

Julian Pohle

# Vielfaltssicherung und Regulierung von Medienintermediären

Unter Berücksichtigung der Entwicklungen  
zum Medienstaatsvertrag

# Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag

Reihe Rechtswissenschaft



# Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag

Reihe Rechtswissenschaft

Band 179

Julian Pohle

## **Vielfaltssicherung und Regulierung von Medienintermediären**

**Unter Berücksichtigung der Entwicklungen  
zum Medienstaatsvertrag**

Tectum Verlag

Julian Pohle

Vielfaltssicherung und Regulierung von Medienintermediären  
Unter Berücksichtigung der Entwicklungen zum Medienstaatsvertrag

Wissenschaftliche Beiträge aus dem Tectum Verlag  
Reihe: Rechtswissenschaft; Bd. 179

Zugl. Diss. Universität Hamburg 2022

© Tectum – ein Verlag in der Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2022  
ePDF 978-3-8288-7869-3  
(Dieser Titel ist zugleich als gedrucktes Werk unter der ISBN  
978-3-8288-4763-7 im Tectum Verlag erschienen.)  
ISSN 1861-7875

Alle Rechte vorbehalten

Besuchen Sie uns im Internet  
[www.tectum-verlag.de](http://www.tectum-verlag.de)

**Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek**  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische  
Angaben sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

## Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Wintersemester 2021/2022 von der Fakultät für Rechtswissenschaft an der Universität Hamburg als Dissertation angenommen. Die Entwicklungen wurden bis Januar 2022 berücksichtigt.

Zunächst möchte ich mich bei meinem Doktorvater Prof. Dr. *Hans-Heinrich Trute* bedanken, der mir nicht nur die Möglichkeit zur Erstellung dieser Arbeit gegeben hat, sondern mich auch zu diesem Thema angeregt hat. Überdies gab er mir die nötigen Freiheiten, eine solche Arbeit anzufertigen. Herrn Prof. Dr. *Wolfgang Schulz* danke ich für die rasche Erstellung des Zweitgutachtens und die gewinnbringenden Hinweise für die Bearbeitung.

In besonderer Weise danke ich meiner Liebe, *Angelina Timm*, für ihren unschätzbaren Rückhalt sowie für ihre bedingungslose Unterstützung während der gesamten Zeit meiner Promotion und darüber hinaus. Sie und auch ihre Eltern haben mir stets den Rücken gestärkt, wofür ich ihnen sehr verbunden bin.

Ein großer Dank gilt meiner Familie, insbesondere meinen Eltern, meiner Tante und meinem Onkel sowie meinen Brüdern, die mich geprägt haben und denen ich alles zu verdanken habe. Durch ihren Rückhalt in meinem Leben konnte ich mir sicher sein, auch in schwierigen Zeiten immer Unterstützung und Zuspruch zu finden.

Hamburg, im Februar 2022

Julian Pohle



# Inhaltsverzeichnis

<b>Abkürzungsverzeichnis</b> .....	XV
<b>§ 1 Einleitung</b> .....	1
I. Zielsetzung der Arbeit .....	3
II. Gang der Untersuchung .....	4
<b>§ 2 Einfluss von Medienintermediären auf die Meinungsbildung</b> .....	7
I. Der Prozess der Meinungsbildung .....	7
1. Medien im Prozess der Meinungsbildung .....	8
2. Vielfalt als Garant .....	9
3. Meinungsbildung im Internet .....	10
II. Meinungsbildungsrelevanz des Internets .....	12
1. Nutzungsumfang des Internets .....	13
a) Allgemeine Nutzung .....	13
b) Nachrichtennutzung .....	14
2. Zwischenergebnis .....	16
III. Meinungsbildungsrelevanz von Medienintermediären .....	17
1. Begriffsbestimmung .....	17
2. Dienstklassifizierung .....	18
a) Suchmaschinen .....	19
aa) Definition .....	19
bb) Spezifikationen .....	19
cc) Funktionsweise .....	20
dd) Meinungsbildungsrelevanz .....	22
(1) Nutzerumfang .....	22
(2) Netzwerkeffekte .....	24
(3) Lock-In-Effekte .....	25



(4) Zusammenfassung .....	25
b) Soziale Netzwerke .....	26
aa) Definition .....	26
bb) Spezifikationen .....	27
cc) Funktionsweise .....	27
(1) Kommunikation .....	27
(2) Nachrichtenkonsum .....	28
(3) Auswahl und Selektion .....	29
dd) Meinungsbildungsrelevanz .....	29
(1) Nutzerumfang .....	30
(2) Netzwerkeffekte .....	31
(3) Lock-In-Effekte .....	32
(4) Zusammenfassung .....	32
c) UGC-Plattformen .....	33
d) Micro-Blog-Plattformen .....	34
e) App-Portale .....	35
3. Zwischenergebnis .....	36
IV. Zwischenergebnis .....	37
<b>§ 3 De lege lata .....</b>	<b>39</b>
I. Verfassungs- und Europarecht .....	39
1. Verfassungsrechtliche Aspekte .....	39
a) Grundrechtsfähigkeit .....	39
aa) Inländische juristische Personen .....	40
(1) Merkmal der juristischen Person .....	40
(2) Merkmal der Inlandseigenschaft .....	40
bb) Ausländische juristische Personen .....	42
cc) Fazit .....	44
b) Betroffene Grundrechte .....	44
aa) Meinungsäußerungsfreiheit Art. 5 Abs. 1 S. 1 Hs. 1 GG .....	44
(1) Art. 5 Abs. 1 S. 1 Hs. 1 GG am Beispiel der Suchmaschine .....	45
(2) Fazit .....	47
bb) Informationsfreiheit Art. 5 Abs. 1 S. 1 Hs. 2 GG .....	48
cc) Rundfunkfreiheit Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG .....	49
dd) Eigentumsfreiheit Art. 14 Abs. 1 GG .....	53
ee) Berufsfreiheit Art. 12 Abs. 1 GG .....	55

2. Europarechtliche Aspekte .....	56
a) Grundfreiheiten .....	56
aa) Dienstleistungsfreiheit Art. 56 AEUV .....	56
(1) Voraussetzungen .....	57
(2) Art der Freiheit .....	58
(3) Diