücksichtigen;⁵²
- die Leitlinien mit dem Verständnis umzusetzen, dass sie auf den menschenrechtlichen Leitlinien für Internetdiensteanbieter aufbauen und diese stärken sollen;⁵³
- einen Dialog mit allen relevanten Interessenträgern zu führen, um Informationen weiterzugeben und zu erörtern und die verantwortungsvolle Nutzung neuer technologischer Entwicklungen zu fördern, die Auswirkungen auf die Ausübung und den Genuss der Menschenrechte und die damit verbundenen rechtlichen und politischen Fragen haben;
- in Zusammenarbeit mit allen Interessenträgern die Umsetzung effektiver Programme zu alters- und genderbewusster Medien- und Informationskompetenz zu fördern und voranzutreiben;
- die zur Umsetzung dieser Empfehlung ergriffenen Maßnahmen regelmäßig zu überprüfen, um ihre Wirksamkeit zu steigern.

⁴⁹ Empfehlung CM/Rec(2018)2 des Ministerkomitees an die Mitgliedstaaten zu den Rollen und Verantwortlichkeiten von Internetvermittlern (angenommen vom Ministerkomitee am 7. März 2018 beim 1309. Treffen der Ständigen Vertreter), <https://rm.coe.int/0900001680790e14>.

⁵⁰ Die Empfehlung nennt die Europäische Menschenrechtskonvention, das Übereinkommen zum Schutz des Menschen bei der automatischen Verarbeitung personenbezogener Daten, die Cybercrime-Konvention, das Übereinkommen des Europarates zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung und sexuellem Missbrauch und das Übereinkommen des Europarats zur Verhütung und Bekämpfung von Gewalt gegen Frauen und häuslicher Gewalt.

⁵¹ Im Einklang mit den Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte der Vereinten Nationen und der Empfehlung CM/Rec(2016)3 des Ministerkomitees an die Mitgliedstaaten zu Menschenrechten und Wirtschaft.

⁵² Siehe Abschnitt 2.1.1. dieser Publikation.

⁵³ <https://rm.coe.int/16805a39d5>.



Die beigefügten Leitlinien für Staaten zu Maßnahmen, die gegenüber Internetvermittlern zu ergreifen sind, gliedern sich in zwei Teile:

- Verpflichtungen von Mitgliedstaaten zum Schutz und zur Förderung der Menschenrechte und Grundfreiheiten im digitalen Umfeld: Die Mitgliedstaaten sollten die Grundsätze der Rechtmäßigkeit, der Rechtssicherheit und der Transparenz beachten, Garantien für die Freiheit der Meinungsäußerung, die Privatsphäre und den Datenschutz geben und den Zugang zu wirksamem Rechtsschutz gewährleisten.
- Verantwortlichkeiten von Internetvermittlern in Bezug auf Menschenrechte und Grundfreiheiten, die die Mitgliedstaaten sicherstellen sollten: Die Leitlinien betonen die Verantwortung von Internetvermittlern für die Achtung der Menschenrechte und Grundfreiheiten sowie der Grundsätze der Transparenz und Rechenschaftspflicht. Zudem enthalten sie Vorschriften für die Verwendung personenbezogener Daten und den Zugang zu wirksamem Rechtsschutz.

Bei der inhaltlichen Moderation sind die Rechte der Nutzer zum Empfang, zur Produktion und zur Weitergabe von Informationen, Meinungen und Ideen von zentraler Bedeutung. Daher sind alle Maßnahmen zur Einschränkung des Zugriffs (einschließlich der Sperrung oder Löschung von Inhalten) aufgrund einer Anordnung oder eines Ersuchens eines Mitgliedstaats mit den am wenigsten restriktiven Mitteln umzusetzen. Wenn Vermittler den Zugriff auf Inhalte im Einklang mit ihren eigenen Richtlinien für inhaltliche Einschränkungen einschränken, hat dies transparent und diskriminierungsfrei zu erfolgen; die Einschränkung ist mit den am wenigsten restriktiven technischen Mitteln zu realisieren und hinsichtlich Umfang und Dauer auf das unbedingt Notwendige zu begrenzen, um zu vermeiden, dass nebenbei auch rechtmäßige Inhalte eingeschränkt oder gelöscht werden. Jede inhaltliche Einschränkung muss vom Umfang her auf die genaue Aufgabe der Anordnung oder des Ersuchens begrenzt werden und durch Informationen für die Öffentlichkeit ergänzt werden, aus denen hervorgeht, welche Inhalte auf welcher rechtlichen Grundlage eingeschränkt wurden. Auch der Nutzer und andere betroffene Parteien sollten informiert werden, sofern dies laufende Strafverfolgungsmaßnahmen nicht beeinträchtigt.

In Bezug auf den Einsatz automatischer Mittel zur Identifikation von Inhalten zur Verhinderung des erneuten Erscheinens bestimmter Inhalte, die zuvor bereits eingeschränkt wurden, sind die Leitlinien skeptisch. Vermittler müssen die menschenrechtlichen Auswirkungen genau prüfen und gegebenenfalls eine Überprüfung durch den Menschen sicherstellen. Zu berücksichtigen sind dabei die Gefahr eines zu restriktiven oder zu milden Ansatzes aufgrund ungenauer algorithmischer Systeme und die mögliche Wirkung dieser Algorithmen auf die Dienste, die sie für die öffentliche Debatte erbringen. Einschränkungen des Zugangs zu identischen Inhalten dürfen nicht die rechtmäßige Nutzung dieser Inhalte in anderen Zusammenhängen verhindern.



2.2 EU-Rechtsrahmen

2.2.1 Unterschiedliche Regulierung für verschiedene Dienste?

Das EU-Recht regelt die Bereitstellung audiovisueller Inhalte über elektronische Kommunikationsnetze vor allem mit zwei verschiedenen Rechtsrahmen. Auf der einen Seite zielt die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie)⁵⁴ auf die Anwendung spezifischer Vorschriften auf Dienste (Fernsehprogramme und Abrufdienste), die bestimmte Kriterien erfüllen, insbesondere die redaktionelle Verantwortung des Dienstes.⁵⁵ Auf der anderen Seite regelt die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Richtlinie)⁵⁶ praktisch alles andere, u. a. auch Videoplattformen und soziale Medien.⁵⁷

Die Einbeziehung auf Abruf verfügbarer audiovisueller Dienste in den Rechtsrahmen der AVMD-Richtlinie schien bei der Verabschiedung der Richtlinie 2007 ein großer Erfolg. Der integrative Ansatz löste die Spannung zwischen den beiden Seiten der audiovisuellen Regulierung, wonach

- „Fernsehprogramme“ unter den von der Fernsehrichtlinie (89/552/EWG)⁵⁸ vorgegebenen Regelungsrahmen fielen;
- „Video-on-Demand“ im Rahmen der E-Commerce-Richtlinie (2000/31/EG) über den Verweis auf die Definition der „Dienste der Informationsgesellschaft“ im Sinne von

⁵⁴ Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste), (kodifizierte Fassung), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32010L0013>.

⁵⁵ Siehe Abschnitt 2.2.1.2 dieser Publikation. Für weitere Informationen über den sachlichen Anwendungsbereich der AVMD-Richtlinie siehe Cabrera Blázquez F.J., Cappello M., Fontaine G., Valais S., Abrufdienste und der sachliche Anwendungsbereich der AVMD-Richtlinie, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2016, <https://rm.coe.int/1680783487>.

Siehe auch Cabrera Blázquez F.J., Abrufdienste: Zur Fernsehähnlichkeit erschaffen?, IRIS plus 2013-4, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2013, <https://rm.coe.int/1680783bea>.

⁵⁶ Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt („Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr“), ABL L 17/2000, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32000L0031>.

⁵⁷ Siehe Cabrera Blázquez F.J., Portale für nutzergenerierte Inhalte und das Urheberrecht, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2008, <https://rm.coe.int/16807833ed>.

⁵⁸ Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31989L0552:DE:HTML>.
Geändert durch die Richtlinie 97/36/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 30. Juni 1997 zur Änderung der Richtlinie 89/552/EWG des Rates zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:31997L0036>.



Artikel 1 Absatz 2 der Richtlinie 98/34/EG,⁵⁹ geändert durch Richtlinie 98/48/EG,⁶⁰ erfasst wurde.

Dieser zwei Ebenen umfassende Ansatz wurde durch Trennungsklauseln ausgedrückt, mit denen die beiden Rechtsrahmen klar voneinander getrennt wurden: Fernsehprogramme wurden nicht als Dienste der Informationsgesellschaft eingestuft, weil sie nicht auf einen individuellen Abruf hin angeboten werden, während VoD aufgrund der Punkt-zu-Punkt-Übertragung als Dienst der Informationsgesellschaft eingestuft wurde.

Dieser exakte zweiseitige Ansatz endete im Jahr 2007 mit der Annahme der AVMD-Richtlinie, deren Anwendungsbereich auch Abrufdienste umfasst, auch wenn für diese abgeschwächte Vorschriften gelten. Sie bestimmt explizit, dass sie im Fall eines Konflikts mit einer Bestimmung der E-Commerce-Richtlinie Vorrang hat. Der neue Zwei-Ebenen-Ansatz sieht folgende regulatorische Verteilung vor:

- Ein Abrufdienst, der fernsehähnlich ist und unter die redaktionelle Verantwortung eines Mediendiensteanbieters fällt, wird von der AVMD-Richtlinie reguliert.
- Alle sonstigen von internetbasierten Diensten auf Abruf bereitgestellten audiovisuellen Inhalte, so etwa von Online-Videoplattformen, sozialen Medien oder anderen Vermittlern gehostete Inhalte, werden weiterhin als Dienste der Informationsgesellschaft eingestuft und fallen unter die E-Commerce-Richtlinie.

Die Entscheidung für eine getrennte Regulierung von audiovisuellen Mediendiensten (AVMD) und Diensten der Informationsgesellschaft (DIG) mag ursprünglich wegen der Knappheit der Frequenzen und zur Gewährleistung der Meinungsvielfalt notwendig gewesen sein. Darum besteht für AVMD auf Abruf eine Reihe von Verpflichtungen, die für DIG nicht gelten. Nachdem sich das Angebot an audiovisuellen Diensten jedoch in vielerlei Hinsicht entwickelt hat und die Konsumgewohnheiten der Zuschauer sich verändert haben, mag die Einstufung bestimmter Dienste unklar erscheinen. Dies ist beispielsweise der Fall bei Videoplattformen (u.a. YouTube oder Dailymotion) oder sozialen Medien, die den Zugang zu audiovisuellen Inhalten ermöglichen, die von verschiedenen Arten von Nutzern erstellt werden, darunter nicht nur Privatpersonen, sondern auch Medien und Anbieter von Waren und Dienstleistungen. Darüber hinaus werden in letzter Zeit, jenseits der Frage der Klassifizierung bestimmter Dienste auch der Begriff des „Internetvermittlers“ und die Regelungen zu dessen Verantwortung in Frage gestellt.⁶¹ Kritischen Stimmen zufolge spiegelt die Unterscheidung zwischen Redakteur

⁵⁹ Richtlinie 98/34/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 22. Juni 1998 über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:31998L0034>.

⁶⁰ Richtlinie 98/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juli 1998 zur Änderung der Richtlinie 98/34/EG über ein Informationsverfahren auf dem Gebiet der Normen und technischen Vorschriften, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:31998L0048>.

⁶¹ Siehe z. B. Rapport d'information fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale (1) par le groupe de travail sur l'évaluation de la loi n° 2007-1544 du 29 octobre 2007 de lutte contre la contrefaçon (2), Par MM. Laurent Bêteille et Richard



und Host nicht die tatsächlichen Verantwortlichkeiten von Diensteanbietern bei der Online-Verbreitung von Inhalten wider.⁶²

2.2.2 Allgemeine Verantwortung von Videoplattformen und sozialen Medien

Die E-Commerce-Richtlinie soll den freien Verkehr von Diensten der Informationsgesellschaft zwischen den Mitgliedstaaten gewährleisten und so zum reibungslosen Funktionieren des Binnenmarktes beitragen. Sie gleicht bestimmte für diese Dienste geltende innerstaatliche Regelungen in Bezug auf das Binnenmarktprinzip, die Niederlassung der Diensteanbieter, kommerzielle Kommunikationen, elektronische Verträge, die Verantwortung von Vermittlern, Verhaltenskodizes, Systeme zur außergerichtlichen Beilegung von Streitigkeiten, Klagemöglichkeiten sowie die Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten einander an. Diese Richtlinie ergänzt das für die Dienste der Informationsgesellschaft geltende EU-Recht, wobei sie das durch EU-Regelungen und einzelstaatliche Rechtsvorschriften eingeführte Schutzniveau insbesondere für öffentliche Gesundheit und Verbraucher unberührt lässt und umsetzt, soweit dies die Freiheit zur Bereitstellung von DIG nicht einschränkt.

Die Artikel 12–14 der E-Commerce-Richtlinie beschränken die Verantwortung für DIG in drei Fällen:

- reine Durchleitung (Artikel 12 E-Commerce-Richtlinie)⁶³
- Caching (Artikel 13 E-Commerce-Richtlinie)⁶⁴
- Hosting (Artikel 14 E-Commerce-Richtlinie)

Videoplattformen und soziale Medien fallen üblicherweise unter die Regelung zur Verantwortung von Hosting-Anbietern. Nach Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie ist Hosting ein Dienst der Informationsgesellschaft, der in der Speicherung von durch einen Nutzer des Dienstes eingegebenen Informationen besteht. Ein solcher Dienst ist nicht für die vom Nutzer gespeicherten Informationen verantwortlich, sofern folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Der Anbieter hat keine tatsächliche Kenntnis von der rechtswidrigen Tätigkeit oder Information, und, in Bezug auf Schadenersatzansprüche, ist er sich auch

Yung, Sénateurs. S. 42 ff. N° 296 Sénat, Session Ordinaire de 2010-2011, Enregistré à la Présidence du Sénat le 9 février 2011, <https://www.senat.fr/rap/r10-296/r10-2961.pdf>.

⁶² In Kapitel 3 und 6 dieser Publikation finden sich weitere Informationen zu dieser Diskussion.

⁶³ Ein DIG, der von einem Nutzer des Dienstes eingegebene Inhalte in einem Kommunikationsnetz übermittelt oder den Zugang zu einem Kommunikationsnetz vermittelt. Als reine Durchleitung gilt dabei auch die automatische kurzzeitige Zwischenspeicherung der übermittelten Informationen, soweit dies zur Durchführung der Übermittlung im Kommunikationsnetz geschieht.

⁶⁴ Caching bezeichnet die automatische, zeitlich begrenzte Zwischenspeicherung von Informationen in einem Kommunikationsnetz, die dem alleinigen Zweck dient, die Übermittlung der Information an andere Nutzer auf deren Anfrage effizienter zu gestalten.



keiner Tatsachen oder Umstände bewusst, aus denen die rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird, oder

- der Anbieter wird, sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erlangt, unverzüglich tätig, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren.

Die Begrenzung der Verantwortung greift nicht, wenn der Nutzer des Dienstes dem Diensteanbieter untersteht oder von ihm beaufsichtigt wird.

Abweichend von dieser Regel kann ein Gericht oder eine Verwaltungsbehörde von einem Diensteanbieter verlangen, eine Rechtsverletzung abzustellen oder zu verhindern, wenn das Rechtssystem des betreffenden Mitgliedstaats dies vorsieht. Die Mitgliedstaaten können zudem Verfahren für die Entfernung von Informationen oder die Sperrung des Zugangs zu ihnen festlegen.

Artikel 15 der E-Commerce-Richtlinie verbietet es den Mitgliedstaaten, DIG eine allgemeine Verpflichtung aufzuerlegen, die von ihnen übermittelten und gespeicherten Informationen zu überwachen oder aktiv nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen.⁶⁵ Dies betrifft trotz dieser Regelung zur allgemeinen Verantwortung nicht Überwachungspflichten in spezifischen Fällen und berührt insbesondere nicht Anordnungen, die von einzelstaatlichen Behörden nach innerstaatlichem Recht getroffen werden (Erwägungsgrund 47 E-Commerce-Richtlinie). Darüber hinaus können die Mitgliedstaaten von Hosting-Anbietern eine Sorgfaltspflicht verlangen, wie Erwägungsgrund 48 der E-Commerce-Richtlinie erläutert:

Diese Richtlinie lässt die Möglichkeit unberührt, dass die Mitgliedstaaten von Diensteanbietern, die von Nutzern ihres Dienstes bereitgestellte Informationen speichern, verlangen, die nach vernünftigem Ermessen von ihnen zu erwartende und in innerstaatlichen Rechtsvorschriften niedergelegte Sorgfaltspflicht anzuwenden, um bestimmte Arten rechtswidriger Tätigkeiten aufzudecken und zu verhindern.

Zudem ermutigt die E-Commerce-Richtlinie zur Einführung von Verhaltenskodizes⁶⁶ auf EU-Ebene und zum Abschluss freiwilliger Branchenvereinbarungen sowie zur Einführung sogenannter „Notice and Take-down“-Verfahren (NTD) (Verfahren zur Meldung und Entfernung rechtswidriger Inhalte),⁶⁷ damit Dienste der Informationsgesellschaft unverzüglich tätig werden können, um rechtswidrige Inhalte zu entfernen oder zu sperren. Diese Bezeichnung (auch als „Notice and Action“ bezeichnet) deckt in der Regel das Verfahren ab, nach dem ein Vermittler auf die Meldung eines Verstoßes hin eine Information oder Tätigkeit entfernt oder sperrt. Die Sperrung kann die einzige Lösung

⁶⁵ Den Mitgliedstaaten steht es frei, Anbieter von DIG zu verpflichten, die zuständigen Behörden unverzüglich über mutmaßliche rechtswidrige Tätigkeiten oder Informationen der Nutzer ihres Dienstes zu unterrichten, oder zu verpflichten, den zuständigen Behörden auf Verlangen Informationen zu übermitteln, anhand derer die Nutzer ihres Dienstes, mit denen sie Vereinbarungen über die Speicherung abgeschlossen haben, ermittelt werden können (Artikel 15 Absatz 2 E-Commerce-Richtlinie).

⁶⁶ Artikel 16 E-Commerce-Richtlinie.

⁶⁷ Erwägungsgrund 40, Artikel 21 Absatz 2 E-Commerce-Richtlinie.



sein, wenn eine Entfernung nicht möglich ist, weil die rechtswidrige Tätigkeit oder Information in einem anderen Land als dem gespeichert ist, in dem sich die Server des Diensteanbieters befinden.

Eine Reihe weiterer Richtlinien liefern ebenfalls Rechtsgrundlagen für eine aktive Rolle der Internetdiensteanbieter bei der Stärkung der Durchsetzung von Urheberrechten im Internet, etwa die Durchsetzungsrichtlinie.⁶⁸ Sie verpflichtet die Mitgliedstaaten dazu sicherzustellen, dass Rechteinhaber eine einstweilige Maßnahme bzw. gerichtliche Anordnungen gegen Internetdiensteanbieter anstreben können, deren Dienste von einem Dritten zwecks Verletzung eines Rechts des geistigen Eigentums in Anspruch genommen werden (Artikel 9 und 11), und dass die Mitgliedstaaten zur Formulierung von Verhaltenskodizes in diesem Bereich ermutigen sollen (Artikel 17).⁶⁹

2.2.3 Kommerzielle Kommunikation auf Videoplattformen und in sozialen Medien

Die wichtigsten Vorschriften zur kommerziellen Kommunikation auf Online-Plattformen, und somit auch auf Videoplattformen und in sozialen Medien, finden sich in der E-Commerce-Richtlinie und in der Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.⁷⁰

2.2.3.1 E-Commerce-Richtlinie

Nach der Definition in Artikel 2 Buchstabe f der E-Commerce-Richtlinie umfasst kommerzielle Kommunikation „alle Formen der Kommunikation, die der unmittelbaren oder mittelbaren Förderung des Absatzes von Waren und Dienstleistungen oder des Erscheinungsbilds eines Unternehmens, einer Organisation oder einer natürlichen Person dienen, die eine Tätigkeit in Handel, Gewerbe oder Handwerk oder einen reglementierten Beruf ausübt.“ Von dieser Definition ausgenommen sind:

- Angaben, die direkten Zugang zur Tätigkeit des Unternehmens bzw. der Organisation oder Person ermöglichen, wie insbesondere ein Domain-Name oder eine E-Mail-Adresse;

⁶⁸ Richtlinie 2004/48/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2004 zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums,

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A32004L0048R%2801%29>.

⁶⁹ Weitere Informationen zu diesem Thema in Cabrera Blázquez F.J., Cappello, M., Grece C., Valais, S., „Durchsetzung des Urheberrechts in der Online-Welt: Strategien und Mechanismen“, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2015, <https://rm.coe.int/168078347e>.

⁷⁰ Weitere Informationen zu diesen und anderen Richtlinien im Bereich der kommerziellen Kommunikation unter Cabrera Blázquez F.J. Cappello, M., Grece C., Valais, S., „Kommerzielle Kommunikation in der Revision der AVMD-Richtlinie“, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2017, <https://rm.coe.int/168078348d>.



- Angaben in Bezug auf Waren und Dienstleistungen oder das Erscheinungsbild eines Unternehmens, einer Organisation oder Person, die unabhängig und insbesondere ohne finanzielle Gegenleistung gemacht werden;

Artikel 5 der E-Commerce-Richtlinie führt die allgemeinen Informationen auf, die ein Diensteanbieter verfügbar machen muss. Darüber hinaus listet Artikel 6 die Bedingungen auf, die kommerzielle Kommunikationen, die Bestandteil eines DIG sind oder einen solchen darstellen, erfüllen müssen:

- Kommerzielle Kommunikationen müssen klar als solche zu erkennen sein;
- die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag kommerzielle Kommunikationen erfolgen, muss klar identifizierbar sein;
- Soweit Angebote zur Verkaufsförderung wie Preisnachlässe, Zugaben und Geschenke im Mitgliedstaat der Niederlassung des Diensteanbieters zulässig sind, müssen sie klar als solche erkennbar sein, und die Bedingungen für ihre Inanspruchnahme müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden;
- Soweit Preisausschreiben oder Gewinnspiele im Mitgliedstaat der Niederlassung des Diensteanbieters zulässig sind, müssen sie klar als solche erkennbar sein, die Teilnahmebedingungen müssen leicht zugänglich sein sowie klar und unzweideutig angegeben werden.

Zu nicht angeforderten kommerziellen Kommunikationen mittels E-Mail verlangt Artikel 7, dass solche kommerziellen Kommunikationen „bei Eingang beim Nutzer klar und unzweideutig als solche erkennbar sind“.

2.2.3.2 Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Die E-Commerce-Richtlinie und das einschlägige EU-Verbraucherrecht ergänzen sich grundsätzlich. Die E-Commerce-Richtlinie ergänzt gemäß Artikel 1 Absatz 3 „das auf die Dienste der Informationsgesellschaft anwendbare Gemeinschaftsrecht und lässt dabei das Schutzniveau insbesondere für die öffentliche Gesundheit und den Verbraucherschutz, wie es sich aus Gemeinschaftsrechtsakten und einzelstaatlichen Rechtsvorschriften zu deren Umsetzung ergibt, unberührt, soweit die Freiheit, Dienste der Informationsgesellschaft anzubieten, dadurch nicht eingeschränkt wird“. Einer dieser „Gemeinschaftsrechtsakte“ zum Verbraucherschutz ist die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken (UGP-Richtlinie).⁷¹ Die UGP-Richtlinie gilt für Geschäfte zwischen Unternehmen und Verbrauchern (B2C). Ihr Zweck ist es, „durch Angleichung der Rechts- und

⁷¹ Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32005L0029>.



Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über unlautere Geschäftspraktiken, die die wirtschaftlichen Interessen der Verbraucher beeinträchtigen, zu einem reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts und zum Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus beizutragen“. (Artikel 1 UGP-Richtlinie). Kommerzielle Kommunikation (bzw. „kommerzielle Mitteilung“) und insbesondere Werbung wird darin als Geschäftspraxis im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern bezeichnet (Artikel 2 Buchstabe d UGP-Richtlinie).

Ein Arbeitsdokument der Kommission⁷² enthält Leitlinien zur Umsetzung/Anwendung der UGP-Richtlinie. Videoplattformen fallen grundsätzlich in den Anwendungsbereich dieser Richtlinie. Da jedoch die UGP-Richtlinie nur für den Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern gilt, besteht der erste Schritt bei der Beurteilung ihrer eventuellen Anwendbarkeit auf den Betreiber einer bestimmten Online-Plattform in der Prüfung, ob der Betreiber ein „Gewerbetreibender“ im Sinne von Artikel 2 Buchstabe b der UGP-Richtlinie ist. Der zweite Schritt besteht in der Prüfung, ob der Betreiber der Plattform an „Geschäftspraktiken von Unternehmen gegenüber Verbrauchern“ (Artikel 2 Buchstabe d UGP-Richtlinie) im Geschäftsverkehr mit Nutzern (Anbietern und Kunden) beteiligt ist, die als „Verbraucher“ (Artikel 2 Buchstabe a UGP-Richtlinie) eingestuft werden können.

Der Betreiber einer Videoplattform, der als „Gewerbetreibender“ einzustufen ist, muss die EU-Rechtsvorschriften im Bereich des Verbraucherschutzes und der Werbung in Bezug auf seine eigenen Geschäftspraktiken grundsätzlich einhalten. Insbesondere unterliegen Gewerbetreibende den Transparenzanforderungen von Artikel 6 und 7 der UGP-Richtlinie, nach denen irreführende Verhaltensweisen und Unterlassungen im Zusammenhang mit Produktwerbung sowie mit dem Vertrieb oder der Lieferung von Produkten an Verbraucher verboten sind. Zudem darf nach Artikel 5 Absatz 2 der UGP-Richtlinie kein als „Gewerbetreibender“ einzustufender Plattform-Betreiber bei seinen Geschäftspraktiken im Umgang mit Kunden gegen die Erfordernisse der beruflichen Sorgfaltspflicht verstoßen.⁷³

Die in der UGP-Richtlinie geregelte berufliche Sorgfaltspflicht dieser Gewerbetreibenden unterscheidet sich von der in Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie geregelten Verantwortung. Eine Videoplattform, die als „Gewerbetreibender“ im Sinne von Artikel 2 Buchstabe b der UGP-Richtlinie angesehen wird, muss einer gewissen beruflichen Sorgfaltspflicht (Artikel 5 Absatz 2 UGP-Richtlinie) im jeweiligen Tätigkeitsbereich (Artikel 2 Buchstabe h UGP-Richtlinie) genügen und darf ihre Nutzer /

⁷² Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen, Leitlinien zur Umsetzung/Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, Begleitunterlage zur Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, Ein umfassendes Konzept zur Förderung des grenzüberschreitenden elektronischen Handels für die Bürger und Unternehmen Europas (SWD/2016/0163 final), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52016SC0163>.

⁷³ Als „berufliche Sorgfalt“ wird der Standard an Fachkenntnissen und Sorgfalt bezeichnet, bei denen billigerweise davon ausgegangen werden kann, dass der Gewerbetreibende sie gegenüber dem Verbraucher gemäß den anständigen Marktgepflogenheiten und/oder dem allgemeinen Grundsatz von Treu und Glauben in seinem Tätigkeitsbereich anwendet (Artikel 2 Buchstabe h UGP-Richtlinie).



die Verbraucher weder durch ihr Handeln noch durch Unterlassen irreführen (insbesondere nach Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe f und nach Artikel 7 Absatz 1 und 2 der UGP-Richtlinie). Plattformen, die als „Gewerbtreibende“ eingestuft werden, müssen angemessene Maßnahmen treffen. Diese entsprechen nicht einer allgemeinen Überwachungspflicht oder einer Pflicht zur aktiven Forschung nach Umständen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen (siehe Artikel 15 Absatz 1 E-Commerce-Richtlinie), ermöglichen als Gewerbetreibende handelnden Dritten jedoch die Einhaltung der EU-Rechtsvorschriften zu Werbung und Verbraucherschutz und bieten Nutzern die Möglichkeit, klar zu erkennen, mit wem sie möglicherweise Verträge schließen.

Wenn Videoplattformen (und soziale Medien), die der UGP-Richtlinie unterliegen, diese Anforderungen an die berufliche Sorgfaltspflicht nicht erfüllen oder Nutzern ein Produkt in unlauterer Weise verkaufen oder bei den Nutzern in unlauterer Weise bewerben, kann festgestellt werden, dass sie gegen EU-Rechtsvorschriften über Verbraucherschutz und Werbung verstoßen. Sie können sich dann nicht auf die E-Commerce-Richtlinie berufen, nach der Vermittler von ihrer Verantwortung befreit wären.⁷⁴

2.2.4 Schutz von Minderjährigen und der Menschenwürde auf Online-Plattformen

Auf EU-Ebene wird schon seit vielen Jahren über den Schutz Minderjähriger in den Medien diskutiert. Angesichts der Konvergenz der digitalen Technologien und der zunehmenden Nutzung mobiler Geräte, u. a. auch von Mediendiensten auf Abruf im Internet und von Online-Videospielen, durch Kinder, taucht das Thema in letzter Zeit immer wieder auf. Um die Verbreitung illegaler und schädlicher Medieninhalte an Jugendliche zu beschränken und zu verbieten, muss der EU-Regulierer verschiedene Grundrechte sorgsam abwägen und geeignete Regulierungsinstrumente einführen. Insbesondere ist das Recht der Inhabitanten auf freie Meinungsäußerung gegen das im öffentlichen Interesse liegende Ziel des Schutzes Minderjähriger abzuwägen, das oft mit Kontrolle, Filterinstrumenten und irgendeiner Form von Zensur einhergeht. Die Frage des Schutzes Minderjähriger in audiovisuellen und Online-Diensten wird daher auf verschiedenen Ebenen der EU-Rechtsordnung aufgegriffen, vom Primärrecht im Vertrag über die Europäische Union (EUV)⁷⁵ und in der Charta der Grundrechte der Europäischen Union⁷⁶ bis zum Sekundärrecht über verschiedene Richtlinien und Empfehlungen.

Die wichtigste Bestimmung in diesem Zusammenhang ist Artikel 6 Absatz 3 EUV über die Freiheit der Meinungsäußerung, der Artikel 10 der EMRK im Rechtsrahmen der

⁷⁴ Siehe Kapitel 5 dieser Publikation zu weiteren Informationen über die Rechtsprechung zur Verantwortung von Internetvermittlern.

⁷⁵ Konsolidierte Fassung des Vertrags über die Europäische Union, ABL. EU 2010/C 83/01, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=OJ:C:2010:083:FULL>.

⁷⁶ Charta der Grundrechte der Europäischen Union (2010/C 83/02) <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2010:083:0389:0403:de:PDF>.



EU verankert. Das Recht auf freie Meinungsäußerung findet sich auch in Artikel 11 der Charta der Grundrechte der EU, die ebenfalls Grundfreiheiten der EMRK in Artikel 53 verankert. Artikel 24 der Grundrechtecharta behandelt die Rechte des Kindes und legt fest, dass Kinder Anspruch auf den Schutz und die Fürsorge haben, die für ihr Wohlergehen notwendig sind, und dass bei allen Kinder betreffenden Maßnahmen öffentlicher Stellen oder privater Einrichtungen „das Wohl des Kindes eine vorrangige Erwägung sein“ muss. In Artikel 7 der Grundrechtecharta heißt es, dass jede Person „das Recht auf Achtung ihres Privat- und Familienlebens, ihrer Wohnung sowie ihrer Kommunikation“ hat.

Auf der Ebene des Sekundärrechts wird der Schutz Minderjähriger in audiovisuellen und Online-Diensten von der EU in vielen Richtlinien und Empfehlungen geregelt.⁷⁷ Zum Schutz Minderjähriger in audiovisuellen Mediendiensten finden sich die wichtigsten Bestimmungen in der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-Richtlinie), die gewisse Mindeststandards und die gegenseitige Anerkennung in diesem Bereich festlegt, sowohl für lineare wie auch für nicht-lineare audiovisuelle Dienste. Gemäß Artikel 4 Absatz 8 der AVMD-Richtlinie fallen alle anderen Dienste, die über elektronische Kommunikationsnetze bereitgestellt werden, unter die E-Commerce-Richtlinie, ebenso wie Dienste der Informationsgesellschaft. Die E-Commerce-Richtlinie erlaubt den Mitgliedstaaten die Einschränkung eines Dienstes nur, wenn er den Schutz Minderjähriger „beeinträchtigt“ oder für ihn „eine ernsthafte und schwerwiegende Gefahr einer Beeinträchtigung“ darstellt. Andererseits befreit sie die Dienste, die unter bestimmten Umständen (z. B. reine Durchleitung, Caching und Hosting) von der Verantwortung ausgenommen sind, von der Erfüllung der Verpflichtungen, die ihnen von den Mitgliedstaaten auferlegt werden, wodurch die Wirkung anderer Rechtsinstrumente auf dem Gebiet des Schutzes Minderjähriger in DIG begrenzt wird. In diesem Zusammenhang wird zunehmend davon ausgegangen, dass traditionelle Ansätze nur eine begrenzte Auswirkung auf die Regulierung des Schutzes junger Zuschauer haben, und der EU-Gesetzgeber fordert schrittweise neue Maßnahmen wie Selbst- und Koregulierung und Bildungsinstrumente als notwendige Ergänzung zur Emanzipation der Nutzer.⁷⁸

2.2.4.1 Weitere EU-Initiativen zum Schutz Minderjähriger vor beeinträchtigenden Inhalten in einem konvergierenden Umfeld

Angesichts des raschen Wachstums im europäischen Markt für Videospiele und der zunehmenden Gefahr, dass junge Nutzer von Videospielen illegalen oder schädlichen Inhalten ausgesetzt werden, hat der Rat der EU 2002 die Frage des Verbraucherschutzes durch Kennzeichnung bestimmter Video- und Computerspiele nach Altersgruppen

⁷⁷ Fragen der Privatsphäre und des Datenschutzes werden in Abschnitt 1.1.5. dieser Publikation behandelt.

⁷⁸ Kapitel 4 dieser Publikation enthält weitere Details zur Selbst- und Koregulierung in Bezug auf den Schutz Minderjähriger und Jugendlicher auf Videoplattformen und in sozialen Medien.



aufgegriffen⁷⁹ und sich für die Selbstregulierung als geeignetes Mittel zur Erreichung dieses Ziels ausgesprochen.⁸⁰

Im Hinblick auf das Internet ist zu erwähnen, dass die Europäische Kommission seit 1999 das „Safer Internet Programm“⁸¹ finanziert, um Kinder und Jugendliche im Internet zu stärken und zu schützen und illegale und schädliche Inhalte und Verhaltensweisen im Internet zu bekämpfen. Das SIP identifiziert Bereiche, die konkrete Maßnahmen erfordern, auf die die Gemeinschaftsressourcen konzentriert werden sollten. Der Aktionsplan 1999 definiert vier spezifische Ziele: die Schaffung eines sichereren Umfelds durch ein Hotline-Netz und die Annahme von Verhaltenskodizes, die Entwicklung eines Filter- und Bewertungssystems, die Förderung von Sensibilisierungsmaßnahmen und andere flankierende Maßnahmen wie die Prüfung der rechtlichen Auswirkungen und die Koordinierung mit ähnlichen internationalen Maßnahmen.

Nach dem positiven Ergebnis dieses Vierjahresplans⁸² schlug die Kommission im Jahr 2005 ein neues Mandat für einen (als IAP-Plus bezeichneten) verlängerten Aktionsplan „Sichereres Internet“⁸³ vor, der 2009 noch einmal verlängert und erweitert wurde, um „auf noch unbekannt zukünftige Entwicklungen im Online-Umfeld [...] einzugehen“. Der Aktionsplan 2009–2013⁸⁴ umfasste Maßnahmen zur Förderung eines sichereren Online-Umfelds und Sensibilisierungskampagnen auf der Grundlage von Selbstregulierungsprinzipien. Diese Maßnahmen wurden so konzipiert, dass sie eine bessere „Befähigung der Nutzer“ umfassen, nicht nur für Eltern und Betreuer, sondern auch für Kinder und Jugendliche, und die Beteiligten ermuntern, Verantwortung zu übernehmen, zusammenzuarbeiten und Erfahrungen und bewährte Verfahren auf europäischer und internationaler Ebene auszutauschen. Darüber hinaus bestätigte der Aktionsplan die Notwendigkeit des Aufbaus einer angemessenen Wissensbasis für einen geeigneten Umgang mit aktuellen wie auch neu entstehenden Nutzungsarten, Risiken

⁷⁹ Entschließung des Rates zum Schutz der Verbraucher, insbesondere von Jugendlichen, durch Kennzeichnung bestimmter Video- und Computerspiele nach Zielaltersgruppen, 2002/C 65/02, 1. März 2002, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32002G0314%2801%29>.

⁸⁰ Siehe Kapitel 4 dieser IRIS Plus zu Selbst- und Koregulierungsinstrumenten.

⁸¹ Entscheidung Nr. 276/1999/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Januar 1999 über die Annahme eines mehrjährigen Aktionsplans der Gemeinschaft zur Förderung der sicheren Nutzung des Internet durch die Bekämpfung illegaler und schädlicher Inhalte in globalen Netzen (ABL. L 33 vom 6. Februar 1999, S. 1), geändert durch die Entscheidung 1151/2003/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Juni 2003 (ABL. L 162 vom 1. Juli 2003, S. 1), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:31999D0276>.

⁸² Siehe die Mitteilung der Kommission an den Rat, das Europäische Parlament, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen über die Bewertung des mehrjährigen Aktionsplans der Gemeinschaft zur Förderung einer sichereren Nutzung des Internet und neuer Online-Technologien durch die Bekämpfung illegaler und schädlicher Inhalte vor allem im Hinblick auf den Kinder- und Jugendschutz, KOM (2003) 653 endgültig, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0653>.

⁸³ Beschluss Nr. 854/2005/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, Beschluss vom 11. Mai 2005 über ein mehrjähriges Gemeinschaftsprogramm zur Förderung der sichereren Nutzung des Internet und neuer Online-Technologien, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32005D0854>.

⁸⁴ Beschluss Nr. 1351/2008/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 16. Dezember 2008 über ein mehrjähriges Gemeinschaftsprogramm zum Schutz der Kinder bei der Nutzung des Internets und anderer Kommunikationstechnologien, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:32008D1351>.



und Folgen sowie für die Analyse quantitativer und qualitativer Aspekte in diesem Zusammenhang. Das SIP konzentrierte sich auf die Schaffung eines sichereren Online-Umfelds und die Bekämpfung illegaler und schädlicher Inhalte. Es umfasste Maßnahmen wie die Einführung des Safer Internet Day⁸⁵ und des Safer Internet Centre, die die Entwicklung und Umsetzung von Selbstregulierungs- und Verhaltenskodizes unterstützen. Das SIP war zudem die Grundlage dafür, dass die Europäische Kommission verschiedene andere Selbstregulierungsinitiativen in diesem Bereich unterstützt.

In einer Mitteilung von 2011 zu einer „EU-Agenda für die Rechte des Kindes“⁸⁶ bekräftigte die Europäische Kommission ihre Verpflichtungszusage, die Mitgliedstaaten und andere Beteiligte bei der Stärkung von Vorbeugung, Befähigung und der Teilhabe von Kindern zu unterstützen, damit sie den größtmöglichen Nutzen aus Online-Technologien ziehen und sich gegen Mobbing im Internet, gegen schädliche Inhalte und sonstige Online-Risiken zur Wehr setzen können, und zwar durch das Safer Internet Programm und in Zusammenarbeit mit der Industrie im Rahmen von Selbstregulierungsinitiativen. Ein Evaluierungsbericht⁸⁷ im Bereich sozialer Netzwerke (SNS) aus dem Jahr 2010 unterstrich jedoch die Notwendigkeit, die Effektivität und Nutzung einiger dieser Selbstregulierungsinitiativen zu verbessern.

Andererseits schlug die Europäische Kommission 2012 eine „Strategie für ein besseres Internet für Kinder“⁸⁸ mit einem Arbeitsprogramm vor, das sich auf verstärkte Vermittlung in der Schule, einen breiteren Einsatz technischer Lösungen (Meldeinstrumente, altersgerechte Datenschutzeinstellungen, erweiterte Nutzung von Intheklassifizierung, stärkere Verfügbarkeit und Nutzung von Kindersicherungen usw.) sowie auf die Bekämpfung von sexuellem Missbrauch von Kindern auf der Grundlage von Selbstregulierung konzentriert. Gemeinsame Ergebnisse und Zusagen wurden veröffentlicht, u. a. Empfehlungen für bewährte Praktiken der größten Akteure auf dem Markt.

Nach der Annahme der „Europäischen Strategie für ein besseres Internet für Kinder“ im Jahr 2012 wurde das SIP in „Better Internet for Kids“ (BIK) umbenannt. Im Mittelpunkt der Aktivitäten im Rahmen von BIK standen im Laufe der Jahre die Aufklärung, die Bekämpfung illegaler Inhalte sowie die Filterung und Kennzeichnung von Inhalten. Dazu wurde die Zivilgesellschaft in Fragen der Online-Sicherheit von Kindern einbezogen, und es wurden Informationen über die Nutzung neuer Technologien durch junge Menschen ausgetauscht.

⁸⁵ Abrufbar unter <https://www.saferinternetday.org/>.

⁸⁶ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, „Eine EU-Agenda für die Rechte des Kindes“, KOM(2011) 60 endgültig, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52011DC0060>.

⁸⁷ Staksrud, E. and Lobe, B. (2010) Evaluation of the implementation of the Safer Social Networking Principles for the EU Part I: General Report. European Commission Safer Internet Programme, Luxembourg, <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/27216/Safer-Social-Networking-part1.pdf>.

⁸⁸ Safer Internet – A multi-annual union programme on protecting children using the Internet and other communication technologies, Work Programme 2013, C(2013) 1954, http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/dae/document.cfm?doc_id=1964.



Die Europäische Strategie für ein besseres Internet für Kinder stützt sich weitgehend auf die Selbstregulierung der Branche, um eine schnelle Anpassung an neue Sicherheits Herausforderungen zu ermöglichen. Eine dieser Brancheninitiativen ist beispielsweise die am 7. Februar 2017 gegründete „Alliance to better protect minors online“.⁸⁹ Sie besteht in einer kollaborativen Plattform, über die sich 22 führende IKT- und Medienunternehmen⁹⁰ zu einer Reihe von Maßnahmen verpflichtet haben, um schädliche Inhalte und Verhaltensweisen zu bekämpfen, vor allem durch Befähigung der Nutzer (Kindersicherungs- und Meldeinstrumente, Klassifizierung der Inhalte usw.), Zusammenarbeit und Austausch von bewährten Verfahren, Sensibilisierung sowie Förderung positiver, bildender und vielfältiger Online-Inhalte. Vor der Gründung der Allianz wurde im Dezember 2011 die „CEO coalition to make Internet a better place for kids“⁹¹ ins Leben gerufen; ihr Ziel ist es, sich abzeichnende Herausforderungen anzugehen und positive Maßnahmen zu ergreifen, um einfache und robuste Meldeinstrumente für Nutzer sowie altersgerechte Privatsphäre-Einstellungen, eine Klassifizierung der Inhalte, Kindersicherungen und eine effektive Entfernung von Material über sexuellen Kindesmissbrauch einzuführen.

Speziell zu Videoplattformen und sozialen Medien haben die in Europa tätigen großen Social-Networking-Diansteanbieter – darunter auch die Videoplattform Dailymotion – bereits im Februar 2009 eine Selbstregulierungsvereinbarung unterzeichnet, die europäischen „Safer Social Networking Principles“,⁹² in der sie sich verpflichtet haben, Maßnahmen zur Gewährleistung der Sicherheit von Minderjährigen in ihren Diensten zu ergreifen. Diese Prinzipien, die in Abstimmung mit der Europäischen Kommission und einer Reihe von NGOs entwickelt wurden, räumten ein, dass es keine allgemeingültige Lösung gibt, da hinsichtlich der angebotenen Dienste, des Geschäftsmodells, der Größe und der potenziellen Risiken für die Nutzer große Unterschiede zwischen den Plattformen bestehen. Jedoch wurden damals bestimmte Gemeinsamkeiten von „Social Networking“-Plattformen identifiziert, etwa die den Nutzern angebotene Möglichkeit der sozialen Interaktion im Internet, eine persönliche Profilseite und die Option, Inhalte zu teilen und über eine Suchfunktion nach anderen Nutzern zu suchen. Für diese Plattformen wurden vier Hauptkategorien von Inhalten identifiziert, von denen mögliche Online-Risiken für Kinder und Jugendliche ausgehen:

- „illegale Inhalte“ wie Bilder von Kindesmissbrauch und rechtswidrige Hetze;
- „nicht altersgerechte Inhalte“ wie Pornografie oder sexuelle Inhalte, Gewalt oder andere Inhalte mit Erwachsenenthemen, die für Jugendliche unangemessen sein können;

⁸⁹ Für weitere Details siehe die Zielsetzungserklärung und den Aktionsplan, http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=42408.

⁹⁰ ASKfm, BT Group, Deutsche Telekom, Disney, Facebook, Google, KPN, The LEGO Group, Liberty Global, Microsoft, Orange, Rovio, Samsung Electronics, Sky, Spotify, Sulake, Super RTL, TIM (Telecom Italia), Telefónica, Telenor, Telia Company, Twitter, Vivendi, Vodafone.

⁹¹ https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/ceo_coalition_statement.pdf.

⁹² https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/sn_principles.pdf.



- „Kontakte“, also unangemessene Kontakte von Erwachsenen mit sexuellem Interesse an Kindern oder die Kontaktaufnahme von Jugendlichen zu anderen Jugendlichen;
- „Verhalten“, d.h. das Verhalten von Jugendlichen im Internet. Dies umfasst Mobbing und Schikanen (Verhaltensweisen wie das Verbreiten von Gerüchten, das Ausschließen von Altersgenossen von der eigenen sozialen Gruppe und der Entzug der Freundschaft oder Akzeptanz) und potenziell riskante Verhaltensweisen (wie z. B. die Verbreitung persönlicher Informationen, das Posten sexuell aufreizender Fotos, das Lügen über das wahre eigene Alter oder das Organisieren persönlicher Treffen mit Menschen, die man bisher nur online kennt).

Zur wirksamen Bekämpfung dieser Inhalte empfehlen die Prinzipien eine Zusammenarbeit mehrerer Akteure – Online-Diensteanbieter, Regierungen, Eltern, Lehrer, Nutzer und NGOs – auf der Grundlage von sieben Hauptgrundsätzen:

- Sensibilisierung durch gezielte Beratung und Aufklärungsmaterial,
- altersgerechte Einstellungen,
- Befähigung der Nutzer durch Tools und Technik,
- nutzerfreundliche Meldemechanismen,
- schnelle Reaktion auf Benachrichtigungen über illegale Inhalte oder Verhaltensweisen,
- Befähigung der Nutzer zu einem sicheren Umgang mit persönlichen Daten und ihrer Privatsphäre,
- Bewertung der Mittel für die Prüfung illegaler oder verbotener Inhalte/Verhaltensweisen.

Alle europäischen Interventionen in diesem Bereich sind unverbindlich. Alle unterstützen zudem die Entwicklung und Umsetzung technischer Instrumente und empfehlen unter den rechtlichen Instrumenten vor allem die Selbstregulierung als beste Regulierungslösung. Diese Option beruht nicht nur auf der Tatsache, dass technische Instrumente und Selbstregulierung ein höheres Maß an Flexibilität aufweisen und besser zu den Anforderungen eines sich ständig wandelnden Umfelds passen können, sondern auch auf folgendem – in den IAP-Entscheidungen klar genannten – allgemeinen Argument: „Internationale Vereinbarungen über rechtsverbindliche Regeln sind wünschenswert, werden aber nur schwer und selbst dann nicht rasch zu erreichen sein. Selbst wenn sie zustande kommen, werden sie alleine nicht ausreichen, um die Anwendung der Regeln oder den Schutz der gefährdeten Personen sicherzustellen.“



2.2.4.2 Spezifische Bestimmungen gegen Kinderpornografie im Internet

Die Richtlinie zur Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern sowie der Kinderpornografie⁹³ legt Mindestvorschriften zur Definition von Straftaten und Sanktionen auf dem Gebiet des sexuellen Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern, der Kinderpornografie und der Kontaktaufnahme zu Kindern für sexuelle Zwecke fest. Des Weiteren werden Bestimmungen zur Stärkung der Prävention dieser Verbrechen und des Schutzes ihrer Opfer eingeführt.

Zum Thema Kinderpornografie im Internet erlegt Artikel 25 dieser Richtlinie den Mitgliedstaaten die Verpflichtung auf, die erforderlichen Maßnahmen zu treffen, um sicherzustellen, dass Internetseiten, die Kinderpornografie enthalten oder verbreiten und sich auf Servern in ihrem Hoheitsgebiet befinden, unverzüglich entfernt werden, und sich zu bemühen, darauf hinzuwirken, dass derartige Seiten von Servern außerhalb ihres Hoheitsgebiets entfernt werden. Zudem können die Mitgliedstaaten Maßnahmen treffen, um den Zugang zu Internetseiten, die Kinderpornografie enthalten oder verbreiten, für die Internetnutzer in ihrem Hoheitsgebiet zu sperren. Diese Maßnahmen müssen in transparenten Verfahren festgelegt werden und ausreichende Sicherheitsvorkehrungen bieten, insbesondere um sicherzustellen, dass die Einschränkung auf das Notwendige beschränkt und verhältnismäßig ist und dass Nutzer über den Grund für die Beschränkung informiert werden. Diese Sicherheitsvorkehrungen schließen auch die Möglichkeit von Rechtsmitteln ein.

2.2.4.3 Spezifische Bestimmungen gegen Radikalisierung und Rekrutierung von Terroristen im Internet

Seit Anfang 2013 stehen die Themen Radikalisierung und ausländische terroristische Kämpfer regelmäßig auf der Tagesordnung des Rates der Europäischen Union und des Europäischen Rates. Nach den Terroranschlägen in Paris im Januar 2015 beschloss die Europäische Union, ihre Reaktion zu verstärken und die Umsetzung der vereinbarten Maßnahmen zu beschleunigen. Am 12. Februar 2015 erörterten die Staats- und Regierungschefs der EU das weitere Vorgehen und einigten sich auf eine Erklärung, die als Richtschnur für die Arbeiten in den kommenden Monaten dienen sollte. Diese Erklärung⁹⁴ forderte spezifische Maßnahmen mit drei Schwerpunkten:

- Gewährleistung der Sicherheit der Bürger
- Verhinderung von Radikalisierung und Wahrung der Werte
- Zusammenarbeit mit internationalen Partnern

⁹³ Richtlinie 2011/92/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Dezember 2011 zur Bekämpfung des sexuellen Missbrauchs und der sexuellen Ausbeutung von Kindern sowie der Kinderpornografie sowie zur Ersetzung des Rahmenbeschlusses 2004/68/JI des Rates, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:32011L0093>.

⁹⁴ Informelle Tagung der Staats- und Regierungschefs Brüssel, den 12. Februar 2015 – Erklärung der Mitglieder des Europäischen Rates, <http://www.consilium.europa.eu/de/press/press-releases/2015/02/12/european-council-statement-fight-against-terrorism/>.



Neben vielen anderen Maßnahmen forderte der Europäische Rat angemessene Maßnahmen im Einklang mit den nationalen verfassungsrechtlichen Vorschriften, um Inhalte im Internet, die Terrorismus oder Extremismus propagieren, aufzuspüren und zu entfernen, was auch eine stärkere Zusammenarbeit zwischen den Behörden und dem Privatsektor auf EU-Ebene erfordere, wobei auch gemeinsam mit Europol Kompetenzen zur Meldung solcher Internetinhalte aufgebaut werden sollten.

Bei der Tagung des Europäischen Rates im Juni 2017⁹⁵ forderten die Staats- und Regierungschefs der EU die Industrie auf, Terrorismus und Kriminalität im Internet zu bekämpfen. Dem Europäischen Rat zufolge trägt die Industrie selbst Verantwortung dafür, die Bekämpfung von Terrorismus und Kriminalität im Internet zu unterstützen. Aufbauend auf der Arbeit des EU-Internetforums erwartet der Europäische Rat von der Industrie die Einrichtung eines Industrieforums und die Entwicklung neuer Technologien und Instrumente, mit denen die automatische Erkennung und Entfernung von zu terroristischen Handlungen anstiftenden Inhalten verbessert wird. Dies solle erforderlichenfalls durch die einschlägigen Gesetzgebungsmaßnahmen auf EU-Ebene ergänzt werden. Der Europäische Rat rief dazu auf, die Herausforderungen im Zusammenhang mit Systemen anzugehen, die Terroristen Kommunikationsmöglichkeiten bieten, zu denen die zuständigen Behörden keinen Zugang haben, einschließlich Ende-zu-Ende-Verschlüsselung; gleichzeitig gelte es aber, die Vorteile zu wahren, die diese Systeme für den Schutz der Privatsphäre, den Datenschutz und den Schutz der Kommunikation bieten. Der Europäische Rat ist der Auffassung, dass ein effektiver Zugang zu elektronischen Beweismitteln für die Bekämpfung von schwerer Kriminalität und Terrorismus unabdingbar ist und dass die Verfügbarkeit von Daten vorbehaltlich geeigneter Garantien sichergestellt werden sollte.

2.2.4.4 EU-Konzept zur Bekämpfung illegaler Online-Inhalte

Die Mitteilung der Europäischen Kommission zum Umgang mit illegalen Online-Inhalten⁹⁶ zielt auf die Verstärkung der proaktiven Verhütung, Erkennung und Entfernung illegaler Inhalte im Internet, die zu Hass, Gewalt und Terrorismus aufstacheln. Es geht um die Entfernung illegaler Online-Inhalte: Aufstachelung zum Terrorismus, rechtswidrige Hetze, Material über sexuellen Kindesmissbrauch sowie Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums und von Verbraucherschutzvorschriften im Internet. Die Mitteilung enthält Leitlinien zur Erkennung und Meldung, zur Entfernung und zur Verhinderung des Wiederauftauchens solcher illegaler Inhalte.

Im Zusammenhang mit der Erkennung illegaler Inhalte sollten Online-Plattformen unverzüglich auf verbindliche Anordnungen oder Verwaltungsbescheide der zuständigen

⁹⁵ Schlussfolgerungen des Europäischen Rates zu Sicherheit und Verteidigung (22. Juni 2017), <http://www.consilium.europa.eu/de/press/press-releases/2017/06/22/euco-security-defence/>.

⁹⁶ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, „Umgang mit illegalen Online-Inhalten – Mehr Verantwortung für Online-Plattformen“, COM(2017) 555 final, September 2017, <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2017/DE/COM-2017-555-F1-DE-MAIN-PART-1.PDF>.



Behörden reagieren und mit Vertretern der Strafverfolgungsbehörden zusammenarbeiten, gleichzeitig aber auch für ihre Nutzer angemessene Schutzvorkehrungen treffen. Diese Zusammenarbeit mit Strafverfolgungsbehörden sollte eine effektive Umsetzung von Aufforderungen zur Entfernung ermöglichen und ein Warnsystem etablieren, auf das die Behörden zugreifen können. Um eine solche effektive Zusammenarbeit zu erreichen, sollten Online-Plattformen über die notwendigen Ressourcen verfügen, das rechtliche Umfeld, in dem sie tätig sind, zu verstehen, sowie Kontaktstellen in der EU und technische Schnittstellen einrichten, die eine solche Zusammenarbeit fördern. Von vertrauenswürdigen Hinweisgebern veröffentlichte Beobachtungen sollten von Plattformen im Schnellverfahren bearbeitet werden können. Ein vertrauenswürdiger Hinweisgeber ist eine spezialisierte Einrichtung, die im Idealfall Kriterien auf der Grundlage der Achtung der Grundrechte als Teil eines EU-weiten Normungsrahmens festlegt. Nutzer sollten Zugang zu einem geeigneten Meldesystem haben, das hinreichend genaue Berichte ermöglicht.

In Bezug auf den Haftungsausschluss nach Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie stellt die Mitteilung klar, dass die Ergreifung proaktiver Maßnahmen durch die Online-Plattformen selbst nicht automatisch zu einem Verlust des Haftungsausschlusses führen sollte. Jegliche Kenntnis von illegalen Tätigkeiten oder Informationen, die durch solche Maßnahmen gewonnen wurde, kann jedoch zu einem Verlust des Haftungsausschlusses führen, sofern die Plattform nicht unverzüglich handelt und den Inhalt nach Kenntnis entfernt. Die Mitteilung ermutigt zur Nutzung und Weiterentwicklung automatischer Erkennungstechnologien.

Das Entfernen illegaler Inhalte sollte generell so schnell wie möglich und ohne Behinderung einer Strafverfolgung geschehen. Ungeachtet dessen sollten widerstandsfähige Sicherheitsvorkehrungen hinsichtlich der Entfernung legaler Inhalte vorhanden sein. Die Bedeutung von „unverzögerlicher“ Entfernung im Sinne der E-Commerce-Richtlinie sollte zusammen mit Faktoren wie Kontextinformationen, die für die Bestimmung der Rechtmäßigkeit von Inhalten erforderlich sind, von einer Einzelfallprüfung abhängen. Die Mitteilung schlägt vor, dass in Fällen, in denen es zu schweren Schäden kommen kann, eine rasche Entfernung spezifischen Zeitvorgaben unterliegen kann. Dauer und Verfahren der Entfernung sollten in Transparenzberichten offen beschrieben werden, und Beweise für Straftaten sind den Strafverfolgungsbehörden zu übermitteln. Die Richtlinien für Inhalte sollten in den Nutzungsbedingungen der Online-Plattform dargelegt sein, u. a. auch Informationen zum Verfahren der Anfechtung von Entfernungentscheidungen. Die Möglichkeit, eine solche Entscheidung anzufechten, sollte mit wenigen Ausnahmen grundsätzlich allen Nutzern zur Verfügung stehen, deren Inhalte gelöscht wurden. Die Beilegung von Streitigkeiten durch Schlichtungsstellen wird befürwortet.

Naturgemäß können im Online-Umfeld illegale Inhalte sehr leicht wieder auftauchen. Maßnahmen zur Verhinderung eines solchen erneuten Auftauchens umfassen die Blockierung von Wiederholungstätern, eine Datenbank wiederaufgetauchter illegaler Inhalte, auf die alle Online-Plattformen Zugriff haben, sowie die Einführung und Weiterentwicklung automatischer Filter für erneutes Hochladen. Letzterer sollte eine Reversibilitätsvorkehrung vorsehen und in den Nutzungsbedingungen der Plattform transparent gemacht werden.



Die Kommission wird den Fortschritt überwachen und bewerten, ob zusätzliche Maßnahmen erforderlich sind, einschließlich möglicher legislativer Maßnahmen, die bis Mai 2018 abgeschlossen sein sollten.

Aufbauend auf die Mitteilung von 2017 und auf verschiedene freiwillige Initiativen, die Hostingdiensteanbieter in ihrem Kampf gegen illegale Online-Inhalte bereits unternommen haben, weist die Kommission in ihrer Empfehlung für wirksame Maßnahmen im Umgang mit illegalen Online-Inhalten⁹⁷ auf die Notwendigkeit hin, dass die IT-Unternehmen und die Mitgliedstaaten eine Reihe operativer Maßnahmen zur wirksamen Entfernung illegaler Inhalte treffen und dass die notwendigen Vorkehrungen zum Schutz der Grundrechte der Nutzer ergriffen werden.

Die Empfehlung ermutigt IT-Unternehmen zur Verbesserung ihrer Notice-and-Action-Verfahren, damit ihre Nutzer hinreichend genaue und substantiierte Hinweise geben und Meldungen von „vertrauenswürdigen Hinweisgebern“ im Schnellverfahren bearbeitet werden können. Inhaltenanbieter müssen in jedem Fall die Möglichkeit erhalten, Gegendarstellungen abzugeben, um eine überzogene Entfernung von Inhalten zu vermeiden. Zudem werden die Unternehmen ermutigt, ein System zu betreiben, das es ihnen erlaubt, proaktive Maßnahmen gegen illegale Inhalte zu ergreifen, wobei jedoch wirksame und geeignete Sicherheitsvorkehrungen vorhanden sein sollten, zu denen auch eine Aufsicht und Überprüfung durch Menschen gehören. Hostingdiensteanbieter sollten zusammenarbeiten und sich über bewährte Vorgehensweisen austauschen. Unter bestimmten Umständen, bei denen es um Straftaten geht, sollten Hostingdiensteanbieter und Mitgliedstaaten zusammenarbeiten.

Für terroristische Inhalte sollten Hostingdiensteanbieter über Schnellverfahren verfügen, mit denen sie Hinweise so schnell wie möglich bearbeiten können, und die Mitgliedstaaten sollten ihre zuständigen Behörden mit ausreichenden Mitteln ausstatten, damit sie solche Inhalte effektiv erkennen und melden können. Hostingdiensteanbieter werden auch dazu angehalten, proaktive Maßnahmen zu ergreifen, die gewährleisten, dass bereits entfernte terroristische Inhalte nicht wieder hochgeladen werden. Überdies wird zur Zusammenarbeit zwischen den Hostingdiensteanbietern untereinander, insbesondere mit KMU, sowie zwischen Hostingdiensteanbietern und den zuständigen Behörden ermutigt. Es wird empfohlen, dass Hostingdiensteanbieter terroristische Inhalte binnen einer Stunde ab Eingang der Meldung entfernen. Darüber hinaus sollten die Mitgliedstaaten und die Hostingdiensteanbieter mit der Kommission zusammenarbeiten, indem sie ihr alle relevanten Informationen übermitteln, damit sie die erzielten Fortschritte überwachen kann. Ein derartiger Überwachungsprozess könnte zu weiteren Schritten führen, u. a. zu Vorschlägen für verbindliche Rechtsakte der Union.

⁹⁷ Empfehlung der Kommission für wirksame Maßnahmen im Umgang mit illegalen Online-Inhalten, 1. März 2018, C(2018) 1177 final, http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50118.



2.2.5 Datenschutz und Privatsphäre

Die Charta der Grundrechte der Europäischen Union (Charta)⁹⁸ umfasst das Recht auf Achtung des Privat- und Familienlebens, der Wohnung und der Kommunikation (Artikel 7 Charta). Außerdem sieht sie das Recht auf Schutz personenbezogener Daten vor (Artikel 8 Charta). Die Verarbeitung dieser Daten muss nach Treu und Glauben für festgelegte Zwecke und mit Einwilligung der betroffenen Person oder auf einer sonstigen gesetzlich geregelten legitimen Grundlage erfolgen. Jede Person hat das Recht, Auskunft über die sie betreffenden erhobenen Daten zu erhalten und die Berichtigung der Daten zu erwirken. Die Einhaltung dieser Vorschriften wird von einer unabhängigen Stelle überwacht.

Im Mai 2016 wurde ein neues EU-Datenschutzpaket angenommen, das u. a. die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und die Polizeirichtlinie umfasst. Außerdem soll Ende 2018 eine neue E-Privacy-Verordnung verabschiedet werden.

2.2.5.1 Datenschutz-Grundverordnung

Die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)⁹⁹ ersetzt die Datenschutzrichtlinie¹⁰⁰ und zielt auf eine Harmonisierung der Rechtsvorschriften zum Datenschutz in Europa. Die DSGVO enthält Vorschriften zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Verkehr personenbezogener Daten. Sie schützt die Grundrechte und Grundfreiheiten natürlicher Personen und insbesondere deren Recht auf Schutz personenbezogener Daten. Die DSGVO trat am 24. Mai 2016 in Kraft und gilt ab 25. Mai 2018.

Die DSGVO berührt nicht die Anwendung der in der E-Commerce-Richtlinie enthaltenen Regelungen zur Verantwortung.

Vom räumlichen Anwendungsbereich (Artikel 3) her gilt die DSGVO für die Verarbeitung personenbezogener Daten, soweit diese im Rahmen der Tätigkeiten einer Niederlassung eines Verantwortlichen¹⁰¹ oder eines Auftragsverarbeiters¹⁰² in der Union

⁹⁸ Charta der Grundrechte der Europäischen Union,

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>.

⁹⁹ Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung) (Text von Bedeutung für den EWR),

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:32016R0679>.

¹⁰⁰ Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr,

<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/de/TXT/?uri=CELEX:31995L0046>.

¹⁰¹ „Verantwortlicher“ bezeichnet die natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle, die allein oder gemeinsam mit anderen über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten entscheidet; sind die Zwecke und Mittel dieser Verarbeitung durch das Unionsrecht oder das Recht der Mitgliedstaaten vorgegeben, so kann der Verantwortliche beziehungsweise können die bestimmten Kriterien seiner Benennung nach dem Unionsrecht oder dem Recht der Mitgliedstaaten vorgesehen werden (Artikel 4 Absatz 7 DSGVO).

¹⁰² „Auftragsverarbeiter“ bezeichnet eine natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle, die personenbezogene Daten im Auftrag des Verantwortlichen verarbeitet (Artikel 4 Absatz 8 DSGVO).



erfolgt, unabhängig davon, ob die Verarbeitung in der Union stattfindet. Ferner gilt sie für die Verarbeitung personenbezogener Daten von betroffenen Personen, die sich in der Union befinden, durch einen nicht in der Union niedergelassenen Verantwortlichen oder Auftragsverarbeiter, wenn die Datenverarbeitung im Zusammenhang damit steht,

- betroffenen Personen in der Union Waren oder Dienstleistungen anzubieten, unabhängig davon, ob von diesen betroffenen Personen eine Zahlung zu leisten ist;
- das Verhalten betroffener Personen zu beobachten, soweit ihr Verhalten in der Union erfolgt.

Die DSGVO gilt überdies für die Verarbeitung personenbezogener Daten durch einen nicht in der Union niedergelassenen Verantwortlichen an einem Ort, der aufgrund Völkerrechts dem Recht eines Mitgliedstaats unterliegt.

Die Einwilligung der betroffenen Person ist ein wesentliches Element der DSGVO. Sie ist definiert als „jede freiwillig für den bestimmten Fall, in informierter Weise und unmissverständlich abgegebene Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutigen bestätigenden Handlung, mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten einverstanden ist“ (Artikel 4 Absatz 11 DSGVO). Beruht die Verarbeitung auf einer Einwilligung (Artikel 7 DSGVO), muss der Verantwortliche nachweisen können, dass die betroffene Person in die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten eingewilligt hat. Erfolgt die Einwilligung der betroffenen Person durch eine schriftliche Erklärung, die noch andere Sachverhalte betrifft, so muss das Ersuchen um Einwilligung in verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache so erfolgen, dass es von den anderen Sachverhalten klar zu unterscheiden ist. Die betroffene Person hat das Recht, ihre Einwilligung jederzeit zu widerrufen, was aber die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt. Die betroffene Person wird vor Abgabe der Einwilligung von der Möglichkeit des Widerrufs in Kenntnis gesetzt. Der Widerruf der Einwilligung muss in jedem Fall so einfach sein wie die Erteilung der Einwilligung.

Im Hinblick auf die Einwilligung in Bezug auf das Angebot von Diensten der Informationsgesellschaft, das einem Kind direkt gemacht wird, ist die Verarbeitung der personenbezogenen Daten des Kindes rechtmäßig, wenn das Kind das sechzehnte Lebensjahr vollendet hat. Hat das Kind das sechzehnte Lebensjahr noch nicht vollendet, so ist diese Verarbeitung nur rechtmäßig, sofern und soweit diese Einwilligung durch den Träger der elterlichen Verantwortung für das Kind oder mit dessen Zustimmung erteilt wird. Die Mitgliedstaaten können durch Rechtsvorschriften zu diesen Zwecken eine niedrigere Altersgrenze vorsehen, die jedoch nicht unter dem vollendeten dreizehnten Lebensjahr liegen darf. Der Verantwortliche unternimmt unter Berücksichtigung der verfügbaren Technik angemessene Anstrengungen, um sich in solchen Fällen zu



vergewissern, dass die Einwilligung durch den Träger der elterlichen Verantwortung für das Kind oder mit dessen Zustimmung erteilt wurde.¹⁰³

Werden personenbezogene Daten an ein Drittland oder an eine internationale Organisation übermittelt, so hat die betroffene Person das Recht, über die geeigneten Garantien unterrichtet zu werden.¹⁰⁴

Ein weiteres wichtiges Element der DSGVO ist das Recht auf Löschung, besser bekannt als das Recht auf Vergessenwerden (Artikel 17 DSGVO). Die betroffene Person hat das Recht, von dem Verantwortlichen zu verlangen, dass sie betreffende personenbezogene Daten unverzüglich gelöscht werden, und der Verantwortliche ist verpflichtet, personenbezogene Daten unverzüglich zu löschen, sofern einer der folgenden Gründe zutrifft:

- Die personenbezogenen Daten sind für die Zwecke, für die sie erhoben oder auf sonstige Weise verarbeitet wurden, nicht mehr erforderlich.
- Die betroffene Person widerruft ihre Einwilligung, auf die sich die Verarbeitung gemäß Artikel 6 Absatz 1 Buchstabe a oder Artikel 9 Absatz 2 Buchstabe a stützte, und es fehlt an einer anderweitigen Rechtsgrundlage für die Verarbeitung.
- Die betroffene Person legt gemäß Artikel 21 Absatz 1 Widerspruch gegen die Verarbeitung ein und es liegen keine vorrangigen berechtigten Gründe für die Verarbeitung vor, oder die betroffene Person legt gemäß Artikel 21 Absatz 2 Widerspruch gegen die Verarbeitung ein.
- Die personenbezogenen Daten wurden unrechtmäßig verarbeitet.
- Die Löschung der personenbezogenen Daten ist zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung nach dem Unionsrecht oder dem Recht der Mitgliedstaaten erforderlich, dem der Verantwortliche unterliegt.
- Die personenbezogenen Daten wurden in Bezug auf angebotene Dienste der Informationsgesellschaft gemäß Artikel 8 Absatz 1 erhoben.

Hat der Verantwortliche die personenbezogenen Daten öffentlich gemacht, so hat er für die Datenverarbeitung Verantwortliche, die die personenbezogenen Daten verarbeiten, darüber zu informieren, dass eine betroffene Person von ihnen die Löschung aller Links zu diesen personenbezogenen Daten oder von Kopien oder Replikationen dieser personenbezogenen Daten verlangt hat. Ausnahmen gelten, soweit die Verarbeitung erforderlich ist

- zur Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung und Information;
- zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung, die die Verarbeitung nach dem Recht der Union oder der Mitgliedstaaten, dem der Verantwortliche unterliegt, erfordert, oder zur Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse

¹⁰³ Die Vorschriften der DSGVO zur Einwilligung lassen das allgemeine Vertragsrecht der Mitgliedstaaten wie etwa die Vorschriften zur Gültigkeit, zum Zustandekommen oder zu den Rechtsfolgen eines Vertrags in Bezug auf ein Kind, unberührt.

¹⁰⁴ Siehe Artikel 46 DSGVO.



- liegt oder in Ausübung öffentlicher Gewalt erfolgt, die dem Verantwortlichen übertragen wurde;
- aus Gründen des öffentlichen Interesses im Bereich der öffentlichen Gesundheit gemäß Artikel 9 Absatz 2 Buchstaben h und i sowie Artikel 9 Absatz 3;
 - für im öffentlichen Interesse liegende Archivzwecke, wissenschaftliche oder historische Forschungszwecke oder für statistische Zwecke gemäß Artikel 89 Absatz 1, soweit das in Absatz 1 genannte Recht voraussichtlich die Verwirklichung der Ziele dieser Verarbeitung unmöglich macht oder ernsthaft beeinträchtigt, oder
 - zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen.

Artikel 20 DSGVO sieht ein Recht auf Datenübertragbarkeit vor, wonach die betroffene Person das Recht hat, die sie betreffenden personenbezogenen Daten in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format zu erhalten und diese Daten einem anderen Verantwortlichen ohne Behinderung zu übermitteln.

Artikel 25 DSGVO sieht den sogenannten Datenschutz durch Technikgestaltung und durch datenschutzfreundliche Voreinstellungen vor. Der Verantwortliche muss Maßnahmen treffen, die dafür ausgelegt sind, die Datenschutzgrundsätze wirksam umzusetzen und die notwendigen Garantien in die Verarbeitung aufzunehmen, um den Anforderungen der DSGVO zu genügen. Darüber hinaus muss der Verantwortliche geeignete Maßnahmen treffen, die sicherstellen, dass durch Voreinstellung grundsätzlich nur personenbezogene Daten, deren Verarbeitung für den jeweiligen bestimmten Verarbeitungszweck erforderlich ist, verarbeitet werden.

2.2.5.2 Der Entwurf der E-Privacy-Richtlinie

Am 10. Januar 2017 verabschiedete die Europäische Kommission einen Vorschlag für eine Verordnung über die Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation (E-Privacy-Verordnung).¹⁰⁵ Die vorgeschlagene Verordnung ist ein Ergebnis der Überprüfung der E-Privacy-Richtlinie,¹⁰⁶ die in der Strategie der Europäischen Kommission für den digitalen Binnenmarkt angekündigt wurde.

Die vorgeschlagene Verordnung wird den sachlichen Anwendungsbereich der E-Privacy-Vorschriften erweitern und ihren räumlichen Anwendungsbereich klarstellen. Sie wird für die Verarbeitung von „elektronischen Kommunikationsdaten“ gelten, zu denen

¹⁰⁵ Europäische Kommission, Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates über die Achtung des Privatlebens und den Schutz personenbezogener Daten in der elektronischen Kommunikation und zur Aufhebung der Richtlinie 2002/58/EG, 10. Januar 2017, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:52017PC0010>.

¹⁰⁶ Richtlinie 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juli 2002 über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation), <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:32002L0058>.



elektronische Kommunikationsinhalte und elektronische Kommunikationsmetadaten zählen. Zudem wird sie nicht nur für Anbieter elektronischer Kommunikationsdienste verbindlich sein, sondern auch für Anbieter von sogenannten „Over-the-Top“-Diensten und Maschine-Maschine-Kommunikation. Darüber hinaus wird ihr räumlicher Anwendungsbereich nicht auf die Europäische Union beschränkt sein, und sie wird „für elektronische Kommunikationsdaten gelten, die in Verbindung mit der Bereitstellung und Nutzung elektronischer Kommunikationsdienste in der [EU] verarbeitet werden, unabhängig davon, ob die Verarbeitung in der [EU] stattfindet“.

Die vorgeschlagene Verordnung wird die Möglichkeiten von Unternehmen erweitern, elektronische Kommunikationsmetadaten zu verarbeiten, beispielsweise Standortdaten. Nach den neuen Bestimmungen wird die Einwilligung des Endnutzers einmal erforderlich sein und dann für die Verarbeitung von Kommunikationsinhalten wie auch von Metadaten gelten. Für die Zwecke der E-Privacy-Verordnung wird der Ausdruck „Einwilligung des Endnutzers“ dieselbe Bedeutung haben und denselben Voraussetzungen unterliegen wie der in der DSGVO festgelegte Begriff „Einwilligung der betroffenen Person“.

Die Regeln zu Cookies werden gestrafft. Insbesondere stellt die vorgeschlagene Verordnung klar, dass für Cookies, die für das Funktionieren von Websites notwendig sind, die Internet-Erfahrung verbessern oder von einer Website genutzt werden, um ihre Besucher zu zählen, keine Einwilligung erforderlich wäre. In allen anderen Fällen ist die Verarbeitung und Speicherung von Cookies nur mit der Einwilligung des Endnutzers zulässig. Die vorgeschlagenen Regeln verlangen ferner, dass Internet-Browser den Endnutzern die Möglichkeit bieten zu verhindern, dass Dritte Cookies im Endgerät eines Endnutzers speichern oder bereits im Endgerät gespeicherte Informationen verarbeiten.

2.2.6 Durchsetzung einzelstaatlicher Gesetze und Territorialitätsvorschriften

Sowohl die AVMD-Richtlinie als auch die E-Commerce-Richtlinie sollen den freien Verkehr von Diensten der Informationsgesellschaft zwischen den Mitgliedstaaten gewährleisten und so zum einwandfreien Funktionieren des Binnenmarktes beitragen. Das in beiden Richtlinien verankerte Herkunftslandprinzip stellt sicher, dass der freie Verkehr audiovisueller Mediendienste eines Anbieters, der in einem Staat niedergelassen ist, in anderen Staaten ohne weitere Genehmigung und ohne Befolgung der Vorschriften der Letzteren möglich ist. Der Versuch, diesen Verkehr zu beschränken, und die Einführung weiterer Verpflichtungen für die Anbieter, von denen die audiovisuellen Inhalte stammen, stünden im Gegensatz zu diesem Prinzip. Nur in bestimmten Fällen gilt das Gegenteil, nämlich das Bestimmungslandprinzip, wonach das Land, in dem die Dienste erbracht werden, bestimmen kann, welche Regeln gelten und welche Stellen für deren Überwachung und Durchsetzung zuständig sind.

Im Fall der AVMD-Richtlinie sollte das Herkunftslandprinzip als Kernbestandteil dieser Richtlinie angesehen werden, da es für die Schaffung des Binnenmarkts unverzichtbar ist. Dieses Prinzip sollte für alle audiovisuellen Mediendienste gelten, um



für die Mediendienstanbieter die zur Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und zur Einführung dieser Dienste erforderliche Rechtssicherheit zu schaffen. Es ist zudem Voraussetzung für den freien Informationsfluss und den freien Verkehr audiovisueller Programme innerhalb des Binnenmarkts.¹⁰⁷

Die E-Commerce-Richtlinie beruht ebenfalls auf dem Herkunftslandprinzip, enthält aber eine Liste der Sektoren, in denen stattdessen das Bestimmungslandprinzip gilt:

- Urheberrecht, verwandte Schutzrechte, Rechte im Sinne der Richtlinie 87/54/EWG(1) und der Richtlinie 96/9/EG(2) sowie gewerbliche Schutzrechte;
- Ausgabe elektronischen Geldes durch Institute, auf die die Mitgliedstaaten eine der in Artikel 8 Absatz 1 der Richtlinie 2000/46/EG(3) vorgesehenen Ausnahmen angewendet haben;
- Artikel 44 Absatz 2 der Richtlinie 85/611/EWG(4);
- Artikel 30 und Titel IV der Richtlinie 92/49/EWG(5), Titel IV der Richtlinie 92/96/EWG(6) sowie die Artikel 7 und 8 der Richtlinie 88/357/EWG(7) und Artikel 4 der Richtlinie 90/619/EWG(8);
- Freiheit der Rechtswahl für Vertragsparteien;
- vertragliche Schuldverhältnisse in Bezug auf Verbraucherverträge;
- formale Gültigkeit von Verträgen, die Rechte an Immobilien begründen oder übertragen, sofern diese Verträge nach dem Recht des Mitgliedstaates, in dem sich die Immobilie befindet, zwingenden Formvorschriften unterliegen;
- Zulässigkeit nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation mittels elektronischer Post.

Als praktische Konsequenz dieser Ausnahmen in der E-Commerce-Richtlinie wird die Frage der Territorialität je nach den zu schützenden Rechten anders behandelt: Bei Urheberrechtsverletzungen ist der zuständige Mitgliedstaat das Land, in dem die Dienste erbracht werden, während bei inhaltlichen Fragen der Mitgliedstaat der Niederlassung zu intervenieren hat.

Darüber hinaus enthält die E-Commerce-Richtlinie analog zur AVMD-Richtlinie spezifische Verfahren, die es dem Empfangsland erlauben, bei schweren Verstößen hinsichtlich „des Jugendschutzes und der Bekämpfung der Hetze aus Gründen der Rasse, des Geschlechts, des Glaubens oder der Nationalität, sowie von Verletzungen der Menschenwürde einzelner Personen“ die Weiterverbreitung auf seinem Hoheitsgebiet einzuschränken.

¹⁰⁷ Siehe Erwägungsgrund 33 AVMD-Richtlinie.





3 Nationale Umsetzung

Dieses Kapitel beschreibt wichtige Entwicklungen aus verschiedenen EU-Ländern im Bereich der nationalen Regulierung von Videoplattformen. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit werden hier originäre Lösungen für einige der drängendsten Probleme in diesem Bereich vorgestellt.¹⁰⁸ Als Grundlage für diese Untersuchung haben wir neben anderen Quellen unsere eigene Datenbank IRIS Merlin¹⁰⁹ verwendet, die ihren Nutzern den Zugriff auf mehr als 8 000 Artikel¹¹⁰ über rechtliche Neuerungen ermöglicht, die für die audiovisuelle Wirtschaft von Belang sind.

3.1 Allgemeine Regeln zur Verantwortung

Wie bereits in Kapitel 2 dieser Publikation erwähnt, ist eine Videoplattform nicht für die im Auftrag des Nutzers des Dienstes gespeicherten Informationen verantwortlich, solange der Anbieter keine Kenntnis davon hat, dass die Tätigkeit rechtswidrig ist, und ihm, was Schadensersatzansprüche angeht, auch keine Tatsachen oder Umstände bekannt sind, aus denen die Rechtswidrigkeit offensichtlich wird. Wenn der Anbieter dies erfährt oder ihm dies bewusst wird, hat er unverzüglich tätig zu werden, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren (Artikel 14 E-Commerce-Richtlinie). Ferner besteht für die Anbieter keine allgemeine Verpflichtung, die von ihnen übermittelten und gespeicherten Informationen zu überwachen oder aktiv nach Umständen Ausschau zu halten, die auf eine unerlaubte Tätigkeit hinweisen (Artikel 15 E-Commerce-Richtlinie).

Manche halten die etwas „wohlwollende“ Verantwortungsregelung der E-Commerce-Richtlinie für reformbedürftig (siehe unten). Seit der Annahme der Richtlinie im Jahr 2000 hat sich vieles verändert. Die Technik und die Märkte haben sich in einer Weise entwickelt, nach der die obige Unterscheidung den Herausforderungen der Gegenwart und Zukunft nicht mehr gewachsen zu sein scheint. Hostingdiensteanbieter wie YouTube und Facebook ziehen aus den Aktivitäten der Nutzer einen direkten wirtschaftlichen Nutzen. Dabei profitieren sie massiv von allen Nutzeraktivitäten, ob legal oder illegal, übernehmen aber keine Verantwortung für das Fehlverhalten ihrer Kunden, obwohl sie den Strom der Inhalte auf ihren gehosteten Seiten mithilfe von Algorithmen „lenken“.

¹⁰⁸ Auch die Europäische Kommission befasst sich zur Zeit mit dem Thema, siehe Kapitel 6 dieser Publikation.

¹⁰⁹ <http://merlin.obs.coe.int/cgi-bin/search.php>.

¹¹⁰ Stand März 2018.



3.1.1 Frankreich

Ein Beispiel für die Aufrufe zur Reform der E-Commerce-Richtlinie war ein Vorschlag in einem Bericht¹¹¹ des französischen Senats von 2011. Danach sollte neben dem Hostingdiensteanbieter und dem Inhaltsherausgeber eine dritte Kategorie von Vermittlern eingeführt werden, nämlich der „Diensteherausgeber“, dessen Hauptmerkmal darin bestünde, dass er einen direkten wirtschaftlichen Nutzen daraus zieht, dass Nutzer die gehosteten Inhalte abrufen. Der „Diensteherausgeber“ hätte folgende Verpflichtungen:

- die Personen zu identifizieren, die die Inhalte geschaffen haben, die er hostet;
- dem Stand der Technik entsprechende Mittel bereitzustellen, um die Informationen zu überwachen, die er überträgt oder speichert, und Tatsachen oder Umstände zu untersuchen, die rechtswidrige Aktivitäten deutlich werden lassen. Dies wäre eine Verpflichtung auf bestimmte Mittel, nicht auf ein bestimmtes Ergebnis;
- die zivil- oder strafrechtliche Verantwortung zu übernehmen, wenn er Kenntnis von offensichtlich rechtswidrigen Aktivitäten oder Informationen erhält und nicht unverzüglich tätig wird, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren.

Dieser französische Bericht wurde weder auf nationaler noch auf EU-Ebene in Rechtsvorschriften umgesetzt, doch die Idee, den Status von Vermittlern zu reformieren, steht nun schon seit vielen Jahren auf der Tagesordnung der verschiedenen französischen Regierungen. Die (damalige) französische Kulturministerin Audrey Azoulay schlug in einer Rede vor, die Plattformen auch zu verpflichten, die Missachtung der Menschenwürde, die Aufstachelung zum Rassenhass und die Verherrlichung des Terrorismus zu bekämpfen. Daher „dürfen wir nicht weiter zulassen, dass sich die wichtigsten audiovisuellen Plattformen hinter einem Host-Status verstecken, der nicht mehr der Realität der Dienste entspricht, die sie anbieten“.¹¹² In einem Interview vom Januar 2018 bestand Mounir Mahjoubi, Staatssekretär für digitale Fragen, auf der Notwendigkeit, den Status von Internetvermittlern zu überdenken.¹¹³

¹¹¹ Rapport d'information fait au nom de la commission des lois constitutionnelles, de législation, du suffrage universel, du Règlement et d'administration générale par le groupe de travail sur l'évaluation de la loi n° 2007-1544 du 29 octobre 2007 de lutte contre la contrefaçon, par MM. Laurent BÉTEILLE et Richard YUNG, Sénateurs. Enregistré à la Présidence du Sénat le 9 février 2011, <https://www.senat.fr/rap/r10-296/r10-2961.pdf>.

¹¹² L'audiovisuel dans l'espace numérique : plateformes et données - Actes des Rencontres du CSA du 27 septembre 2016, www.csa.fr/content/download/227230/608057/file/actes%2520rencontres%2520csa_2016.pdf.

¹¹³ Siehe z. B. Rees M., „Mounir Mahjoubi : de la loi anti « fake news » à la responsabilité des intermédiaires“, Nextinact, 24. Januar 2018, <https://www.nextinact.com/news/106025-mounir-mahjoubi-loi-anti-fake-news-a-responsabilite-intermediaires.htm>.



3.2 Fake News

Die Entwicklung des Phänomens der sogenannten „Fake News“ hat viele Länder veranlasst, Regulierungsmaßnahmen vorzuschlagen, und in jedem einzelnen Fall kam es zu Kontroversen und Zensurvorwürfen verschiedener Interessengruppen. In der Tat ist bei diesem Thema Vorsicht geboten: Vor allem der Status der Hosting-Provider und das Verbot der Einführung allgemeiner Überwachungspflichten machen eine Regulierung dieses Bereichs sehr schwierig. Auch die Konturen des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung gemäß Artikel 10 EMRK lassen dem Gesetzgeber wenig Spielraum.

3.2.1 Deutschland

Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG, Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken) wurde am 1. September 2017 verabschiedet und hat einen heftigen Streit um seine abschreckende Wirkung auf die freie Meinungsäußerung im Internet ausgelöst. Umstritten war dabei vor allem, dass es den Diensteanbietern zu große Entscheidungsbefugnisse überlässt.¹¹⁴ Besonders heftig tobte der Streit in den ersten Tagen nach seinem Inkrafttreten, weil Kommentare bestimmter Politiker von sozialen Medien gelöscht wurden. Die deutschen Oppositionsparteien haben die Abschaffung des Gesetzes gefordert.¹¹⁵

Das NetzDG gilt für Telemediendiensteanbieter,¹¹⁶ die mit Gewinnerzielungsabsicht Plattformen im Internet betreiben, die dazu bestimmt sind, dass Nutzer beliebige Inhalte mit anderen Nutzern teilen oder der Öffentlichkeit zugänglich machen (soziale Netzwerke). Plattformen mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten, die vom Diensteanbieter selbst verantwortet werden, gelten nicht als soziale Netzwerke im Sinne dieses Gesetzes. Das Gleiche gilt für Plattformen, die zur Individualkommunikation oder zur Verbreitung spezifischer Inhalte bestimmt sind. Die darin vorgesehenen Pflichten gelten nur für Anbieter, deren soziale Netzwerke in Deutschland mehr als zwei Millionen registrierte Nutzer haben (§ 1 Abs. 2 NetzDG).

Diensteanbieter müssen durch ein wirksames und transparentes Verfahren gewährleisten, dass Beschwerden über rechtswidrige Inhalte unverzüglich zur Kenntnis genommen und geprüft werden. Offensichtlich rechtswidrige Inhalte müssen innerhalb

¹¹⁴ Siehe z. B. Oltermann Ph., „Tough new German law puts tech firms and free speech in spotlight“, The Guardian, 5. Januar 2018, <https://www.theguardian.com/world/2018/jan/05/tough-new-german-law-puts-tech-firms-and-free-speech-in-spotlight>.

¹¹⁵ Reuters, „German opposition calls for abolition of online hate speech law“, 7. Januar 2018, <https://www.reuters.com/article/us-germany-hatecrime/german-opposition-calls-for-abolition-of-online-hate-speech-law-idUSKBN1EW009>.

¹¹⁶ „Telemedien“ sind elektronische Informations- und Kommunikationsdienste, die weder Telekommunikationsdienste i. S. des Telekommunikationsgesetzes (Übertragung von Signalen in Telekommunikationsanlagen oder -netzen, § 3 Nrn. 23 und 24 TKG) noch Rundfunk i. S. d. § 2 des Rundfunkstaatsvertrages sind (vgl. § 1 des Telemediengesetzes [TMG] vom 26.2.2007 [BGBl. I 179] m. spät. Änd.). Siehe <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/telemedien.html>.



von 24 Stunden nach Eingang der Beschwerde entfernt werden, alle rechtswidrigen Inhalte müssen innerhalb von sieben Tagen nach Eingang der Beschwerde entfernt werden, und der Beschwerdeführer muss über jede Entscheidung unverzüglich informiert werden (§ 3 NetzDG). Rechtswidrige Inhalte sind definiert als Inhalte, die bestimmte Vorschriften des Strafgesetzbuchs (StGB)¹¹⁷ erfüllen, etwa die Vorschriften zur Beleidigung in § 185 StGB und bestimmte strafrechtliche Bestimmungen zum Schutz vor Bedrohungen des demokratischen Rechtsstaates (§ 1 Abs. 3 NetzDG).

Das Gesetz verlangt, dass Anbieter sozialer Netzwerke in Deutschland einen Zustellungsbevollmächtigten benennen und auf ihrer Plattform in leicht erkennbarer und unmittelbar erreichbarer Weise auf ihn aufmerksam machen (§ 5 NetzDG). Anbieter sozialer Netzwerke, die im Kalenderjahr mehr als 100 Beschwerden über rechtswidrige Inhalte erhalten, sind verpflichtet, einen Bericht über den Umgang mit Beschwerden über rechtswidrige Inhalte auf ihren Plattformen halbjährlich zu erstellen und im Bundesanzeiger sowie auf der eigenen Homepage spätestens einen Monat nach Ende eines Halbjahres zu veröffentlichen. Der auf der eigenen Homepage veröffentlichte Bericht muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein (§ 2 NetzDG).

3.2.2 Frankreich

Am 3. Januar 2018 erklärte Staatspräsident Emmanuel Macron bei seiner Neujahrspressekonferenz, er wolle den Rechtsrahmen für die Bekämpfung von „Fake News“ ändern. Zu diesem Zweck wurde von der Mehrheitsfraktion des französischen Parlaments ein Gesetzentwurf ausgearbeitet.

Danach sollen Plattformen bei Wahlen erhöhten Transparenzverpflichtungen für gesponserte Nachrichteninhalte unterliegen, um die Identität der Werbetreibenden und derjenigen, die sie beherrschen oder in deren Auftrag sie handeln, sowie die Beträge, die zur Bewerbung solcher Inhalte aufgewendet werden, publik zu machen.

Der Gesetzentwurf sieht auch die Festlegung einer Kooperationspflicht für digitale Plattformen im Kampf gegen die Verbreitung von Falschinformationen vor, wobei das Ziel darin besteht, Koregulierungsmechanismen zu definieren. Dies würde die Zusagen der digitalen Plattformen mit einer behördlichen Überwachung verbinden. Anfang 2017 hatten Facebook und Google gleichzeitig die baldige Einführung von Möglichkeiten zur Meldung von „Fake News“¹¹⁸ in Frankreich angekündigt: Die Festlegung von Rahmenbedingungen für die Zusammenarbeit der Plattformen sollte die Voraussetzungen dafür schaffen, dass dabei Kriterien zugrunde gelegt werden, die in gemeinsamen Gesprächen verschiedener Interessenträger formuliert wurden.

¹¹⁷ Strafgesetzbuch, <https://www.gesetze-im-internet.de/stgb/>.

¹¹⁸ Siehe Blocman A., „Facebook und Google gehen gemeinsam mit den französischen Medien gegen Falschmeldungen vor“, IRIS 2017-3, <http://merlin.obs.coe.int/iris/2017/3/article14.de.html>.



Der Gesetzesvorschlag sieht auch die Schaffung eines neuen Rechtsweges zur Bekämpfung von Falschinformationen vor: Bei Wahlen wird es möglich sein, das Gericht in einem Eilverfahren anzurufen, sodass es die Verbreitung von offensichtlich falschen, künstlich und massiv verbreiteten Informationen, die mit hoher Wahrscheinlichkeit die Richtigkeit des Wahlergebnisses verfälschen, unverzüglich (innerhalb von 48 Stunden) beenden kann.

Der Textentwurf zielt auch darauf ab, die Befugnisse des CSA (der französischen Aufsichtsbehörde für den audiovisuellen Bereich) zu stärken, damit dieser gegen jeglichen Versuch einer Destabilisierungs- oder Desinformationskampagne eines vom Ausland kontrollierten oder beeinflussten Fernsehdienstes vorgehen kann, indem er unter im Text genau festgelegten Bedingungen den Abschluss von Vereinbarungen verweigert, die Ausstrahlung des Dienstes aussetzt oder bestehende Vereinbarungen kündigt.

3.2.3 Italien

Am 7. Februar 2017 wurde im Senat der Republik ein Gesetzentwurf zum Thema „Fake News“ eingebracht.¹¹⁹ Darin werden verschiedene Verhaltensweisen im Zusammenhang mit der Verbreitung von „Fake News“ unter Strafe gestellt. Der Gesetzentwurf sieht folgende Regelungen vor:

- Wer im Internet „Fake News“ oder übertriebene oder einseitige Informationen über offensichtlich unerwiesene oder falsche Tatsachen und Umstände veröffentlicht oder verbreitet, würde mit Geldstrafen bis zu EUR 5 000 bestraft. Im Fall einer Verleumdung könnte die geschädigte Person Ersatz für tatsächlich erlittene Schäden und eine zusätzliche finanzielle Entschädigung verlangen.
- Die Verbreitung oder Weitergabe – auch im Internet – falscher, übertriebener oder einseitiger Gerüchte oder Nachrichten, die geeignet sind, die Öffentlichkeit zu alarmieren oder öffentliche Interessen in irgendeiner Weise zu bedrohen, oder die eine irreführende Wirkung auf die öffentliche Meinung haben können, würden ebenfalls mit Geldstrafen bis zu 5 000 EUR geahndet.
- Wer – auch im Internet – eine Hetzkampagne gegen bestimmte Personen oder gegen den demokratischen Prozess führt, würde mit Freiheitsstrafe nicht unter zwei Jahren und mit Geldstrafen bis zu 10 000 EUR bestraft.

Der Gesetzentwurf betraf auch die Verpflichtungen der Internetdiensteanbieter in Bezug auf die Aktivitäten und Inhalte, die von Nutzern eingestellt werden. Gemäß Artikel 7 müssten Internetdiensteanbieter Inhalte regelmäßig überwachen, um deren Zuverlässigkeit und Richtigkeit zu beurteilen, wobei sie besonders auf Inhalte zu achten hätten, die bei den Nutzern ein hohes Maß an Interesse erregen. Ein Internetdiensteanbieter, der feststellt, dass bestimmte Inhalte diese Anforderung nicht

¹¹⁹ Senato della Repubblica, disegno di legge n. 2688, 7 febbraio 2017, <http://www.senato.it/service/PDF/PDFServer/BGT/01006504.pdf>.



erfüllen, müsste diese umgehend entfernen, andernfalls könnte er ebenso bestraft werden wie der eigentliche Täter.

Nach der Vorlage des Gesetzentwurfs wurden landesweit Neuwahlen ausgerufen, sodass er erneut ins Parlament eingebracht werden müsste.

3.2.4 Vereinigtes Königreich

Im Rahmen einer umfassenderen Mitteilung zur Überprüfung der Verteidigungsfähigkeit kündigte die britische Regierung im Januar die Bildung einer speziellen nationalen Sicherheitseinheit zur Bekämpfung von „Fake News“ und Desinformation an. Diese Einheit solle den Auftrag erhalten, Desinformation „durch staatliche Akteure und andere“ zu bekämpfen, und „Gegner [des Vereinigten Königreichs] systematischer abschrecken“.¹²⁰

3.3 Schutz Minderjähriger

Die Allgegenwart von Videoplattformen im Leben von Kindern und Jugendlichen ist heute für die meisten Eltern ein Anlass zur Sorge. Sie wollen, dass ihre Kinder all die großartigen Dinge genießen, die das Internet bietet, sind aber besorgt über die vielen schädlichen Inhalte, die auf denselben Diensten frei verfügbar sind. Medienkompetenz ist in dieser Hinsicht von entscheidender Bedeutung,¹²¹ und auch die Selbstregulierungsinitiativen der Internetbranche spielen eine wichtige Rolle. Die Befürworter einer weitergehenden Regulierung des Status von Internet-Vermittlern finden jedoch im Schutz Minderjähriger ein besonders gutes Argument für ihre Vorschläge und bei den meisten Eltern ein offenes Ohr.

Ein aktuelles Beispiel für diese Tendenz zu einer weitergehenden Regulierung ist die neue Internet-Sicherheitsstrategie,¹²² die die britische Kulturministerin Karen Bradley am 11. Oktober 2017 bekannt gab.¹²³ Folgende Maßnahmen sind vorgesehen:

- ein neuer Praxiskodex für soziale Medien, der ein gemeinsames Konzept für die Entfernung oder Bekämpfung von Online-Inhalten mit Mobbing, Einschüchterungen oder Demütigungen vorsieht,

¹²⁰ Walker P., „New national security unit set up to tackle fake news in UK“, The Guardian, 23. Januar 2018, <https://www.theguardian.com/politics/2018/jan/23/new-national-security-unit-will-tackle-spread-of-fake-news-in-uk>.

¹²¹ Weitere Informationen zu konkreten Projekten finden sich in „Analyse von Praktiken und Maßnahmen zur Förderung der Medienkompetenz in der EU-28“, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2016, <https://rm.coe.int/media-literacy-mapping-report-de-final-pdf/16807834fb>.

¹²² Making Britain the safest place in the world to be online, <https://www.gov.uk/government/news/making-britain-the-safest-place-in-the-world-to-be-online>.

¹²³ Eine Konsultation zum Grünbuch Internet-Sicherheitsstrategie fand vom 11. Oktober 2017, 12.15 Uhr, bis zum 7. Dezember 2017, 12.00 Uhr, statt, <https://www.gov.uk/government/consultations/internet-safety-strategy-green-paper>.



- eine branchenweite Abgabe, damit Social-Media-Unternehmen und Kommunikationsdiensteanbieter zur Sensibilisierung und Bekämpfung von Schäden durch das Internet beitragen,
- ein jährlicher Transparenzbericht zur Internetsicherheit, der Fortschritte im Umgang mit missbräuchlichen und schädlichen Inhalten und Verhaltensweisen aufzeigt, und
- Unterstützung für Hightech- und Digital-Start-ups bei der Priorisierung von Sicherheitsbelangen, damit erforderliche Sicherheitsvorkehrungen von Anfang an in Anwendungen und Produkte integriert werden.

Die Strategie umreißt auch die entscheidende Rolle der Bildung bei der Steigerung des Sicherheitsbewusstseins im Internet, besonders bei Kindern und Eltern:

- Neue obligatorische Schulfächer – Beziehungserziehung in der Primarstufe und Beziehungs- und Sexualerziehung in der Sekundarstufe zur Aufklärung über Online-Sicherheit,
- Social-Media-Sicherheitsberatung – die Regierung würde Social-Media-Unternehmen dazu anhalten, Sicherheitsberatungen und -Tools für Eltern anzubieten, und Sicherheitsbenachrichtigungen würden in Online-Plattformen eingebaut,
- Hervorhebung von Sicherheitsfunktionen – die Regierung würde sich bemühen, das Bewusstsein rund um die Sicherheitsprodukte und -funktionen, die für Eltern verfügbar sind, zu steigern.

Es wird vorgeschlagen, dass aus dem UK Council for Child Internet Safety der UK Council for Internet Safety wird, der sich für die Sicherheit aller Nutzer und nicht nur von Kindern einsetzt und an der Umsetzung der Maßnahmen im Rahmen der Strategie mitwirkt.

Zur Pornografie im Internet enthält der Digital Economy Act 2017¹²⁴ Bestimmungen, nach denen kommerzielle pornografische Websites Maßnahmen zur Altersüberprüfung treffen müssen. Ohne solche Maßnahmen drohen dem Medienanbieter verschiedene Strafen, darunter Geldbußen und die Verpflichtung von Internetdiensteanbietern zur Sperrung des Zugriffs auf sein Material, einschließlich des Zugriffs auf sonstiges Material des Medienanbieters. Die Zuständigkeit für die Umsetzung und Durchsetzung dieser Vorschriften wurde dem British Board of Film Classification (BBFC)¹²⁵ übertragen.¹²⁶ Das BBFC soll ermächtigt werden, Informationen von Internetdiensteanbietern oder anderen Personen zu verlangen, die seiner Ansicht nach an der kommerziellen Zugänglichmachung von pornografischem Material im Internet

¹²⁴ Digital Economy Act 2017, <http://www.legislation.gov.uk/ukpga/2017/30/contents/enacted/data.htm>.

¹²⁵ Das BBFC ist für die Altersklassifikation von Filmen, Videos und DVDs zuständig, seit Kurzem auch für die Klassifizierung von Material für Mobilfunkbetreiber, denen es damit hilft, den Zugriff auf Material zu beschränken, das für Personen unter 18 Jahren nicht geeignet ist.

¹²⁶ Department for Digital, Culture, Media & Sport, „Particulars of Proposed Designation of Age-Verification Regulator“, 12. Dezember 2017, https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/669567/particulars_of_proposed_designation_of_age-verification_regulator_-_december_2017.pdf.



beteiligt sind. Zudem wird das BBFC Vollstreckungsbescheide erlassen können, die von den Gerichten vollstreckt werden können, um die Verletzung gesetzlicher Bestimmungen zu verhindern, und es wird befugt sein, Verstöße an Zahlungsdiensteanbieter zu melden, damit diese ihre Dienste kündigen können. Hinzu kommt die Befugnis, von Internetdiensteanbietern die Sperrung des Zugriffs auf Material zu verlangen, und zwar auch auf anderes Material als jenes, das gegen die Verfahren zur Altersüberprüfung verstoßen hat; ein solcher Bescheid könnte von den Gerichten vollstreckt werden. Die einzige Ausnahme von dieser Befugnis sind Fälle, in denen sich dies nachteilig auf die nationale Sicherheit oder die Prävention oder Erkennung schwerer Straftaten, einschließlich Sexualstraftaten, auswirken würde.¹²⁷

3.4 Finanzierung von Inhalten

Nach Artikel 13 der AVMD-Richtlinie gelten für audiovisuelle Mediendienste auf Abruf (z. B. Netflix oder Amazon Prime) verschiedene Verpflichtungen zur Förderung europäischer Werke (z. B. durch einen finanziellen Beitrag oder den Anteil und/oder die Herausstellung europäischer Werke in ihrem Programmkatalog). Doch da sich große gesamteuropäische OTT-Anbieter oft für ein Niederlassungsland entscheiden, in dem die geltenden Vorschriften für sie am günstigsten sind („jurisdiction shopping“), haben einige Länder wie Deutschland und Frankreich spezifische Bestimmungen eingeführt, um diese Dienste unter ihre Regelungshoheit zu bringen, für gleiche Wettbewerbsbedingungen mit lokalen Anbietern zu sorgen und diese Betreiber zu verpflichten, ebenfalls zum finanziellen Ökosystem des audiovisuellen Sektors beizutragen.¹²⁸ Beide Regelungen wurden bei der Europäischen Kommission angemeldet, um von den EU-Wettbewerbshütern grünes Licht zu erhalten.

Videoplattformen (z.B. YouTube) sind nicht an solche Verpflichtungen auf EU-Ebene gebunden. Tatsächlich begrenzte Deutschland die neue finanzielle Verpflichtung auf „Inhaber von Lizenzrechten, die entgeltlich einzelne Filme mit einer Laufzeit von mehr als 58 Minuten mittels Videoabrufdiensten verwerten“.¹²⁹ Die neue französische

¹²⁷ Der Minister hat den Entwurf eines Leitfadens für den Regulierer zur Anwendung seiner Befugnisse herausgegeben, und auch der Regulierer selbst wird einen Leitfaden herausgeben. Siehe Guidance from the Secretary of State for Digital, Culture, Media and Sport to the Age-Verification Regulator for Online Pornography,

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/673425/Guidance_from_the_Secretary_of_State_for_Digital_Culture_Media_and_Sport_to_the_Age-Verification_Regulator_for_Online_Pornography_-_January_2018.pdf.

¹²⁸ Weitere Details zu den deutschen und französischen Regelungen enthält auch Cabrera Blázquez F.J., Cappello M., Grece C., Valais S., *VOD, Plattformen und OTT: Welche Anforderungen an die Förderung europäischer Werke?*, IRIS Plus, Europäische audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2016, <https://rm.coe.int/1680788360>.

¹²⁹ § 66a des deutschen Filmförderungsgesetzes (FFG) führt für Videoanbieter und Anbieter von Videoabrufdiensten mit einem Nettojahresumsatz von mehr als EUR 50 000 die Verpflichtung ein, eine Abgabe an die Filmförderungsanstalt zu entrichten. Durch eine Änderung vom Juli 2013 wurde der Geltungsbereich der Filmabgabe auf nicht in Deutschland niedergelassene Anbieter von Videoabrufdiensten



Regelung jedoch erweiterte den Geltungsbereich der nationalen VoD-Steuer nicht nur auf ausländische VoD-Dienste, sondern auch auf Videoplattformen; diese sogenannte „YouTube-Steuer“, die für Werbeeinnahmen von Internetauftritten gilt, die der französischen Öffentlichkeit kostenlose oder entgeltliche audiovisuelle Inhalte zugänglich machen,¹³⁰ trat am 21. September 2017 in Kraft, nachdem die Kommission grünes Licht gegeben hatte.¹³¹ Nach dem neuen Artikel 1609 sexdecies B des Allgemeinen Steuergesetzbuchs müssen sowohl die Herausgeber von audiovisuellen Mediendiensten auf Abruf als auch Videoplattformen (wie YouTube und Dailymotion) die Steuer bezahlen, wenn sie den Zugriff auf audiovisuelle Inhalte ermöglichen. Somit ist die Steuer von jedem Betreiber – unabhängig von dessen Niederlassungsort – zu zahlen, der in Frankreich einen Dienst anbietet, der einen kostenlosen oder entgeltlichen Zugriff auf Kinofilme oder audiovisuelle Werke oder andere audiovisuelle Inhalte gewährt oder zulässt. Die Höhe dieser Steuer soll von 2% auf 10% steigen, wenn die Einnahmen aus Werbung oder Sponsoring mit der „Verbreitung von Kinofilmen oder audiovisuellen Werken pornografischer oder gewalttätiger Natur“ verbunden sind.

Die Grundlage der sogenannten „YouTube-Steuer“ ist die Höhe der Summen (ohne MWSt.), die Werbetreibende und Sponsoren für die Verbreitung ihrer Werbe- und Sponsoringbotschaften in den fraglichen Diensten an die betreffenden Steuerzahler oder an die Agenturen, die die Werbe- und Sponsoringbotschaften übergeben, zahlen. Auf diese Summen wird ein Pauschalabschlag von 4% angewandt, der sich um 66% für Dienste erhöht, die den Zugriff auf audiovisuelle Inhalte gewähren oder zulassen, die von privaten Nutzern zur gemeinsamen Nutzung und zum Austausch innerhalb von „Interessengemeinschaften“ erstellt wurden.

erweitert. Für diese Anbieter gilt die Abgabepflicht für Angebote über einen Internetauftritt in deutscher Sprache in Bezug auf die Umsätze, die sie mit Kunden in Deutschland erzielt haben, sofern diese Umsätze nicht am Ort des Unternehmenssitzes zu einem vergleichbaren finanziellen Beitrag zur Förderung von Kinofilmen durch eine Filmförderungseinrichtung herangezogen werden. Die Abgabe wird auf den Umsatz von Videoanbietern und Anbietern von Videoabrufdiensten erhoben. Apple und Netflix haben den Beschluss der Europäischen Kommission zur Genehmigung dieser gesetzlichen Maßnahme in Deutschland angefochten. Siehe Beschluss der Kommission vom 1. September 2016 über die Beihilferegulung SA.38418 – 2014/C (ex 2014/N), die Deutschland zur Förderung der Filmproduktion und des Filmvertriebs durchzuführen beabsichtigt, http://ec.europa.eu/competition/state_aid/cases/254981/254981_1779719_147_2.pdf.

¹³⁰ Décret n° 2017-1364 du 20 septembre 2017 fixant l'entrée en vigueur des dispositions du III de l'article 30 de la loi n° 2013-1279 du 29 décembre 2013 de finances rectificative pour 2013 et des I à III de l'article 56 de la loi n° 2016-1918 du 29 décembre 2016 de finances rectificative pour 2016, <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/decret/2017/9/20/MICK1721690D/jo/texte/fr>.

¹³¹ Die Europäische Kommission wurde am 3. Oktober 2014 in Kenntnis gesetzt (Anmeldung SA.39586 (2014/N)). Sie vertrat mit den Beschlüssen vom 7. und 8. Juli 2017 die Auffassung, dass die angemeldeten Steuern, die dem Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) zugewiesen waren, nicht mehr als integraler Bestandteil der verschiedenen von dieser Stelle verwalteten Beihilfen galten und daher nicht mehr angemeldet werden sollten, wenn sie verlängert oder geändert würden. Zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts sind keine offiziellen Texte verfügbar. Im Beschluss zu den Anmeldungen Deutschlands hatte die Kommission anerkannt, dass die Anwendung der angemeldeten Steuer auf Dienste, die von einem Mitgliedstaat aus auf den Markt in einem anderen Mitgliedstaat gerichtet werden, vorsehen muss, dass sich die finanziellen Beiträge nur nach den in dem betreffenden Mitgliedstaat erzielten Einnahmen bemessen.



3.5 Schutz des Urheberrechts

3.5.1 FR – Frankreich

In ihrem Bericht über die Aktivitäten für 2016–2017¹³² machte die *Haute Autorité pour la Diffusion des Œuvres et la Protection des Droits sur Internet* (Hohe Behörde für die Verbreitung von Werken und den Schutz der Rechte im Internet – HADOPI) eine Reihe von Vorschlägen, die ihre Maßnahmen wirksamer machen und an veränderte Verfahren anpassen sollen. Einige dieser Vorschläge würden Änderungen bestehender Regelungen und Gesetze erfordern. Dem Bericht zufolge wäre es notwendig,

- die Öffentlichkeit weiter aufzuklären und das Sensibilisierungsprogramm zu stärken, indem Kommunikationsbotschaften zur Schwere individueller Urheberrechtsverletzungen genauer auf das Zielpublikum zugeschnitten werden und nicht nur die rechtliche Frage der Einhaltung des Urheberrechts ansprechen, sondern alle Risiken, die Internet-Nutzern drohen,
- gemeinsam mit Suchmaschinen Maßnahmen zu ergreifen, um die Sichtbarkeit rechtswidriger Sites zu reduzieren,
- zu prüfen, wie die Techniken zur Erkennung der Quellen von Raubkopien verbessert werden können,
- die Charta-Regelung mit einem „Follow the Money“-Ansatz zu erweitern, abzusichern und besser einzuschätzen,
- eine gerechtere Aufteilung der Wertschöpfung sicherzustellen, indem Vereinbarungen über die Einführung von Inhaltserkennungstechnologien gefördert und begleitet werden,
- eine wirksame Ordnungspolitik zu formulieren, die Probleme angeht, die sich aus den Verfahren zur Sperrung rechtswidriger Sites und ihrer Avatare ergeben.

Die HADOPI schlägt in ihrem Bericht mehrere Anpassungen bestehender Regelungen und Gesetze vor, darunter die Vereinfachung des abgestuften Reaktionsverfahrens, die Angabe des Titels rechtswidrig geteilter Werke in den Empfehlungen an die Abonnenten und die Verlängerung der Frist, in der die Staatsanwaltschaft Urheberrechtsverletzungen an die HADOPI verweisen kann. Ferner hält sie die Einführung einer öffentlichen Regulierung des Einsatzes von Inhaltserkennungstechnologien für erforderlich. Die HADOPI könnte dann Empfehlungen aussprechen und bei Bedarf als Vermittlerin fungieren, die Möglichkeiten zur Umsetzung von Vereinbarungen zwischen Plattformen und Rechteinhabern beobachtet und beurteilt, die Regulierung solcher Vereinbarungen übernimmt und bei Streitigkeiten vermittelt. Zudem sollte die HADOPI am Kampf gegen Sites beteiligt

¹³² HADOPI, Rapport d'activité 2016-2017, <https://www.hadopi.fr/sites/default/rapportannuel/HADOPI-Rapport-d-activite-2016-2017.pdf>. Weitere Informationen zu diesem Thema enthält Cabrera Blázquez F.J., Cappello, M., Grece C., Valais, S., „Durchsetzung des Urheberrechts in der Online-Welt: Strategien und Mechanismen“, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2015, <https://rm.coe.int/168078347e>.



werden, die massiv gegen das Urheberrecht verstoßen. Die Organisation will sich weiterhin bemühen, gewerbliche Rechtsverletzer zu bekämpfen, und schlägt eine Änderung ihrer Ressourcen vor, damit sie in der Lage ist, neu aufkommende rechtswidrige Praktiken frühzeitig zu erkennen, die neuen Geschäftsmodelle rechtswidriger Sites zu untersuchen und als externe Stelle zu intervenieren, um ein stärkeres Engagement der Vermittler zu erreichen.





4 Selbstregulierungs- und gesamteuropäische Initiativen

4.1 Der Schutz von Kindern und Jugendlichen auf Videoplattformen und in sozialen Medien

Heutzutage gehen Kinder schon in jungen Jahren mit verschiedenen Geräten online, manchmal sogar bevor sie lesen und schreiben können. Videoplattformen wie YouTube sind für sie zu einer der wichtigsten Quellen für Unterhaltung im Internet geworden. Doch nach einem Bericht¹³³ des Projekts EU Kids Online¹³⁴ von 2013 halten Kinder Videoplattformen auch für riskanter als jede andere Plattform im Internet. Ganz oben auf der Liste ihrer Bedenken gegenüber der Internet-Nutzung stehen Pornografie und Gewaltdarstellungen. Es besteht kein Zweifel, dass diese Plattformen aus Sicht des Schutzes Minderjähriger im Internet wichtige und schwierige Fragen aufwerfen. Im Laufe der letzten Jahre wurden in Europa zahlreiche Leitlinien, EU-Programme und Selbstregulierungsinitiativen ins Leben gerufen, um Kinder und Jugendliche (und deren Eltern) durch die Entwicklung von Fähigkeiten und Instrumenten für eine sichere und verantwortungsvolle Internet-Nutzung zu stärken und besser zu schützen.

4.1.1 Der Ansatz von Videoplattformen und sozialen Medien

Parallel zu diesen gesamteuropäischen Selbstregulierungsinitiativen haben soziale Medien und Videoplattformen auch eigene Leitlinien und Instrumente entwickelt, um die Nutzer zu stärken und Kinder und Jugendliche in ihren Diensten zu schützen. Die

¹³³ Livingstone, S., Kirwill, L., Ponte, C., Staksrud, E., „In their own words: What bothers children online?“, Februar 2013,

<https://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EU%20Kids%20III/Reports/Intheirownwords020213.pdf>.

¹³⁴ EU Kids Online ist ein multinationales Forschungsnetzwerk, dessen Leitung im Vereinigten Königreich bei der London School of Economics & Political Science (LSE) liegt. Sein Ziel ist die Verbesserung der Kenntnisse über die Chancen, die Risiken und die Sicherheit europäischer Kinder im Internet. Es nutzt verschiedene Methoden, um die Erfahrungen von Kindern und Eltern mit dem Internet im Dialog mit politischen Akteuren auf nationaler und europäischer Ebene zu analysieren. Finanziert wird das Projekt durch das Programm Better Internet for Kids der Europäischen Kommission.

<http://www.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/Home.aspx>.



Beispiele der beiden beliebtesten Videoplattformen in Europa – YouTube und Dailymotion – sind interessant, da beide Plattformen etwas unterschiedliche Ansätze gewählt haben.

4.1.1.1 YouTube

Neben den Community-Richtlinien¹³⁵ von Google, die darüber informieren, welche Inhalte auf den Plattformen des Unternehmens erlaubt sind, bietet YouTube eine Reihe von Sicherheitstools, mit denen die Nutzer ihre Erfahrung und die ihrer Kinder im Internet kontrollieren können. Diese Tools betreffen entweder das Benutzerkonto oder den Inhalt selbst.

So verwendet YouTube ein Altersüberprüfungssystem durch das zentrale Anmeldesystem „Google Konten“ (das dem Nutzer auch den Zugriff auf Produkte wie Gmail ermöglicht). Das Mindestalter liegt je nach Land zwischen 13 und 16 Jahren. Wenn Google ein Konto gemeldet wird, dessen Inhaber das Mindestalter noch nicht erreicht hat, soll das Unternehmen vor der Deaktivierung des Kontos das Alter des Nutzers prüfen, indem es ein Ausweisdokument von ihm verlangt. Wenn das Konto von einem Erwachsenen kontrolliert wird, verlangt Google dessen Kontaktinformationen zur Überprüfung der Einwilligung. Anhand des erklärten Alters des Kontoinhabers entscheidet Google, ob einem Nutzer ein Video gezeigt wird, für das eine Altersbeschränkung gilt.¹³⁶ Für manche Videos kann auch das Prüftteam von Google eine Altersbegrenzung erlassen, wenn Nutzer oder Inhaltsersteller melden, dass sie nicht für alle Zuschauer geeignet sind. Das erklärte Alter des Nutzers dient auch dazu, Minderjährige keiner sensiblen Werbung auszusetzen, etwa für Alkohol. Auch YouTube-Partner erhalten Tools für die Altersklassifikation, die sie – auf eigene Verantwortung – proaktiv und freiwillig auf ihre kostenpflichtigen Inhalte anwenden können, basierend auf verschiedenen Kategorien von Inhalten (Kraftausdrücke, Nacktheit, sexuelle Situationen, Gewalt / verstörendes Material, Drogenkonsum und Lichtblitze).

Andererseits können YouTube-Nutzer einen „eingeschränkten Modus“ aktivieren, damit im Zusammenhang mit einer Videosuche, verwandten Videos, Wiedergabelisten, Sendungen oder Filmen keine Videos mit nicht jugendfreiem Inhalt oder mit Altersbeschränkung erscheinen. Dieses Tool dient auch dazu, bedenkliche Kommentare auszublenden.

Nicht zuletzt entwickelte YouTube im Jahr 2015 YouTube Kids, eine kostenlose eigenständige App für Tablets und Mobiltelefone, die ausschließlich angemessene Unterhaltung für Kinder und Familien bietet. YouTube Kids verfügt über verschiedene Jugendschutzeinstellungen, darunter die Möglichkeit, in der App die Suchfunktion zu

¹³⁵ <https://support.google.com/youtube/answer/2802032?hl=de>.

¹³⁶ Weitere Informationen enthält „Protection of Minors in the Audiovisual Media Services: Trends & Practices (ERGA report), S. 54 f., https://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=0ahUKewjOkdel7t7YAhUFbIAKHRMBZIOFghOMAU&url=http%3A%2F%2Fec.europa.eu%2Fnewsroom%2Fdocument.cfm%3Fdoc_id%3D44167&usg=AOvVaw3Wwx0pUp6sBlstTTtuOQE.



deaktivieren, sodass die Kinder nur auf die vorab ausgewählten Videos auf dem Startbildschirm zugreifen können. Zudem gibt es einen „Parental Guide“¹³⁷ („Für Erwachsene – Wichtige Informationen“) in verschiedenen Sprachen zur Funktionsweise der Plattform, beispielsweise die verschiedenen Möglichkeiten, wie ein Kind Videos „entdecken“ kann (durch die Suche, Startbildschirme, empfohlene Videos oder die Option „Noch einmal ansehen“). Der Parental Guide erklärt die verfügbaren Jugendschutzeinstellungen (z. B. Timer einstellen, um die Zeit zu begrenzen, die das Kind mit der App verbringt, Inhalte blockieren, die Suche deaktivieren, den Verlauf löschen und Einstellungen für Werbung festlegen. Daneben wird darin erläutert, wie die in der App verfügbaren Videos mithilfe von Filtern ausgewählt werden, die auf bestimmten Algorithmen basieren. YouTube warnt die Nutzer jedoch, dass kein Algorithmus „perfekt“ sei, sodass es passieren könne, „dass dein Kind auf ungeeignete Inhalte stößt“.

In der Tat sind in den letzten Jahren im Zusammenhang mit den Suchalgorithmen von YouTube Probleme aufgetaucht, sowohl im Hauptangebot als auch in der eigenständigen App YouTube Kids. Sie werfen die Frage nach den Grenzen von Algorithmen und Filter-Tools zum Schutz Minderjähriger auf, z. B. bei expliziter sexueller Sprache mitten in Zeichentrickfilmen, Witzen über Pädophilie und Drogenkonsum, drastischen Gesprächen unter Erwachsenen über familiäre Gewalt, Pornografie und beim Suizid von Kindern. In diesen Fällen ist nur eine nachträgliche Kontrolle möglich, sowohl durch Hinweise auf unangemessene Inhalte als auch durch das Melden solcher Inhalte. Im Rahmen des von Google eingerichteten Meldemechanismus kann jeder, der bei YouTube angemeldet ist und der Auffassung ist, dass ein Video (oder ein spezifischer Kommentar) gegen die Community-Richtlinien verstößt, darauf hinweisen und es melden, wobei auch die Art des Verstoßes anzugeben ist. Das YouTube-Team prüft dann den Inhalt und entscheidet, welche Maßnahmen zu treffen sind. Es kann den Inhalt bei einem klaren Verstoß gegen Googles Richtlinien sofort weltweit entfernen oder ihn mit einer Altersbegrenzung versehen, wenn er nicht für alle Zuschauer geeignet ist.

Darüber hinaus führte YouTube 2012 das „Trusted Flagger-Programm“ ein, bei dem Freiwillige (einschließlich Nichtregierungsorganisationen und Regierungsvertreter), die sich erfolgreich beworben haben, die Befugnis erhalten, Inhalte zu melden, die gegen die Nutzungsbedingungen oder die Community-Richtlinien von Google-Websites verstoßen. Google überprüft dann die gemeldeten Inhalte und entscheidet, ob sie entfernt werden. Im Rahmen seines Grundsatzes, die Nutzer zu stärken, führte YouTube einige Jahre später das Programm „YouTube Contributors“ ein, das die weltweite Community von Menschen würdigen und unterstützen soll, die an der Plattform mitwirken, indem sie Fragen von YouTube-Nutzern beantworten und Videos erstellen, um Nutzern und Inhalteerstellern zu helfen, Youtube optimal zu nutzen.

Zusätzlich zu den Community-Richtlinien hat Google ein Verfahren entwickelt, um Anträge auf Sperrung von Inhalten für bestimmte Länder aufgrund des dort geltenden Rechts zu erleichtern. Inhalte, die gegen lokales Recht verstoßen, können über die Google-Seite zur Entfernung von Inhalten gemeldet werden.¹³⁸ Das Google-Team prüft

¹³⁷ <https://support.google.com/youtubekids/?hl=de#topic=6130504>.

¹³⁸ <https://support.google.com/legal/answer/3110420?hl=de&rd=2>.



dann das Material und entscheidet, ob es blockiert, entfernt oder mit einer Zugangsbeschränkung versehen wird. Beleidigende Inhalte in Diensten von Google können auch gegen die Produktrichtlinien von Google verstoßen (die manchmal restriktiver sind als die gesetzlichen Normen in einigen Ländern). In diesen Fällen werden sie weltweit von Googles Plattformen entfernt. Es kann vorkommen, dass Inhalte, die nach den Richtlinien von Google erlaubt sind, in einem bestimmten Land gegen das Gesetz verstoßen. In diesen Fällen wird der Zugriff auf solche Inhalte in diesem Land eingeschränkt.

Abschließend ist erwähnenswert, dass Google einige Sicherheitscenter und YouTube-Hilfecenter für spezifische Produkte eingerichtet hat, u. a. eine umfassende Seite mit Ressourcen für Eltern, die Tipps, Ratschläge und weitere Details zu verfügbaren Sicherheitstools bietet.¹³⁹ Außerdem arbeitet Google in mehreren Sensibilisierungsprogrammen mit Grundschulen zusammen, in denen Kinder den sicheren Umgang mit dem Internet lernen.

4.1.1.2 Dailymotion

Im Februar 2009 schloss sich Dailymotion den europäischen Safer Social Networking Principles¹⁴⁰ an, ebenso andere Unternehmen wie Google, Facebook, myspace.com, netlog oder bebo. Wie YouTube verfügt auch Dailymotion über Community-Richtlinien, die festlegen, wie sich die Nutzer auf der Website verhalten sollten und was sie tun können, wenn sie unangemessene Inhalte finden. So können die Nutzer Alterseinstufungen und Beschränkungen für bestimmte Inhalte festlegen, die nicht von allen Zuschauern gesehen werden sollten, wie etwa Gewalt- und Nacktdarstellungen, sexuell aufreizende Inhalte und schädliche oder gefährliche Aktivitäten. Darüber hinaus stellte Dailymotion im Jahr 2008 die App DM Kids¹⁴¹ vor, die sich ausschließlich an Kinder richtet und sich u. a. durch eine sichere Oberfläche, eine angepasste Navigation und gefilterte Inhalte auszeichnet.

Dailymotion hat einen Mechanismus eingerichtet, mit dem jeder verschiedene Arten von Inhalten melden kann, die als schädlich eingestuft sind (Kinderpornographie, gefährliche oder rechtswidrige Handlungen, insbesondere Aufstachelung zu Gewalt, Tierquälerei oder Drogenmissbrauch, rechtswidriges, obszönes, diffamierendes oder beleidigendes Material und alle sexuell expliziten Inhalte, insbesondere Bilder von Vergewaltigungen, Sodomie, Geschlechtsverkehr, Masturbation, sadistischem oder masochistischem Missbrauch, die explizite Darstellung männlicher oder weiblicher Geschlechtsorgane oder der Schamgegend, Pädophilie oder Nekrophilie). Das Dailymotion-Team überprüft gemeldete Inhalte und entfernt sie ggf. von der Website. Darüber hinaus können die zuständigen Behörden verständigt werden. Andere Tools, etwa zur Festlegung von Altersbeschränkungen (aufgrund von Gewalt, Nacktheit und sexuell aufreizenden Inhalten sowie schädlichen oder gefährlichen Aktivitäten), sind ebenfalls

¹³⁹ https://support.google.com/youtube/answer/2802272?hl=de&ref_topic=2803240.

¹⁴⁰ Siehe *op. cit.*

¹⁴¹ <https://www.dailymotion.com/fr/channel/kids/1>.



verfügbar. Die Sender können auch durch Alterssperrern verhindern, dass abgemeldete Nutzer und Minderjährige auf unangemessene Inhalte zugreifen.

Dailymotion kündigte im Juni 2017 eine vollständige Neugestaltung seiner App und seiner Werbestrategie an. Damit sollten Zuschauer mit höherwertigen Inhalten gewonnen werden, die über Partnerschaften mit Medien und Unterhaltungsmarken erstellt werden. Diese Änderungen scheinen sich jedoch mehr auf die angebotenen Lösungen zum Schutz urheberrechtlich geschützter Inhalte ausgewirkt zu haben als auf dem Gebiet des Schutzes Minderjähriger, wo die Tools weitgehend unverändert geblieben sind.¹⁴²

4.1.1.3 Social-Media-Plattformen: Facebook, Snapchat usw.

Social-Media-Plattformen haben ebenfalls Maßnahmen zur Verbesserung der Sicherheit und zum Schutz Minderjähriger ergriffen. So sehen die Regeln von Facebook vor, dass sich Kinder unter 13 Jahren nicht registrieren können (wobei Untersuchungen von EU Kids Online und der LSE jedoch ergaben, dass von den 11- bis 12-Jährigen jeder zweite bei Facebook ist).¹⁴³ Darüber hinaus ist Facebook Partnerschaften mit NGOs eingegangen, um Counter-Speech-Kampagnen (Rede und Gegenrede) etwa gegen Mobbing zu finanzieren. Die Plattform verfügt zudem über „Family Safety Center“, die sich an Jugendliche und Eltern richten, und ermutigt Nutzer, Beleidiger zu blockieren oder aus der Freundesliste zu entfernen.

Snapchat, eine weitere Social-Media-Plattform, die besonders in der Altersgruppe der 11- bis 16-Jährigen beliebt ist (nach Facebook und YouTube), legt in seinen „Nutzungsbedingungen“¹⁴⁴ fest, dass die Nutzer nachweislich mindestens 13 Jahre alt sein müssen. Die Community-Richtlinien¹⁴⁵ von Snapchat bestimmen, dass die Benutzer anderen kein Material senden dürfen, das eine Belästigung darstellen würde oder Bedrohungen oder Nacktdarstellungen enthält, und wie bei anderen Sites und Apps können die Nutzer andere blockieren und Missbrauch melden. Zudem gibt es ein Sicherheitscenter¹⁴⁶ mit Sicherheitstipps und Ratschlägen, die in Zusammenarbeit mit Fachleuten erstellt werden. Doch wie viele Eltern lesen diese Tipps in der Praxis wirklich...?¹⁴⁷

¹⁴² Für weitere Details siehe <https://www.dailymotion.com/legal/childprotection>.

¹⁴³ BBC news, *Many under-13s 'using Facebook'*, 19. April 2011, <http://www.bbc.com/news/technology-13129150>.

¹⁴⁴ <https://www.snap.com/de-DE/terms/>.

¹⁴⁵ <https://support.snapchat.com/de-DE/a/guidelines>.

¹⁴⁶ <https://www.snapchat.com/l/de-de/safety/>.

¹⁴⁷ <https://familyshare.com/19793/10-things-parents-and-kids-should-know-about-the-snapchat-app>.



4.2 Schutz vor Hetze und „Fake News“ auf Videoplattformen und in sozialen Medien

4.2.1 Selbstregulierungsinitiativen gegen Hetze im Internet

Die internationalen Menschenrechtsnormen verlangen von den Mitgliedstaaten, dass sie allen Menschen die Freiheit garantieren, Informationen und Ideen mit allen Verständigungsmitteln – und damit auch auf Online-Plattformen – ohne Rücksicht auf Grenzen zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten. Die Äußerung von Meinungen und Ideen ist ein grundlegendes Menschenrecht, das durch Artikel 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte (AEMR) geschützt ist. Dies ist jedoch kein absolutes Recht, sondern kann von Staaten unter bestimmten außergewöhnlichen Umständen eingeschränkt werden, insbesondere in Bezug auf das Recht auf Gleichheit und den Grundsatz der Nichtdiskriminierung.

In den letzten Jahren hat sich eine neue Art von Inhalten im Internet verbreitet, die als Hetze oder Hassrede (englisch „hate speech“) bezeichnet wird. Sie verletzt das Recht auf Gleichheit und den Grundsatz der Nichtdiskriminierung und zwingt uns, das Recht auf freie Meinungsäußerung im Internet zu überdenken. Eine der ersten Schwierigkeiten im Kampf gegen Hetze im Internet ist jedoch bereits die Tatsache, dass es in den internationalen Menschenrechtsnormen keine einheitliche Definition des Begriffs „Hetze“ bzw. „Hassrede“ gibt¹⁴⁸ und diese unterschiedlichen Auslegungen des Begriffs in internationalen Rechtsinstrumenten sich auch in den nationalen Rechtsvorschriften widerspiegeln.

Schon 1997 bezeichnete der Europäische Gerichtshof für Menschenrechte (EGMR) in einer Definition, die das Ministerkomitee des Europarats im selben Jahr annahm, „Hassrede“ als:

*jegliche Ausdrucksformen, welche Rassenhass, Fremdenfeindlichkeit, Antisemitismus oder andere Formen von Hass, die auf Intoleranz gründen, propagieren, dazu anstiften, sie fördern oder rechtfertigen, einschließlich der Intoleranz, die sich in Form eines aggressiven Nationalismus und Ethnozentrismus, einer Diskriminierung und Feindseligkeit gegenüber Minderheiten, Einwanderern und der Einwanderung entstammenden Personen ausdrücken.*¹⁴⁹

¹⁴⁸ Siehe Article 19, „Hate Speech‘ Explained, A Toolkit“, 2015 Edition, S. 3, <https://www.article19.org/data/files/medialibrary/38231/Hate-Speech'-Explained---A-Toolkit-%282015-Edition%29.pdf>.

¹⁴⁹ Empfehlung Nr. R(97)20 des Ministerkomitees des Europarats über die „Hassrede“, 30. Oktober 1997. Siehe auch Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte (Europäischer Gerichtshof), Gündüz gegen die Türkei, Beschwerde Nr. 35071/97 (2004), Rn. 22 und 43. In der Empfehlung CM/Rec (2010)5 „über Maßnahmen zur Bekämpfung von Diskriminierung aufgrund von sexueller Orientierung oder Geschlechtsidentität“ empfahl das Ministerkomitee dann folgende Definition für homophobe und transphobe „Hassrede“: „alle Formen des



Der Ausschuss der Vereinten Nationen zur Beseitigung der Rassendiskriminierung versteht unter „Hassrede“

*eine Form einer an andere gerichteten Rede, die den Kern der menschenrechtlichen Prinzipien der Menschenwürde und Gleichheit ablehnt und darauf abzielt, die Stellung von Einzelnen und Gruppen in der Wertschätzung der Gesellschaft herabzusetzen.*¹⁵⁰

YouTube beschreibt „hasserfüllte Inhalte“ in seinen Community-Richtlinien pragmatischer als

*Inhalte, die Gewalt gegen Einzelpersonen oder Gruppen aufgrund von Rasse oder ethnischer Herkunft, Religion, Behinderung, Geschlecht, Alter, Nationalität, Veteranenstatus oder sexueller Orientierung bzw. Geschlechtsidentität billigen oder aktiv befürworten, bzw. deren primärer Zweck darin besteht, Hass aufgrund dieser Eigenschaften zu schüren.*¹⁵¹

Am 31. Mai 2016 unterzeichneten die vier großen Plattformen (Facebook, Google (YouTube) Twitter und Microsoft) unter der Schirmherrschaft der Europäischen Kommission, einen Verhaltenskodex für die Bekämpfung illegaler Hassreden im Internet,¹⁵² der eine Reihe von Verpflichtungen zur Bekämpfung der Verbreitung solcher Inhalte in Europa enthielt. Insbesondere sagten die Plattformen zu, gültige Meldungen von Verstößen gegen ihre Community-Richtlinien und, soweit erforderlich, einzelstaatliche Gesetze zur Umsetzung des Rahmenbeschlusses zur strafrechtlichen Bekämpfung bestimmter Formen und Ausdrucksweisen von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit¹⁵³ in weniger als 24 Stunden zu prüfen und nötigenfalls zu entfernen oder zu sperren. Zudem unterstrich der Kodex die Notwendigkeit, weiter über Möglichkeiten zu diskutieren, für mehr Transparenz zu sorgen und Gegenrede und alternative Darstellungen zu fördern.

Wie die am 19. Januar 2018 von der Europäischen Kommission vorgestellte dritte Bewertung des Kodexes¹⁵⁴ zeigt, haben die Plattformen seit der Annahme des Kodex erhebliche Fortschritte erzielt. Im Schnitt wurden nun 70% aller Hetze aus dem Netz, die von NGOs und öffentlichen Stellen gemeldet wurde, entfernt. Dieser Anteil ist

Ausdrucks, u. a. in den Medien und im Internet, [...] die begründeterweise dahingehend verstanden werden könnten, dass sie Hass oder andere Formen der Diskriminierung von lesbischen, schwulen, bisexuellen Personen und Transgendern schüren, verbreiten oder fördern“, <https://rm.coe.int/09000016805cf40a>.

¹⁵⁰ UN Committee on the Elimination of Racial Discrimination, General Recommendation No. 35 on combatting racist hate speech, 26 September 2013, CERD/C/GC/35, paragraph 10, <http://docstore.ohchr.org/SelfServices/FilesHandler.ashx?enc=6OkG1d%2fPPRiCAqhKb7yhssyNNtg151ma08CMa6o7Bglz8iG4SuOjovEP%2bcqr8joDoVEbW%2b01MoWdOTNEV99v6FZp9aSSA1nZya6gtpTo2JUBMI0%2boOmiAwk%2b2xJW%2bC8e>.

¹⁵¹ Siehe *op. cit.*

¹⁵² Verhaltenskodex für die Bekämpfung illegaler Hassreden im Internet, http://ec.europa.eu/newsroom/document.cfm?doc_id=42875.

¹⁵³ Rahmenbeschluss 2008/913/JI des Rates vom 28. November 2008 zur strafrechtlichen Bekämpfung bestimmter Formen und Ausdrucksweisen von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=uriserv%3A313178>.

¹⁵⁴ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-261_de.htm.



kontinuierlich gestiegen (2016 waren es erst 28% und Mitte 2017 dann 59%). Zudem ergab die Bewertung, dass alle teilnehmenden Unternehmen die Zielvorgabe erreichten, binnen 24 Stunden die Mehrzahl der Meldungen zu prüfen und dabei auf einen Durchschnittswert von über 81% kommen (gegenüber 51% Mitte 2017). Die Stärkung der Meldesysteme der Plattformen für rechtswidrige Hetze ist zum Teil darauf zurückzuführen, dass die Schulung des Personals verbessert und die Zusammenarbeit mit der Zivilgesellschaft intensiviert wurde, insbesondere durch die Umsetzung des Kodex und die Einrichtung eines Netzwerks „vertrauenswürdiger Hinweisgeber“ in ganz Europa.

Allerdings sieht die Europäische Kommission weiteren Verbesserungsbedarf in Bezug auf die Transparenz und das Feedback an die Nutzer, das noch immer bei nahezu einem Drittel der Meldungen fehlt. Raum für Verbesserungen besteht auch in Bezug auf die Verfolgung der Urheber von strafbarer Hetze (ganz gleich, ob diese online oder offline stattfindet). Tatsächlich stellt der Kodex nur eine Ergänzung der Rechtsvorschriften zur Bekämpfung von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit dar, die eine Verfolgung der Urheber rechtswidriger Hetze verlangen. Der Bewertung von 2018 zufolge haben NGOs jedoch durchschnittlich nur einen von fünf den Unternehmen gemeldeten Fällen auch an Polizei oder Staatsanwaltschaft weitergeleitet.

Im Rahmen der gesamteuropäischen Kooperation zur Bekämpfung von Hetze im Internet hat die Europäische Kommission für nationale Behörden, die Zivilgesellschaft und Unternehmen ein Netz für die Zusammenarbeit und den Austausch bewährter Verfahren¹⁵⁵ geschaffen, gezielte finanzielle Unterstützung geleistet und operative Leitlinien formuliert. Rund zwei Drittel der Mitgliedstaaten haben inzwischen eine nationale Kontaktstelle eingerichtet, die sich mit Online-Hetze befasst. Ab Frühjahr 2018 soll es einen gezielten Dialog zwischen den zuständigen Behörden der Mitgliedstaaten und den Plattformen geben.

4.2.2 Selbstregulierungsinitiativen gegen „Fake News“ im Internet

Ein weiteres Phänomen, das die Demokratie, den Rechtsstaat und die Gesellschaft ganz generell vor neue Herausforderungen stellt, ist die Verbreitung so genannter „Fake News“ über Videoplattformen und in sozialen Medien. „Fake News“, in einem Bericht des Europarats zuletzt auch als „Falsch-, Fehl- und Desinformation“, „Informationsstörung“ oder „Informationsverschmutzung“ bezeichnet,¹⁵⁶ hat es schon immer gegeben, doch ihre Wirkung hat sich durch die digital vernetzte, globale Welt drastisch verstärkt.

¹⁵⁵ Countering illegal hate speech online #NoPlace4Hate, http://ec.europa.eu/newsroom/just/item-detail.cfm?item_id=54300.

¹⁵⁶ Siehe Wardle, C., PhD und Derakhshan, H., „Information disorder: Towards an interdisciplinary framework for research and policy making“, Council of Europe report, DGI(2017)09, <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>.



Das eng mit dem Begriff „Fake News“ verbundene Wort „post-truth“ (postfaktisch) wurde von Oxford Dictionaries zum Wort des Jahres 2016¹⁵⁷ gewählt, weil seine Verwendung im Zusammenhang mit dem EU-Referendum im Vereinigten Königreich im Juni und der Präsidentschaftswahl in den USA im November jenes Jahres gehäuft beobachtet worden war. Oxford Dictionaries definiert den Begriff wie folgt:

Umstände betreffend oder bezeichnend, unter denen objektive Fakten weniger Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung haben als Appelle an das Gefühl und den persönlichen Glauben.

Die Wirkung von „Fake News“ ist bislang schwer zu quantifizieren, weil wir erst anfangen, die Implikationen zu verstehen. Meist werden „Fake News“ von kommerziellen Interessen bestimmt, denen es allein darum geht, Besucher aus sozialen Netzwerken anzulocken, doch es können auch parteiliche oder politische Interessen dahinterstehen. Die Rolle von Videoplattformen und sozialen Medien bei der viralen Verbreitung von Fake News hat die großen Social-Media-Unternehmen veranlasst, im Kampf gegen dieses Phänomen mehr Verantwortung zu übernehmen. Im letzten Jahr haben sich die Selbstregulierungsinitiativen der Branche in diesem Bereich vervielfacht.

So entschied Google zunächst, seinen Algorithmus zu ändern, damit falsche oder beleidigende Informationen erst am Ende der Trefferliste erscheinen, wenn ein Internet-Nutzer mit der Suchmaschine nach einem bestimmten Thema sucht. Ferner hat Google sein mehr als 10 000-köpfiges Team, das die Suchergebnisse überwacht, zur Meldung von Seiten aufgefordert, die Lügen, böse Scherze oder Verschwörungstheorien sowie „Inhalte von geringer Qualität“, wie das Unternehmen sie nennt, enthalten. Auch Facebook begann mit einem System zu experimentieren, das bei möglicherweise falschen Inhalten auf den „Wänden“ seiner Mitglieder auf Informationen aus soliden journalistischen Quellen hinweist. Die Initiative hieß „verwandte Artikel“ und sollte „den Zugang zu anderen Perspektiven und Informationen erleichtern“, wobei möglicherweise auch Artikel von Informationsprüfern eingebunden werden sollten.

Es zeigte sich jedoch, dass es mit diesen Maßnahmen nicht gelang, die Verbreitung von „Fake News“ auf den Diensten zu bekämpfen, und im November 2017 ergriffen beide Unternehmen eine zweite Welle von Maßnahmen. Sie integrierten ein neues Quellenprüfungs-Tool in ihr System, das von einem Journalistenkonsortium entwickelt wurde, das an Kriterien für eine zuverlässige journalistische Produktion arbeitete (The Trust Project¹⁵⁸). Dieser „Vertrauensindikator“ hat die Form eines Symbols, das anzeigt, ob die Informationsquelle als zuverlässig gilt. Konkret handelt es sich um ein Icon, das der Nutzer anklicken kann, um mehr über die Informationsquelle zu erfahren. Es erscheint neben jedem auf Facebook geteilten Artikel und gibt Auskunft darüber, wie das Medium ethisch positioniert ist und wie es die Informationen überprüft. Am 16. November 2017 gab das Konsortium bekannt, dass Google, Facebook, Bing und Twitter zugestimmt hatten, solche Indikatoren auf ihren Plattformen zu verwenden. Es bleibt abzuwarten, ob

¹⁵⁷ Das Oxford Dictionaries Word of the Year ist ein Wort oder Begriff, das bzw. der in den letzten zwölf Monaten auf großes Interesse gestoßen ist.

¹⁵⁸ <https://thetrustproject.org/>.



sich die Einbindung dieses Symbol auf den Sites als wirksam erweisen wird. Social-Media-Experten haben jedoch Zweifel daran geäußert, dass sich „Fake News“ und Fehlinformationen auf den Plattformen mit solchen Tools wirksam bekämpfen lassen.

Darüber hinaus kündigte Facebook, das 2018 die Bekämpfung von „Fake News“ zu seiner obersten Priorität gemacht hat, im Januar 2018 eine wichtige Änderung am Algorithmus seines Newsfeed an, die unmittelbare Konsequenzen für Nutzer und Medien haben wird. Priorität sollen nun Inhalte haben, die von Familienmitgliedern und Freunden des Nutzers geteilt wurden. Diese Änderung des Algorithmus ist Teil einer schon früher eingeleiteten Initiative. Bereits zweimal, im April 2015 und im Juni 2016, räumte Facebook den Inhalten von Freunden Priorität ein, um den Inhalt der Seiten in den Hintergrund zu verbannen. Mit der jüngsten Änderung will Facebook zu seiner ursprünglichen Berufung zurückkehren: soziale Vernetzung anstelle von passivem Konsum. Mit Blick auf die Nutzer wird sich der Newsfeed stärker darauf konzentrieren, was die Nutzer sehen wollen, als darauf, welche Inhalte die meisten Interaktionen erzeugen. Diese Änderung bedeutet auch, dass die Nutzer vermehrt gezielter Werbung ausgesetzt werden.¹⁵⁹

Die Bemühungen von Videoplattformen und sozialen Medien im Kampf gegen „Fake News“ oder Hetze werden zwar begrüßt, werfen aber auch eine Reihe schwieriger Fragen zur Transparenz und Verantwortlichkeit auf. Tatsächlich haben Sites wie Facebook, Twitter, Instagram, YouTube und Google+ übermäßig großen Einfluss auf unser Sozialleben. Wir behandeln diese Plattformen wie eine „öffentliche Sphäre“ und nutzen sie, um über Strittiges und Alltägliches zu diskutieren, mit Freunden in Verbindung zu bleiben, unseren Aktivitäten nachzugehen und uns an Debatten zu beteiligen. Doch diese Plattformen können von der Öffentlichkeit zwar genutzt werden, gehören aber letztlich privaten Unternehmen mit eigenen Regeln und Governance-Systemen, die die Inhalte der Nutzer kontrollieren – und manchmal auch zensieren – können. Das Dilemma dieser Plattformen ist die Frage, wo der Kampf gegen Fehlinformationen endet und die Zensur beginnt. In diesem Bereich entstanden einige Initiativen, etwa die Plattform Onlinecensorship.org¹⁶⁰, die Unternehmen dazu anhalten will, mit mehr Transparenz und Rechenschaft gegenüber ihren Nutzern zu operieren, weil sie Entscheidungen treffen, die deren Redefreiheit betreffen. Auch die Frage, welche Rolle der Gesetzgeber in diesem Bereich spielen sollte, wurde gestellt.

4.3 Der Schutz urheberrechtlich geschützter Inhalte auf Videoplattformen und in sozialen Medien

Wie bereits erläutert, dürfen Internetdiensteanbieter im Rahmen der E-Commerce-Richtlinie nicht für die Inhalte verantwortlich gemacht werden, die sie übermitteln,

¹⁵⁹ <https://www.ouest-france.fr/high-tech/facebook/facebook-fait-appel-ses-utilisateurs-pour-lutter-contre-les-fake-news-5512942>.

¹⁶⁰ Siehe z. B. „Onlinecensorship“, <https://onlinecensorship.org/about/what-we-do>.



speichern oder hosten, solange sie strikt passiv agieren. Nach Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie können sie nicht für rechtswidrige Inhalte verantwortlich gemacht werden, sofern sie keine Kenntnis von einer rechtswidrigen Tätigkeit haben oder unverzüglich tätig werden, um sie zu entfernen oder den Zugang zu ihnen zu sperren, sobald sie davon Kenntnis erlangen.¹⁶¹ Darüber hinaus ermutigt die E-Commerce-Richtlinie zur Ausarbeitung von Verhaltenskodizes auf EU-Ebene und von freiwilligen Vereinbarungen innerhalb der Branche sowie zur Entwicklung so genannter „Notice and Action“-Verfahren für rechtswidrige Inhalte.¹⁶²

Die Industrie ist sehr aktiv bei der Einrichtung freiwilliger Verfahren für den Umgang mit Anträgen auf Entfernung rechtswidriger Inhalte im Internet. Im Rahmen von Notice-and-Action-Verfahren (auch als „Notice and Take-down“ – NTD – bezeichnet)¹⁶³ können Interessenträger der Plattform rechtswidrige Inhalte auf ihrer Website melden, und die Plattform muss diese dann baldmöglichst entfernen.¹⁶⁴ NTD-Verfahren werden häufig genutzt, um urheberrechtlich geschützte Inhalte von Videoplattformen zu entfernen, da solche Plattformen bei der Verbreitung audiovisueller Inhalte eine wichtige Rolle spielen.¹⁶⁵

So stellt Content ID¹⁶⁶ von YouTube, das eng an das NTD-Verfahren auf der Grundlage des DMCA angelehnt ist, den Rechteinhabern ein automatisiertes anpassbares System zur Verfügung, das es ihnen ermöglicht, YouTube-Videos zu ermitteln, die ihre eigenen Inhalte enthalten. Content ID kann von Rechteinhabern genutzt werden, die über ausschließliche Rechte an einem erheblichen Teil von Originalmaterial verfügen, das häufig von der Community der YouTube-Nutzer hochgeladen wird. Rechteinhaber stellen YouTube Referenzdateien (Audio-, Video- und audiovisuelle Dateien) und Metadaten zur Verfügung, die den Inhalt beschreiben und angeben, in welchen Ländern die Rechte an diesen Inhalten bestehen. Diese Dateien werden dann von YouTube genutzt, um hochgeladene Videos mit den Referenzdateien zu vergleichen. Werden Übereinstimmungen gefunden, können Rechteinhaber selbst entscheiden, welche Maßnahme von YouTube angewandt werden soll: „Monetarisieren“ des betreffenden

¹⁶¹ Weitere Details enthält Cabrera Blázquez F.J., Cappello M., Grece C., Valais, S., *Durchsetzung des Urheberrechts in der Online-Welt: Strategien und Mechanismen*, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2015, S. <https://rm.coe.int/168078347e>.

¹⁶² Bei rechtswidrigen Inhalten kann es um unterschiedlichste Sachverhalte gehen, darunter die Verletzung von Rechten des geistigen Eigentums (Marken- oder Urheberrecht), Kinderpornografie, rassistische und fremdenfeindliche Inhalte, Verleumdung, Terrorismus oder Gewalt, illegales Glücksspiel, rechtswidrige Arzneimittelangebote und rechtswidrige Tabak- oder Alkoholwerbung.

¹⁶³ Nach dem US-amerikanischen Digital Millennium Copyright Act (DMCA) befreit die unverzügliche Entfernung („Takedown“) urheberrechtlich geschützter Inhalte nach Eingang einer Meldung („Notice“) den Vermittler von jeglicher Verantwortung für die Urheberrechtsverletzung. Dieses Verfahren wird in den USA von allen Websites genutzt und gilt als schnelles und wirtschaftliches Mittel gegen Urheberrechtsverletzungen.

¹⁶⁴ Die Sperrung kann die einzige Lösung sein, wenn eine Entfernung nicht möglich ist, weil der rechtswidrige Inhalt in einem anderen Land als dem gespeichert ist, in dem sich die Server der Plattform befinden.

¹⁶⁵ Weitere Details enthält IRIS Plus, *Durchsetzung des Urheberrechts in der Online-Welt: Strategien und Mechanismen*, op. cit., S. 52 f.

¹⁶⁶ Siehe YouTube, „Verwendung von Content ID“, https://support.google.com/youtube/answer/3244015?hl=de&ref_topic=4515467&vid=1-635799113680735986-2037337187.



Videos, Beobachten der Zuschauerzahlen des Videos oder Sperren eines kompletten Videos. Content ID führt auch einen „legacy scan“ durch, um übereinstimmende Videos zu ermitteln, die vor der Einführung des Content-ID-Systems hochgeladen wurden. Ein vollständiger „legacy scan“ kann allerdings ein paar Monate dauern. Aktuelle Uploads und beliebte Videos werden zuerst gescannt.

Erwähnenswert ist auch die Zusammenarbeit von Videoplattformen mit Verwertungsgesellschaften im Zusammenhang mit der Verbreitung der Werke ihrer Mitglieder auf Videoplattformen. So hat YouTube beispielsweise in Frankreich vor Kurzem seinen Vertrag mit den Verwertungsgesellschaften SACD (für Autoren und Komponisten) und ADAGP (für bildende Künstler) erneuert. Aufgrund dieser im Jahr 2010 eingeleiteten Zusammenarbeit werden die von den beiden Gesellschaften vertretenen Urheber über ihre jeweilige Gesellschaft weiterhin Lizenzgebühren entsprechend der Verwertung ihrer Werke durch Inhalteersteller und -anbieter auf YouTube erhalten.¹⁶⁷

Dailymotion wiederum hat in den letzten Jahren seine Aktivitäten von überwiegend nutzergenerierten Inhalten zu Partnerschaften mit Premium-Anbietern und Exklusivinhalten verlagert.¹⁶⁸ Diese Strategieänderung ging mit einer Optimierung des Schutzes urheberrechtlich geschützter Inhalte durch Urheberrechtsmeldeverfahren und Inhaltsfilterlösungen einher. Nutzer, die glauben, dass ihre Werke rechtswidrig kopiert wurden, können dies über die Website des Urheberrechtsbeauftragten von Dailymotion melden, wobei genaue Angaben etwa zur Rechtsinhaberschaft, zum fraglichen Werk und zur Fundstelle im Internet zu machen sind.¹⁶⁹

Ferner hat Dailymotion seine Zusammenarbeit mit den Rechteinhabern an innovativen Inhaltsschutzsystemen auf Basis von Audio- und Video-Fingerabdrücken intensiviert, die von Audible Magic und dem Institut National de l'Audiovisuel (INA) entwickelt wurden. Mit diesem System können Eigentümer von Inhalten diesen Unternehmen den digitalen Fingerabdruck ihrer Inhalte zukommen lassen. Alle auf Dailymotion veröffentlichten Videos werden mit den Audio- und Video-Fingerabdruckdatenbanken von INA und Audible Magic verglichen, und wenn die Plattform eine Übereinstimmung erkennt, blockiert sie die Verbreitung, bevor das Video auf der Website veröffentlicht wird.¹⁷⁰

Auch Facebook bietet ein Notice-and-Takedown-Verfahren auf der Grundlage des DMCA. Allerdings scheint das Verfahren für die Meldung von Urheberrechtsverletzungen weniger intuitiv und einfach zu sein als die Benutzeroberfläche selbst, denn es umfasst zahlreiche Schritte, von der Suche nach dem Formular auf der Website über die Beantwortung von Vorfragen bis zu Angaben zum Inhalt und dem Rechteinhaber selbst.¹⁷¹

¹⁶⁷ Siehe etwa in Frankreich *YouTube, la SACD, et l'ADAGP renouvellent leur accord*, 11. Januar 2018, <https://www.sacd.fr/youtube-la-sacd-et-ladagp-renouvellent-leur-accord-0> und *YouTube, the SACD and the ADAGP renew their agreement*, <https://www.adagp.fr/en/actualite/youtube-sacd-and-adagp-renew-their-agreement>.

¹⁶⁸ <https://venturebeat.com/2017/06/21/dailymotion-reboots-itself-with-new-premium-video-service/>.

¹⁶⁹ <https://www.dailymotion.com/legal/copyright>.

¹⁷⁰ <https://www.dailymotion.com/legal/contentprotection>.

¹⁷¹ <https://www.facebook.com/help/contact/937027619679465>.



4.4 Die Grenzen gezielter Werbung auf Online-Plattformen

Das EU-Recht fördert die Selbst- und Koregulierung in der Werbewirtschaft, da es sie als effiziente Ansätze betrachtet, die höhere Chancen für eine Rechenschaftspflicht der Industrie, schnellere Entscheidungsprozesse und mehr Nachhaltigkeit bieten. Deshalb bestehen im Bereich der kommerziellen Kommunikation auf internationaler, EU- und nationaler Ebene zahlreiche Selbst- und Koregulierungsmechanismen, so auch im Online-Umfeld.¹⁷² Von besonderer Bedeutung für Videoplattformen und soziale Medien (und generell für Online-Plattformen) ist eine auf der Überwachung des Online-Verhaltens basierende personalisierte und gezielte Werbung neuen Typs, die als „Online Behavioral Advertising“ (OBA) bzw. nutzungsbasierte Online-Werbung bezeichnet wird. OBA wertet Nutzerdaten aus, die mithilfe von Tracking-Cookies und anderen Technologien wie Flash-Cookies und Gerätefingerabdrücken gesammelt werden. Anhand dieser Cookies können Unternehmen detaillierte Informationen über Nutzer sammeln, basierend auf besuchten Webseiten, Suchbegriffen, Medienkonsum (z. B. angesehene Videos), App-Nutzungsdaten, Einkäufen, angeklickter Werbung und Kommunikationsinhalten, etwa was jemand in E-Mails schreibt, z. B. über Gmail oder in sozialen Netzwerken veröffentlicht.¹⁷³ Im Gegensatz zu anderen Arten von Online-Werbung verwendet OBA personenbezogene Informationen, um Werbung so maßzuschneidern, dass sie als persönlich relevant empfunden wird.

Diese Praxis mag für Werbetreibende besonders vorteilhaft sein, gibt aber auch Anlass zu ernsthaften Bedenken hinsichtlich der Privatsphäre und Transparenz für die Nutzer. So geschehen die Verfolgung von Online-Aktivitäten und die Sammlung von Verhaltensdaten häufig, ohne dass der Nutzer etwas davon bemerkt. Die Unternehmen müssen im Rahmen der Datenschutzgesetze zwar bestimmte Transparenzverpflichtungen in Bezug auf ihre Datenverarbeitungspraktiken einhalten, etwa durch Datenschutzerklärungen auf ihren Plattformen, doch die Nutzer lesen solche Erklärungen selten und neigen dazu, fast allen gewünschten Regelungen zuzustimmen oder sie einfach zu ignorieren.¹⁷⁴

Die Online-Werbewirtschaft hat Selbstregulierungsansätze zur Erhöhung der Transparenz entwickelt, die eine explizite Offenlegung der Datensammlung, -nutzung und -verbreitung umfassen. Auf internationaler Ebene hat die Internationale Handelskammer (ICC) die Bedenken gegen OBA im „Konsolidierten Kodex der Werbe- und Marketingpraxis“¹⁷⁵ aufgegriffen. Ein aktualisierter Abschnitt dieses Kodex beschäftigt sich

¹⁷² Weitere Details enthält Cabrera Blázquez F.J., Cappello M., Grece C., Valais S., *Kommerzielle Kommunikation in der Revision der AVMD-Richtlinie*, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2017, S. 43 f., <https://rm.coe.int/168078348d>.

¹⁷³ Zuiderveen Borgesius, Frederik J. (2015a), *Improving Privacy Protection in the Area of Behavioural Targeting*, Alphen aan den Rijn, Niederlande: Kluwer Law International.

¹⁷⁴ Boerman, S., C., Kruikemeier, S., Zuiderveens Borgesius, F., J., *Online Behavioral Advertising: A Literature Review and Research Agenda*, <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00913367.2017.1339368>.

¹⁷⁵ Consolidated ICC Code, verfügbar unter: <https://iccwbo.org/publication/advertising-and-marketing-communication-practice-consolidated-icc-code/>.



mit spezifischen Problemen der Techniken und Plattformen digitaler interaktiver Medien. Die ICC definiert OBA als

die Praxis des Sammelns von Informationen über die Online-Aktivität eines Nutzers im Zeitverlauf auf einem bestimmten Gerät und auf verschiedenen nicht miteinander verwandten Websites mit dem Ziel, auf die Interessen und Vorlieben dieses Nutzers zugeschnittene Werbung auszuliefern.

Der ICC-Selbstregulierungskodex für den Einsatz digitaler interaktiver Medien enthält für Unternehmen, die sich mit OBA beschäftigen, eine Reihe von Empfehlungen, Leitlinien und Standards zum Schutz der Nutzer.¹⁷⁶

Zahlreiche Selbstregulierungsorganisationen (SROs) sind auch im Bereich der Online-Werbung in Europa aktiv. Ihr Ziel ist die Bereitstellung eines vollständigen und integrierten gesamteuropäischen branchenweiten Ansatzes für OBA auf Basis von Selbstregulierungslösungen und die Umsetzung eines kohärenten harmonisierten Mindestansatzes innerhalb der EU bzw. des EWR. Sie entwickeln für die Branche Standards, Leitlinien und Verhaltenskodizes zu OBA, die für ihre Mitglieder teilweise auch verbindlich sind.

Das wichtigste der von SROs vorgeschlagenen Prinzipien ist das der Transparenz für die Nutzer. In der Praxis bedeutet dies normalerweise, dass Unternehmen, die sich mit OBA befassen, auf ihrer Website einen Datenschutzhinweis zur Datensammlung und -nutzung haben sollten.¹⁷⁷ Außerdem sollten Unternehmen, die mit bestimmten Technologien oder Verfahren wie z. B. Browser-Toolbars Daten über alle oder im Wesentlichen alle auf einem bestimmten Computer oder Gerät besuchten Websites sammeln und diese Daten zur Auslieferung von OBA nutzen, vorab die ausdrückliche Einwilligung der Nutzer einholen. Ferner sollten Unternehmen klare und transparente Mechanismen bereitstellen, die es den Verbrauchern ermöglichen, die Sammlung ihrer Daten zu Werbe- oder Marketingzwecken auszuschließen.¹⁷⁸ Darüber hinaus wird in der Regel eine „sensible“ Segmentierung anhand von Interessenkategorien empfohlen, z. B. um Werbung zu erschweren, die sich speziell an Kinder richtet. Dasselbe gilt für sensible personenbezogene Daten, wobei vorab die ausdrückliche Einwilligung des Nutzers eingeholt werden sollte. Im Übrigen sollten wirksame Mechanismen eingerichtet werden, um die Einhaltung der Standards und die Bearbeitung diesbezüglicher Beschwerden sicherzustellen.

Erwähnenswert sind auch die Bemühungen von Videoplattformen, ihre Transparenzstandards im Werbebereich zu verbessern. So kündigte am 17. November 2017 die niederländische Medienaufsichtsbehörde (*Commissariaat voor de Media*) einen

¹⁷⁶ Weitere Details unter <https://iccwbo.org/global-issues-trends/responsible-business/marketing-advertising/digital-marketing-communication/>.

¹⁷⁷ Empfohlen wird manchmal auch ein erweiterter Hinweis, der die Verbraucher informiert, wenn Unternehmen Daten für OBA-Zwecke auf einer Website sammeln oder nutzen, die nicht von ihnen selbst betrieben wird.

¹⁷⁸ Dies geschieht in der Regel in Form eines Symbols, das auf eine „OBA User Choice Site“ verlinkt (d. h. auf eine Website, auf der die Nutzer ihre OBA-Einstellungen festlegen können).



Kodex zur freiwilligen Selbstkontrolle für mehr Transparenz in der YouTube-Werbung an. Dieser „Soziale Kodex“¹⁷⁹ wurde mit Unterstützung der niederländischen Medienaufsichtsbehörde von einer Gruppe von YouTube-Nutzern entwickelt, die Inhalte für professionelle Online-Videos erstellen. Der Kodex ist eine Reaktion der YouTube-Nutzer auf die Ergebnisse von Untersuchungen der Medienaufsichtsbehörde über die Häufigkeit, mit der Produkte und Marken in Videos auf YouTube erscheinen. Während der Entwicklung dieses Kodex konnten eine Reihe von Beteiligten, darunter die Werbeaufsichtsbehörde (*Stichting Reclame Code*), Mehr-Kanal-Netzwerke (Anbieter für YouTube-Kanäle), Medienagenturen und Interessengruppen ihren Standpunkt darlegen. Der Kodex stützt sich auf eine Studie, wie Transparenz in der Werbung verbessert werden kann. Diese Studie war von der niederländischen Medienaufsichtsbehörde in Auftrag gegeben worden. In diesem Kodex haben die Entwickler von YouTube-Videos Leitlinien festgelegt, um Werbung in ihren Videos besser zu kennzeichnen (z. B. wenn sie von Unternehmen bezahlt werden, um für ein bestimmtes Produkt oder eine bestimmte Marke zu werben). Der Kodex will mehr Klarheit für die Entwickler von Online-Videos schaffen, aber auch für die Nutzer, für Eltern von Kindern und Jugendlichen sowie für Unternehmen, die YouTube-Nutzer und Werbeveranstalter repräsentieren. Eine erste Bewertung des Kodex durch die niederländische Medienaufsichtsbehörde ist für das Frühjahr 2018 geplant.¹⁸⁰

Die folgende Tabelle enthält einige der wichtigsten SROs in Europa, die im Bereich OBA aktiv sind.

Tabelle 1. Selbstregulierungsorganisationen für Online-Werbung

Organisationen	Auftrag	Kodizes / Leitlinien / Instrumente
Interactive Advertising Bureau (IAB)	<p>Mitgliederorganisation für Medien- und Marketingbranchen, die in der digitalen Wirtschaft aktiv sind. Aufgabe der Mitglieder ist das Kaufen, Verkaufen, Optimieren und Analysieren digitaler Werbe- und Marketingkampagnen.</p> <p>Entwickelt technische Standards, bewährte Vorgehensweisen und Untersuchungen zum Wert der digitalen Werbung mit Schwerpunkt Aufklärung und Sensibilisierung für Marken, Agenturen und die Wirtschaft im Allgemeinen.</p>	<p><u>Rahmenkonzept von IAB Europe für Online Behavioural Advertising (OBA):</u></p> <p>Struktur für die Kodifizierung von für die Mitglieder verbindlichen guten Vorgehensweisen und Prinzipien der Branche mit dem Ziel, die Transparenz und Auswahl für Internet-Nutzer in der EU bzw. im EWR zu erhöhen (z. B. Melden von Werbung, Kontrolle, Symbol, ausdrückliche Einwilligung, OBA User Choice Site usw.).</p> <p><u>Your Online Choice:</u></p> <p>Kundenorientierte Website und Aufklärungsportal in allen EU-Sprachen mit einem Mechanismus, über den Internet-Nutzer Einstellungen für die Sammlung und Nutzung von Daten für OBA-Zwecke festlegen können.</p>

¹⁷⁹ <https://www.desocialcode.nl/>.

¹⁸⁰ Weitere Details in Hanhart, M.J.A., Institut für Informationsrecht (IViR), Universität Amsterdam, IRIS Newsletter 2018/2, <https://merlin.obs.coe.int/iris/2018/2/article27.de.html>.



<p>European Advertising Standards Alliance (EASA)</p>	<p>Die EASA vereint 34 nationale SROs im Werbebereich und 16 Verbände der Werbewirtschaft (einschließlich IAB Europe) in Europa und darüber hinaus. Ziel ist die Förderung hoher ethischer Standards in der kommerziellen Kommunikation mithilfe der Selbstregulierungscharta und den Best-Practice-Empfehlungen der EASA.</p>	<p><u>Best-Practice-Empfehlungen der EASA zu OBA:</u> (angenommen am 7. April 2011 und von den nationalen SROs in Europa und den EASA-Mitgliedsunternehmen umgesetzt).</p> <p>Legt einen Selbstregulierungsstandard für die gesamte europäische Werbewirtschaft und einen Compliance-Mechanismus für die OBA-Kontrollmöglichkeiten der Verbraucher fest.</p>
<p>European Interactive Digital Advertising Alliance (EDAA)</p>	<p>Führendes Bündnis der Organisationen für digitale Werbung in der EU. Ziel ist die Einführung EU-weiter Standards zur „Förderung der Transparenz und der Kontrollmöglichkeiten der Nutzer für Online Behavioral Advertising“.</p>	<p>Stützt seine Ziele auf das OBA-Rahmenkonzept von IAB Europe und die Best Practices der European Advertising Standards Alliance (EASA) für OBA.</p>
<p>Network Advertising Initiative (NAI)</p>	<p>Nicht gewinnorientierte SRO, die sich für eine verantwortungsvolle Datensammlung und -nutzung im Bereich der Online-Werbung einsetzt. Im Mittelpunkt stehen dabei externe Werbetechnologieunternehmen.</p>	<p><u>Verhaltenskodex</u> (Stand 2018):</p> <p>Bewertet die Datentypen, die Mitgliedsunternehmen zu Werbezwecken nutzen können, und verhängt Beschränkungen für die Sammlung, Nutzung und Übermittlung von Daten für personalisierte Werbung durch die Mitgliedsunternehmen;</p> <p><u>Opt-out-Seite für Verbraucher:</u></p> <p>Website, auf der Internet-Nutzer dem Empfang von Online-Werbung von NAI-Mitgliedern, die HTTP-Cookies im Browser verwenden, widersprechen können.</p>
<p>Digital Advertising Alliance (DAA)</p>	<p>Branchenverband für Online-Werbung, der sich aus anderen Mitgliederorganisationen zusammensetzt. Schwerpunkt ist die ethische Selbstregulierung der Online-Werbe- und der Werbetechnologiebranche. Der Verband will die Selbstregulierung für interessenbezogene Werbung auf das gesamte Ökosystem ausweiten.</p>	<p><u>Symbol für Werbeoptionen („Ad Choices“-Symbol)</u>, das Medienanbieter auf ihren Seiten platzieren können. Der Nutzer kann darüber einstellen, was passiert, wenn er auf einer Seite auf Werbung stößt, und wie er mit dieser Werbung interagiert;</p> <p>Bietet Internet-Nutzern und Unternehmen, die sich mit digitaler Werbung beschäftigen, ein Selbstregulierungsprogramm, Empfehlungen und Möglichkeiten zur Meldung von Fehlverhalten.</p>
<p>Trustworthy Accountability Group (TAG)</p>	<p>Branchenübergreifende Kooperation zur Förderung der Transparenz von Geschäftsbeziehungen und -transaktionen im Bereich der digitalen Werbung.</p>	<p>Schwerpunkte sind die Eliminierung von betrügerischem digitalem Werbeverkehr, die Bekämpfung von Schadsoftware, die Bekämpfung von werbeunterstützter Internet-Piraterie zur Förderung der Markenintegrität und die Förderung der Markensicherheit durch mehr Transparenz.</p>
<p>Direct Marketing Association (DMA)</p>	<p>Globale Mitgliederorganisation für die Förderung und den Schutz eines verantwortungsvollen datengetriebenen Marketings, sowohl on- als auch offline.</p>	<p>Propagiert Grundsätze, die den Einsatz eines ethischen datengetriebenen Marketings mit positiven Ergebnissen sowohl für Endnutzer wie auch für Vermarkter fördern.</p>



		Veranstaltet die Konferenz „Dynamic State of Data“, um „Fragen, die datengetriebene Vermarkter betreffen, mit führenden Politikern zu diskutieren“.
--	--	---





5 Rechtsprechung

5.1 Europäischer Gerichtshof für Menschenrechte

5.1.1 Recht auf freie Meinungsäußerung und Hetze auf Videoplattformen und in sozialen Medien

Das Recht auf freie Meinungsäußerung ist nach Artikel 10 Absatz 1 der Europäischen Menschenrechtskonvention (EMRK) geschützt. Dieses Recht gehört zu den Grundpfeilern einer demokratischen und pluralistischen Gesellschaft und umfasst auch die Meinungsfreiheit und die Freiheit, Informationen und Ideen ohne behördliche Eingriffe und ohne Rücksicht auf Staatsgrenzen zu empfangen und weiterzugeben. Der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte (EGMR) zufolge gilt das Recht auf freie Meinungsäußerung

(...) nicht nur für „Informationen“ und „Ideen“, die zustimmend aufgenommen oder als harmlos und neutral eingestuft werden, sondern auch für solche, die den Staat oder einen Teil der Bevölkerung verletzen, schockieren oder beunruhigen. (Rechtssache Handyside gegen das Vereinigte Königreich)¹⁸¹

Als Schranke dieses Rechts stellte der Gerichtshof allerdings auch klar, dass

(...) es in bestimmten demokratischen Gesellschaften grundsätzlich als erforderlich angesehen werden kann, alle Ausdrucksformen zu sanktionieren oder sogar zu verhindern, die auf Intoleranz gründenden Hass verbreiten, anstacheln, fördern oder rechtfertigen ..., sofern alle auferlegten „Formvorschriften“, „Bedingungen“, „Einschränkungen“ oder „Strafandrohungen“ in angemessenem Verhältnis zu dem verfolgten legitimen Zweck stehen. (Rechtssache Erbakan gegen die Türkei).¹⁸²

Auf der Grundlage dieser Prinzipien verfolgt der EGMR gegenüber Aufstachelung zum Hass und freier Meinungsäußerung im Internet einen doppelten Ansatz:

¹⁸¹ Urteil des EGMR vom 7. Dezember 1976, Rechtssache *Handyside gegen das Vereinigte Königreich*, (Beschwerde Nr.5493/72) Rn. 49, <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22:%5B%22001-57499%22%5D%7D>.

¹⁸² Urteil des EGMR vom 6. Juli 2006, Rechtssache *Erbakan gegen die Türkei*, (Beschwerde Nr. 59405/00) Rn. 56, <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22:%5B%22001-76232%22%5D%7D>.



- zum einen den Ausschluss vom Schutz der Konvention (aufgrund von Artikel 17 über das Verbot des Missbrauchs der Rechte)¹⁸³, wenn die betreffenden Kommentare hetzerisch sind und die Grundwerte der Konvention negieren,¹⁸⁴ und
- zum anderen die Festlegung von Einschränkungen des Rechts auf freie Meinungsäußerung (aufgrund von Artikel 10 Absatz 2 der Konvention),¹⁸⁵ wenn die betreffende Äußerung zwar hetzerisch, aber nicht geeignet ist, die Grundwerte der Konvention abzuschaffen.

Wie alle anderen Online-Plattformen, die nutzergenerierte Inhalte bereitstellen, üben auch Videoplattformen und soziale Medien die „Pflichten und Verantwortung“, die gemäß Artikel 10 Absatz 2 der Konvention mit dem Recht auf freie Meinungsäußerung verbunden sind, wenn Nutzer Hetze oder Kommentare, die einer direkten Aufstachelung zu Gewalt gleichkommen, verbreiten. Der EGMR hat sich in seiner Rechtsprechung ausführlich mit Hetze beschäftigt. Darunter fallen ethnischer Hass, Negationismus und Revisionismus, Rassenhass, religiöser Hass und die Bedrohung der demokratischen Ordnung.¹⁸⁶ Allerdings ging es nur in wenigen Fällen konkret um Hetze auf Online-Plattformen, wie unten dargestellt.

5.1.1.1 Hetze und die Negation der Grundwerte der Europäischen Menschenrechtskonvention

In der Rechtssache *Belkacem gegen Belgien*¹⁸⁷ musste sich der EGMR zum schmalen Grat zwischen freier Meinungsäußerung und Hetze auf Videoplattformen äußern. Es ging in dem Fall um die Verurteilung von Fouad Belkacem, dem Leiter und Sprecher der 2012 aufgelösten Organisation „Sharia4Belgium“, wegen Anstiftung zu Diskriminierung, Hass und Gewalt aufgrund von Äußerungen, die er in YouTube-Videos über nichtmuslimische Gruppen und das Scharia-Recht getätigt hatte. Unter Berufung auf Artikel 10 EMRK machte Belkacem vor dem EGMR geltend, er habe niemals beabsichtigt, andere zu Hass, Gewalt oder Diskriminierung anzustiften, sondern lediglich seine Gedanken und Meinungen verbreiten wollen. Seine Äußerungen seien lediglich eine Manifestation seiner

¹⁸³ Diese Bestimmung soll verhindern, dass Personen aus der Konvention das Recht ableiten, eine Tätigkeit auszuüben oder eine Handlung vorzunehmen, die darauf abzielt, die in der Konvention festgelegten Rechte und Freiheiten abzuschaffen.

¹⁸⁴ Siehe EGMR (Zweite Sektion), Entscheidung über die Zulässigkeit vom 18. Mai 2004, Rechtssache *Seurot gegen Frankreich*, (Beschwerde Nr. 57383/00), [https://hudoc.echr.coe.int/eng#{"itemid":\["001-45005"\]}](https://hudoc.echr.coe.int/eng#{).

¹⁸⁵ Artikel 10 Absatz 2 der EMRK lautet: „Die Ausübung dieser Freiheiten ist mit Pflichten und Verantwortung verbunden; sie kann daher Formvorschriften, Bedingungen, Einschränkungen oder Strafdrohungen unterworfen werden, die gesetzlich vorgesehen und in einer demokratischen Gesellschaft notwendig sind für die nationale Sicherheit, die territoriale Unversehrtheit oder die öffentliche Sicherheit, zur Aufrechterhaltung der Ordnung oder zur Verhütung von Straftaten, zum Schutz der Gesundheit oder der Moral, zum Schutz des guten Rufes oder der Rechte anderer, zur Verhinderung der Verbreitung vertraulicher Informationen oder zur Wahrung der Autorität und der Unparteilichkeit der Rechtsprechung.“

¹⁸⁶ Weitere Details enthält auch EGMR, Factsheet – Hate Speech, Juli 2017, http://www.echr.coe.int/Documents/FS_Hate_speech_ENG.pdf.

¹⁸⁷ EGMR (Zweite Sektion), Beschluss vom 27. Juni 2017, Rechtssache *Belkacem gegen Belgien*, (Beschwerde Nr. 34367/14), [https://hudoc.echr.coe.int/eng#{"itemid":\["001-175941"\]}](https://hudoc.echr.coe.int/eng#{).



Meinungs- und Religionsfreiheit gewesen und hätten keine Gefahr für die öffentliche Ordnung dargestellt.

Der EGMR war der Auffassung, die fraglichen Äußerungen Belkacems seien ausgesprochen hasserfüllt gewesen und Belkacem habe durch seine Aufzeichnungen beabsichtigt, Hass, Diskriminierung und Gewalt gegen alle Nichtmuslime zu erzeugen. Nach Ansicht des Gerichtshofs ist ein derart umfassender und vehementer Angriff nicht mit den Werten der Toleranz, des sozialen Friedens und der Nichtdiskriminierung vereinbar, die der Konvention zugrunde liegen. Der Gerichtshof wies die Beschwerde daher ab, da sie mit den Bestimmungen der Konvention unvereinbar sei und Belkacem versucht habe, den eigentlichen Zweck von Artikel 10 der Konvention zu verfälschen, indem er sein Recht auf freie Meinungsäußerung zu Zwecken benutzt habe, die dem Geist der Konvention eindeutig zuwiderlaufen.

5.1.1.2 Die Haftung von Internet-Nachrichtenportalen für Hetze (und Beleidigungen) der Nutzer

5.1.1.2.1 Grenzen des Haftungsausschlusses für extreme Nutzerkommentare auf einem kommerziellen Internet-Nachrichtenportal

Der Fall *Delfi AS gegen Estland*¹⁸⁸ war der erste Fall, in dem der EGMR aufgerufen war, aus dem Blickwinkel des Rechts auf freie Meinungsäußerung eine Beschwerde zur Haftung für nutzergenerierte Inhalte in einem Internet-Nachrichtenportal zu prüfen. Das beschwerdeführende Unternehmen, Delfi AS, das ein Nachrichtenportal auf kommerzieller Basis betreibt, hatte sich darüber beschwert, dass es von den innerstaatlichen estnischen Gerichten für beleidigende Kommentare verantwortlich gemacht wurde, die von Lesern unter einem Online-Nachrichtenbeitrag gepostet wurden. Auf Antrag der Anwälte der Eigentümer der Reederei entfernte Delfi die beleidigenden Kommentare etwa sechs Wochen nach ihrer Veröffentlichung.

Der Fall betraf somit die Pflichten und Verantwortung eines Internet-Nachrichtenportals, das auf kommerzieller Basis eine Plattform für nutzergenerierte Inhalte zu bereits veröffentlichten Inhalten bot, auf der einige – namentlich bekannte oder anonyme – Nutzer eine eindeutig rechtswidrige Hetze betrieben, welche die Persönlichkeitsrechte Dritter verletzte. Der Fall Delfi betraf keine anderen Foren im Internet, auf denen Kommentare Dritter verbreitet werden können, z. B. Internetdiskussionsforen oder Social-Media-Plattformen. Zudem hatte die Große Kammer die Frage zu beantworten, ob die Bestrafung von Delfi für Kommentare Dritter eine Verletzung der Freiheit von Delfi zur Verbreitung von Informationen war, denn um das Recht der Verfasser der Kommentare auf freie Meinungsäußerung ging es hier nicht.

¹⁸⁸ Urteil des EGMR (Große Kammer) vom 16. Juni 2015, Rechtssache *Delfi AS gegen Estland*, (Beschwerde Nr. 64569/09) Rn. 56, <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22:%5B%22003-5110487-6300958%22%5D%7D>.



Die Große Kammer befand, das Haftungsurteil der innerstaatlichen Gerichte gegen Delfi sei vor allem aus folgenden Gründen eine berechnete und verhältnismäßige Einschränkung der Meinungsfreiheit des Portals gewesen und nicht als eine Form von „privater Zensur“ zu verstehen¹⁸⁹:

- Erstens weil die betreffenden Kommentare extrem gewesen und als Reaktion auf einen Artikel gepostet worden seien, den Delfi auf seinem professionell geführten und auf kommerzieller Basis betriebenen Nachrichtenportal veröffentlicht habe. In diesem Fall, so der Gerichtshof, habe der Haftungsausschluss für Delfi nicht gegolten, denn Delfis Beteiligung an der Veröffentlichung der Kommentare zu seinen Nachrichtenbeiträgen auf seinem Nachrichtenportal gehe über die eines passiven, rein technischen Diensteanbieters hinaus, und Delfi habe eine weitgehende Kontrolle über die auf seinem Portal veröffentlichten Kommentare ausgeübt.¹⁹⁰
- Zweitens weil Delfis Schritte zur Entfernung der verletzenden Kommentare unverzüglich nach deren Veröffentlichung nicht ausreichend gewesen seien. Darüber hinaus machte die Große Kammer deutlich, dass die Feststellung der Rechtswidrigkeit der strittigen Kommentare keiner sprachlichen oder rechtlichen Analyse seitens Delfi bedurft hätte, da die Äußerungen eindeutig rechtswidrig gewesen seien.

5.1.1.2.2 Nichthaftung für beleidigende Nutzerkommentare auf einem nicht gewinnorientierten Nachrichtenportal

Anders als im Fall Delfi urteilte der EGMR am 2. Februar 2016 im Fall *Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete und Index.hu*¹⁹¹, dass eine Selbstregulierungsorganisation von Internet-Inhaltenanbietern und ein Internet-Nachrichtenportal nicht für vulgäre und beleidigende Online-Kommentare verantwortlich seien, die auf ihren jeweiligen Websites gepostet wurden. Die Selbstregulierungsorganisation (Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete) und das Nachrichtenportal (Index.hu Zrt) hatten sich darüber beschwert, dass sie von den innerstaatlichen Gerichten für Online-Kommentare verantwortlich gemacht

¹⁸⁹ Siehe auch Voorhoof D., *Delfi AS gegen Estland* (Große Kammer), IRIS 2015-7/1, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, Frankreich, <http://merlin.obs.coe.int/iris/2015/7/article1.de.html>.

¹⁹⁰ Den estnischen Gerichten zufolge konnte sich Delfi nicht auf die beschränkte Haftung für Internetdiensteanbieter (ISP) nach Artikel 12 bis 15 der Richtlinie 2001/31/EG über den elektronischen Geschäftsverkehr berufen, da das Nachrichtenportal die Leserkommentare in sein Nachrichtenportal eingebettet und somit eine gewisse Kontrolle über eingehende oder gepostete Kommentare gehabt habe. Zudem habe es die Nutzer ermuntert, Kommentare zu posten, und ein wirtschaftliches Interesse daran gehabt, die Nachrichtenplattform durch die integrierte Kommentarumgebung zu verwerthen. Der EGMR stellte diesen Urteilsspruch der estnischen Gerichte nicht in Frage und beschränkte sich in seiner Aufsichtsrolle darauf festzustellen, ob die Auswirkungen der Ablehnung, Delfi wie einen ISP zu behandeln, mit Artikel 10 der Konvention vereinbar waren.

¹⁹¹ Urteil des EGMR (Kammer) vom 2. Februar 2016, Rechtssache *Magyar Tartalomszolgáltatók Egyesülete und Index.hu Zrt gegen Ungarn*, (Beschwerde Nr. 22947/13), <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22itemid%22%3A%22001-160314%22%7D>.



wurden, die ihre Leser nach der Veröffentlichung einer Kritik an den irreführenden Geschäftspraktiken von zwei Immobilien-Websites gepostet hatten.

Der EGMR bekräftigte, dass Internet-Nachrichtenportale zwar keine Verleger von Kommentaren im traditionellen Sinne seien, grundsätzlich aber Pflichten und Verantwortung übernehmen müssten. Die ungarischen Gerichte hätten jedoch bei der Entscheidung zur Haftung im Fall der Antragsteller keine sorgfältige Abwägung zwischen den widerstreitenden Rechten vorgenommen, das heißt zwischen dem Recht der Antragsteller auf freie Meinungsäußerung und dem Recht der Immobilien-Website auf Achtung ihres guten geschäftlichen Rufs.

Zu beachten ist, dass sich dieser Fall in einigen Punkten vom Fall *Delfi AS gegen Estland* unterschied, da hier insbesondere die Elemente der Hetze und der Anstachelung zur Gewalt fehlten, die im Fall *Delfi AS* zentral waren. Im vorliegenden Fall seien die Kommentare zwar verletzend und vulgär gewesen, jedoch nicht eindeutig rechtswidrig. Zudem sei zwar Index Eigentümer eines großen Mediums, bei dem von wirtschaftlichen Interessen auszugehen sei, doch MTE sei ein nicht gewinnorientierter Selbstregulierungsverband von Internetdiensteanbietern, bei dem keine solchen Interessen bekannt seien.¹⁹²

5.1.1.2.3 Freie Meinungsäußerung und Verbreitung falscher Informationen

Mit dem Thema „Fake News“ auf Videoplattformen musste sich der EGMR bisher nicht beschäftigen. In einem Urteil von 2005 warf er jedoch vor dem Hintergrund des Rechts auf freie Meinungsäußerung im Fall *Salov gegen die Ukraine*¹⁹³ ein interessantes Licht auf den Geltungsbereich des Begriffs „Verbreitung falscher Informationen“. Insbesondere bestätigte der Gerichtshof, dass

„(...) Artikel 10 der Konvention als solcher nicht die Erörterung oder Verbreitung erhaltener Informationen verbietet, auch wenn der dringende Verdacht besteht, dass diese Informationen möglicherweise nicht der Wahrheit entsprechen. Eine andere Auslegung würde Menschen das Recht nehmen, ihre Ansichten und Meinungen über in den Massenmedien getroffene Aussagen zu äußern, und somit das Recht auf freie Meinungsäußerung gemäß Artikel 10 der Konvention unangemessen einschränken.“ (Rn. 113)

¹⁹² Siehe zum selben Thema auch: Entscheidung des EGMR über die Zulässigkeit vom 7. Februar 2017, Rechtssache *Pihl gegen Schweden*, (Beschwerde Nr. 74742/14), <https://hudoc.echr.coe.int/eng/#%7B%22itemid%22:%5B%22001-172145%22%7D>. Siehe auch Voorhoof D., *Rolf Anders Daniel Pihl gegen Schweden*, IRIS 2017-9/1, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, Frankreich, <http://merlin.obs.coe.int/iris/2017/5/article3.de.html>.

¹⁹³ Urteil des EGMR, *Salov gegen die Ukraine*, Beschwerde Nr. 65518/01, 6. September 2005, <https://hudoc.echr.coe.int/eng/#%7B%22itemid%22:%5B%22001-70096%22%7D>.



5.2 Gerichtshof der Europäischen Union

5.2.1 Die Definition von Videoplattformen

In einem vom deutschen Bundesgerichtshof (BGH) an den Gerichtshof der Europäischen Union (GHEU) verwiesenen Fall hatte das innerstaatliche Gericht mit Blick auf die Definitionen in der AVMD-Richtlinie über die Einstufung eines YouTube-Videokanals mit kurzen Werbevideos zu entscheiden.

Der Fall betraf ein kurzes Video über ein neues Fahrzeug von Peugeot, das auf einem von Peugeot Deutschland betriebenen Videokanal auf YouTube veröffentlicht worden war. Die Deutsche Umwelthilfe¹⁹⁴ erhob gegen Peugeot Deutschland beim Landgericht Köln Klage mit der Begründung, dass das Fehlen von Angaben über den offiziellen Kraftstoffverbrauch und die offiziellen spezifischen CO₂-Emissionen des in diesem Video vorgestellten neuen Fahrzeugmodells gegen die deutsche Verordnung über Verbraucherinformationen zu Kraftstoffverbrauch, CO₂-Emissionen und Stromverbrauch neuer Personenkraftwagen (Pkw-ENVKV) verstoße. Die Frage, ob die Bereitstellung eines Werbevideokanals auf YouTube einen „audiovisuellen Mediendienst“ im Sinne von Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe a der AVMD-Richtlinie darstellt, wurde an den GHEU verwiesen.

Mit Urteil vom 21. Februar 2018¹⁹⁵ stellte der GHEU fest, dass der Hauptzweck eines Werbevideokanals bei YouTube nicht in der Bereitstellung von Sendungen zur Information, Unterhaltung oder Bildung der allgemeinen Öffentlichkeit gesehen werden könne. Mit einem solchen Video solle zu rein kommerziellen Zwecken für die dargestellte Ware oder Dienstleistung geworben werden. Selbst wenn der Kanal die Merkmale eines audiovisuellen Mediendienstes erfüllen würde, sei er schon aufgrund seines Werbezwecks vom Geltungsbereich von Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe a der AVMD-Richtlinie ausgeschlossen. Zudem unterscheidet der GHEU diese Videos von „audiovisueller kommerzieller Kommunikation“ im Sinne der AVMD-Richtlinie, da nicht davon ausgegangen werden könne, dass sie einer Sendung gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung beigefügt oder darin enthalten sind. Der GHEU gelangt zu dem Schluss, dass die Definition von AVMD *„weder einen Videokanal (...), auf dem die Internetnutzer kurze Werbevideos für Modelle neuer Personenkraftwagen abrufen können, noch eines dieser Videos für sich genommen erfasst.“*

¹⁹⁴ Die Deutsche Umwelthilfe ist ein gemeinnütziger Umwelt- und Verbraucherschutzverband, der sich aus öffentlichen und privaten Projektzuschüssen und Spenden finanziert. Sie ist Mitglied des Europäischen Umweltbüros in Brüssel.

¹⁹⁵ Rechtssache C-132/17, *Peugeot Deutschland GmbH gegen Deutsche Umwelthilfe e. V.*, 21. Februar 2018, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=199509&pageIndex=0&doclang=DE>.



5.2.2 Online-Plattformen und Urheberrechtsverletzungen

5.2.2.1 Der Begriff der „aktiven“ oder „passiven“ Hosting-Anbieter

Nachdem neue Arten von „Hosting“-Anbietern entstanden sind, die bei der Verabschiedung der E-Commerce-Richtlinie nicht absehbar waren, wurden an den GHEU viele Fälle verwiesen, in denen es darum ging, wie „Hosting-Dienste“ bestimmter Online-Plattformen einzustufen sind und ob solche Plattformen vom Haftungsausschluss in Artikel 14 Absatz 1 der E-Commerce-Richtlinie profitieren können.

Der GHEU bezog Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie nur auf die neutrale Bereitstellung von Diensten durch eine rein technische und automatische Datenverarbeitung für deren Kunden. Das vom GHEU verwendete Kriterium war also mit anderen Worten, ob die Plattformen in Bezug auf die Informationen, die sie speichern, eine „aktive“ oder „passive“ Rolle spielen. Eine aktive Rolle kann z. B. in Tätigkeiten wie Indexierung, Vorschlagen und Branding der gespeicherten Informationen bestehen. Ob eine Rolle aktiv oder passiv ist, beurteilt der GHEU von Fall zu Fall.¹⁹⁶

Tabelle 2. Ausgewählte EU-Rechtsprechung zum Begriff des „Hosting“-Providers

Rechtssache	Sachverhalt	Entscheidung des GHEU
Verbundene Rechtssachen C-236/08 bis C-238/08 <i>Louis Vuitton gegen Google</i>	Louis Vuitton und andere Markeninhaber verklagten Google wegen Markenverletzung im Zusammenhang mit Googles Online-Werbendienst „AdWords“ (bei dem Werbende Google in Abhängigkeit davon bezahlen, wie oft Nutzer auf ihre Werbung klicken). Der GHEU hatte zu prüfen, ob AdWords als Internet-„Hosting“-Provider einzustufen ist (der den Haftungsausschluss gemäß Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie in Anspruch nehmen kann) oder als Internet-Inhalteanbieter.	AdWords ist ein Dienst der Informationsgesellschaft. Google kann den Haftungsausschluss jedoch nur in Anspruch nehmen, wenn es nachweist, dass seine Rolle „insofern neutral ist, als sein Verhalten rein technischer, automatischer und passiver Art ist und [Google] weder Kenntnis noch Kontrolle über die weitergeleitete oder gespeicherte Information besitzt“. Inwieweit der Haftungsausschluss für eine Online-Plattform gilt, hängt vor allem davon ab, ob die Plattform die aktive Kontrolle und Kenntnis über die weitergeleitete oder gespeicherte Information besitzt.
C-324/09 <i>L'Oréal gegen eBay</i>	L'Oréal verklagte eBay wegen mutmaßlicher Markenverletzungen durch Nutzer seiner Website. Der GHEU wurde für eine Vorabentscheidung zur Auslegung von Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie angerufen. Die Hilfestellung, die die Plattform ihren Nutzern leistet, z. B. durch Optimierung der Werbung für ihre Angebote, ist ein Indikator für die „aktive Rolle“ der	Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie „... ist dahin auszulegen, dass er auf den Betreiber eines Online-Marktplatzes Anwendung findet, sofern dieser keine aktive Rolle gespielt hat, die ihm eine Kenntnis der gespeicherten Daten oder eine Kontrolle über sie ermöglicht“. Hier galt dieselbe Schlussfolgerung wie bei der „aktiven Rolle“ der Online-Plattform (des Hosting-Providers) in Bezug auf seine Kenntnis und/oder

¹⁹⁶ Siehe auch Cabrera Blázquez F.J., Cappello M., Grece C., Valais, S., *Durchsetzung des Urheberrechts in der Online-Welt: Strategien und Mechanismen*, IRIS Plus, Europäische Audiovisuelle Informationsstelle, Straßburg, 2015, S. 69 f., <https://rm.coe.int/168078347e>.



	Plattform.	Kontrolle über die gespeicherte oder weitergeleitete Information.
<p>C-434/15 <u>Asociación Profesional Elite Taxi gegen Uber Systems Spain S.L.</u></p>	<p>Die elektronische Plattform Uber erbringt mittels einer Smartphone-Applikation eine entgeltliche Dienstleistung, die darin besteht, eine Verbindung zwischen nicht berufsmäßigen Fahrern, die ihr eigenes Fahrzeug benutzen, und Personen herzustellen, die eine Fahrt im innerstädtischen Bereich unternehmen möchten. Der GHEU hatte eine Vorabentscheidung darüber zu treffen, inwieweit UberPop in Spanien ohne Genehmigung der zuständigen spanischen Behörden operieren kann. Der Gerichtshof hatte zu klären, ob UberPop ein Verkehrsdienstleistungsanbieter oder ein Dienst der Informationsgesellschaft im Sinne der E-Commerce-Richtlinie ist.</p>	<p>Der Gerichtshof vertrat die Auffassung, dass es sich bei dem Dienst von Uber eher um einen Vermittlungsdienst handele. Der Gerichtshof stellt fest, dass die von Uber bereitgestellte Applikation sowohl für die Fahrer als auch für die Personen, die eine Fahrt im innerstädtischen Bereich unternehmen möchten, unerlässlich sei. Er weist ferner darauf hin, dass Uber einen entscheidenden Einfluss auf die Bedingungen ausübe, unter denen die Fahrer ihre Leistung erbringen. Der Dienst sei somit als integraler Bestandteil einer Gesamtdienstleistung anzusehen, die hauptsächlich aus einer Verkehrsdienstleistung besteht, und daher nicht als „Dienst der Informationsgesellschaft“, sondern als „Verkehrsdienstleistung“ einzustufen.</p> <p>Dieser Fall ist interessant, weil er zeigt, dass es bei der Ermittlung der für eine Transaktion geltenden Rechtsvorschriften auf die Art der Parteien ankommt (d. h. ob es sich um Händler oder Verbraucher handelt).</p>

5.2.2.2 Das Haftungsausschlussprivileg von Hosting- und Zugangsanbietern

Nach Artikel 14 Absatz 1 Buchstabe a der E-Commerce-Richtlinie gilt das Haftungsausschlussprivileg nur für Dienste der Informationsgesellschaft, die keine tatsächliche Kenntnis von einer rechtswidrigen Tätigkeit oder Information haben und sich in Bezug auf Schadenersatzansprüche auch keiner Tatsachen oder Umstände bewusst sind, aus denen die rechtswidrige Tätigkeit oder Information offensichtlich wird. Artikel 14 Absatz 1 Buchstabe b der E-Commerce-Richtlinie verlangt, dass der Dienst der Informationsgesellschaft, sobald er diese Kenntnis oder dieses Bewusstsein erlangt, unverzüglich tätig wird, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren.

Der GHEU hat über das Kriterium der Kenntnis im Rahmen von Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie noch nicht entschieden. Er legt jedoch Artikel 14 Absatz 1 Buchstaben a und b der E-Commerce-Richtlinie dahingehend aus, dass ein Hosting-Provider sein Privileg verliert und insbesondere für Schäden haftet, wenn er nicht als „sorgfältiger Wirtschaftsteilnehmer“ handelt. Dem Hosting-Provider wird das Privileg somit verwehrt, wenn er sich etwaiger Tatsachen oder Umstände bewusst war, auf deren Grundlage ein sorgfältiger Wirtschaftsteilnehmer die betreffende Rechtswidrigkeit hätte



feststellen und nach Artikel 14 Absatz 1 Buchstabe b der Richtlinie hätte vorgehen müssen.¹⁹⁷

Das Kriterium der „tatsächliche Kenntnis“ des konkret begangenen Verstoßes könnte jedoch allzu eng erscheinen, um die massiven Urheberrechtsverletzungen auf bestimmten Videoplattformen zu bekämpfen, etwa auf P2P-Plattformen, deren Geschäftsmodell darauf basiert, dass die Nutzer attraktive Dateien auf einem Premium-Konto gegen Entgelt herunterladen und teilen können.

Eine andere Art von Diensten der Informationsgesellschaft, denen Artikel 12 der E-Commerce-Richtlinie ein Haftungsprivileg einräumt, sind die Zugangsanbieter, solange sie neutrale Anbieter einer „reinen Durchleitung“ sind. Doch auch hier sind seit der Verabschiedung der Richtlinie neue Geschäftsmodelle für Zugangsanbieter entstanden, die im Grenzbereich zwischen Zugangs- und Hosting-Providern angesiedelt sind und eine wichtige Rolle bei der Verbreitung von Livestreams für bestimmte Kunden spielen (z. B. bei der Verbreitung von Fußballspielen durch vorgelagerte Anbieter an größere Zielgruppen unter Verletzung der Urheberrechts-Exklusivlizenzen der Pay-TV-Kanäle).¹⁹⁸

5.2.2.3 Link-Anbieter

Die Verlinkung ist einer der wichtigsten Aspekte des Internets, und zahlreiche Online-Plattformen widmen sich der Erzeugung, Sammlung und Indizierung von Links, angefangen mit Diensten wie Suchmaschinen oder Videoplattformen, die Internet-Nutzern Links bereitstellen, um ihnen bei der Suche nach Inhalten zu helfen. Trotz der erheblichen Bedeutung von Linking-Anbietern im Internet ist noch immer nicht ganz klar, ob das Haftungsprivileg der Artikel 12 bis 14 der E-Commerce-Richtlinie für sie gilt.

Der GHEU hat klargestellt, dass „Anbieter von Referenzierungsdiensten“ aufgrund ihrer bezahlten Links unter Artikel 14 der Richtlinie fallen, also aufgrund der Links, die für Produkte und Dienste Dritter werben.¹⁹⁹ Zudem hat der Gerichtshof in seinen Urteilen zu den Fällen *Svensson und andere, GS Media/Sanoma, Stichting Brein* und *Ziggo/Brein* („The Pirate Bay“) eigene Haftungsregeln für Linking-Anbieter entwickelt (siehe Tabelle unten). Diese Regeln folgen einem flexiblen Ansatz zur Feststellung einer angemessenen Sorgfaltspflicht für Linking-Anbieter. Dies umfasst insbesondere eine Abwägung zwischen den Interessen von Linking-Anbietern, Internet-Nutzern und Rechteinhabern.²⁰⁰

¹⁹⁷ Rechtssache C-324/09, *L'Oréal gegen eBay*, 12. Juli 2011, Rn. 120 f.,

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=107261&pageIndex=0&doclang=DE>.

¹⁹⁸ Weitere Details enthält „Liability of Online Service Providers for Copyrighted Content – Regulatory Action Needed?“, Directorate-General for Internal Policies, 2018, S. 14,

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/614207/IPOL_IDA\(2017\)614207_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2017/614207/IPOL_IDA(2017)614207_EN.pdf).

¹⁹⁹ GHEU, verbundene Rechtssachen C-236/08 bis C-238/08, *Google und Google France*, 23. März 2010, Rn. 110, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=83961&doclang=de>.

²⁰⁰ Weitere Informationen zur diesbezüglichen Rechtsprechung enthält Cabrera Blázquez F.J., Cappello, M., Grece C., Valais, S., *Durchsetzung des Urheberrechts in der Online-Welt: Strategien und Mechanismen*, IRIS Plus, *op. cit.*



Tabelle 3. Ausgewählte EU-Rechtsprechung zur Haftung von „Linking“-Anbietern

Rechtssache	Sachverhalt	Entscheidung des GHEU
<p>C-466/12 <u><i>Svensson und andere</i></u></p>	<p>Presseartikel mehrerer schwedischer Journalisten wurden frei zugänglich auf der Website der <i>Göteborgs-Posten</i> veröffentlicht. Das schwedische Unternehmen Retriever Sverige betreibt eine Website, auf der für seine Kunden Hyperlinks zu Artikeln bereitgestellt werden, die auf anderen Websites veröffentlicht werden, u. a. auch auf der Website der <i>Göteborgs-Posten</i>. Retriever Sverige bat die betreffenden Journalisten allerdings nicht um eine Erlaubnis für die Aufnahme von Hyperlinks zu den Artikeln, die auf der Website der <i>Göteborgs-Posten</i> veröffentlicht wurden. Dem GHEU wurde die Frage vorgelegt, ob es sich bei der Bereitstellung von Hyperlinks zu urheberrechtlich geschützten Inhalten, die anderswo frei zugänglich sind, um eine Form der öffentlichen Wiedergabe handelt.</p>	<p>Der GHEU entschied, dass der Inhaber einer Website ohne Erlaubnis der Inhaber der Urheberrechte Internet-Nutzer über Hyperlinks zu geschützten Werken weiterleiten dürfe, die auf einer anderen Website frei zugänglich sind.</p> <p>Dies sei auch dann der Fall, wenn die Internet-Nutzer, die den Link anklicken, den Eindruck haben, dass das Werk auf der Website erscheint, auf der sich der Link befindet.</p>
<p>C-160/15 <u><i>GS Media/Sanoma</i></u></p>	<p>GS Media betreibt die Website GeenStijl, einen niederländischen Blog für Nachrichten, Enthüllungen und Journalismus, der zu den zehn meistbesuchten Websites der Niederlande gehören soll. GeenStijl veröffentlichte 2011 einen Artikel und einen Hyperlink, der die Betrachter auf eine australische Website weiterleitete, auf der Fotos von Britt Dekker zugänglich gemacht wurden. Diese Fotos wurden auf der australischen Website ohne Zustimmung von Sanoma, der Verlegerin der Zeitschrift Playboy und Inhaberin des Urheberrechts an den Fotos veröffentlicht. Trotz der Aufforderungen von Sanoma weigerte sich GS Medien, den Hyperlink zu entfernen. Als die australische Website die Fotos auf Verlangen Sanomas entfernte, veröffentlichte GeenStijl einen neuen Artikel, der auch einen Hyperlink zu einer anderen Website enthielt, auf dem die betreffenden Fotos zu sehen waren. Diese Website kam der Aufforderung von Sanoma zur Entfernung der Fotos ebenfalls nach. Internet-Nutzer, die das Forum von GeenStijl besuchten, posteten dann neue Links zu anderen Websites, auf denen die Fotos zu sehen waren.</p> <p>Dem GHEU wurde die Frage vorgelegt, ob die Verlinkung auf eine öffentliche Website Dritter, die ohne die Zustimmung der Rechteinhaber veröffentlichte Werke enthält, eine „öffentliche Wiedergabe“ im Sinne von Artikel 3 Absatz 1 der Urheberrechtsrichtlinie (2001/29/EG) darstellt.</p>	<p>Der GHEU entschied, dass die Veröffentlichung eines Hyperlinks auf einer Website zu urheberrechtlich geschützten und ohne Zustimmung des Urhebers auf einer anderen Website veröffentlichten Werken keine „öffentliche Wiedergabe“ darstelle, wenn die Links ohne Gewinnerzielungsabsicht durch jemanden bereitgestellt würden, der die Rechtswidrigkeit der Veröffentlichung der Werke nicht kenne.</p> <p>Wenn die Links dagegen mit Gewinnerzielungsabsicht bereitgestellt würden, sei die Kenntnis der Rechtswidrigkeit der Veröffentlichung auf der anderen Website zu vermuten.</p>
<p>C-527/15</p>	<p>Jack Wullems verkauft über das Internet verschiedene Modelle eines multimedialen</p>	<p>Der GHEU entschied, dass der Verkauf eines multimedialen</p>



<p><u>Stichting Brein</u></p>	<p>Wiedergabegeräts unter dem Namen „filmspeler“. Das Gerät fungiert als Verbindung zwischen einem Bild- und Tonsignal und einem Fernsehbildschirm. In dieses Gerät installierte Wullems eine Open-Source-Software, mit der in einer einfach zu bedienenden grafischen Oberfläche über bestimmte Menüstrukturen Dateien gelesen werden können. Daneben fügte er in diese Software im Internet zugängliche Add-ons ein, deren Funktion darin bestand, die gewünschten Inhalte von Streaming-Websites abzurufen und auf Tastendruck auf dem an ein Fernsehgerät angeschlossenen Gerät abzuspielen. Einige dieser Websites ermöglichen den Zugriff auf digitale Inhalte ohne Erlaubnis der Rechteinhaber. Stichting Brein, eine niederländische Stiftung zum Schutz der Interessen von Rechteinhabern, forderte das Bezirksgericht Midden-Nederland auf, Wullems den Verkauf von multimedialen Wiedergabegeräten oder das Anbieten von Hyperlinks, die den Nutzern geschützte Werke rechtswidrig zugänglich machen, zu untersagen. Stichting Brein machte geltend, Wullems habe mit dem Vertrieb des Medienabspielers unter Verstoß gegen das niederländische Urheberrechtsgesetz, das die Richtlinie 2001/29 umsetzt, eine „öffentliche Wiedergabe“ vorgenommen. Das niederländische Gericht beschloss, dem GHEU dazu eine Frage vorzulegen.</p>	<p>Wiedergabegeräts, mit dem im Internet rechtswidrig verfügbare Filme kostenlos und einfach auf einem Fernsehbildschirm angesehen werden können, eine Urheberrechtsverletzung darstellen könne.</p> <p>Ferner könnten Handlungen der vorübergehenden Vervielfältigung eines urheberrechtlich geschützten Werks durch Streaming von der Website eines Dritten, auf der dieses Werk ohne Erlaubnis des Urheberrechtinhabers angeboten wird, auf diesem multimedialen Wiedergabegerät nicht vom Vervielfältigungsrecht ausgenommen werden.</p>
<p>C-610/15 <u>Ziggo/Brein („The Pirate Bay“)</u></p>	<p>Ziggo und XS4ALL sind Internetzugangsanbieter. Ein bedeutender Teil ihrer Abonnenten nutzt die Online-Filesharing-Plattform „The Pirate Bay“. Auf dieser Plattform können die Nutzer Werke, die sich auf ihren eigenen Rechnern befinden, in Fragmente („Torrents“) gestückelt miteinander teilen und hochladen. Bei den betreffenden Dateien handelt es sich meist um urheberrechtlich geschützte Werke, wobei die Rechteinhaber den Betreibern und Nutzern dieser Plattform keine Zustimmung dafür gegeben haben, diese Werke zu teilen. Stichting Brein, eine niederländische Stiftung, die die Interessen der Inhaber von Urheberrechten wahrnimmt, klagte vor den Gerichten in den Niederlanden darauf, Ziggo und XS4ALL aufzugeben, die Domainnamen und IP-Adressen von „The Pirate Bay“ zu sperren. Der Oberste Gerichtshof der Niederlande legte dem GHEU die Frage vor, ob eine Filesharing-Plattform eine „öffentliche Wiedergabe“ im Sinne der Urheberrechtsrichtlinie vornimmt und somit Urheberrechte verletzt.</p>	<p>Der GHEU entschied, dass die Bereitstellung und das Betreiben einer Online-Plattform wie „The Pirate Bay“, die zum Teilen urheberrechtlich geschützter Werke dient, eine Verletzung von Urheberrechten darstellen könne.</p> <p>Auch wenn die betreffenden Werke von den Nutzern der Online-Filesharing-Plattform online gestellt würden, spielten die Betreiber der Plattform beim Zugänglichmachen dieser Werke eine zentrale Rolle.</p>



5.2.2.4 Sekundäre Haftung von Diensten der Informationsgesellschaft

Auch wenn Dienste der Informationsgesellschaft den Haftungsausschluss im Rahmen der E-Commerce-Richtlinie in Anspruch nehmen können und Artikel 15 Absatz 1 dieser Richtlinie die Mitgliedstaaten an der Einführung einer allgemeinen Überwachungspflicht für Dienste der Informationsgesellschaft hindert, sind spezifische Anordnungen gegen sie grundsätzlich zulässig (Artikel 12 Absatz 3 und Artikel 15 Absatz 2 der Richtlinie).²⁰¹ Aufgrund dieser Bestimmungen können Rechteinhaber fordern, Maßnahmen zur Verhinderung künftiger Rechtsverletzungen zu ergreifen. Dies kann Sorgfaltspflichten für Dienste der Informationsgesellschaft begründen, z. B. Filterpflichten für Hosting-Provider oder Sperrpflichten für Zugangsanbieter.

Der GHEU unterschied in einigen wegweisenden Fällen klar zwischen Filtermaßnahmen, die der Erkennung von Urheberrechtsverletzungen dienen, aber eine Form der präventiven Überwachung der Netze erfordern, und Sperrmaßnahmen, die den Zugriff auf urheberrechtlich geschütztes Material generell verhindern.²⁰²

Tabelle 4. Ausgewählte EU-Rechtsprechung zur sekundären Haftung von Diensten der Informationsgesellschaft (DIG)

Rechtssache	Sachverhalt	Entscheidung des GHEU
C-70/10 <i>Scarlett Extended gegen SABAM</i>	<p>Im Jahr 2004 stellte die belgische Verwertungsgesellschaft SABAM fest, dass Nutzer der Dienste von Scarlet im Internet zu ihrem Repertoire gehörende Werke über „Peer-to-Peer“-Netze herunterladen, ohne Genehmigung und ohne Gebühren zu entrichten.</p> <p>Das erstinstanzliche Gericht in Brüssel verurteilte Scarlet in seiner Eigenschaft als DIG, die Urheberrechtsverletzungen abzustellen, indem er es ihren Kunden unmöglich mache, Dateien, die ein Werk der Musik aus dem Repertoire von SABAM enthielten, in irgendeiner Form mit Hilfe eines „Peer-to-Peer“-Programms zu senden oder zu empfangen. Gegen dieses Urteil legte Scarlet Berufung ein, und das Berufungsgericht legte dem GHEU die</p>	<p>Der GHEU schloss Anordnungen eines nationalen Gerichts aus, die einen DIG verpflichten, ein Filtersystem zu installieren, um das rechtswidrige Herunterladen von Dateien zu verhindern.</p> <p>Eine solche einstweilige Verfügung widerspreche sowohl dem Verbot der Einführung einer allgemeinen Überwachungspflicht für einen solchen Anbieter als auch dem Erfordernis, ein angemessenes Gleichgewicht zwischen dem Recht des geistigen Eigentums einerseits und der unternehmerischen Freiheit, dem Recht auf den Schutz personenbezogener Daten und dem Recht auf freien Empfang oder freie Sendung von Informationen andererseits</p>

²⁰¹ Artikel 15 der E-Commerce-Richtlinie („Keine allgemeine Überwachungspflicht“) gilt insbesondere für Anordnungen gemäß Artikel 8 Absatz 3 der Richtlinie 2001/29/EG zur Harmonisierung bestimmter Aspekte des Urheberrechts und der verwandten Schutzrechte und Artikel 11 Satz 3 der Richtlinie 2004/48/EG zur Durchsetzung der Rechte des geistigen Eigentums (Umsetzungsrichtlinie), wonach die Mitgliedstaaten sicherstellen müssen, dass die Rechteinhaber eine Anordnung gegen Mittelspersonen beantragen können, deren Dienste von einem Dritten zwecks Verletzung eines Rechts des geistigen Eigentums in Anspruch genommen werden.

²⁰² Siehe Angelopoulos C., „Are blocking injunctions against ISPs allowed in Europe? Copyright enforcement in the post-Telekabel EU legal landscape“, *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 2014, Vol. 9, No. 10, <http://jiplp.oxfordjournals.org/content/9/10/812>.



	<p>Frage vor, ob die Mitgliedstaaten einem nationalen Gericht nach EU-Recht erlauben können, gegen einen Anbieter von Internetzugangsdiensten die Anordnung zu erlassen, auf eigene Kosten zeitlich unbegrenzt generell und präventiv ein Filtersystem für alle elektronischen Kommunikationen einzurichten, um rechtswidrige Downloads zu identifizieren.</p>	<p>zu gewährleisten.</p>
<p>C-360/10 <u>SABAM gegen Netlog</u></p>	<p>SABAM erhob einen Einwand gegen Netlog NV, das eine Social-Networking-Plattform im Internet betreibt, auf der jeder Person, die sich dort anmeldet, ein persönliches „Profil“ zur Verfügung gestellt wird, über das sie, ohne Genehmigung und ohne Gebühren zu entrichten, musikalische und audiovisuelle Werke aus dem Repertoire von SABAM nutzen kann. SABAM beantragte beim erstinstanzlichen Brüsseler Gericht eine Anordnung gegen Netlog. Das Gericht legte dem GHEU zur Vorabentscheidung die Frage vor, ob das EU-Recht einer Anordnung eines nationalen Gerichts an einen Hosting-Anbieter entgegensteht, ein System der Filterung der von den Nutzern seiner Dienste auf seinen Servern gespeicherten Informationen, das unterschiedslos auf alle diese Nutzer anwendbar ist, präventiv, allein auf eigene Kosten und zeitlich unbegrenzt einzurichten.</p>	<p>Der GHEU befand, der Inhaber eines sozialen Netzwerks im Internet könne nicht dazu verpflichtet werden, ein allgemeines Filtersystem für alle seine Nutzer zu installieren, um die rechtswidrige Verwendung musikalischer und audiovisueller Werke zu verhindern.</p> <p>Eine solche Verpflichtung widerspreche sowohl dem Verbot der Einführung einer allgemeinen Überwachungspflicht für diesen Anbieter als auch dem Erfordernis, ein angemessenes Gleichgewicht zwischen dem Recht am geistigen Eigentum einerseits und der unternehmerischen Freiheit, dem Recht auf den Schutz personenbezogener Daten und dem Recht auf freien Empfang oder freie Sendung von Informationen andererseits zu gewährleisten.</p>
<p>C-314/12 <u>UPC Telekabel Wien</u></p>	<p>Auf Antrag von zwei Unternehmen, denen die Rechte an zwei Filmen gehörten, untersagten die österreichischen Gerichte UPC Telekabel Wien, einem Dienst der Informationsgesellschaft mit Sitz in Österreich, ihren Kunden Zugang zu der Website „kino.to“ zu gewähren, wo diese Filme ohne ihre Erlaubnis angesehen und heruntergeladen werden konnten.</p> <p>Zunächst untersagte das Handelsgericht Wien UPC Telekabel, ihren Kunden Zugang zu der beanstandeten Website zu gewähren. Dieses Verbot war insbesondere durch Blockieren des Domainnamens und der aktuellen sowie der in Zukunft von dieser Gesellschaft nachgewiesenen IP-Adressen dieser Website umzusetzen. Das Oberlandesgericht Wien als Rekursgericht änderte den Beschluss des</p>	<p>Der GHEU entschied, dass ein Internet-Diensteanbieter verpflichtet werden könne, den Zugang seiner Kunden zu einer Website zu sperren, die Urheberrechte verletzt. Eine solche Anordnung und ihre Durchsetzung müssten jedoch ein angemessenes Gleichgewicht zwischen den betroffenen Grundrechten gewährleisten.</p>



	erstinstanzlichen Gerichts teilweise ab und befand, UPC Telekabel sei lediglich als Vermittler anzusehen, dem nur ein Erfolgsverbot in der Form auferlegt werden könne, dass sie ihren Kunden den Zugang zu der beanstandeten Website verwehren müsse, wobei ihr aber die Wahl der dabei anzuwendenden Mittel freistehe. Hiergegen legte UPC Telekabel Revisionsrekurs beim Obersten Gerichtshof ein, der den Fall dem GHEU zur Vorabentscheidung vorlegte.	
C-99/16 <i><u>McFadden gegen Sony Music</u></i>	In diesem Fall ging es um die Geltung des Haftungsprivilegs für den Betreiber eines Geschäfts, das der Öffentlichkeit einen kostenlosen Zugang zu einem WLAN-Netz gewährt, im Hinblick auf Urheberrechtsverletzungen durch Nutzer dieses WLAN.	Der GHEU entschied, der Betreiber eines Geschäfts, der der Öffentlichkeit ein kostenloses WLAN bietet, hafte nicht für Urheberrechtsverletzungen durch Nutzer dieses Netzes. Jedoch könne von einem solchen Betreiber verlangt werden, sein Netzwerk mit einem Passwort zu schützen, um solchen Rechtsverletzungen ein Ende zu setzen oder sie zu verhindern.

Erwähnenswert ist auch ein neuer Fall, den der österreichische Oberste Gerichtshof am 30. Januar 2018²⁰³ an den GHEU verwies und bei dem es um den Geltungsbereich von Artikel 15 Absatz 1 der E-Commerce-Richtlinie und das Haftungsprivileg von Hosting-Anbietern im Fall von Hetze geht. Das Urteil des GHEU wird mit Spannung erwartet, denn es wird die Rechtsprechung des EGMR zum Geltungsbereich des Haftungsausschlusses für Social-Media-Plattformen in Bezug auf Hassbeiträge von Nutzern und zur Tragweite des Begriffs der „Sorgfaltspflicht“ solcher Plattformen bereichern.

5.2.3 Online-Plattformen und personenbezogene Daten

5.2.3.1 Das „Recht auf Vergessenwerden“ auf Online-Plattformen

Mit dem Thema des Schutzes natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten auf Websites und der Verantwortung der Betreiber von Internet-Suchmaschinen im Zusammenhang mit diesem Thema beschäftigte sich der

²⁰³ Siehe Kapitel 3 dieser Publikation, Oberster Gerichtshof (OGH), Geschäftszahl 6Ob116/17b, https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Justiz/JJT_20171025_OGH0002_0060OB00116_17B0000_000/JJT_20171025_OGH0002_0060OB00116_17B0000_000.pdf. Siehe auch <http://ipkitten.blogspot.fr/2018/01/austria-refers-facebook-hate-speech.html> <https://merlin.obs.coe.int/iris/2018/3/article9.de.html>.



GHEU erstmals in seinem Urteil in der Rechtssache C-131/12, *Google gegen Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)*.²⁰⁴

Der Fall betraf einen spanischen Staatsangehörigen, der bei der *Agencia Española de Protección de Datos* (spanische Datenschutzbehörde, AEPD) eine Beschwerde gegen Google erhob und beantragte, Google anzuweisen, ihn betreffende und mittlerweile nicht mehr relevante personenbezogene Daten in einem von der Suchmaschine bereitgestellten Link zu einer spanischen Zeitung zu löschen oder so zu ändern, dass sie in den Suchergebnissen nicht mehr angezeigt werden. Die AEPD gab der Beschwerde statt, da Betreiber von Suchmaschinen den Rechtsvorschriften zum Datenschutz unterliegen. Gegen diese Entscheidung klagte Google bei der Audiencia Nacional, die dem GHEU verschiedene Fragen vorlegte. Diese betrafen (1) den räumlichen Anwendungsbereich der Richtlinie 95/46 zur Verarbeitung personenbezogener Daten, (2) die Tätigkeit der Suchmaschinen als Anbieter von Inhalten und (3) die Tragweite des sogenannten „Rechts auf Vergessenwerden“.

Der Gerichtshof stellte fest, sofern die verarbeiteten Informationen personenbezogene Daten enthielten, sei die Tätigkeit einer Suchmaschine als „Verarbeitung personenbezogener Daten“ anzusehen. Der Betreiber der Suchmaschinen sei als für diese Verarbeitung „Verantwortlicher“ anzusehen und dazu verpflichtet, von der Ergebnisliste, die im Anschluss an eine anhand des Namens einer Person durchgeführte Suche angezeigt wird, Links zu von Dritten veröffentlichten Internetseiten mit Informationen zu dieser Person zu entfernen.

Zum räumlichen Geltungsbereich stellte der GHEU fest, eine „Verarbeitung personenbezogener Daten“ werde im Rahmen der Tätigkeiten einer Niederlassung ausgeführt, die der für die Verarbeitung Verantwortliche im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats besitzt, wenn der Suchmaschinenbetreiber in einem Mitgliedstaat für die Förderung des Verkaufs der Werbeflächen der Suchmaschine und diesen Verkauf selbst eine Zweigniederlassung gründet, deren Tätigkeit auf die Einwohner dieses Staates ausgerichtet ist.

Zur Tragweite des sogenannten „Rechts auf Vergessenwerden“ schließlich befand der Gerichtshof, die Informationen und Links der Ergebnisliste müssten gelöscht werden, wenn auf Antrag der betroffenen Person festgestellt werde, dass die Einbeziehung der betreffenden Links in die Ergebnisliste zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht mit der Richtlinie vereinbar ist. Der Gerichtshof merkte dazu an, dass auch eine ursprünglich rechtmäßige Verarbeitung sachlich richtiger Daten im Laufe der Zeit nicht mehr den Bestimmungen der Richtlinie entsprechen könne. Dies sei der Fall, wenn die Daten in Anbetracht aller Umstände und der verstrichenen Zeit den Zwecken der Verarbeitung nicht entsprechen, dafür nicht oder nicht mehr erheblich sind oder darüber hinausgehen. Somit sei im Rahmen der Beurteilung eines solchen Antrags der betroffenen Person, der gegen die Verarbeitung durch den Betreiber einer Suchmaschine gerichtet ist, die Rechtmäßigkeit dieses Antrags zu prüfen. Insbesondere sei zu berücksichtigen, ob die

²⁰⁴ GHEU, 13. Mai 2014, C-131/12, *Google Spanien gegen AEPD und Mario Costeja González*, http://curia.europa.eu/juris/document/document_print.jsf?doclang=DE&docid=152065.



betroffene Person ein Recht darauf hat, dass die betreffende Information über sie zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht mehr durch eine Ergebnisliste, die im Anschluss an eine anhand ihres Namens durchgeführte Suche angezeigt wird, mit ihrem Namen in Verbindung gebracht wird. Wenn das der Fall sei, müssten die Links zu Webseiten mit dieser Information entfernt werden, sofern sich nicht aus besonderen Gründen – wie der Rolle der betreffenden Person im öffentlichen Leben – ergibt, dass ein überwiegendes Interesse der Öffentlichkeit daran gerechtfertigt ist, über eine solche Suche Zugang zu der Information zu erhalten.

Die betroffene Person könne einen solchen Antrag unmittelbar an den Betreiber der Suchmaschine (den für die Verarbeitung Verantwortlichen) richten, der dann sorgfältig seine Begründetheit zu prüfen habe. Gebe der für die Verarbeitung Verantwortliche dem Antrag nicht statt, könne sich die betroffene Person an die Kontrollstelle oder das zuständige Gericht wenden, damit diese die erforderlichen Überprüfungen vornehmen und den für die Verarbeitung Verantwortlichen entsprechend anweisen, bestimmte Maßnahmen zu ergreifen.

5.2.3.2 Die Übermittlung personenbezogener Daten in Drittländer durch Online-Plattformen

Ein weiteres interessantes Urteil zur Verarbeitung personenbezogener Daten durch Online-Plattformen betrifft das spezifische Thema der Übermittlung personenbezogener Daten in ein Drittland, mit dem sich der GHEU am 6. Oktober 2015 in seinem Urteil in der Rechtssache C-362/14, *Schrems gegen Data Protection Commissioner*, beschäftigte.²⁰⁵

Der Fall kam ins Rollen, als ein österreichischer Facebook-Nutzer eine Beschwerde beim irischen Data Protection Commissioner (Datenschutzbeauftragten) einlegte, mit der er ihn aufforderte, Facebook Ireland die Übermittlung seiner personenbezogenen Daten in die Vereinigten Staaten zu untersagen, da das US-Recht keinen ausreichenden Schutz seiner personenbezogenen Daten gewährleiste. Der Commissioner wies die Beschwerde zurück, da das US-Recht gemäß der Entscheidung 2000/520 der Kommission („Safe-Harbor-Regelung“) ein angemessenes Schutzniveau gewährleiste. Der irische High Court überprüfte die Entscheidung des Commissioners und legte dem GHEU die Frage vor, ob der Commissioner absolut an die Entscheidung der Kommission zum US-Recht gebunden sei und ob er stattdessen eine eigene Prüfung des US-Rechts vornehmen solle.

Der GHEU entschied, die Datenschutzrichtlinie sei dahingehend auszulegen, dass eine Entscheidung der Kommission eine innerstaatliche Behörde „nicht daran hindert“, die Eingabe einer Person zu prüfen, die geltend mache, dass „das Recht und die Praxis“ eines anderen Landes „kein angemessenes Schutzniveau gewährleisteten“. Das irische Gericht scheine die „Zweifel“ des Beschwerdeführers „an der Gültigkeit der Entscheidung 2000/520 [...] der Sache nach zu teilen,“ und „um dem vorliegenden Gericht eine

²⁰⁵ GHEU, 6. Oktober 2015, C-362/14, Maximilian Schrems gegen Data Protection Commissioner, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=169195&pageIndex=0&doclang=DE>.



vollständige Antwort zu geben,“ prüfte der GHEU, ob die Entscheidung der Kommission im Licht der EU-Grundrechtecharta den Anforderungen der Datenschutzrichtlinie entspricht. Der GHEU überprüfte die Entscheidung der Kommission und kam zu dem Schluss, die Entscheidung sei „ungültig“, da die Kommission „in der Entscheidung 2000/520 nicht festgestellt [habe], dass die Vereinigten Staaten von Amerika aufgrund ihrer innerstaatlichen Rechtsvorschriften oder internationaler Verpflichtungen tatsächlich ein angemessenes Schutzniveau ‚gewährleisten‘“. Die Entscheidung sei somit ungültig, „ohne dass es einer Prüfung des Inhalts der Grundsätze des ‚sicheren Hafens‘“ durch den Gerichtshof bedürfe. Die Kommission habe ihre „Zuständigkeit überschritten“, als sie die Prüfungsbefugnisse der nationalen Behörden beschränkt habe.

5.2.4 Online-Plattformen und Missbrauch einer beherrschenden Stellung

Aus wettbewerbsrechtlicher Sicht werfen Online-Plattformen eine Reihe neuer Fragen und Durchsetzungsprobleme auf. Die erste dieser Fragen betrifft den Begriff „Online-Plattformen“ selbst sowie seine Tragweite und seine Grenzen.²⁰⁶ Auf die Definition folgt die Abgrenzung des Marktes, in dem solche Plattformen operieren (und die Klärung der Frage, ob Online-Plattformen überhaupt primär in einem bestimmten Markt operieren). Erschwert wird die rechtliche Bewertung des betreffenden Marktes aus wettbewerbsrechtlicher Sicht zudem durch die oft vielseitige Dimension von Plattformen, die in mehreren benachbarten Märkten entstehen kann. Darüber hinaus können sich beim Betrieb von Online-Plattformen neue Arten potenziell wettbewerbswidriger Praktiken ergeben, z. B. der Austausch vertraulicher geschäftlicher Informationen oder konzertierte Vorgehensweisen, die für die Wettbewerbsbehörden immer schwerer erkennbar sind. Angesichts der neuen Rolle von Big Data, der parallelen Nutzung verschiedener Dienste, der Wechselkosten für die Nutzer, der enormen Bedeutung direkter wie auch indirekter Netzwerkeffekte und weiterer Faktoren kann ferner auch die Bewertung der Marktmacht neue Fragen und Herausforderungen aufwerfen. Online-Plattformen stärken im Übrigen meist den Wettbewerb in einem bestimmten Sektor und können beträchtliche Verschiebungen der Kräfteverhältnisse in einem bestimmten Markt auslösen, was wiederum neue wettbewerbsrechtliche Herausforderungen mit sich bringt.²⁰⁷

Angesichts dieser neuen Herausforderungen, die sich durch den Aufstieg dominanter Online-Plattformen im EU-Markt ergeben, sind die Wettbewerbshüter der

²⁰⁶ Siehe etwa Rn. 45 f. der *Facebook/WhatsApp*-Entscheidung, wo die Europäische Kommission den Begriff der Social-Networking-Dienste definiert: Case No COMP/M.7217 – *Facebook/WhatsApp* Regulation (EC) No. 139/2004, Merger procedure, Article 6(1)(b) Non-opposition, 3. Oktober 2014, http://ec.europa.eu/competition/mergers/cases/decisions/m7217_20141003_20310_3962132_EN.pdf.

²⁰⁷ Weitere Details in Hobbelen, H., Lorjé, N. und Guenay, A., „Selected recent developments in the application of EU competition law to online platforms“, <https://www.eui.eu/Projects/ENTRANCE/Documents/NewEntrance/Workshops/AnnualConference/Recent-Development-in-the-Application-of-EU-Competition-law-to-Online-Platforms-Hobbelen-Lorje%CC%81-Guenay.pdf>.



Europäischen Kommission bestrebt, die potenziellen Risiken zu verhindern, die derart mächtige Plattformen für Unternehmen, Nutzer und Gesellschaft darstellen, und zugleich die besten Voraussetzungen für das Wachstum digitaler Plattformen in Europa zu schaffen.

Die Wettbewerbshüter der Europäischen Kommission erhalten eine Vielzahl von Beschwerden über ein breites Spektrum mutmaßlich wettbewerbswidriger Praktiken dominierender Online-Plattformen wie Google, Amazon, Facebook oder Apple in verschiedenen Bereichen ihrer Geschäftstätigkeit. So kamen Beschwerden gegen Google etwa von Werbeplattformen, Telekommunikationsunternehmen, Verlagen, der Filmbranche und Fotosammlungen, in denen es vor allem um folgende Vorwürfe ging:²⁰⁸

- die Ausnutzung der beherrschenden Stellung von Google bei der Suche mit dem Ziel, die eigenen spezialisierten Dienste künstlich zu Lasten konkurrierender Dienste prominent anzuzeigen, ohne die Nutzer darüber zu informieren, dass solche Ergebnisse nicht aus der Standardsuche resultieren,
- Werbeexklusivität und ungerechtfertigte Beschränkungen für Werbende,
- den Zwang zu Exklusivitätsvereinbarungen für Medienanbieter, etwa für Online-Zeitungen, die Googles Vermittlungsprogramme für suchgebundene Werbung nutzen wollen, um Google-Anzeigen auf ihren Websites anzuzeigen,
- die Verwendung von Originalinhalten anderer Websites durch Google in seinen eigenen Web-Suchdiensten ohne Zustimmung (als „Scraping“ bekannt)

Bei vielen dieser mutmaßlichen Beschränkungen kooperierte Google mit der Europäischen Kommission bei den kartellrechtlichen Untersuchungen, indem es zusagte, wettbewerbswidrige Vorgehensweisen zu ändern oder einzustellen. Im Juni 2017 verhängte die Europäische Kommission gegen Google jedoch eine Geldbuße in der Rekordhöhe von EUR 2,42 Mrd. wegen der unfairen Weiterleitung von Nutzern zu eigenen Produkten statt zu denen der Konkurrenz.²⁰⁹

Ebenso unterzeichneten im Dezember 2017 die CEOs von Spotify und Deezer – zusammen mit einer Gruppe europäischer Spieleunternehmen – einen Brief an den Präsidenten der Europäischen Kommission, Jean-Claude Juncker, in dem sie die Europäische Kommission aufriefen sicherzustellen, dass sie auf Plattformen großer US-Technologieunternehmen wie Apple und Amazon gleiche Wettbewerbsbedingungen erhalten. Sie forderten *„klare und durchsetzbare Verpflichtungen, die abschreckend sind und unlautere Geschäftspraktiken von Plattformen verhindern“*. Neue Vorschriften sollten *„über reine Transparenzanforderungen hinausgehen, die allein nicht sicherstellen werden, dass Plattformen als Gateways zur digitalen Wirtschaft fungieren, statt zu Gatekeepern zu werden“*.²¹⁰ Vorausgegangen war dieser Initiative im Mai 2017 ein erstes Schreiben an die Europäische Kommission im Rahmen der Halbzeitbewertung der Digitalstrategie, in dem

²⁰⁸ Andere Vorwürfe gegen die Aktivitäten von Google betreffen nicht das Kartellrecht, sondern so verschiedene Bereiche wie Unternehmenssteuern, Datenschutz, Urheberrecht und Netzneutralität.

²⁰⁹ http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-1784_de.htm.

²¹⁰ <https://www.presse-citron.net/streaming-deezer-spotify-accusent-apple-dabus-de-position-avantageuse/>.



sich die Verfasser darüber beklagten, dass Online-Plattformen – wie Suchmaschinen und App-Stores – ihre Position als Gateways zu den Kunden missbrauchen, um für ihre eigenen Dienste zu werben oder unausgewogene Konditionen durchzusetzen.

Ein weiteres Beispiel für unlautere Praktiken ist der mutmaßliche Versuch von Google, Druck auf unabhängige Musiklabels auszuüben, um bessere Konditionen für seinen neuen Streaming-Dienst auf YouTube zu erhalten. Im Juni 2014 reichte IMPALA, der Verband unabhängiger Musikunternehmen mit Sitz in Brüssel, bei der Europäischen Kommission eine ausführliche Beschwerde über eine Reihe von Verstößen gegen die europäischen Wettbewerbsregeln ein, in der fünf konkrete Fälle genannt wurden, die IMPALA angesichts der Position von YouTube als Gatekeeper für den Online-Markt als rechtswidrig meldete. Insbesondere machte IMPALA geltend, YouTube errichte effektive künstliche Hürden für den Zugang zum digitalen Markt. Als Verhandlungstaktik würden die Videos von Künstlern blockiert, wenn sie nicht damit einverstanden seien, nicht verhandelbare Verträge über den neuen Premium-Abonnementdienst von YouTube zu unterzeichnen. IMPALA berichtete, YouTube zwingt Urheber missbräuchliche Bedingungen im Zusammenhang mit Rechteverhandlungen auf und setze in Verträgen mit Videokünstlern missbräuchliche Klauseln durch, etwa die Aufnahme einer höchst umstrittenen „Wenigstbegünstigungsklausel“ oder Bestimmungen über die Lieferung von Inhalten, die die Entscheidungsfreiheit der Labels und ihrer Künstler in Bezug darauf einschränken, wie beispielsweise mit Releases und Marketing – etwa mit Exklusivvereinbarungen – umzugehen sei.²¹¹

5.3 Ausgewählte nationale Rechtsprechung

Der vorliegende Abschnitt enthält eine begründete Darstellung ausgewählter nationaler Entscheidungen zu Themen, die im Zusammenhang mit Online-Plattformen relevant erscheinen. Die nachstehenden Tabellen erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit in Bezug auf die berücksichtigten Themen und Länder, sondern zielen auf eine strukturierte Veranschaulichung der interessantesten Entwicklungen der letzten Jahre ab, wie sie in der Datenbank MERLIN der Informationsstelle²¹² erfasst sind, verbunden mit weiteren Recherchen.

Die Fälle wurden in sechs Themenbereiche gegliedert: 1) Begriff der Plattform, 2) Schutz Minderjähriger, 3) Schutz der Bürger, 4) Werbung und Verbraucherschutz, 5) Datenschutz und 6) Schutz des Urheberrechts. Innerhalb der einzelnen Themenbereiche sind die Fälle nach Ländern geordnet, mit einer kurzen Zusammenfassung des jeweiligen Sachverhalts und des Haupturteils des jeweils zuständigen Gerichts.

²¹¹ <http://www.completemusicupdate.com/article/impala-confirms-ec-complaint-submitted-over-youtube-dispute/>.

²¹² Die Datenbank MERLIN ist verfügbar unter <http://merlin.obs.coe.int/>.



5.3.1 Zum Begriff der „Plattform“

Wie bereits in den vorhergehenden Abschnitten ausgeführt, bezeichnet und umfasst der häufig verwendete Begriff „Plattform“ in der Online-Welt eine breite Palette von Diensten (z. B. Amazon, eBay, Facebook und Uber) und Geschäftsmodellen (z. B. soziale Medien, Suchmaschinen, App-Stores, E-Commerce-Plattformen oder Preisvergleichs-Websites), die wenig gemeinsam haben. Wenn man bedenkt, wie schnell sich die Technologie weiterentwickelt, ist davon auszugehen, dass dieser Begriff wohl unscharf bleiben wird. Aufgrund der unterschiedlichen Marktkonzepte wird das Wort „Plattform“ selbst in einem breiten Spektrum politischer Initiativen auf EU- und nationaler Ebene in verschiedenen Bedeutungen verwendet. Die rechtliche Definition für Online-Plattformen ist jedoch eine ganz andere Sache, und dies spiegelt sich deutlich in den dazu bisher ergangenen Gerichtsurteilen.

Tabelle 5. Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Begriff der Online-Plattformen

Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
DE – Deutschland		
Hotelbewertungsportal I ZR 94/13	Hotelbewertungsportal ist eine Website, auf der die Nutzer Hotelbewertungen erstellen können. Nach der Veröffentlichung einer Bewertung unter der Überschrift „Für 37,50 € pro Nacht gab's Bettwanzen“ verklagte eine Hotelbetreiberin das Hotelbewertungsportal auf Schadensersatz.	Im Jahr 2015 urteilte der Bundesgerichtshof, das Bewertungsportal habe die Nutzerkommentare nicht aktiv gefördert oder verbreitet und sei aufgrund des Haftungsausschlusses für Vermittler gemäß § 10 des Telemediengesetzes, das einige Bestimmungen der E-Commerce-Richtlinie umsetzt, nicht für die Richtigkeit der von Nutzern erstellten Bewertungen verantwortlich. Zudem stellte der BGH fest, die Website unterliege keiner Verpflichtung, unangemessene Prüfungspflichten zu erfüllen, die das gesamte Geschäftsmodell der Plattformbetreiberin gefährden könnten.
FR – Frankreich		
Pewterpassion und Saumon's gegen Leguide.com 11-27729	Zwei Unternehmen, Pewterpassion und Saumon's, verklagten die Preisvergleichs-Website Leguide.com, die ihren Nutzern gegen Bezahlung Verträge über eine Prioritätsreferenzierung anbietet, durch die deren Produkte weit vorn rangieren.	Der französische Oberste Gerichtshof wies das Argument zurück, dass es sich bei dieser Vergleichs-Website um einen reinen Hosting-Provider handle, und bestätigte die Einstufung als Werbetätigkeit. Der Gerichtshof urteilte vielmehr, indem die Plattform gegen ein Entgelt externer Händler dafür Sorge, dass Produkte weit vorn rangieren, treibe sie indirekt Werbung für diese Produkte und handele somit als aktiver Anbieter einer kommerziellen Dienstleistung für diese Händler.
IT – Italien		
Beschluss der AGCM zu	TripAdvisor ist eine Online-Plattform, auf der die Nutzer Hotels und	Die italienische Wettbewerbsbehörde (AGCM), die den Fall im Jahr 2014 untersuchte,



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
TripAdvisor Beschluss	<p>Restaurants bewerten und vergleichen können, um die Bewertungen mit anderen Nutzern zu teilen und so Ratschläge zu den auf TripAdvisor aufgeführten Orten zu geben.</p> <p>TripAdvisor verwendet ein Filtersystem, um die Richtigkeit der Bewertungen zu prüfen. Es stellte sich jedoch heraus, dass viele gefälschte Bewertungen veröffentlicht werden konnten, was den Tatbestand des unlauteren Wettbewerbs erfüllte.</p>	<p>betrachtete die gefälschten Bewertungen als irreführende Informationen und unlautere Geschäftspraxis, da sie die Klassifizierung der Orte beeinflussten, den Wettbewerb verzerrten und den Durchschnittsverbraucher täuschten. Dies seien Verstöße gegen die Artikel 5, 6 und 7 der in das italienische Verbrauchergesetzbuch umgesetzten Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken.</p> <p>TripAdvisor wurde daher zu einer Geldbuße von EUR 500 000 verurteilt und erhielt 90 Tage Zeit, um der Entscheidung nachzukommen.</p>
Natürliche Person gegen Google Italien 5107/14	<p>Der Fall betrifft ein auf Google Video veröffentlichtes Video, das zeigt, wie mehrere Jugendliche einen geistig behinderten Mitschüler mobben und veralbern.</p> <p>In einem Strafverfahren verurteilte ein Mailänder Gericht im Jahr 2010 drei Führungskräfte von Google wegen Datenschutzverletzungen in erster Instanz zu sechs Monaten Freiheitsstrafe auf Bewährung. Im Dezember 2012 hob das Berufungsgericht Mailand das erstinstanzliche Urteil jedoch auf und sprach die Verurteilten frei.</p>	<p>Das italienische Oberste Berufungsgericht entschied schließlich unter Berücksichtigung der Rechtsprechung des GHEU, Google sei als Hosting-Provider einzustufen, da die Plattform lediglich Speicherplatz für Videos bereitstelle, die von Dritten hochgeladen werden, und nicht selbst zu den Inhalten beitrage.</p> <p>Für Verstöße könne nur der Nutzer verantwortlich gemacht werden, der die Inhalte hochgeladen habe. Ein Hosting-Provider hafte nicht, solange er rechtswidrige Inhalte umgehend löscht oder sperrt, sobald er von ihrer Existenz Kenntnis hat.</p>

5.3.2 Schutz Minderjähriger

In einem konvergenten Medienumfeld genießen Minderjährige in ihrer geistigen, moralischen und physischen Entwicklung einen besonderen Schutz, nicht nur im Rahmen europäischer und nationaler Rechtsvorschriften und politischer Initiativen, sondern auch im Rahmen privater Initiativen verschiedener Interessenträger.

Wie die unten angeführten Fälle zeigen, werden Minderjährige nicht nur als Nutzer und Zuschauer von Online-Inhalten geschützt, sondern auch als Protagonisten von Inhalten, die online konsumiert, geteilt oder gehostet werden könnten; dies betrifft auch die Art und Weise, wie sie dargestellt werden, etwa in der Kinderpornografie, die im innerstaatlichen Recht der Mitgliedstaaten als Straftat behandelt wird.

In der kommerziellen Kommunikation im Internet werden Minderjährige vor Werbung geschützt, die versuchen könnte, ihre Verwundbarkeit durch Aufforderungen auszunutzen, die beworbenen Produkte zu kaufen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene zu überreden, die beworbenen Produkte für sie zu kaufen.



Tabelle 6. Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Schutz Minderjähriger auf Online-Plattformen

Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
AT – Österreich		
Disney Universe 4 Ob 95/13v	<p>Auf der Website „Disney Universe“ wurden Videos und DVDs sowie Online-Spiele und Musik mit Slogans vermarktet wie „Schau Deine Lieblingsfolge auf DVD!“ und „Hol Dir den coolen Soundtrack nach Hause!“, und es wurden Links zu der E-Commerce-Website von Amazon bereitgestellt, wo die DVDs und CDs erworben werden konnten.</p>	<p>Der österreichische Oberste Gerichtshof erkannte keinen Verstoß gegen die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken, die es verbietet, Kinder direkt aufzufordern, die beworbenen Produkte zu kaufen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene zu überreden, die beworbenen Produkte für sie zu kaufen.</p> <p>Zwischen Aufforderung und Entstehung des Erwerbsentschlusses sei ein zusätzlicher Schritt nötig, der nur vom Umworbenen vorgenommen werden könne und nicht vom Werbenden.</p> <p>Das bloße Aufzeigen einer Kaufmöglichkeit stelle daher keine direkte Aufforderung dar.</p>
DE – Deutschland		
Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände gegen Runes of Magic AZ I ZR 34/12	<p>Der Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände klagte gegen Werbung für Zubehörartikel zum Videospiel „Runes of Magic“. In Online-Foren erschien Werbung mit den Slogans „Pimp deinen Character“ und „Schnapp Dir die günstige Gelegenheit und verpasse Deiner Rüstung & Waffen das gewisse ‚Etwas‘!“</p> <p>Der Kläger war der Auffassung, dass die Werbung gegen das deutsche Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) verstoße, da sie in einer Sprache verfasst gewesen sei, die Kinder ansprechen dürfte, worin eine Aufforderung an Kinder zum Kauf der Zubehörartikel bestehen könnte.</p>	<p>Der Bundesgerichtshof urteilte, wenn Werbung „sprachlich von einer durchgängigen Verwendung der direkten Ansprache in der zweiten Person Singular und überwiegend kindertypischen Begrifflichkeiten einschließlich gebräuchlicher Anglizismen geprägt wird,“ reiche dies für die Feststellung aus, dass sich die Werbung in erster Linie gezielt an Kinder richte.</p>
ES – Spanien		
Klage des CAC gegen Kinderpornografie-Websites Pressemitteilung des CAC	<p>Zwei Websites in englischer Sprache boten kostenlos anzusehende Fotos von teilweise oder völlig nackten Mädchen an, die minderjährig zu sein schienen.</p> <p>Die erste Website, die aus den USA kam und zu einer auf künstlerische Inhalte spezialisierten Online-Community gehörte, enthielt Bilder von Mädchen in Dessous, wobei auf einigen der Bilder die Adresse der zweiten Website stand. Auf dieser waren Mädchen zu sehen, die ihre Geschlechtsorgane zur Schau</p>	<p>Nach einer Beschwerde überprüfte der Katalanische Audiovisuelle Rat (CAC) die gemeldeten Websites und deren Inhalt.</p> <p>Angesichts der Merkmale des grafischen Materials und der Tatsache, dass die Mädchen auf den Bildern minderjährig zu sein schienen, kam der CAC zu dem Schluss, dass die Inhalte als Kinderpornografie einzustufen seien, was einen Verstoß gegen das spanische Strafgesetzbuch darstellt. Daher zeigte er die Websites bei der Staatsanwaltschaft und bei</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
	stellten, einige davon bei expliziten sexuellen Handlungen.	der katalanischen Polizei an.

5.3.3 Schutz der Bürger

Die Vielfalt von Themen, die in der folgenden Rechtsprechung behandelt werden, zeigt, wie breit der Begriff des Schutzes der Bürger von Richtern auf nationaler Ebene interpretiert werden kann, insbesondere in Bezug auf Hetze und Gewalt im Internet. Da die Online-Betreiber anhand wichtiger Entscheidungen und Urteile ein gewisses Bewusstsein entwickelt haben und Tools einsetzen, um sofort auf rechtswidrige Inhalte zu reagieren, richten sich die meisten der Beschwerden gegen die unmittelbaren Täter, die die betreffenden Inhalte ursprünglich erstellt und/oder hochgeladen haben.

Auf Inhalte mit unbestreitbar sehr schädlichen Bildern oder Äußerungen wird immer mit äußerster Härte reagiert, und ihre Entfernung wird angeordnet.

Doch bei Situationen, in denen der Schutz der Bürger mit anderen Rechten kollidieren kann, etwa mit dem Recht auf Informations- und Kunstfreiheit, haben häufig die Gerichte zu beurteilen, wie weit das Recht auf freie Meinungsäußerung gehen kann.

Tabelle 7. Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Schutz der Bürger auf Online-Plattformen

Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
AT – Österreich		
Eva Glawischnig-Piesczek gegen Facebook 6Ob116/17b	<p>Die österreichische Nationalrats-abgeordnete Eva Glawischnig-Piesczek beschwerte sich über einen Nachrichtenartikel, der über die Facebook-Seite eines privaten Benutzerprofils geteilt worden war. Der Artikel umfasst ein Foto der Abgeordneten, und im Begleittext dazu hieß es: „miese Volksverräterin. Dieser korrupte Trampel hat in ihrem ganzen Leben noch keinen einzigen Cent mit ehrlicher Arbeit verdient“. Ihre Partei wurde zudem als „Faschistenpartei“ bezeichnet.</p> <p>Da Facebook die Bitte der Abgeordneten ablehnte, den Artikel zu löschen und den wahren Namen sowie die Daten des Nutzers bekannt zu geben, rief die Klägerin ein Wiener Gericht an.</p>	<p>Per einstweiliger Verfügung wurde Facebook aufgefordert, die strittigen Inhalte zu entfernen und alle zukünftigen Uploads mit wort- oder sinngleichen Inhalt zu löschen, sodass sie weltweit nicht mehr zugänglich sind.</p> <p>Nach dieser Entscheidung sperrte Facebook den Zugriff auf den Inhalt, aber nur in Österreich, und legte Revisionsrekurs gegen die Entscheidung ein.</p> <p>Das Rekursgericht bestätigte die ursprüngliche Entscheidung teilweise, da es die Facebook auferlegte Verpflichtung an die Voraussetzung knüpfte, dass die Plattform tatsächliche Kenntnis von dem Verstoß hat, zum Beispiel durch einen nachträglichen Hinweis.</p> <p>Nach den Revisionsrekursen beider Parteien ging der Fall an den Obersten Gerichtshof, der dem GHEU einige Fragen zur Vorabentscheidung vorlegte (siehe Abschnitt 2 dieses Kapitels).</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
DE – Deutschland		
Natürliche Person gegen YouTube 3 U 71/13	<p>Eine Person, die zuvor wegen eines tödlichen Verkehrsunfalls verurteilt worden war, beschwerte sich über zahlreiche Medienberichte über den Unfall, die ihre Identität nannten und ihr Gesicht zeigten. Der Kläger verklagte die Plattform YouTube, die die Videos hostete, auf Entfernung der Videos.</p>	<p>Das Recht auf freie Meinungsäußerung und das Informationsrecht der Öffentlichkeit hatten jedoch Vorrang vor dem allgemeinen Recht des Klägers auf Privatsphäre, denn das Oberlandesgericht Hamm entschied, dass YouTube nicht verpflichtet sei, die Medienberichte über den Vorfall zu entfernen.</p> <p>Zudem berücksichtigte das Gericht, dass die strittigen Inhalte von öffentlichem Interesse waren und den Kläger nicht verleumdeten und dass es den Nutzern der Plattform grundsätzlich erlaubt sein sollte, den als rechtmäßig geltenden Inhalt anzusehen und herunterzuladen.</p>
ES – Spanien		
Benachrichtigung der CAC an YouTube Pressemitteilung des CAC	<p>Ein YouTube-Nutzer lud ein Video hoch, das zeigt, wie eine Person einem Bettler mit Zahnpasta gefüllte Kekse anbietet. Das Video wurde zwar entfernt, aber von anderen Nutzern vier weitere Male hochgeladen.</p>	<p>Die Medienregulierungsbehörde der spanischen Region Katalonien (CAC) verlangte die Entfernung aller vier Kopien des illegalen Videos von YouTube.</p> <p>Nach Auffassung der CAC verletzte das Video die Grundrechte einer Person, insbesondere das Recht des Bettlers auf Würde.</p>
Hinweis der CAC an YouTube Pressemitteilung des CAC	<p>Dem Medienregulierer der spanischen Region Katalonien (CAC) wurden fünf Videos gemeldet, die zu Gewalt gegen Frauen aufriefen, darunter eines mit dem Titel „Cómo pegar a una mujer“ („So schlägt man eine Frau“).</p> <p>Parallel dazu eröffnete die Staatsanwaltschaft Barcelona ein Ermittlungsverfahren zu diesen rechtswidrigen Inhalten.</p>	<p>Die CAC wies YouTube an, die Inhalte zu entfernen, bei denen es sich nach dem spanischen Strafgesetzbuch um Straftaten handelte. Vorausgegangen waren der Anweisung des Regulierers Ermittlungen der Staatsanwaltschaft Barcelona aufgrund von Beschwerden.</p> <p>Daher entfernte YouTube die fünf gehosteten Videos.</p>
FR – Frankreich		
UEJF und AIPJ gegen Dieudonné Einstweilige Verfügung – 12. Februar 2014	<p>Der französische Komiker und Schauspieler Dieudonné wurde durch eine Gerichtsentscheidung angewiesen, von seinem YouTube-Kanal ein Video zu löschen, in dem zwei Sequenzen mutmaßlich zum Rassenhass aufstachelten und für Verbrechen gegen die Menschlichkeit warben, und zwar unter Bezugnahme auf Verbrechen, die während des Zweiten Weltkriegs begangen wurden.</p> <p>Der rechtswidrige Inhalt wurde von weiteren Nutzern verbreitet, auch auf anderen Videoplattformen; insgesamt</p>	<p>Ein für den Erlass einer einstweiligen Verfügung zuständiger Richter des Landgerichts Paris wies Dieudonné an, den Inhalt von seinem YouTube-Kanal zu entfernen. Bei Nichtbeachtung drohte ihm eine Geldstrafe, deren Höhe sich pro Verzugstag berechnet.</p> <p>Nach Auffassung des Gerichts waren im vorliegenden Fall die Grenzen der Meinungsfreiheit über das erträgliche Maß an Übertreibung hinaus überschritten.</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
	<p>wurde er drei Millionen Mal heruntergeladen.</p> <p>YouTube weigerte sich, das Video zu entfernen, solange die strittigen Inhalte von einem Gericht nicht für rechtswidrig erklärt worden seien, und brachte lediglich folgenden Warnhinweis für die Nutzer an: „Der folgende Inhalt wurde von der Internet Community YouTube als potenziell beleidigend und schockierend identifiziert. Es liegt in Ihrer Entscheidung, ob Sie sich die Inhalte ansehen oder nicht“.</p>	
<p>LICRA v. Dieudonné, Les productions de la plume, et al.</p> <p><u>Einstweilige Verfügung – 13. April 2012</u></p>	<p>Bei YouTube war als Werbung für den Film L'Antisémit ein Video des französischen Komikers und Schauspielers Dieudonné mit dem Titel „Dieudonné der Antisemit – die Konzentrationslager“ (auf Französisch) zu sehen. Die strittige Filmsequenz, die im Trailer sowie am Anfang des Films gezeigt wird, berichtet über die Ankunft eines von Dieudonné dargestellten amerikanischen Offiziers, der 1945 auf ein Konzentrationslager stößt, durch das ihn ein ehemaliger jüdischer Häftling führt, der ihm insbesondere die Funktionsweise einer Gaskammer erläutert.</p> <p>Die zivilgesellschaftliche Vereinigung LICRA klagte daraufhin beim für einstweilige Verfügungen zuständigen Richter auf Rückruf des Videos und Verbot der Ausstrahlung des Films.</p> <p>Der Beklagte erklärte, das strittige Video sei nicht mehr online zugänglich und habe ausschließlich den Abonnenten der offiziellen Homepage des Beklagten zur Verfügung gestanden. Zudem sei der Film durch das Recht auf freie Meinungsäußerung gedeckt, das Parodie, Übertreibung und Maßlosigkeit erlaube.</p>	<p>Das Landgericht Paris erinnerte daran, dass einstweilige Verfügungen nur in sehr schweren Fällen erlassen werden könnten und auch nur dann, wenn schwerwiegende Argumente für die unmittelbare Gefahr einer Rechtsverletzung vorlägen.</p> <p>Trotz des provozierenden Inhalts seien die Grenzen der freien Meinungsäußerung nicht in einem Maße überschritten, dass ein Verbot des Inhalts zu rechtfertigen sei, denn eine Straftat liege nicht vor.</p>
NL – Niederlande		
<p>Geert Wilders gegen YouTube</p> <p><u>09/837170-14</u></p>	<p>Ein niederländischer Musiker veröffentlichte auf seiner YouTube-Seite im März 2014 ein Musikvideo, das zeigt, wie ein Imitator des niederländischen Politikers Geert Wilders körperlich misshandelt wird.</p>	<p>Das Bezirksgericht Den Haag war der Auffassung, Geert Wilders habe aufgrund der Kombination des Textes mit den Bildern, auf denen ein Schauspieler den Politiker darstellt, berechnete Gründe, um sein Leben zu fürchten.</p> <p>Es verurteilte den Musiker zu einer</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
	<p>Der Kläger warf ihm Bedrohung vor.</p> <p>Die Verteidigung des Musikers plädierte auf Freispruch aufgrund des Rechts auf freie Meinungsäußerung und des Rechts auf Verwendung des Stilmittels der Parodie.</p>	<p>Freiheitsstrafe auf Bewährung und zu gemeinnütziger Arbeit und ordnete die Entfernung des Videos an, das der Klage zufolge Drohungen gegen das Leben eines Politikers enthielt und dessen Recht auf freie Meinungsäußerung und auf Beteiligung an der öffentlichen Debatte untergrub.</p>

5.3.4 Werbung und Verbraucherschutz

Während der rechtliche Status von Videoplattformen derzeit im Rahmen der Revision der AVMD-Richtlinie überprüft wird, werden Fälle, in denen es um Werbung und Verbraucherschutz geht, oft in enger Zusammenarbeit zwischen Medienregulierern und Verwaltungsbehörden geregelt, die für die Regulierung der Werbe-, Medien- und Kommunikationsbranche zuständig sind; dies gilt insbesondere für die Meldung von Inhalten und die potenzieller Risiken von kommerzieller Kommunikation für Verbraucher und Markt.

Die Besonderheiten der Online-Werbung sind allgemein bekannt: Die Interaktivität, die sie den Benutzern, die sie erreicht, bietet, etwa durch Hyperlinks, die Vielfalt der verwendeten Methoden zur Verbreitung und Anzeige von Werbebotschaften sowie die Möglichkeit, Inhalte mehrfach zu teilen und über zahlreiche Websites und Plattformen zu veröffentlichen. All dies erschwert die Überwachung von Online-Werbung und die Durchsetzung der Vorschriften, wie die folgende Rechtsprechung verdeutlicht.

Tabelle 8. Ausgewählte nationale Rechtsprechung zu Werbung und Verbraucherschutz auf Online-Plattformen

Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
FR – Frankreich		
<p>Hinweis des CSA an YouTube</p> <p>Pressemitteilung des CSA</p>	<p>„Les recettes pompettes“ ist eine von Studio Bagel Productions (Canal Plus) produzierte und über YouTube verbreitete Unterhaltungssendung, in der prominente Gäste dazu eingeladen werden, „zu kochen und Alkohol zu trinken“.</p> <p>Das französische Gesundheitsministerium forderte die Produzenten auf, die erste Folge aus dem Programm zu nehmen, da sie eine „Aufforderung zu exzessivem Alkoholkonsum“ darstelle, und schaltete später die Aufsichtsbehörde für professionelle Werbung ein.</p>	<p>Die französische Medienaufsichtsbehörde CSA bestätigte, dass ein YouTube-Kanal einen audiovisuellen Mediendienst auf Abruf darstellt und unter die entsprechenden Regelungen in Artikel 2 des Gesetzes vom 30. September 1986 fällt. Der CSA sprach eine Verwarnung aus, da der Inhalt Alkohol so präsentiere, dass der Zuschauer zum Alkoholkonsum animiert werde.</p> <p>Nach dieser Warnung lud Studio Bagel mehrere Folgen der Show hoch, bei denen zu Beginn folgender Hinweis gezeigt wurde: „Dieses Programm enthält Themen und Situationen, die für junge Zuschauer möglicherweise nicht geeignet sind. Die Anwesenheit eines verantwortlichen Erwachsenen wird empfohlen. Der Missbrauch</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
		von Alkohol kann Ihre Gesundheit schädigen, konsumieren Sie ihn in Maßen.“
GB – Vereinigtes Königreich		
<p>Oreo-Werbung in YouTube-Videos</p> <p><u>Beschluss der ASA</u></p>	<p>Fünf YouTube-Kanäle bekannter privater Anbieter (sogenannte Vlogger) setzten sich auf humorvolle Weise mit einer bestimmten Art des Verzehrs von Oreo-Kekschen auseinander.</p> <p>Die Herstellerfirma Mondelez UK Ltd gab auf eine Beschwerde hin zu, dass diese Videos Teil einer Marketingkooperation mit den beteiligten Anbietern gewesen seien. Allerdings habe man darauf bestanden, dass die Anbieter gegenüber den Nutzern deutlich auf die Marketingabsicht hinweisen. Das hätten diese auch getan, indem sie einen Hinweis auf die Zusammenarbeit in die Videos selbst integriert hätten</p>	<p>Die britische Werbeaufsicht Advertising Standards Authority (ASA) wertete die Videos als Werbung und zog in diesem Zusammenhang den Vergleich zum Sponsoring. Bei letzterem behalte der Anbieter trotz der finanziellen Unterstützung die redaktionelle Kontrolle über seine Inhalte. In den vorliegenden Fällen hätten die Betreiber der YouTube-Kanäle für die betroffenen Werbevideos jedoch die redaktionelle Kontrolle an das werbende Unternehmen abgegeben.</p> <p>Die ASA stellte eine Verletzung der Kennzeichnungspflichten für die Werbung in den Videos fest und forderte den Hersteller des Produkts auf, in Zukunft sicherzustellen, dass die Werbung bereits vor der Interaktion durch den Nutzer eindeutig als solche erkennbar gemacht wird.</p> <p>Hinweise auf eine kommerzielle Zusammenarbeit müssten klar genug und innerhalb einer angemessenen Frist eingebunden werden, wenn diese Hinweise Teil des Videos sind.</p>

5.3.5 Datenschutz

Die Mehrzahl der ausgewählten Fälle zum Datenschutz betraf die Datenverarbeitung durch Internet-Diensteanbieter, hauptsächlich soziale Medien im Besitz von Technologieunternehmen. Die neuesten gesetzlichen Entwicklungen bestätigen die eindeutige Absicht des europäischen Gesetzgebers, gegen die rechtswidrige Verarbeitung personenbezogener Daten vorzugehen und sicherzustellen, dass eine solche Verarbeitung die Normen des EU- und des nationalen Rechts respektiert. Neue Entscheidungen von Justiz und Politik zeigen, wie komplex geeignete Maßnahmen gegen Vermittler und Online-Diensteanbieter sind, vor allem in Anbetracht der Rechtsunsicherheiten in der Frage, wo die Verantwortlichkeit im Einzelfall liegen sollte.

Die zweithäufigste Situation, in der es vor Gericht um den Datenschutz geht, betrifft die Offenlegung von Daten für Klagezwecke. Mit Blick auf die Entscheidungen kann festgestellt werden, dass Richter dem Klagerecht systematisch Vorrang vor dem Redaktionsgeheimnis geben, wenn sie die Informationen für einen Prozess als notwendig erachten.



Tabelle 9. Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Datenschutz auf Online-Plattformen

Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
AT – Österreich		
<p>Natürliche Person gegen Internet-Forum 6Ob133/13x</p>	<p>Ein niederländischer Politiker verlangte die Entfernung von ihm betreffenden Diskussionsbeiträgen in einem Internet-Forum, die er als beleidigend bezeichnete, und die Offenlegung der E-Mail-Adressen der Nutzer, die die Beiträge gepostet hatten.</p> <p>Der Betreiber des Forums löschte die Diskussionsbeiträge, lehnte aber die Auskunft ab. Dabei berief er sich auf das Redaktionsgeheimnis im Rahmen des österreichischen Mediengesetzes.</p>	<p>Der österreichische Oberste Gerichtshof bestätigte ein früheres Urteil, wonach eine Berufung auf das Redaktionsgeheimnis nach dem Mediengesetz nicht in Frage komme, da es lediglich den Schutz journalistischer Informationsquellen gewähre.</p> <p>Die Zurverfügungstellung eines (unmoderierten) Online-Forums und die Veröffentlichung sämtlicher Nutzerbeiträge reichten allein nicht aus, um einen Mindestzusammenhang mit einer journalistischen Tätigkeit herzustellen.</p> <p>Daher sei es nicht ausreichend, dass der Kläger sich gegen den Betreiber der Website wenden könne, worauf die Beklagte verwiesen hatte. Denn dann könne der Täter einfach auf eine andere Seite im Internet ausweichen und mit seinen Verletzungen des Rechts fortfahren.</p>
<p>Der österreichische Verfassungsgerichtshof über die Preisgabe einer IP-Adresse an die Sicherheitspolizei B 1031/11-20</p>	<p>Der Nutzer einer Internet-Chatsite hatte den Eindruck erweckt, unmündige Personen („7-11jährige, oder wenn gewünscht auch jünger“) für sexuelle Handlungen anzubieten.</p> <p>Hierüber wurde die Bundespolizeidirektion Wien informiert, die daraufhin über den Anbieter des Internetzugangs anhand der zum Versand der Nachricht verwendeten IP-Adresse Name und Anschrift der Person ermittelte.</p> <p>Der Mann setzte sich gerichtlich zur Wehr, weil vor dem Zugriff auf die Daten keine gerichtliche Bewilligung eingeholt worden sei, und machte eine Verletzung des Fernmeldegeheimnisses und des Rechts auf Datenschutz nach österreichischem Recht geltend.</p>	<p>Der Verfassungsgerichtshof wies die Beschwerde jedoch ab, da der Polizei die Ausforschung einer IP-Adresse bereits allein aufgrund einer Nachricht erlaubt gewesen sei, die ihr durch Mitteilung eines Kommunikationspartners oder durch offene, jedermann zugängliche Internetkommunikation zur Kenntnis gelangt sei.</p> <p>In das Recht auf Datenschutz sei zwar eingegriffen worden. Dies sei jedoch auf einer ausdrücklichen gesetzlichen Grundlage geschehen, die angesichts des gemeldeten Verhaltens auch nicht unverhältnismäßig sei.</p>
BE – Belgien		
<p>Belgische Privacy-Kommission gegen Facebook AR/2016/153/A</p>	<p>Die belgische Privacy-Kommission geht seit 2015 gegen Facebook vor, als eine Studie die Praktiken von Facebook enthüllte. Das soziale Netzwerk sammelt ohne Wissen der Internetnutzer Informationen und Daten von Nutzern, die nicht bei Facebook eingeloggt sind, und nutzt diese dann für kommerzielle Zwecke mit Hilfe von sogenanntem</p>	<p>2018 erklärte sich das Brüsseler Gericht erster Instanz dann aber doch für Facebook zuständig. Es berief sich dabei auf die Rechtssache Google Spain des Gerichtshofs der Europäischen Union.</p> <p>Facebook Ireland müsse sicherstellen, dass Facebook Belgium sich bei der Verarbeitung personenbezogener Daten an die belgischen</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
	<p>Drittanbieter-Tracking.</p> <p>Das Brüsseler Berufungsgericht entschied, belgische Gerichte seien für Verfahren gegen Facebook nicht zuständig.</p>	<p>Gesetze hält.</p> <p>Die Verwendung von Cookies, sozialen Plugins und „Pixeln“ auf den Webseiten Dritter, mit denen Facebook das Surfverhalten von Nutzern nachverfolgt, verstoße gegen belgisches Recht, zumal Facebook die Nutzer in den oben genannten Bedingungen nicht angemessen über die Datensammlung informiere.</p> <p>Das Gericht verurteilte Facebook, alle persönlichen Daten, die es illegal zusammengetragen hatte, zu löschen, die Nachverfolgung von Nichtnutzern, die in Belgien im Internet surfen, zu stoppen, bis die Politik des Unternehmens im Einklang mit den Bestimmungen über den Schutz der Privatsphäre in Belgien steht, sowie das vollständige Urteil auf seinen Internetseiten und die letzten drei Seiten in französisch- und flämischsprachigen belgischen Tageszeitungen zu veröffentlichen.</p> <p>Bei Nichteinhaltung drohen Strafen von bis zu EUR 250 000 am Tag, bis zu einem Höchstbetrag von EUR 100 Millionen.</p>
DE – Deutschland		
<p>Bundeskartellamt</p> <p>Hintergrundinformationen</p>	<p>Das deutsche Bundeskartellamt führte im Rahmen eines Missbrauchsverfahrens eine vorläufige rechtliche Bewertung der Sammlung und Nutzung von Daten aus Drittquellen durch Facebooks durch. Im Mittelpunkt stand dabei die Sammlung von Daten aus Drittquellen, wie z. B. aus Facebook-eigenen Diensten (wie WhatsApp oder Instagram) sowie aus Websites und Apps anderer Betreiber, die in Facebook integriert sind, nicht aber das soziale Netzwerk selbst.</p> <p>Dieses Verwaltungsverfahren sollte Facebook die Möglichkeit geben, auf die Vorwürfe zu reagieren, Rechtfertigungsgründe vorzutragen und mögliche Lösungen und Abhilfemaßnahmen vorzulegen. Mit einer Entscheidung in dieser Angelegenheit ist nicht vor dem Frühsommer 2018 zu rechnen.</p>	<p>Das Verfahren führte zu dem Fazit, Facebooks Nutzungsbedingungen seien unangemessen und verstießen zum Nachteil der Nutzer gegen Datenschutzbestimmungen. Angesichts der beherrschenden Stellung des Unternehmens sei außerdem die wirksame Zustimmung der Nutzer zu dieser Form der Datensammlung und -verarbeitung nicht als in angemessener Weise erfolgt zu betrachten.</p>
IE – Irland		
<p>Muwema gegen Facebook</p>	<p>Der Kläger erhob Einwände gegen drei vermeintlich „höchst beleidigende und verleumderische Veröffentlichungen“,</p>	<p>Der High Court erließ eine Anordnung zur Offenlegung der Identität und des Standorts der Person(en), die die Facebook-Seite</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
<p>[2017] IEHC 69</p>	<p>die eine Person mit dem Pseudonym „Tom Voltaire Okwalinga“ (TVO) im März 2016 auf einer Facebook-Seite gepostet hatte.</p> <p>Da Facebook den Antrag des Klägers zurückwies, wandte sich dieser an die Justiz.</p>	<p>betreiben. Er lehnte jedoch die nach dem Verleumdungsgesetz von 2009 beantragte einstweilige Verfügung ab, Facebook dazu aufzufordern, das bereits gepostete Material „zu entfernen“ (takedown) und dessen weitere Veröffentlichung zu verhindern.</p> <p>Zur Begründung verwies der Gerichtshof auf die Existenz mehrerer Artikel an anderen Stellen im Internet, die Ähnlichkeit mit dem streitgegenständlichen Artikel hatten, darunter Interviews, in denen der Kläger selbst über die Vorwürfe sprach, die Gegenstand der Verleumdungsklage waren.</p> <p>2017 hob der High Court die Entscheidung auf, mit der er die Preisgabe von Identität und Standort des Betreibers der Facebook-Seite angeordnet hatte, nachdem Facebook mitgeteilt hatte, dass es sich um einen politischen Aktivist handele, sodass die Preisgabe seiner Identität ein Risiko für dessen Sicherheit bedeuten könne.</p>
NL – Niederlande		
<p>Datenschutzbehörde, Rechtmäßigkeit der Durchsetzung von Rechten des geistigen Eigentums durch Dutch FilmWorks B.V.</p> <p>z2017-02053</p>	<p>Die niederländische Filmproduktionsfirma Dutch FilmWorks B.V. (DFW) informierte die niederländische Datenschutzbehörde über ihre Absicht, ein Datenunternehmen zu beauftragen, personenbezogene Daten zu sammeln und zu verarbeiten, um Urheberrechte im Internet durchzusetzen. Mit der Verarbeitung der Daten, u. a. auch niederländischer IP-Adressen, sollte festgestellt werden, ob Nutzer urheberrechtlich geschützte Werke vertreiben oder vervielfältigen, ohne die betroffenen Personen darüber zu informieren.</p>	<p>Die niederländische Datenschutzbehörde war der Auffassung, dass die Verarbeitung von Daten auf der Grundlage einer vermuteten Urheberrechtsverletzung praktisch einer Verarbeitung illegaler Daten gleichkomme. Immerhin entspreche die Verarbeitung der Daten aber den Kriterien der Subsidiarität und der Verhältnismäßigkeit, etwa durch die regelmäßige Löschung der Daten während der Untersuchung.</p> <p>Die Behörde forderte, die betroffenen Personen müssten so bald wie möglich über die Verarbeitung ihrer Daten informiert werden.</p>
<p>Natürliche Person gegen Google</p> <p>C/09/515777/HA RK 16-377</p>	<p>Ein Immobilienmakler, gegen den wegen Hypothekenbetrugs strafrechtlich ermittelt wurde, klagte dagegen, dass bei Google Nachrichtenbeiträge erschienen, wenn sein Name in die Suchmaschine eingegeben wurde.</p> <p>Der Kläger gründete seinen Antrag hauptsächlich auf die unrechtmäßige Verarbeitung personenbezogener Daten zu Straftaten im Sinne des niederländischen Datenschutzgesetzes.</p>	<p>Das Bezirksgericht Den Haag war der Auffassung, Google verarbeite keine personenbezogenen Daten zu Straftaten, da die drei Suchergebnisse keine Informationen enthielten, die Anlass zu einer schwerwiegenderen Annahme als einen hinreichenden Verdacht auf das Begehen einer Straftat gegeben hätten, und wies die Forderung des Klägers daher ab.</p> <p>Das Recht auf freie Meinungsäußerung und Information überwiege das „Recht auf Vergessenwerden“ des Klägers, zumal Betrug im Immobiliensektor Gegenstand</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
		gesellschaftlicher Debatten sei. Zudem seien die Nachrichtenbeiträge, auf die Google verweise, durch das Verhalten des Antragstellers selbst entstanden.

5.3.6 Schutz des Urheberrechts

Entscheidungen nationaler Gerichte widerspiegeln die innerstaatliche Umsetzung der E-Commerce-Richtlinie, damit Dienste der Informationsgesellschaft von dem darin festgelegten Haftungsausschluss profitieren können. Nach dieser speziellen Regelung sind Internet-Diensteanbieter nicht verpflichtet, von Dritten hochgeladene Inhalte (nutzergenerierte Inhalte) proaktiv bzw. vorab zu kontrollieren. In den meisten Klagen machten die Kläger geltend, die Diensteanbieter hätten eine aktive Rolle gespielt und seien daher haftbar.

Gerichtsurteilen zufolge gelten die Organisation der Inhalte und der Verkauf von Werbepätzen im Allgemeinen nicht als Beleg für eine redaktionelle Verantwortung. Wird der Diensteanbieter allerdings nicht unverzüglich tätig, um rechtswidrige Inhalte gemäß Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie zu entfernen, reicht dies aus, um seine Haftung zu begründen. Auch bei wiederholter Zuwiderhandlung ist die Haftung gegeben, wenn der Dienst weitere Zugriffe auf bereits zurückgezogene Inhalte nicht verhindert. Es liegt daher in der Verantwortung der Rechteinhaber, rechtswidrige Inhalte ausreichend genau zu bezeichnen, damit der Diensteanbieter diese Inhalte erkennen und geeignete Maßnahmen dagegen ergreifen kann.

Der Haftungsausschluss nach Artikel 14 Absatz 1 der E-Commerce-Richtlinie verwehrt es den Mitgliedstaaten nicht, in dringenden Fällen und in Übereinstimmung mit ihrer Rechtsordnung geeignete Maßnahmen gegen Vermittler zu treffen, z. B. einstweilige Verfügungen.

Tabelle 10. Ausgewählte nationale Rechtsprechung zum Schutz des Urheberrechts auf Online-Plattformen

Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
DE – Deutschland		
GEMA gegen YouTube ²¹³ 29 U 2798/15 Urteil von 2012:	Die deutsche Musikverwertungsgesellschaft GEMA beschwerte sich bei YouTube über urheberrechtlich geschützte Musik in Videos, die auf der Plattform gehostet wurden.	Das Oberlandesgericht München entschied, YouTube sei kein Musikdienst, der Lizenzgebühren an die Verwertungsgesellschaft zahlen müsse. Die Verantwortung für die mutmaßlichen Urheberrechtsverletzungen liege bei den Nutzern, die Inhalte hochladen, und nicht bei

²¹³ Siehe ähnlich auch Natürliche Person (Musikproduzent) gegen YouTube, LG Hamburg, AZ 308 O 27/09, <https://openjur.de/u/590065.html>.



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
310 O 461/10	<p>Indem YouTube die Veröffentlichung solcher Inhalte zulasse, sei die Plattform entweder als Täter von Urheberrechtsverletzungen zu betrachten oder als Musikdienst, der Lizenzgebühren bezahlen müsse.</p> <p>YouTube sieht sich demgegenüber vor allem als technischer Dienstleister, der auf die Veröffentlichung einzelner Videos keinen Einfluss hat.</p>	<p>der Plattform selbst.</p> <p>In einem Urteil von 2012 hatte das Landgericht Hamburg die Auffassung vertreten, YouTube sei nicht seiner Verpflichtung nachgekommen, unverzüglich tätig zu werden, um Inhalte, die Urheberrechte verletzen, zu entfernen, da dies nach einer Beschwerde der GEMA eineinhalb Monate gedauert habe. YouTube habe zudem weitere Prüfungs- und Kontrollpflichten, wie z. B. die Verwendung eines sogenannten Content-ID-Programms, und müsse in Zukunft auch einen Wortfilter installieren, um wiederholte Verstöße zu verhindern.</p> <p>Im November 2016 schlossen die GEMA und YouTube nach jahrelangen juristischen Diskussionen und Verhandlungen eine Vereinbarung über die Vergütung für Musikinhalte auf YouTube.</p>
<p>YouTube-Kanal „Nitro Shqip“</p> <p>AZ 6 U 114/13</p>	<p>Der Inhaber des Urheberrechts an dem Film „Sara’s Show 46“ verklagte den Betreiber des YouTube-Kanals „Nitro Shqip“ wegen der Veröffentlichung eines Videos, in dem Ausschnitte des Films gezeigt und kurz kommentiert werden.</p> <p>Das Urteil beschäftigt sich im Wesentlichen mit den Bedingungen, unter denen das Zitatrecht nach deutschem Recht gilt.</p>	<p>Das Oberlandesgericht Köln entschied, dass die Verbreitung von Ausschnitten aus einem geschützten Film zum Zweck der Kritik ein Verstoß gegen das deutsche Urheberrechtsgesetz sei und nicht unter das Zitatrecht falle.</p> <p>Das Zitatrecht dürfe nicht als Mittel genutzt werden, um ein Werk oder Teile davon zu veröffentlichen, und es reiche nicht aus, Zitate in einer bloß äußerlichen, zusammenhanglosen Weise einzufügen oder anzuhängen; vielmehr müsse eine innere Verbindung mit den eigenen Gedanken hergestellt werden.</p>
<p>Deutscher Bundesgerichtshof zu Rapidshare</p> <p>I ZR 80/12</p>	<p>Die deutsche Musikverwertungsgesellschaft GEMA mahnte den Filehosting-Dienst Rapidshare wegen der Speicherung einer Vielzahl von Musiktiteln ab. Trotz der Abmahnung entfernte der Anbieter die umstrittenen Dateien nicht vollständig.</p>	<p>In einem Urteil von 2013 bestätigte der deutsche Bundesgerichtshof, dass den Diensteanbieter keine allgemeine Pflicht zur Überwachung der gespeicherten Daten treffe. Nach den konkreten Umständen des Einzelfalls könne eine Überwachungspflicht aber in Betracht kommen.</p> <p>Da auch legale Nutzungsmöglichkeiten für den Dienst denkbar seien, sei eine anlasslose Überwachungspflicht nicht anzunehmen, wohl aber eine anlassbezogene Überwachungspflicht ab Kenntnis eines konkret abgemahnten Rechtsverstoßes.</p> <p>Da der Dienst anonym in Anspruch genommen werden könne, sei das Risiko einer rechtswidrigen Nutzung erhöht. Es gebe auch einige Indikatoren für eine mögliche Rechtsverletzung, wie etwa die hohe Zahl an</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
		<p>Downloads für eine Datei, die Rapidshare nutze, um für seinen Hosting-Dienst zu werben.</p> <p>Unter diesen Umständen sei davon auszugehen, dass der Hosting-Anbieter einer teilweise proaktiven Überwachungspflicht unterliege.</p>
ES – Spanien		
<p><i>Telecinco gegen YouTube</i> <u>11/2014</u> Urteil von 2010: <u>289/2010</u></p>	<p>Der spanische kommerzielle Fernsehsender Telecinco verklagte YouTube mit der Begründung, YouTube habe von Telecinco produzierte Sendungen illegal und ohne Genehmigung auf seiner Plattform verbreitet.</p> <p>Der Kläger vertrat die Ansicht, dass YouTube als Inhaltenanbieter auftrete und somit nicht nur passiv in Erscheinung trete, etwa durch die Klassifizierung der beliebtesten Beiträge in verschiedene Kategorien.</p> <p>YouTube argumentierte, es fungiere lediglich als Mittler zwischen Nutzern, die Videos in das Portal einstellen, und Nutzern, die diese Videos ansehen, und sei daher nicht für den Inhalt verantwortlich.</p>	<p>Das Zivilgericht der Provinz Madrid stellte fest, die Abmahnungen des Klägers hätten keinerlei Hinweise enthalten, die aussagekräftig genug gewesen wären, um die Inhalte identifizierbar zu machen. Auch die Klassifizierung der beliebtesten Beiträge in verschiedene Kategorien spreche nicht für eine aktive Teilnahme an den angebotenen Inhalten.</p> <p>In einem ersten Urteil von 2010 wies das Handelsgericht Madrid die Klage ab. Als Hosting-Plattform könne YouTube nicht verpflichtet werden, die Videos, die von Nutzern hochgeladen werden, vorab zu kontrollieren. Es liege in der Verantwortung der Rechteinhaber, die auf YouTube hochgeladenen Inhalte zu verfolgen und zu melden. Dafür stelle YouTube das Software-Tool „Content ID“ zur Verfügung, mit dem das Hochladen von Videos auf die Plattform blockiert und dadurch ihre Inhalte automatisch geschützt werden könnten.</p>
FR – Frankreich		
<p><i>LFP gegen Puerto 80 Project</i> <u>15/15968</u></p>	<p>Die Streaming-Website Rojadirecta bot ein Verzeichnis mit Hyperlinks an, mit denen kostenlos von der französischen Profifußballliga (LFP) organisierte Fußballspiele der französischen Liga live oder leicht zeitversetzt angeschaut werden konnten. Die LFP, die die exklusiven Live-Ausstrahlungsrechte an Pay-TV-Sender vergeben hatte, verlangte von der Website, die rechtswidrigen Inhalte zu löschen und zu verhindern, dass sie erneut auf der Website erscheinen.</p> <p>Die Beklagte verwies auf ihre angebliche Eigenschaft als einfacher Hosting-Anbieter, welche ihr Anspruch auf die Haftungsbeschränkung im Rahmen der E-Commerce-Richtlinie und des</p>	<p>Das Landgericht Paris erkannte eine Klagebefugnis der LFP, da sie ein wesentliches finanzielles Interesse daran habe, dass die Exklusivität beim Verkauf ihrer Rechte an ihre Geschäftspartner ohne unlauteren Wettbewerb durch kostenlose Ausstrahlungen von Rojadirecta aufrechterhalten werde.</p> <p>Obwohl Rojadirecta als Forum operiere, scheine die Website wissentlich und gezielt eine redaktionelle Auswahl zu treffen, mit einem Zeitplan und einer entsprechenden Suchmaschine, sodass jeder Internetnutzer Zugang zu geschützten Inhalten erhalten könne.</p> <p>Das Gericht stellte fest, aufgrund ihrer redaktionellen Verantwortung sei die Website der Urheberrechtsverletzung schuldig. Es</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
	französischen Gesetzes zu deren Umsetzung einräume. ²¹⁴	ordnete die Sperrung bzw. das Verbot der Online-Veröffentlichung von Hyperlinks an, über die Spiele der LFP angeschaut werden können, und verurteilte die Website zur Zahlung einer Gebühr für erlittene immaterielle Schäden sowie der Prozesskosten und Auslagen.
SARL 120 Films und La chauve-souris gegen Dailymotion Urteil	Die Produzenten des Films Sheitan beschwerten sich bei der Videoplattform Dailymotion über fünf Einzelvideos auf der Plattform, die zusammengenommen genau den Film ergeben. Dailymotion entfernte die Videos drei Monate nach Eingang der Beschwerde.	Ein erstes Urteil des Landgerichts Paris stellte 2010 fest, Dailymotion könne nicht den Haftungsausschluss im Rahmen der E-Commerce-Richtlinie und des französischen Gesetzes zu deren Umsetzung in Anspruch nehmen, da die Plattform die strittigen Inhalte nicht „unverzüglich“ entfernt habe, nachdem sie von den Produzenten darauf hingewiesen worden sei. Zudem stellte das Gericht eine wiederholte Verletzung der Rechte des geistigen Eigentums an demselben Werk fest, da Dailymotion weitere Zugriffe auf bereits entfernte Inhalte nicht habe verhindern können. Im ersten Urteil wurde Dailymotion der Urheberrechtsverletzung für schuldig befunden und zur Zahlung von Schadenersatz verurteilt. Das Berufungsgericht stellte fest, dass der von den klagenden Produktionsgesellschaften erlittene Schaden in der Vorinstanz als zu gering angesetzt worden sei, da die Inhalte sehr lange online geblieben seien. Daher beschloss das Berufungsgericht, den Schadenersatz anzuheben.
Omar Sy und Fred Testot gegen Dailymotion ²¹⁵ 08/01375	Die Komiker Omar Sy und Fred Testot klagten dagegen, dass ihre Werke auf Dailymotion ohne ihre Genehmigung online gestellt wurden. Sie argumentierten, die Plattform nehme den Status eines Anbieters technischer Dienste zu Unrecht in Anspruch, da sie die Inhalte kommerziell nutze, indem sie Werbeplätze verkaufe, deren Ertrag	Das Berufungsgericht Paris befand, die Vermarktung von Werbeflächen reiche allein nicht aus, um den betreffenden Dienst (die Videoplattform) als Anbieter von Inhalten einzustufen, solange der Betreiber keinen Einfluss auf die ins Netz hochgeladenen Inhalte nehme. Insbesondere bestehe kein Zusammenhang

²¹⁴ Loi N° 2004-575 du 21 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique, www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000801164.

²¹⁵ Siehe ähnlich auch *Nord-Ouest Production, C. Carion und UGC Images gegen Dailymotion*, Cour de Cassation, Urteil 09-67.896, www.courdecassation.fr/jurisprudence_2/premiere_chambre_civile_568/165_17_19033.html und *Flach Film und Editions Montparnasse gegen Google*, Berufungsgericht Paris, Entscheidung 12/82654, www.legalis.net/jurisprudences/tribunal-de-commerce-de-paris-8eme-chambre-jugement-du-20-fevrier-2008/.



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
	unmittelbar mit den Zuschauerzahlen der Website korreliert sei.	zwischen der Art der Finanzierung durch Werbung und den hochgeladenen Inhalten, der eine Gewinnerzielung oder eine Auswahl der Inhalte erlaube, die eine gezielte Werbung ermögliche. Da die Inhalte jedoch nicht schnell genug gelöscht worden seien, musste Dailymotion Schadensersatz für die materiellen und nicht materiellen Schäden der Rechteinhaber leisten.
IT – Italien		
RTI gegen Break Media Entscheidung 2833/2017	Break Media ist eine Online-Videoplattform, deren Inhalte von der Plattform selbst erstellt oder von ihren Nutzern hochgeladen werden. Die Plattform wurde angezeigt, weil sie die Urheberrechte des Rundfunkveranstalters RTI verletzt habe, indem sie Videos von Fernsehsendungen trotz einer Unterlassungsaufforderung der Rechteinhaber online ließ, wobei die URL zu den rechtswidrigen Inhalten allerdings nicht angegeben war. Die Plattform hat die redaktionelle Kontrolle über die Inhalte, da sie die Videos anhand verschiedener Kriterien manuell kategorisiert.	Der Gerichtshof erster Instanz von Rom war der Auffassung, die Plattform sei als Inhalteanbieter und nicht als Hosting-Provider einzustufen und könne somit nicht den Haftungsausschluss im Rahmen der E-Commerce-Richtlinie und des italienischen Gesetzes zu deren Umsetzung in Anspruch nehmen. Zudem reiche eine einfache Unterlassungsaufforderung aus, um die Haftung der Videoplattform zu begründen, solange die betreffenden Inhalte genau genug bezeichnet seien. Das Berufungsgericht bestätigte die Entscheidung der ersten Instanz, die Plattform zur Zahlung von Schadensersatz sowie Prozesskosten und Auslagen zu verurteilen.
AGCOM ordnet die Sperrung des Zugangs zu IPTV-Piratservern an Beschluss 223/17/CSP und 224/17/CSP	Zwei IPTV-Piratserver ermöglichten nach Zahlung einer Gebühr den Zugriff auf rechtswidrig angebotene Inhalte. Sobald ihre Authentizität bestätigt und die Zahlung erfolgt war, erhielten die Nutzer eine Liste mit URLs, über die sie auf Livestreams urheberrechtlich geschützter Programme zugreifen konnten. Die Rechteinhaberin Mediaset Premium S.p.A. beschwerte sich bei der italienischen Medienregulierungsbehörde AGCOM über diese Rechtsverletzung.	Nach Prüfung des Sachverhalts stellte die AGCOM fest, dass die Websites das Logo des Diensteanbieters nutzten, um für ihre illegalen Inhalte zu werben, und dass die Programme bei der Suche im Internet häufig an oberster Stelle bei den Suchmaschinen auftauchten, sogar als gesponserter Content, und eine gute optische Qualität aufwiesen. Diese Faktoren konnten den Nutzer nach Einschätzung der AGCOM zu der Annahme bringen, dass es sich um ein legales Angebot handle. Angeichts dieser offensichtlichen Urheberrechtsverletzung wies die AGCOM die Internet-Diensteanbieter an, den Zugang zu den betreffenden Websites innerhalb von zwei Tagen nach Bekanntgabe der Beschlüsse zu sperren.
Delta TV gegen YouTube 1928/2017	Die Videoplattform YouTube hostete urheberrechtlich geschützte audiovisuelle Inhalte, die Delta TV gehörten und von Nutzern der Plattform hochgeladen worden waren. Delta TV	Das Gericht in Turin erinnerte an den Haftungsausschluss für Internet-Diensteanbieter und entschied, bei einem Internet-Diensteanbieter sei eine tatsächliche Kenntnis vom Bestehen einer



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
	<p>meldete dies der Plattform und forderte sie auf, die ohne Genehmigung veröffentlichten Inhalte zu entfernen, und 2014 erging an YouTube die Anordnung, die notwendigen Schritte zur Entfernung der urheberrechtlich geschützten Inhalte zu ergreifen.</p> <p>Doch statt die rechtswidrigen Inhalte zu entfernen, sperrte die Plattform nur im Land des Klägers – Italien – den Zugriff auf sie. So blieb der Inhalt von anderen Ländern aus zugänglich, mit Technologien zur Änderung der IP-Adresse auch weiterhin von Italien aus.</p>	<p>Urheberrechtsverletzung zu unterstellen, sobald ein konkreter und detaillierter Hinweis darauf vorliege.</p> <p>Die von YouTube ergriffenen Maßnahmen seien nicht ausreichend, da die rechtswidrigen Inhalte weiterhin zugänglich seien. Das Gericht machte YouTube für die Verletzung von Urheberrechten haftbar und verurteilte die Plattform zur Zahlung von Schadensersatz an die Klägerin.</p>
<p>AGCOM ordnet die Sperrung des Zugangs zu rechtswidrigen Fußballübertragungen an 158/15/CSP</p>	<p>Über mehrere Webseiten, die von ausländischen Unternehmen gehostet wurden, war es möglich, Fußballspiele mit Beteiligung italienischer Mannschaften zu verfolgen, wobei die audiovisuellen Rechte bei dem kommerziellen Fernsehveranstalter Mediaset lagen.</p>	<p>Da die betreffende Website auf Servern außerhalb Italiens gehostet wurde, behielt sich die AGCOM das Recht vor, die Internet-Diansteanbieter anzuweisen, den Zugang zu ihr innerhalb von zwei Tagen zu sperren und Nutzer, die darauf zugreifen wollten, auf eine Seite weiterzuleiten, die darauf hinweist, dass die betreffende Website aufgrund von Urheberrechtsverletzungen gesperrt wurde.</p>
<p>Mediaset gegen Yahoo! 3821/2011</p>	<p>Der Fall beruht auf einer Klage des (zum Mediaset-Konzern gehörenden) italienischen kommerziellen Fernsehsenders RTI gegen Yahoo! Italia wegen Bereitstellung von Inhalten auf dessen Videoplattform unter Verletzung von Urheberrechten.</p> <p>Die Plattform bietet ein Tool zur Schlagwortsuche, indiziert die Videos und wählt sie aus und behält sich in ihren Geschäftsbedingungen das Recht vor, Videos zu vervielfältigen, zu adaptieren und öffentlich bereitzustellen sowie zu Werbe- und Promotion-Zwecken zu verwenden.</p>	<p>Das Gericht erster Instanz in Mailand entschied, dass der Haftungsausschluss für Hosting-Provider im Rahmen der E-Commerce-Verordnung, mit der die E-Commerce-Richtlinie umgesetzt wurde, für Yahoo! Italia nicht gelte, da es sich um einen „aktiven Hosting-Provider“ handele, der eine aktive Rolle bei der Organisation seiner Dienste und der auf seine Plattform hochgeladenen Videos spiele, um einen kommerziellen Nutzen zu erzielen.</p> <p>Das Berufungsgericht Mailand verwarf die Unterscheidung zwischen „aktiven“ und „passiven“ Hosting-Providern. Internet-Diansteanbieter seien nur haftbar, wenn sie rechtswidrige Inhalte nach einem Hinweis des Rechteinhabers nicht löschten oder wenn sie einer Löschanordnung der zuständigen Verwaltungs- oder Justizbehörden nicht nachkommen. Eine detaillierte Unterlassungsaufforderung (mit Angabe der URL der rechtswidrigen Inhalte) des Rechteinhabers sei einer Löschanordnung der zuständigen Behörde gleichwertig.</p>
NL – Niederlande		
<p>BREIN gegen KPN, T-Mobile, TELE2,</p>	<p>In dem Fall ging es um einen Streit zwischen BREIN, einer niederländischen Stiftung, die die Rechte und Interessen</p>	<p>Das Bezirksgericht Midden-Niederland stützte seine Entscheidung auf ein früheres Urteil des Bezirksgerichts Den Haag im Fall BREIN gegen</p>



Bezeichnung	Sachverhalt	Haupturteil
Zeelandnet und CAIW ²¹⁶ C/16/448423/KG ZA 17-382	<p>von Urhebern vertritt, und den fünf Internet-Diensteanbietern T-Mobile, Tele2, CAIW, Zeelandnet und KPN, die ihren Endnutzern Zugang zu The Pirate Bay gewährten.</p> <p>BREIN beantragte beim Gericht die Blockierung der Domainnamen und IP-Adressen, über die The Pirate Bay erreichbar ist, durch sämtliche Internet-Diensteanbieter.</p>	<p>Ziggo und XS4AALL.</p> <p>Das Gericht bestätigte die „Dringlichkeit“ des Falles. Außerdem stellte es fest, dass die Sperrung gerechtfertigt, angemessen und wirksam sei, auch wenn solche Maßnahmen durch den Einsatz technischer Mittel umgangen werden könnten, denn die Sperrung werde Endnutzern den Zugang zu The Pirate Bay erschweren</p> <p>Bei Nichteinhaltung der Entscheidung droht allen Internet-Diensteanbietern eine Geldstrafe.</p>

²¹⁶ Ähnliche Fälle, in denen Internet-Diensteanbieter von nationalen Gerichten angewiesen wurden, den Zugriff auf The Pirate Bay zu sperren, sind [SCPP gegen Orange, Free et al. \(FR\)](#), [Dramatico Entertainment et al. gegen British Sky Broadcasting et al. \(GB\)](#) und [EMI Records Ireland et al. gegen UPC Communications Ireland et al. \(IE\)](#).





6 Sachstand

6.1 Vorgeschlagene Maßnahmen im Zusammenhang mit der Revision der AVMD-Richtlinie

Nach einer komplexen REFIT-Aktion²¹⁷ und einer umfassenden Folgenabschätzung²¹⁸ aller möglichen Optionen im Zusammenhang mit der Notwendigkeit zur Revision der AVMD-Richtlinie legte die Europäische Kommission im Mai 2016 einen Vorschlag zur Änderung der Richtlinie vor. Bei Abfassung des vorliegenden Berichts hatten die an der Entscheidung beteiligten Institutionen bereits verschiedene Änderungen in die Debatte eingespeist, aber der Revisionsprozess war noch nicht abgeschlossen.²¹⁹

Videoplattformen fallen nicht unter die aktuelle AVMD-Richtlinie, wurden aber mit Blick auf den Kampf gegen Hetze und die Verbreitung schädlicher Inhalte an Minderjährige in den Vorschlag der Kommission²²⁰ einbezogen. Die Bestimmungen betreffen Online-Plattformen, die eine große Menge von Videos organisieren und verschlagworten. Dem neuen Wortlaut zufolge müssen Videoplattformen Schutzmaßnahmen gegen schädliche Inhalte innerhalb der von der E-Commerce-Richtlinie gezogenen Grenzen ergreifen. Die neuen Bestimmungen stützen sich auf bestehende Bemühungen der Industrie und sollen durch Koregulierung umgesetzt werden.

²¹⁷ European Commission, Ex-post REFIT evaluation of the Audiovisual Media Services Directive 2010/13/EU, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/ex-post-refit-evaluation-audiovisual-media-services-directive-201013eu>.

²¹⁸ European Commission, Impact assessment accompanying the Proposal for an updated Audiovisual Media Services Directive, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/impact-assessment-accompanying-proposal-updated-audiovisual-media-services-directive>.

²¹⁹ Der Stand des Revisionsprozesses in der Verfahrensdatei zum Verfahren 2016/0151/COD lässt sich auf der Seite der Legislativen Beobachtungsstelle des Europäischen Parlaments, [http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0151\(COD\)&l=de](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0151(COD)&l=de), und auch bei EUR-Lex, http://eur-lex.europa.eu/procedure/DE/2016_151, verfolgen.

²²⁰ Europäische Kommission, Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten, COM(2016) 287 final, 25. Mai 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>. Für einen Überblick siehe <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/revision-audiovisual-media-services-directive-avmsd>.



Das Verfahren, das für die Revision der AVMD-Richtlinie gilt, ist das ordentliche Gesetzgebungsverfahren, früher als Mitentscheidungsverfahren bezeichnet, an dem alle drei Institutionen gemeinsam und gleichberechtigt mitwirken.

Bei Abfassung des vorliegenden Berichts war die erste Lesung abgeschlossen, und die Institutionen führen nun interinstitutionelle Verhandlungen (sogenannte „Trilogie“), die zur gängigen Praxis für die Verabschiedung von EU-Rechtsvorschriften geworden sind.²²¹ Ziel dieser Trilogie ist die Einigung auf einen gemeinsamen Text, und dazu kann es jederzeit kommen.²²² Die folgenden Abschnitte geben einen kurzen Überblick über die wichtigsten Fragen, um die es dabei geht, wobei vor allem auf die wesentlichen Änderungen eingegangen wird, die von den an der Entscheidung beteiligten Institutionen vorgeschlagen wurden.

Der vorliegende Text berücksichtigt die im Jahr 2017 erzielte Kompromissvereinbarung und das Ergebnis des Trilogs vom 26. April 2018. Am 6. Juni wird ein weiterer Trilog zum Abschluss der Verhandlungen stattfinden, gefolgt von einem Beschluss des Rates und der Plenarabstimmung des Europäischen Parlaments. Nach der Veröffentlichung im Amtsblatt müssen die neuen Vorschriften dann von den Mitgliedstaaten in nationales Recht umgesetzt werden.

6.1.1 Die Definition des Begriffs Videoplattform und allgemeine Grundsätze

Artikel 1 Absatz 1 des Kommissionsvorschlags definiert in Buchstabe aa den Begriff „Videoplattformdienst“, in Buchstabe da den Begriff „Videoplattformanbieter“ und in Buchstabe ba den Begriff „von Nutzern erstelltes Video“. Während sowohl die Kommission als auch das Parlament den allgemeinen und generischen Begriff „Inhalte“ nutzen, verwendet der Rat eine ausführlichere Formulierung, die die verschiedenen Arten von Inhalten nennt, die auf einer Videoplattform zu finden sind: „Sendungen“ und „von Nutzern erstellte Videos“.

Das Europäische Parlament erwähnt Videoplattformdienste und von Nutzern erstellte Videos in den Definitionen der Begriffe „Sponsoring“ und „Produktplatzierung“ in Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe k bzw. m.

Der Kompromisstext vom April 2018 enthält in Artikel 1 Absatz 1 Buchstabe aa detaillierte Kriterien, nach denen ein Dienst als Videoplattform einzustufen ist, wenn der Hauptzweck des Dienstes bzw. eines trennbaren Teils oder einer wesentlichen

²²¹ Die Trilogie sind informell und werden durch einen Verhaltenskodex für Verhandlungen im Rahmen des ordentlichen Gesetzgebungsverfahrens geregelt, <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+RULES-EP+20130521+ANN-21+DOC+XML+V0//DE>.

²²² European Parliament, Legislative train schedule, <http://www.europarl.europa.eu/legislative-train/theme-connected-digital-single-market/file-audiovisual-media-framework>.



Funktionalität des Dienstes darin besteht, Sendungen und von Nutzern erstellte Videos oder beides für die allgemeine Öffentlichkeit bereitzustellen.

Tabelle 1 im Anhang dieser Publikation enthält einen Überblick über den laufenden Revisionsprozess im Hinblick auf die Bestimmungen zur Definition von Videoplattformen und die allgemeinen Grundsätze, die auf sie anwendbar sind.

6.1.2 Bestimmungen für Videoplattformen

Artikel 28a des Kommissionsvorschlags bestimmt, welche Verpflichtungen für Videoplattformen gelten und welche Maßnahmen sie zu deren Erfüllung zu ergreifen haben.

Im Verlauf des Revisionsprozesses wurde die Verpflichtung zum Schutz der Bürger vor schädlichen Inhalten, die zu Gewalt oder Hass aufstacheln, in Artikel 28a Absatz 1 Buchstabe b um zusätzliche Gruppen und Mitglieder dieser Gruppen und neue Kriterien wie Weltanschauung, Behinderung, Alter und sexuelle Ausrichtung erweitert. Eine weitere vorgeschlagene Ergänzung ist die Verpflichtung zum Schutz der Öffentlichkeit vor Inhalten, „in denen öffentlich zur Begehung einer terroristischen Straftat aufgefordert wird“, in Artikel 28a Absatz 1 Buchstabe ba in der allgemeinen Ausrichtung des Rates.

Der Rat behandelt im vorgeschlagenen Artikel 28a Absatz 1a zudem die Haftung von Videoplattformanbietern in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von diesen Videoplattformanbietern vermarktet, verkauft und zusammengestellt wird, aber auch – da Videoplattformanbieter nur eine begrenzte Kontrolle über solche Inhalte ausüben – in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die nicht von diesen Videoplattformanbietern selbst vermarktet, verkauft und zusammengestellt wird. Diese letzte Konkretisierung berücksichtigt die Haftungsregelung gemäß Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie. Auch das Parlament greift dieses Thema in Artikel 28a Absatz 5a auf.

Der Vorschlag enthält eine Liste von Maßnahmen zur Stärkung der Nutzer, die heute in der Praxis mehr denn je wichtige „Partner“ für die Videoplattformen sind, weil sie die von diesen bereitgestellten Werkzeuge zum Melden und Anzeigen rechtswidriger Inhalte einsetzen. Auf diese Weise tragen die Nutzer zur Erfüllung der Verpflichtungen der Videoplattformanbieter bei, nämlich die Bereitstellung von Werkzeugen (eine Verpflichtung auf bestimmte Mittel), die Nutzer einsetzen sollen, um sich (oder ihre Kinder) bei der Nutzung dieser Dienste zu schützen. Um die Stärkung der Nutzer noch wirksamer zu gestalten, wird neben diesen Werkzeugen besonders auf folgende Aspekte geachtet:

- Transparenz und wechselseitige Kommunikation zwischen Nutzern und Videoplattformanbietern gemäß Artikel 28a Absatz 2 Buchstabe f und dem vom Rat vorgeschlagenen Artikel 28a Absatz 2 Buchstabe ba durch Feedback zur Meldung von Inhalten durch die Nutzer,
- Medienkompetenz, da die Mitgliedstaaten ermutigt werden, Strategien und Programme zur Entwicklung von Medienkompetenz zu fördern,



- Datenschutz im Rahmen von Artikel 28a Absatz 2 Buchstabe c der allgemeinen Ausrichtung des Rates, indem sichergestellt wird, dass Altersüberprüfungssysteme nicht zu einer zusätzlichen Verarbeitung personenbezogener Daten führen und dass sie den europäischen Datenschutzvorschriften entsprechen, d. h. der Charta der Grundrechte der Europäischen Union (Charta), der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und der Polizeirichtlinie sowie der neuen E-Privacy-Verordnung, die voraussichtlich bis Ende 2018 verabschiedet wird

Hinsichtlich der Verpflichtung von Videoplattformanbietern, geeignete Maßnahmen zu ergreifen, um einen geschützten Raum für ihre Nutzer zu gewährleisten, nimmt der Kompromisstext vom April 2018 in Artikel 28a Absatz 1 Bezug auf die Artikel 12 und 13 der E-Commerce-Richtlinie zur reinen Durchleitung bzw. zum Caching. Artikel 28a Absatz 2 des Kompromisses schließt in Übereinstimmung mit Artikel 15 der E-Commerce-Richtlinie jegliche Verpflichtung zur Vorabkontrolle durch Videoplattformanbieter aus.

Neben Inhalten, die zur Begehung einer terroristischen Straftat aufrufen, werden Videoplattformanbieter gemäß Artikel 28a Absatz 1 Buchstabe ba des Kompromisses auch Inhalte bekämpfen müssen, deren Verbreitung nach dem Unionsrecht eine Straftat darstellt, wie etwa Kinderpornografie oder rassistische und fremdenfeindliche Inhalte.

Zu nutzergenerierten Videos wird unter Artikel 28a Absatz 2 des Kompromisses ein neuer Unterabsatz aaa eingefügt, der sich auf Maßnahmen bezieht, die es Nutzern, die Inhalte hochladen, ermöglichen zu erklären, ob diese Videos nach ihrem Wissen audiovisuelle kommerzielle Kommunikation enthalten. Auch die Rechte der Nutzer werden gestärkt, denn der Kompromisstext garantiert in Artikel 28a Absatz 6a das Recht, parallel zu außergerichtlichen Beschwerde- und Rechtsschutzmechanismen, die zur Beilegung von Streitigkeiten zwischen Nutzern und Anbietern von Videoplattformen bereitgestellt werden, Gerichtsverfahren zu führen.

Zum Schutz Minderjähriger verbietet der Kompromisstext in einem Absatz, der in Artikel 28a Absatz 2 eingefügt wurde, die Verarbeitung personenbezogener Daten von Minderjährigen zu Zwecken der kommerziellen Kommunikation.

Tabelle 2 im Anhang dieser Publikation liefert einen Überblick über den laufenden Revisionsprozess im Hinblick auf die Bestimmungen zu den Pflichten von Videoplattformen.

6.1.3 Die Niederlassung von Videoplattformanbietern

Artikel 28b des Kommissionsvorschlags nennt die Kriterien zur Bestimmung des Mitgliedstaats, in dem ein Videoplattformanbieter niedergelassen ist. Die allgemeine Ausrichtung des Rates führt mit Definitionsvorschlägen für die Begriffe „Mutterunternehmen“, „Tochterunternehmen“ und „Gruppe“ eine ausführlichere Beschreibung dieser Kriterien ein.

Das Europäische Parlament unterstützt den ursprünglichen Vorschlag der Kommission, wonach Videoplattformanbieter, die über mehrere Tochterunternehmen oder



andere Teile des Konzerns, die jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, eine effektive Präsenz in mehreren Mitgliedstaaten haben, ihren Niederlassungsmitgliedstaat selbst bestimmen können. Der Rat schlägt in seiner allgemeinen Ausrichtung eine andere Regelung vor, wonach der Videoplattformanbieter in dem Mitgliedstaat niedergelassen ist, in dem eines der Tochterunternehmen zuerst seine Tätigkeit aufgenommen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats fortbesteht.

Der Kompromisstext vom April 2018 übernimmt den Wortlaut der allgemeinen Ausrichtung des Rates, der die Definitionen für die Begriffe „Mutterunternehmen“, „Tochterunternehmen“ und „Konzern“ enthält. Außerdem sollen alle Unternehmen, die wirtschaftliche und rechtliche organisatorische Verbindungen haben, als Teil desselben Konzerns gelten. So soll ein Videoplattformanbieter als im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen gelten, wenn er wirtschaftliche und rechtliche organisatorische Verbindungen zu einem anderen Unternehmen hat, das im selben Mitgliedstaat niedergelassen ist.

Tabelle 3 im Anhang dieser Publikation bietet einen Überblick über den laufenden Revisionsprozess im Hinblick auf die Bestimmungen zu den Regeln für die Niederlassung von Videoplattformen.

6.1.4 Die Pflicht, Nutzern bestimmte Informationen über Videoplattformen zugänglich zu machen

Das Europäische Parlament schlägt in einem neuen Artikel 28c vor, für Videoplattformen die gemäß Artikel 5 der aktuellen AVMD-Richtlinie für Anbieter audiovisueller Mediendienste geltende Verpflichtung zu übernehmen, den Nutzern bestimmte Informationen zugänglich zu machen: den Namen des Anbieters, die geografische Anschrift, unter der er niedergelassen ist, Angaben, die es ermöglichen, schnell Kontakt mit ihm aufzunehmen und unmittelbar und wirksam mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seiner E-Mail-Adresse oder seiner Internetseite, sowie den Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit er unterworfen ist, und die zuständigen Regulierungs- oder Aufsichtsstellen. Dieser Vorschlag wurde jedoch in der allgemeinen Ausrichtung des Rates zurückgezogen.

Zu diesem Thema enthält der Kompromisstext vom April 2018 keine Änderungen.

Tabelle 4 im Anhang dieser Publikation gibt einen Überblick über den laufenden Revisionsprozess im Hinblick auf die Bestimmungen zu dieser Verpflichtung.



6.2 Vorgeschlagene Maßnahmen im Zusammenhang mit der Revision der Urheberrechtsrichtlinie

Am 14. September 2016 veröffentlichte die Europäische Kommission ihren Vorschlag für eine Richtlinie über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt.²²³ Sein Ziel ist die Modernisierung des derzeitigen Urheberrechtsrahmens unter Berücksichtigung der jüngsten technologischen Entwicklungen und der neuen Möglichkeiten zur Verbreitung urheberrechtlich geschützter Inhalte im Binnenmarkt.

Dieser Reformentwurf soll ein besseres Gleichgewicht in der Vergütung der verschiedenen Akteure in der Verwertungskette, eine größere Transparenz in den vertraglichen Vereinbarungen zwischen Urhebern und Online-Plattformen sowie eine breitere Verfügbarkeit urheberrechtlich geschützter Inhalte innerhalb der EU-Grenzen und darüber hinaus fördern.

Im Rahmen des Haftungsausschlusses der E-Commerce-Richtlinie schafft Artikel 13²²⁴ der vorgeschlagenen Richtlinie eine Verpflichtung für Anbieter von Diensten der Informationsgesellschaft, die von ihren Nutzern hochgeladene urheberrechtlich geschützte Inhalte speichern oder zugänglich machen, geeignete und angemessene Maßnahmen zu ergreifen, um die Einhaltung der mit den Rechteinhabern geschlossenen Vereinbarungen zu gewährleisten und die Zugänglichkeit urheberrechtsverletzender Inhalte über ihre Dienste zu verhindern, sobald diese von den Rechteinhabern benannt wurden.

²²³ Europäische Kommission, Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt, COM(2016) 593 final, 14. September 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=COM:2016:593:FIN>. Ein Überblick findet sich in <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/modernisation-eu-copyright-rules>.

²²⁴ Artikel 13 (Nutzung geschützter Inhalte durch Diensteanbieter der Informationsgesellschaft, die große Mengen der von ihren Nutzern hochgeladenen Werke und sonstigen Schutzgegenstände speichern oder zugänglich machen) des Vorschlags für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt, COM(2016) 593 final

1. Diensteanbieter der Informationsgesellschaft, die große Mengen der von ihren Nutzern hochgeladenen Werke und sonstigen Schutzgegenstände in Absprache mit den Rechteinhabern speichern oder öffentlich zugänglich machen, ergreifen Maßnahmen, um zu gewährleisten, dass die mit den Rechteinhabern geschlossenen Vereinbarungen, die die Nutzung ihrer Werke oder sonstigen Schutzgegenstände regeln, oder die die Zugänglichkeit der von den Rechteinhabern genannten Werke oder Schutzgegenstände über ihre Dienste untersagen, eingehalten werden. Diese Maßnahmen wie beispielsweise wirksame Inhaltserkennungstechniken müssen geeignet und angemessen sein. Die Diensteanbieter müssen gegenüber den Rechteinhabern in angemessener Weise darlegen, wie die Maßnahmen funktionieren und eingesetzt werden und ihnen gegebenenfalls über die Erkennung und Nutzung ihrer Werke und sonstigen Schutzgegenstände Bericht erstatten.

2. Die Mitgliedstaaten müssen gewährleisten, dass die in Absatz 1 genannten Diensteanbieter den Nutzern für den Fall von Streitigkeiten über die Anwendung der in Absatz 1 genannten Maßnahmen Beschwerdemechanismen und Rechtsschutzmöglichkeiten zur Verfügung stellen.

3. Die Mitgliedstaaten erleichtern gegebenenfalls die Zusammenarbeit zwischen den Diensteanbietern der Informationsgesellschaft und den Rechteinhabern durch Dialoge zwischen den Interessenträgern, damit festgelegt werden kann, welche Verfahren sich beispielsweise unter Berücksichtigung der Art der Dienste, der verfügbaren Technik und deren Wirksamkeit vor dem Hintergrund der technologischen Entwicklungen als geeignete und angemessene Inhalteerkennungstechniken bewährt haben.



Bei der Verhandlung über diesen Artikel kam es zwischen den Interessenträgern zu heftigem Streit über die Auswirkungen der vorgeschlagenen Maßnahmen auf die Pflichten der Diensteanbieter der Informationsgesellschaft. So wurde vorgebracht, eine Verpflichtung der Diensteanbieter, Maßnahmen zu ergreifen, „um zu gewährleisten, dass die mit den Rechteinhabern geschlossenen Vereinbarungen, die [...] die Zugänglichkeit der von den Rechteinhabern genannten Werke oder Schutzgegenstände über ihre Dienste untersagen, [...] wie beispielsweise wirksame Inhaltserkennungstechniken“, wäre mit einer allgemeinen Überwachungspflicht verbunden und stände daher im Gegensatz zu der Haftungsregelung in Artikel 14 der E-Commerce-Richtlinie, wonach Diensteanbieter der Informationsgesellschaft von einer solchen inhaltlichen Vorabkontrolle bisher ausgenommen sind.²²⁵

Als weniger umstritten erwies sich der Vorschlag, Diensteanbieter zu verpflichten, den Nutzern für den Fall von Streitigkeiten über deren Maßnahmen in Bezug auf hochgeladene Inhalte Beschwerdemechanismen und Rechtsschutzmöglichkeiten zur Verfügung zu stellen. Diese Mechanismen sollen die Nutzer in die Lage versetzen, mögliche unverhältnismäßige Maßnahmen der Diensteanbieter anzufechten und Fälle zu vermeiden, in denen Anbieter auf der Grundlage ihrer Nutzungsbedingungen gegen Inhalte vorgehen statt aufgrund effektiver Gesetzesverstöße und unabhängig vom Recht und von der Freiheit der Nutzer, Inhalte zu verbreiten, selbst wenn diese Inhalte vollkommen legal sind.

Der vorgeschlagene Artikel 13 schafft auch die Grundlage für eine künftige „Zusammenarbeit zwischen den Diensteanbietern der Informationsgesellschaft und den Rechteinhabern, damit festgelegt werden kann, welche Verfahren sich beispielsweise [...] als geeignete und angemessene Inhalteerkennungstechniken bewährt haben“.

Welches Verfahren für diese legislative Initiative gilt, ist Gegenstand der interinstitutionellen Verhandlungen, und zum Erscheinungszeitpunkt der vorliegenden Publikation stand die Stellungnahme des Europäischen Parlaments noch aus.²²⁶

²²⁵ Siehe den von 56 Organisationen unterzeichneten offenen Brief gegen den vorgeschlagenen Artikel 13 unter https://www.eff.org/files/2017/10/16/openletteroncopyrightdirective_final.pdf. Einen kritischen Kommentar liefert Angelopoulos C., EU Copyright Reform: Outside the Safe Harbours, Intermediary Liability Capsizes into Incoherence, Kluwer Copyright Blog, 6. Oktober 2016, <http://copyrightblog.kluweriplaw.com/2016/10/06/eu-copyright-reform-outside-safe-harbours-intermediary-liability-capsizes-incoherence/>.

²²⁶ Der Stand des Revisionsprozesses in der Verfahrensdatei zum Verfahren 2016/0280/COD lässt sich auf der Seite der Legislativen Beobachtungsstelle des Europäischen Parlaments, [http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0280\(COD\)&l=de#keyEvents](http://www.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?reference=2016/0280(COD)&l=de#keyEvents), und auch bei EUR-Lex, http://eur-lex.europa.eu/procedure/DE/2016_280, verfolgen.



6.3 Initiativen im Zusammenhang mit der Strategie für den digitalen Binnenmarkt

Die Strategie für einen digitalen Binnenmarkt (DBM) für Europa, die am 25. Mai 2016 bekannt gegeben wurde, nimmt bei mehreren von der Europäischen Kommission empfohlenen wichtigen Maßnahmen auf Online-Plattformen Bezug. Anstatt jedoch eine allgemeingültige Definition festzulegen, hat sich die Kommission für ein breites Spektrum von Beispielen entschieden.²²⁷

6.3.1 Die (Nicht-)Revision der E-Commerce-Richtlinie

Die Europäische Kommission hat die Wirksamkeit der E-Commerce-Richtlinie im Hinblick darauf überwacht, ob sie für die aktuelle technologische Entwicklung und die neuen Möglichkeiten der Verbreitung und Anzeige von Inhalten im Internet geeignet ist. Hierzu setzte sie eine Expertengruppe ein, die im November 2005 erstmals zusammentrat und die Aufgabe hatte, die Kommission in Fragen des elektronischen Geschäftsverkehrs und der damit verbundenen Dienstleistungen zu beraten. Sie soll die administrative Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten untereinander sowie zwischen den Mitgliedstaaten und der Kommission verbessern bzw. erleichtern, Probleme bei der Anwendung der Richtlinie ansprechen und neu aufkommende Themen im Bereich E-Commerce erörtern.²²⁸

Im September 2015 eröffnete die Europäische Kommission im Rahmen der DBM-Strategie eine öffentliche Konsultation zum regulatorischen Umfeld von Plattformen, Online-Mittlern, Daten, Cloud-Computing und partizipativer Wirtschaft.²²⁹ Die Konsultation behandelte u. a. die soziale und wirtschaftliche Rolle von Online-Plattformen, Transparenz, Nutzungsbedingungen; Bewertungssysteme und Überprüfungen, die Nutzung von Informationen durch Plattformen und die Rolle von Online-Mittlern.

²²⁷ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen, „Strategie für einen digitalen Binnenmarkt für Europa“, SWD(2015) 100 final, COM(2015) 192 final, Brüssel, 6. Mai 2015, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CELEX:52015DC0192>

²²⁸ Die Expertengruppe für elektronischen Geschäftsverkehr im Register der Expertengruppen der Kommission, http://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail_groupDetail&groupID=1636&Lang=DE.

²²⁹ Public consultation on the regulatory environment for platforms, online intermediaries, data and cloud computing and the collaborative economy (Öffentliche Konsultation der Kommission zum regulatorischen Umfeld von Plattformen, Online-Mittlern, Daten, Cloud-Computing und partizipativer Wirtschaft), 24. September 2015 bis 6. Januar 2016, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-regulatory-environment-platforms-online-intermediaries-data-and-cloud>.

Erwähnenswert ist auch, dass eine erste öffentliche Konsultation zur Zukunft des elektronischen Geschäftsverkehrs im Jahr 2010 stattfand

(<https://circabc.europa.eu/faces/jsp/extension/wai/navigation/container.jsp>), gefolgt von einer öffentlichen Konsultation über Notice-and-Action-Verfahren im Jahr 2012

(http://ec.europa.eu/internal_market/consultations/2012/clean-and-open-internet/summary-of-responses_en.pdf).



Die Feststellungen im Rahmen der öffentlichen Konsultation lassen den Schluss zu, dass in Bezug auf Online-Mittler und die Bekämpfung illegaler Inhalte im Internet gewisse Bedenken gegen die aktuelle Haftungsregelung im Rahmen der E-Commerce-Richtlinie geäußert wurden. In den Stellungnahmen wurde z.T. die Auffassung vertreten, dass die aktuelle Regelung ihren Zweck noch erfüllt, während andere Antworten mehr Klarheit und Orientierung bei der Umsetzung fordern und sogar die Schaffung weiterer Kategorien von Vermittlungsdiensten neben reiner Durchleitung, Caching und Hosting vorschlagen.²³⁰

Die Konsultation ergab eine gewisse Unterstützung für die bestehenden Grundsätze, und daher wird die E-Commerce-Richtlinie derzeit keinem Revisionsprozess unterzogen.²³¹

6.3.2 Initiativen zum Thema Desinformation und „Fake News“

Über die Risiken und die Folgen des wachsenden Umfangs von „Fake News“ – bzw. Desinformation – im Internet wird seit Jahren diskutiert. Angesichts der globalen Ausmaße, die das Phänomen mittlerweile erreicht hat, und angesichts der Bedrohung, die es für die Demokratie und die öffentliche Ordnung darstellt, haben die europäischen Behörden begonnen, zu reagieren und dagegen vorzugehen.²³²

Auf EU-Ebene forderte eine Entschließung des Europäischen Parlaments vom 15. Juni 2017 zu Online-Plattformen im digitalen Binnenmarkt die Kommission auf, die gegenwärtigen Herausforderungen und den aktuellen Rechtsrahmen zu analysieren, um potenzielle rechtliche Instrumente zur Begrenzung der Verbreitung von Inhalten mit Fake News zu identifizieren.²³³

Im November 2017 veröffentlichte die Europäische Kommission einen Maßnahmenkatalog zum Thema „Fake News und online verbreitete Desinformation“.²³⁴ Die Roadmap zielt auf die Einbeziehung von Interessenträgern in alle weiteren Maßnahmen der Kommission ab. Dazu sollen diese über die Arbeit der Kommission informiert werden, auch über die Hauptprobleme und die möglichen Lösungen, die bei

²³⁰ European Commission, Full report on the results of the public consultation on the Regulatory environment for Platforms, Online Intermediaries and the Collaborative Economy, http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=15877.

²³¹ Europäische Kommission, Online-Plattformen im digitalen Binnenmarkt – Chancen und Herausforderungen für Europa, COM(2016) 288 final, Brüssel, 25. Mai 2016, <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX:52016DC0288#footnoteref31>.

²³² Das Hochkommissariat für Menschenrechte der Vereinten Nationen – über seinen Sonderberichterstatter zum Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung – und die Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (OSZE) haben im März 2017 zusammen mit anderen internationalen Organisationen eine gemeinsame Erklärung zu „Fake News“, Desinformation und Propaganda herausgegeben: www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=21287&LangID=E.

²³³ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0272+0+DOC+XML+V0//DE>.

²³⁴ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-5489364_de.



allen weiteren Schritten zu berücksichtigen sind, und um ihre Einschätzung gebeten werden.

Die Kommission eröffnete im selben Monat als eine der wichtigsten neuen Initiativen eine öffentliche Konsultation zu Fake News und online verbreiteter Desinformation und gab die Einrichtung einer Hochrangigen Expertengruppe bekannt, in der Wissenschaftler, Online-Plattformen, Nachrichtenmedien und zivilgesellschaftliche Organisationen vertreten sind und die an der Formulierung einer EU-weiten Strategie zur Bekämpfung der Verbreitung von Fake News mitwirken sollte.²³⁵ Die Expertengruppe legte ihren ersten Bericht im März 2018 vor.²³⁶ Die Europäische Kommission will, aufbauend auf diesem Bericht und den Ergebnissen der öffentlichen Konsultation zu Fake News und online verbreiteter Desinformation²³⁷, eine Mitteilung über die Bekämpfung von Desinformation im Internet veröffentlichen.

Die Expertengruppe nannte in ihrem Bericht verschiedene kurzfristige Maßnahmen für Online-Plattformen. Danach sollten sich Online-Plattformen an einer Koalition mit Nachrichtenmedien und zivilgesellschaftlichen Organisationen beteiligen, bei der alle dazu bereiten Interessenträger aus den relevanten Bereichen an der Formulierung des vorgeschlagenen Praxiskodex mitwirken und dessen Umsetzung und kontinuierliche Überwachung begleiten würden. Dieser Praxiskodex mehrerer Interessenträger soll konkrete Verhaltensregeln festlegen, wobei die Grundsätze zu berücksichtigen sind, die die Expertengruppe in ihrem Bericht nennt. Danach sollten Plattformen

1. unter Beachtung des „Follow-the-Money“-Prinzips ihre Werberichtlinien anpassen und mit der Werbewirtschaft zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass Unternehmen weder Werbung bei Unternehmen platzieren, die sich als Verbreiter von Desinformation erwiesen haben, noch Werbung von solchen Unternehmen hosten,
2. unter gebührender Beachtung der Privatsphäre, der Meinungsfreiheit und des Medienpluralismus die Transparenz und die Rechenschaftspflicht gegenüber der Öffentlichkeit im Hinblick auf die Verarbeitung von Nutzerdaten zur Platzierung von Werbung gewährleisten,
3. sicherstellen, dass gesponserte Inhalte, einschließlich politischer Werbung, ausreichend gut von anderen Inhalten zu unterscheiden sind, um die Transparenz zu garantieren,
4. zusammenarbeiten, indem sie einen datenschutzkonformen Zugriff auf Daten für Faktenüberprüfungen und Forschungsaktivitäten ermöglichen,

²³⁵ Die Liste der Mitglieder der Hochrangigen Expertengruppe ist zu finden unter <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/experts-appointed-high-level-group-fake-news-and-online-disinformation>.

²³⁶ Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, März 2018, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

²³⁷ Public consultation on fake news and online disinformation (Öffentliche Konsultation zu Fake News und online verbreiteter Desinformation) 13. November 2017 bis 23. Februar 2018, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/public-consultation-fake-news-and-online-disinformation>.



5. erweiterte Einstellungen und Steuerungsmöglichkeiten zur Verfügung stellen, um die Nutzer zu stärken und in die Lage zu versetzen, ihre Online-Erfahrung anzupassen,
6. gegebenenfalls in Zusammenarbeit mit öffentlichen und privaten europäischen Nachrichtenmedien wirksame Maßnahmen ergreifen, um die Sichtbarkeit zuverlässiger, vertrauenswürdiger Nachrichten zu verbessern und den Nutzern den Zugriff darauf zu erleichtern,
7. gegebenenfalls und sofern technisch machbar, sicherstellen, dass tendenziöse Nachrichten von verwandten Nachrichtenvorschlägen begleitet werden
8. gegebenenfalls einfach zu bedienende Werkzeuge bereitstellen, mit denen sich die Nutzer an vertrauenswürdige Faktenprüfungsquellen wenden und ihr Recht auf Gegendarstellung wahrnehmen können,
9. Melde- und Vertrauenssysteme einsetzen, die sich auf die Nutzer stützen, und Vorkehrungen gegen deren Missbrauch durch Nutzer planen,
10. zusammenarbeiten, u. a. durch Bereitstellung von relevanten Daten zur Funktionsweise ihrer Dienste, einschließlich Daten für unabhängige Untersuchungen durch Hochschulforscher und allgemeine Informationen über Algorithmen, um einen gemeinsamen Ansatz für den Kampf gegen die Verbreitung und Verstärkung von Desinformation zu etablieren.

Die Expertengruppe ermutigt zur Einführung eines Selbstregulierungsansatzes auf der Grundlage eines klar definierten Prozesses zur Einbindung mehrerer Interessenträger, u. a. mit einer Reihe kurz- und mittelfristiger Maßnahmen, nach einem vorab festgelegten Umsetzungsfahrplan. An diese kurz- und mittelfristigen Maßnahmen soll sich eine korrekte Bewertung ihrer Effektivität und Effizienz anschließen. Anhand dieser Bewertung soll die Europäische Kommission ihren Ansatz im Frühjahr 2019 erneut prüfen und dann entscheiden, ob für die nächste Amtszeit weitere Maßnahmen in Erwägung gezogen werden sollten, z. B. (ko)regulatorische Interventionen, Wettbewerbsinstrumente oder Mechanismen zur Gewährleistung der kontinuierlichen Überwachung und Evaluierung von Selbstregulierungsmaßnahmen. Darüber hinaus führte die Europäische Kommission in ihrem Arbeitsprogramm für 2018 die Mitteilung „Online-Plattformen und Fake News“ auf.

Parallel dazu stellte der Europarat Ende September 2017 einen Bericht zum Thema „Informationsstörung“ vor.²³⁸ Darin nennt er Falsch-, Fehl- und Desinformation als unterschiedliche Arten von Informationsstörungen. Der Ausdruck, so die Autoren der Studie, beschreibt am besten die Komplexität der Phänomene „Fake News“ und „Informationsverschmutzung“.

²³⁸ Claire Wardle und Hossein Derakhshan, Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making, Council of Europe, Strasbourg, 27 September 2017, www.coe.int/en/web/freedom-expression/news/-/asset_publisher/thFVuWFiT2Lk/content/tackling-disinformation-in-the-global-media-environment-new-council-of-europe-report?_101_INSTANCE_thFVuWFiT2Lk_viewMode=view/&desktop=false,



6.3.3 Initiativen zum Verbraucherschutz

Am 25. Mai 2018 tritt die Datenschutz-Grundverordnung in Kraft, die am 24. Mai 2016 im Rahmen der Strategie für den digitalen Binnenmarkt verabschiedet wurde. Diese Verordnung soll den Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und den freien Verkehr derartiger Daten gewährleisten, um die Grundrechte der Bürger im digitalen Zeitalter in der gesamten Europäischen Union unabhängig vom Ort der Datenverarbeitung zu stärken.

Die Kommission plant eine Erweiterung und Anpassung des EU-Rechts an neue Verbraucherpraktiken im digitalen Zeitalter durch neue Regeln, die auch die Nutzer von kostenlosen Diensten wie sozialen Netzwerken und Online-Plattformen erfassen, die Verbraucherdaten zur Gewinnerzielung nutzen.²³⁹ Die vorgeschlagenen Änderungen betreffen die Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken und die Richtlinie über Verbraucherrechte sowie die Richtlinie über missbräuchliche Vertragsklauseln und die Richtlinie über Preisangaben. Der Vorschlag bestätigt den steigenden wirtschaftlichen Wert personenbezogener Daten, der sich dadurch ergibt, dass diese Daten monetarisiert und zu wirtschaftlichen Zwecken genutzt werden, d. h. zur Generierung von Einnahmen aus Online-Werbung. Bei diesem Vorschlag hätten große Internetunternehmen wie Google, Amazon, Facebook und Apple, um nur einige zu nennen, strengere Vorgaben einzuhalten oder bei Nichteinhaltung hohe Strafen zu gewärtigen. Für diesen Fall sehen die Änderungen Geldbußen von bis zu 4 Prozent vom Jahresumsatz des Unternehmens vor.

6.3.4 Initiativen zur Besteuerung

Nachdem sie bei der Sitzung des Rats für Wirtschaft und Finanzen (ECOFIN) im September 2017 öffentlich ihre Absicht erklärt hatten, die Besteuerung der Technologieriesen in Angriff zu nehmen, haben sich einige EU-Mitgliedstaaten auf die Einführung einer neuen Abgabe für digitale Unternehmen geeinigt. Die Finanz- und Wirtschaftsminister der EU-Mitgliedstaaten räumten die Notwendigkeit realistischerer Maßnahmen auf EU-Ebene ein, die der Realität des Marktes und den effektiven Gewinnen digitaler Unternehmen im EU-Markt gerecht werden, um eine faire und gleiche Besteuerung von Unternehmen unabhängig von deren Standort oder Tätigkeitsort zu gewährleisten.²⁴⁰

²³⁹ Siehe Vorschlag für eine Richtlinie des europäischen Parlaments und des Rates zur Änderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993, der Richtlinie 98/6/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, der Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates zur besseren Durchsetzung und Modernisierung der EU-Verbraucherschutzvorschriften, COM(2018) 185 final, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=COM:2018:185:FIN>.

²⁴⁰ Presidency Issues Note for the informal ECOFIN Tallinn, 16 September 2017, Discussion on corporate taxation challenges of the digital economy, www.eu2017.ee/sites/default/files/2017-09/Ecofin%20Informal_WS%20II_digital%20economy_15-16.Sept._17.pdf.



Die Mitgliedstaaten fanden zwei mögliche Wege. Der eine basiert auf Sofortlösungen, der andere auf dem Prinzip der „virtuellen Betriebsstätte“: Einige Mitgliedstaaten schlugen eine „Ausgleichsabgabe“ auf den Umsatz vor, den digitale Unternehmen in Europa generieren, und ein weiterer Vorschlag richtete sich auf die Regelung der Frage, welche Betriebsstätte für die Besteuerung maßgeblich sein soll. Bei Abfassung der vorliegenden Publikation war noch keine konkrete Entscheidung gefallen.

Siehe auch https://www.euractiv.com/section/digital/news/eu-ready-to-hit-big-us-tech-firms-with-3-turnover-tax/?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_profile_view_base_recent_activity_details_shares%3BTCDHkIDNSCKTill6YziL3w%3D%3D.





7 Anhang

Tabelle 11. Revisionsprozess zu Definitionen und allgemeinen Grundsätzen (Artikel 1 AVMD-RL)

Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴¹	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴²	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴³	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁴
	Artikel 1 (1) aa „Videoplattformdienst“ eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, die folgende Anforderungen erfüllt:	„Videoplattformdienst“ eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, die alle folgenden Anforderungen erfüllt:	„Videoplattformdienst“ eine Dienstleistung im Sinne der Artikel 56 und 57 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union, die alle folgende Anforderungen erfüllt:
	Artikel 1 (1) aa ... (i) der Dienst besteht in der Speicherung einer großen Menge an Sendungen oder an von Nutzern erstellten Videos, für die der Videoplattformanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt;	(i) eine Hauptfunktion des Dienstes besteht in der öffentlichen Bereitstellung von Sendungen oder von Nutzern erstellten Videos, für die der Videoplattformanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt;	(i) der Dienst besteht in der Speicherung von Sendungen oder von Nutzern erstellten Videos, für die der Videoplattformanbieter keine redaktionelle Verantwortung trägt;
	Artikel 1 (1) aa ... (ii) die Organisation der gespeicherten Inhalte wird vom Anbieter des Dienstes bestimmt, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Hosten, Anzeigen, Markieren und Anordnen;	(ii) die Organisation der öffentlich zugänglich gemachten Inhalte wird vom Anbieter des Dienstes bestimmt, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Hosten, Anzeigen, Markieren und Anordnen;	(ii) die Organisation der gespeicherten Sendungen oder von Nutzern erstellten Videos wird vom Anbieter der Videoplattform bestimmt, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Anzeigen, Markieren und Anordnen;
	Artikel 1 (1) aa ... (iii) der Hauptzweck oder ein trennbarer Teil der Dienstes besteht darin, Sendungen	(iii) der Hauptzweck des Dienstes oder eines Dienstes , der einen trennbaren Teil	(iii) der Hauptzweck des Dienstes, ein trennbarer Teil dieses Dienstes oder eine

²⁴¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

²⁴² <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/De/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>.

²⁴³ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A8-2017-0192&language=DE>.

²⁴⁴ http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_9691_2017_INIT&from=EN.



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴¹	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴²	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴³	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁴
	und von Nutzern erstellte Videos für die allgemeine Öffentlichkeit zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen;	eines umfassenderen Dienstes darstellt, besteht darin, Sendungen und von Nutzern erstellte Videos für die allgemeine Öffentlichkeit zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, oder dem Dienst kommt dabei eine wesentliche Rolle zu; und	wesentliche Funktion des Dienstes besteht darin, Sendungen und ²⁴⁵ von Nutzern erstellte Videos für die allgemeine Öffentlichkeit zur Information, Unterhaltung oder Bildung bereitzustellen, und
	Artikel 1 (1) aa ... (iv) der Dienst wird über elektronische Kommunikationsnetze im Sinne des Artikels 2 Buchstabe a der Richtlinie 2002/21/EG bereitgestellt.	Keine Änderung	Keine Änderung
	Artikel 1 (1) ba „von Nutzern erstelltes Video“ eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die einen Einzelbestandteil darstellt und von einem oder mehreren Nutzern erstellt und/oder auf eine Videoplattform hochgeladen wird;	„von Nutzern erstelltes Video“ eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die einen Einzelbestandteil darstellt und von einem oder mehreren Nutzern erstellt und/oder auf eine Videoplattform hochgeladen wird;	"von Nutzern erstelltes Video" eine Abfolge von bewegten Bildern mit oder ohne Ton, die unabhängig von ihrer Länge einen Einzelbestandteil darstellt und von einem Nutzer erstellt und von diesem oder einem anderen Nutzer auf eine Videoplattform hochgeladen wird;
	Artikel 1 (1) da „Videoplattformanbieter“ die natürliche oder juristische Person, die einen Videoplattformdienst betreibt;	Keine Änderung	Keine Änderung
Artikel 1 (1) k „Sponsoring“ jeden Beitrag von nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr	Keine Änderung	„Sponsoring“ jeden direkten oder indirekten Beitrag von nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten, Videoplattformdiensten oder von Nutzern erstellten Videos oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung der audiovisuellen	"Sponsoring" jeden Beitrag von nicht im Bereich der Bereitstellung von audiovisuellen Mediendiensten oder in der Produktion von audiovisuellen Werken tätigen öffentlichen oder privaten Unternehmen oder natürlichen Personen zur Finanzierung von audiovisuellen Mediendiensten oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre

²⁴⁵ Im englischen Original steht hier "programmes **or** user-generated videos"



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴¹	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴²	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴³	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁴
Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;		Mediendienste, Videoplattformdienste oder von Nutzern erstellten Videos oder Sendungen mit dem Ziel, ihren Namen, ihre Marke, ihr Erscheinungsbild, ihre Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;	Tätigkeiten oder ihre Leistungen zu fördern;
Artikel 1 (1) m „Produktplatzierung“ jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen;	Keine Änderung	„Produktplatzierung“ jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, sodass diese innerhalb einer Sendung oder eines von Nutzern erstellten Videos erscheinen;	„Produktplatzierung“ jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen;

Quelle: Ausarbeitung der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle anhand offizieller EU-Dokumente.

Tabelle 12. Revisionsprozess zu den für Videoplattformen geltenden Bestimmungen (Artikel 28a AVMD-RL)

Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
	Artikel 28a (1) Unbeschadet der Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass Videoplattformanbieter geeignete Maßnahmen treffen, um:	Unbeschadet der Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass Videoplattformanbieter geeignete, verhältnismäßige und wirksame Maßnahmen treffen, um	Unbeschadet der Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass ihrer Rechtshoheit unterliegende Videoplattformanbieter geeignete, verhältnismäßige und wirksame Maßnahmen treffen, um
	Artikel 28a (1)(a) Minderjährige vor Inhalten zu schützen, die deren körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung	Artikel 28a (1)(b) Minderjährige vor Inhalten zu schützen, die deren körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung	Artikel 28a (1)(a) Minderjährige vor Sendungen, von Nutzern erstellten Videos und audiovisueller kommerzieller

²⁴⁶ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

²⁴⁷ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>.

²⁴⁸ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A8-2017-0192&language=EN>.

²⁴⁹ http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_9691_2017_INIT&from=EN.



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
	beeinträchtigen können;	beeinträchtigen können.	Kommunikation zu schützen, die deren körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung beeinträchtigen können;
	Artikel 28a (1)(b) alle Bürger vor Inhalten zu schützen, die zu Gewalt oder Hass gegen eine nach Geschlecht, Rasse, Hautfarbe, Religion, Abstammung oder nach nationaler oder ethnischer Herkunft definierte Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer solchen Gruppe aufstacheln.	Artikel 28a (1)(a) alle Bürger vor Inhalten zu schützen, die zur Verletzung der menschlichen Würde oder zu Gewalt oder Hass gegen eine nach Nationalität, biologischem Geschlecht, Rasse, Hautfarbe, ethnischer oder sozialer Herkunft, genetischen Merkmalen, Sprache, Religion oder Weltanschauung, politischer oder sonstiger Anschauung, Zugehörigkeit zu einer nationalen Minderheit, Vermögen, Geburt, Behinderung, Alter, sozialem Geschlecht, Ausdruck der Geschlechtlichkeit, Geschlechtsidentität, sexueller Ausrichtung, Aufenthaltsstatus oder Gesundheit definierte Person oder Gruppe von Personen aufstacheln;	Artikel 28a (1)(b) die Öffentlichkeit vor Sendungen, von Nutzern erstellten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen , in denen zu Gewalt oder Hass gegen eine nach Geschlecht, Rasse oder ethnischer Herkunft, Nationalität, Religion oder Weltanschauung, Behinderung, Alter oder sexueller Ausrichtung definierte Gruppe von Personen oder gegen ein Mitglied einer solchen Gruppe aufgestachelt wird ;
			Artikel 28a (1)(ba) die Öffentlichkeit vor Sendungen, von Nutzern erstellten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen, in denen öffentlich zur Begehung einer terroristischen Straftat gemäß Artikel 5 der Richtlinie (EU) 2017/541 zur Terrorismusbekämpfung aufgefordert wird ;
			1a. Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass Videoplattformanbieter die Anforderungen des Artikels 9 Absatz 1 in Bezug auf audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die von diesen Videoplattformanbietern vermarktet, verkauft und zusammengestellt wird, erfüllen. Da Videoplattformanbieter nur eine begrenzte Kontrolle über audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die nicht von diesen Videoplattformanbietern



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
			<p><i>vermarktet, verkauft und zusammengestellt wird, ausüben, stellen die Mitgliedstaaten sicher, dass die Videoplattform-anbieter geeignete Maßnahmen ergreifen, um die Anforderungen nach Artikel 9 Absatz 1 zu erfüllen.</i></p>
	<p>Artikel 28a (2) Die Beurteilung, was eine geeignete Maßnahme im Sinne des Absatzes 1 darstellt, erfolgt angesichts der Art der fraglichen Inhalte, des Schadens, den sie anrichten können, der Merkmale der zu schützenden Personenkategorie sowie der betroffenen Rechte und rechtmäßigen Interessen, einschließlich derer der Videoplattformanbieter und der Nutzer, die die Inhalte erstellt und/oder hochgeladen haben, sowie des öffentlichen Interesses..</p> <p>Solche Maßnahmen beinhalten, soweit zweckmäßig:</p>	<p>2. [Siehe Artikel 28a (2a) unten]</p> <p>Solche Maßnahmen beinhalten, soweit zweckmäßig:</p>	<p><i>Für die Zwecke der Absätze 1 und 1a werden die geeigneten Maßnahmen anhand der Art der fraglichen Inhalte, des Schadens, den sie anrichten können, der Merkmale der zu schützenden Personenkategorie sowie der betroffenen Rechte und berechtigten Interessen, einschließlich derer der Videoplattformanbieter und der Nutzer, die die Inhalte erstellt und/oder hochgeladen haben, sowie des öffentlichen Interesses bestimmt. Diese Maßnahmen müssen durchführbar und verhältnismäßig sein und der Größe des Videoplattformdienstes und der Art des angebotenen Dienstes Rechnung tragen.</i></p> <p>Diese Maßnahmen <i>umfassen gegebenenfalls:</i></p>
	<p>Artikel 28a (2) a die Definition und Anwendung – in den Geschäftsbedingungen des Videoplattformanbieters – des in Absatz 1 Buchstabe b genannten Begriffs der Aufstachelung zu Gewalt oder Hass und des Begriffs der Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, gemäß Artikel 6 bzw. Artikel 12;</p>	<p>die Definition und Anwendung – in den Geschäftsbedingungen des Videoplattformanbieters – des in Absatz 1 Buchstabe a genannten Begriffs der Aufstachelung zu Gewalt oder Hass und des Begriffs der Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können, gemäß Artikel 6 Buchstabe a und b bzw. Artikel 6a; im Sinne des Absatzes 1 stellen die Mitgliedstaaten sicher, dass derartige Maßnahmen auf der Grundlage der Geschäftsbedingungen nur dann zulässig sind, wenn Nutzer gemäß nationalen</p>	<p>die Einbeziehung und Anwendung – im Rahmen der Geschäftsbedingungen der Videoplattformdienste – der Anforderungen, in Einklang mit Artikel 6 nicht zu Gewalt oder Hass gemäß Absatz 1 Buchstabe b aufzustacheln und nicht öffentlich zur Begehung einer terroristischen Straftat gemäß Absatz 1 Buchstabe ba aufzufordern, sowie des Konzepts in Bezug auf Inhalte, die gemäß Artikel 12 Absatz 1 die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;</p>



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
		<i>Verfahrensregeln die Möglichkeit haben, ihre Rechte vor einem Gericht geltend zu machen, nachdem sie von derartigen Maßnahmen Kenntnis erlangt haben;</i>	
			<i>Artikel 28a (2)(aa) die Einbeziehung und Anwendung – im Rahmen der Geschäftsbedingungen der Videoplattformdienste – der Anforderungen des Artikels 9 Absatz 1 für audiovisuelle kommerzielle Kommunikation, die nicht von den Videoplattformanbietern vermarktet, verkauft oder zusammengestellt wird;</i>
	Artikel 28a (2) b die Einrichtung und den Betrieb von Mechanismen, mit denen Videoplattformnutzer dem betreffenden Videoplattformbetreiber die in Absatz 1 genannten Inhalte, die auf seiner Plattform gespeichert sind, melden oder anzeigen können;	die Einrichtung und den Betrieb von transparenten und nutzerfreundlichen Mechanismen, mit denen Videoplattformnutzer dem betreffenden Videoplattformbetreiber die in Absatz 1 genannten Inhalte, die auf seiner Plattform gehostet sind, melden oder anzeigen können;	die Einrichtung und den Betrieb von Mechanismen, mit denen Videoplattformnutzer dem betreffenden Videoplattformbetreiber die in Absatz 1 genannten Inhalte, die auf seiner Plattform gespeichert sind, melden oder anzeigen können;
		<i>Artikel 28a (2)(ba) die Einrichtung und den Betrieb von Systemen, mit denen Videoplattformanbieter den Videoplattformnutzern erklären, welche Wirkung die in Buchstabe b genannten Meldungen oder Anzeigen hatten;</i>	[ENTFÄLLT]
	Artikel 28a (2) c die Einrichtung und den Betrieb von Altersüberprüfungssystemen für Videoplattformnutzer in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;	die Einrichtung und den Betrieb von Altersüberprüfungssystemen für Videoplattformnutzer in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können; derartige Systeme dürfen keine zusätzliche Verarbeitung personenbezogener Daten nach sich ziehen und lassen Artikel 8 der Verordnung (EU) 2016/679 unberührt;	die Einrichtung und den Betrieb von Altersüberprüfungssystemen für Videoplattformnutzer in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;
	Artikel 28a (2) d		



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
	die Einrichtung und den Betrieb von Systemen, mit denen Videoplattformnutzer die in Absatz 1 genannten Inhalte bewerten können;	die Einrichtung und den Betrieb von leicht zu handhabenden Systemen, mit denen Videoplattformnutzer die in Absatz 1 genannten Inhalte bewerten können;	die Einrichtung und den Betrieb von Systemen, mit denen Videoplattformnutzer die in Absatz 1 genannten Inhalte bewerten können;
	Artikel 28a (2) e die Bereitstellung von Systemen zur elterlichen Kontrolle in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;	die Bereitstellung von Systemen zur elterlichen Kontrolle, die der Kontrolle der Endnutzer unterliegen und in Bezug auf die in diesem Absatz und in Absatz 3 genannten Maßnahmen verhältnismäßig sind, in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können; die Regulierungsbehörden und/oder -stellen geben die erforderlichen Leitlinien vor, um sicherzustellen, dass bei den ergriffenen Maßnahmen das Recht auf freie Meinungsäußerung gewahrt wird und dass sie die Anforderung umfassen, dass die Nutzer informiert werden;	die Bereitstellung von Systemen zur elterlichen Kontrolle in Bezug auf Inhalte, die die körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung von Minderjährigen beeinträchtigen können;
	Artikel 28a (2) f die Einrichtung und den Betrieb von Systemen, mit denen Videoplattformanbieter den Videoplattformnutzern erklären, welche Wirkung die in Buchstabe b genannten Meldungen oder Anzeigen gehabt haben.	die Einrichtung und den Betrieb von transparenten, leicht zu handhabenden und wirksamen Verfahren für den Umgang mit und die Beilegung von Streitigkeiten zwischen dem Videoplattformanbieter und seinen Nutzern in Bezug auf die Umsetzung der in Buchstabe b bis f genannten Maßnahmen.	die Einrichtung und den Betrieb von Systemen, mit denen Videoplattformanbieter den Videoplattformnutzern erklären, welche Wirkung die in Buchstabe b genannten Meldungen oder Anzeigen gehabt haben;
			Artikel 28a (2) fa das Angebot wirksamer Maßnahmen und Instrumente für Medienkompetenz und die Sensibilisierung der Nutzer für diese Maßnahmen und Instrumente.
	[Siehe Artikel 28a (2) oben]	Artikel 28a (2a) Die Beurteilung, was eine geeignete Maßnahme im Sinne des Absatzes 1 darstellt, erfolgt angesichts der Art der fraglichen Inhalte, des Schadens, den sie anrichten können, der	[Siehe Artikel 28a (2) oben]



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
		<p>Merkmale der zu schützenden Personenkategorie sowie der betroffenen Rechte und rechtmäßigen Interessen, einschließlich derer der Videoplattformanbieter und der Nutzer, die die Inhalte hochgeladen haben, sowie des öffentlichen Interesses.</p> <p>Durch geeignete Maßnahmen werden das Recht auf freie Meinungsäußerung, die Informationsfreiheit und der Medienpluralismus geachtet. Die schädlichsten Inhalte unterliegen den strengsten Maßnahmen. Derartige Maßnahmen führen weder zu Ex-ante-Kontrollmaßnahmen noch zur Filterung von Inhalten beim Hochladen.</p>	
	<p>Artikel 28a (3) Zur Umsetzung der in den Absätzen 1 und 2 genannten Maßnahmen fördern die Mitgliedstaaten die Koregulierung gemäß Artikel 4 Absatz 7.</p>	<p>Zur Umsetzung der in den Absätzen 1 und 2 genannten Maßnahmen fördern und erleichtern die Mitgliedstaaten und die Kommission die Selbstregulierung und Koregulierung gemäß Artikel 4 Absatz 7 und 7a, wobei dafür gesorgt wird, dass die Verhaltenskodizes den Bestimmungen dieser Richtlinie entsprechen und mit den in der Charta der Grundrechte – insbesondere Artikel 52 – verankerten Rechten, Freiheiten und Grundsätzen uneingeschränkt im Einklang stehen. Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass Videoplattformanbieter regelmäßig Prüfungen in Bezug auf ihre Umsetzung der in Absatz 1 genannten Maßnahmen vornehmen und veröffentlichen.</p>	<p>Für die Zwecke der Umsetzung der in Absatz 2 genannten Maßnahmen werden die Mitgliedstaaten ermutigt, die Koregulierung gemäß Artikel 4a Absatz 1 zu nutzen.</p>
			<p>Artikel 28a (3a) Um die wirksame und einheitliche Anwendung dieses Artikels sicherzustellen, gibt die Kommission nach Konsultation des Kontaktausschusses gegebenenfalls Leitlinien für die praktische Anwendung des Artikels 1 Buchstabe aa</p>



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
	<p>Artikel 28a (4) Die Mitgliedstaaten schaffen die erforderlichen Mechanismen zur Beurteilung der Angemessenheit der in den Absätzen 2 und 3 genannten Maßnahmen der Videoplattformanbieter. Mit dieser Aufgabe betrauen die Mitgliedstaaten die gemäß Artikel 30 benannten Behörden.</p>	<p>Die Mitgliedstaaten schaffen die erforderlichen Mechanismen, um die Durchführung und Wirksamkeit der ergriffenen Maßnahmen zu beurteilen und darüber Bericht zu erstatten, wobei ihrer Rechtmäßigkeit, Transparenz, Notwendigkeit, Wirksamkeit und Verhältnismäßigkeit Rechnung zu tragen ist. Mit dieser Aufgabe betrauen die Mitgliedstaaten die gemäß Artikel 30 benannten Behörden. Die Regulierungsbehörden und/oder -stellen geben die erforderlichen Leitlinien vor, um sicherzustellen, dass bei den ergriffenen Maßnahmen das Recht auf freie Meinungsäußerung gewahrt wird und dass sie die Anforderung umfassen, dass die Nutzer informiert werden.</p>	<p>Ziffer iii heraus. Die Mitgliedstaaten schaffen die erforderlichen Mechanismen zur Beurteilung der Angemessenheit der in Absatz 2 genannten Maßnahmen der Videoplattformanbieter. Die Mitgliedstaaten betrauen die nationalen Regulierungsbehörden mit der Beurteilung dieser Maßnahmen.</p>
	<p>Artikel 28a (5) Die Mitgliedstaaten erlegen Videoplattformanbietern keine Maßnahmen auf, die strenger sind als die in den Absätzen 1 und 2 genannten Maßnahmen. Die Mitgliedstaaten sind nicht daran gehindert, strengere Maßnahmen in Bezug auf rechtswidrige Inhalte aufzuerlegen. Wenn sie solche Maßnahmen erlassen, halten sie die im geltenden EU-Recht festgelegten Bedingungen ein, darunter gegebenenfalls die Vorgaben der Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG oder des Artikels 25 der Richtlinie 2011/93/EU</p>	<p>Artikel 8 findet auf Videoplattformanbieter Anwendung.</p> <div style="border: 1px dashed black; padding: 5px; margin: 10px 0;"> <p>„Artikel 8 Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Mediendiensteanbieter und Videoplattformanbieter Kinospiele nicht zu anderen als den mit den Rechteinhabern vereinbarten Zeiten übertragen.“</p> </div>	<p>Die Mitgliedstaaten können Videoplattformanbietern Maßnahmen auferlegen, die ausführlicher oder strenger sind als die in Absatz 2 genannten Maßnahmen. Wenn sie solche Maßnahmen erlassen, halten die Mitgliedstaaten die im geltenden EU-Recht festgelegten Anforderungen ein, darunter die Vorgaben der Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG oder des Artikels 25 der Richtlinie 2011/93/EU.</p>
		<p>Artikel 28a (5a) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass von Videoplattformanbietern vermarktetes, verkauftes oder zusammengestelltes Sponsoring und von</p>	<p>[ENTFÄLLT]</p>



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
		<p><i>Videoplattformanbietern vermarktete, verkaufte oder zusammengestellte audiovisuelle kommerzielle Kommunikation mit den Anforderungen der Artikel 9 und 10 im Einklang stehen. Unbeschadet der Artikel 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG sorgen die Mitgliedstaaten dafür, dass Videoplattformanbieter von ihren Nutzern, die Inhalte hochladen, verlangen, dass sie erklären, ob diese Inhalte Werbung, gesponserte Inhalte oder Produktplatzierungen enthalten. Die Mitgliedstaaten verlangen, dass Videoplattformen dafür sorgen, dass Dienstleistungsempfänger eindeutig über erklärte bzw. bekannte Inhalte in Kenntnis gesetzt werden, die Werbung, gesponserte Inhalte oder Produktplatzierungen enthalten.</i></p>	
	<p>Artikel 28a (6) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass Beschwerde- und Rechtsbehelfsmechanismen zur Beilegung von Streitigkeiten zwischen Nutzern und Videoplattformanbietern bezüglich der Anwendung der in den Absätzen 1 und 2 genannten geeigneten Maßnahmen zur Verfügung stehen.</p>	[ENTFÄLLT]	<p>Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass Beschwerde- und Rechtsbehelfsmechanismen zur Beilegung von Streitigkeiten zwischen Nutzern und Videoplattformanbietern bezüglich der Anwendung der Absätze 1 und 2 zur Verfügung stehen.</p>
			<p>Artikel 28a (6a) Zusätzlich zu den in Absatz 2 genannten Maßnahmen fördern die Mitgliedstaaten Strategien und Programme zur Entwicklung von Medienkompetenz.</p>
	<p>Artikel 28a (7) Die Kommission und die ERGA halten die Videoplattformanbieter zum Austausch bewährter Verfahren im Hinblick auf Koregulierungssysteme in der gesamten Union an. Die Kommission erleichtert gegebenenfalls die</p>	<p>Die Kommission und die ERGA halten die Videoplattformanbieter zum Austausch bewährter Verfahren im Hinblick auf Selbstregulierungs- und Koregulierungssysteme in der gesamten Union an. Die Kommission erleichtert</p>	<p>Die Kommission ermutigt die Videoplattformanbieter, bewährte Verfahren bezüglich auf Koregulierung beruhender Verhaltenskodizes gemäß Absatz 3 auszutauschen.</p>



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁴⁶	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁴⁷	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁴⁸	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁴⁹
	Aufstellung von Verhaltenskodizes der Union.	gegebenenfalls die Aufstellung von Verhaltenskodizes der Union.	
	Artikel 28a (8) Videoplattformanbieter oder, soweit zutreffend, die Organisationen, die solche Anbieter in diesem Zusammenhang vertreten, übermitteln der Kommission die Entwürfe der Verhaltenskodizes der Union sowie Änderungen oder Erweiterungen bestehender Verhaltenskodizes der Union. Die Kommission kann die ERGA auffordern, zu den Entwürfen, Änderungen oder Erweiterungen solcher Verhaltenskodizes Stellung zu nehmen. Die Kommission kann diese Verhaltenskodizes in angemessener Weise bekanntmachen.	Videoplattformanbieter oder, soweit zutreffend, die Organisationen, die solche Anbieter in diesem Zusammenhang vertreten, übermitteln der Kommission die Entwürfe der Verhaltenskodizes der Union sowie Änderungen oder Erweiterungen bestehender Verhaltenskodizes der Union. Die Kommission kann die ERGA auffordern, zu den Entwürfen, Änderungen oder Erweiterungen solcher Verhaltenskodizes Stellung zu nehmen. Die Kommission veröffentlicht diese Verhaltenskodizes, damit der Austausch bewährter Verfahren gefördert wird.	Die Mitgliedstaaten und die Kommission können die Selbstregulierung mit Hilfe von Verhaltenskodizes der Union gemäß Artikel 4a Absatz 2 fördern.

Quelle: Ausarbeitung der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle anhand offizieller EU-Dokumente.

Tabelle 13. Revisionsprozess zu den Bestimmungen zur Niederlassung von Videoplattformen (Artikel 28b AVMD-RL)

Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁵⁰	Vorschläge der Kommission 25. Mai 2016 ²⁵¹	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁵²	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁵³
			Artikel 28b (-1) Für die Zwecke dieser Richtlinie unterliegt ein Videoplattformanbieter, der im Sinne des Artikels 3 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen ist, der Rechtshoheit dieses Mitgliedstaats.

²⁵⁰ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

²⁵¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/De/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>.

²⁵² <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A8-2017-0192&language=DE>.

²⁵³ http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_9691_2017_INIT&from=EN.



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁵⁰	Vorschläge der Kommission 25. Mai 2016 ²⁵¹	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁵²	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁵³
	<p>Artikel 28b (1) Die Mitgliedstaaten sorgen dafür, dass Videoplattformanbieter, die nicht in ihrem Gebiet niedergelassen sind, aber entweder ein in ihrem Gebiet niedergelassenes Mutter- oder Tochterunternehmen haben oder aber zu einem Konzern gehören, wobei ein anderer Teil dieses Konzerns in ihrem Gebiet niedergelassen ist, für die Zwecke des Artikels 3 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EWG als in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassen gelten.</p>	Keine Änderung	<p><i>Ein Videoplattformanbieter, der nicht gemäß Absatz 1 im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen ist, gilt für die Zwecke dieser Richtlinie als im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen, wenn dieser Videoplattformanbieter:</i></p> <p><i>a) ein Mutter- oder ein Tochterunternehmen hat, das im Hoheitsgebiet dieses Mitgliedstaats niedergelassen ist; oder</i></p> <p><i>b) Teil einer Gruppe ist und ein anderes Unternehmen dieser Gruppe im Hoheitsgebiet dieses Mitgliedstaats niedergelassen ist.</i></p> <p><i>Für die Zwecke dieses Artikels bezeichnet der Ausdruck</i></p> <p><i>a) "Mutterunternehmen" ein Mutterunternehmen im Sinne des Artikels 2 Nummer 9 der Richtlinie 2013/34/EU;</i></p> <p><i>b) "Tochterunternehmen" ein Tochterunternehmen im Sinne des Artikels 2 Nummer 10 der Richtlinie 2013/34/EU;</i></p> <p><i>c) "Gruppe" ein Mutterunternehmen, alle seine Tochterunternehmen und alle anderen Unternehmen, die Teil der Gruppe sind.</i></p>
	<p>Sind das Mutterunternehmen, das Tochterunternehmen und der andere Teil des Konzerns jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen, so gilt der Anbieter für die Zwecke der Anwendung des ersten Unterabsatzes als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem sein Mutterunternehmen niedergelassen ist, oder mangels einer solchen Niederlassung in einem Mitgliedstaat, dort, wo sein Tochterunternehmen niedergelassen ist, oder</p>	Keine Änderung	<p>1a. Sind das Mutterunternehmen, das Tochterunternehmen oder die anderen Unternehmen der Gruppe jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen, so gilt der Videoplattformanbieter für die Zwecke der Anwendung des Absatzes 1 als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem sein Mutterunternehmen niedergelassen ist, oder mangels einer solchen Niederlassung in dem Mitgliedstaat, in dem sein Tochterunternehmen niedergelassen ist, oder</p>



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁵⁰	Vorschläge der Kommission 25. Mai 2016 ²⁵¹	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁵²	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁵³
	mangels einer solchen Niederlassung in einem Mitgliedstaat, dort, wo der andere Teil des Konzerns niedergelassen ist.		mangels einer solchen Niederlassung in dem Mitgliedstaat, in dem das andere Unternehmen der Gruppe niedergelassen ist.
	Gibt es mehrere Tochterunternehmen, die jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, oder mehrere andere Teile des Konzerns, die jeweils in verschiedenen Mitgliedstaaten niedergelassen sind, so sorgen die betreffenden Mitgliedstaaten dafür, dass der Anbieter bestimmt, in welchem dieser Mitgliedstaaten er als niedergelassen gelten soll.	Keine Änderung	1b. Gibt es mehrere Tochterunternehmen und ist jedes dieser Tochterunternehmen in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen, so gilt der Videoplattformanbieter für die Zwecke der Anwendung des Absatzes 1a als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem eines der Tochterunternehmen zuerst seine Tätigkeit aufgenommen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats weiter besteht. Gibt es mehrere andere Unternehmen, die Teil der Gruppe sind und von denen jedes in einem anderen Mitgliedstaat niedergelassen ist, so gilt der Videoplattformanbieter als in dem Mitgliedstaat niedergelassen, in dem eines dieser Unternehmen zuerst seine Tätigkeit aufgenommen hat, sofern eine dauerhafte und tatsächliche Verbindung mit der Wirtschaft dieses Mitgliedstaats weiter besteht.
			1c. Für dies Zwecke dieser Richtlinie gelten die Artikel 3, 14 und 15 der Richtlinie 2000/31/EG für Videoplattformanbieter, die gemäß Absatz 1 als im Hoheitsgebiet eines Mitgliedstaats niedergelassen gelten.
	Artikel 28b (2) Die Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission eine Liste der in ihrem Gebiet niedergelassenen Videoplattformanbieter sowie die gemäß Artikel 3 Absatz 1 der Richtlinie 2000/31/EG und gemäß Absatz 1 für die Begründung ihrer rechtlichen Zuständigkeit maßgeblichen	Die Mitgliedstaaten übermitteln der Kommission eine Liste der in ihrem Gebiet niedergelassenen oder als niedergelassen geltenden Videoplattformanbieter gemäß den in Artikel 3 Absatz 1 festgelegten Kriterien, die für die Begründung ihrer	Die Mitgliedstaaten erstellen eine Liste der in ihrem Hoheitsgebiet niedergelassenen oder als niedergelassen geltenden Videoplattformanbieter und halten sie auf dem neuesten Stand ; ferner geben sie an, auf welchen der in den Absätzen -1 und 1 genannten Kriterien ihre



Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁵⁰	Vorschläge der Kommission 25. Mai 2016 ²⁵¹	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁵²	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁵³
	<p>Kriterien. Sie aktualisieren diese Liste regelmäßig. Die Kommission sorgt dafür, dass die zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen auf diese Informationen zugreifen können.</p>	<p>rechtlichen Zuständigkeit maßgeblich sind. Sie aktualisieren diese Liste regelmäßig. Die Kommission sorgt dafür, dass die zuständigen unabhängigen Regulierungsstellen²⁵⁴ auf diese Informationen zugreifen können.</p>	<p>Rechtshoheit beruht. Die Mitgliedstaaten übermitteln diese Liste sowie alle Aktualisierungen der Kommission. Im Falle von Unstimmigkeiten zwischen den Listen wendet sich die Kommission an die betreffenden Mitgliedstaaten, um eine Lösung zu finden. Die Kommission stellt sicher, dass die nationalen Regulierungsstellen auf diese Liste zugreifen können. Soweit möglich, macht die Kommission diese Informationen öffentlich zugänglich.</p>
		<p>Artikel 28b (2a) Können sich die betreffenden Mitgliedstaaten bei der Anwendung von Absatz 1 nicht darüber einigen, welcher Mitgliedstaat die Rechtshoheit ausübt, bringen sie diese Frage unverzüglich der Kommission zur Kenntnis. Die Kommission kann die ERGA auffordern, innerhalb von 15 Arbeitstagen ab der Übermittlung der Anfrage der Kommission zu der Angelegenheit Stellung zu nehmen.</p>	<p>[ENTFÄLLT]</p>

²⁵⁴ Im Englischen Original wurde „and/or bodies and the public have easy and effective [access to this information]” (und/oder Organe und die Öffentlichkeit einfach und wirksam [auf diese Informationen zugreifen können]) hinzugefügt. Dieser Zusatz fehlt in der offiziellen deutschen Übersetzung.



Tabelle 14. Revisionsprozess zur Verpflichtung, den Nutzern Zugang zu bestimmten Informationen über Videoplattformen zu geben (Artikel 28c AVMD-RL)

Aktuelle AVMD-RL 2010/13/EU ²⁵⁵	Vorschlag der Kommission 25. Mai 2016 ²⁵⁶	Änderungen des Parlaments 10. Mai 2017 ²⁵⁷	Allgemeine Ausrichtung des Rats 23. Mai 2017 ²⁵⁸
		<p><i>Artikel 28c</i> <i>Die Mitgliedstaaten stellen sicher, dass die ihrer Rechtshoheit unterworfenen Videoplattformanbieter den Nutzern mindestens die nachstehend aufgeführten Informationen leicht, unmittelbar und ständig zugänglich machen:</i></p> <ul style="list-style-type: none"><i>(a) den Namen des Videoplattformanbieters;</i><i>(b) die geografische Anschrift, unter der er niedergelassen ist;</i><i>(c) Angaben, die es ermöglichen, schnell Kontakt mit ihm aufzunehmen und unmittelbar und wirksam mit ihm zu kommunizieren, einschließlich seiner E-Mail-Adresse oder seiner Internetseite;;</i><i>(d) en Mitgliedstaat, dessen Rechtshoheit er unterworfen ist, und die zuständigen Regulierungsbehörden und/oder -stellen oder Aufsichtsstellen.</i>	[ENTFÄLLT]

²⁵⁵ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/ALL/?uri=CELEX:32010L0013>.

²⁵⁶ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=COM:2016:0287:FIN>.

²⁵⁷ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&mode=XML&reference=A8-2017-0192&language=DE>.

²⁵⁸ http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/PDF/?uri=CONSIL:ST_9691_2017_INIT&from=DE.

Eine Publikation
der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle

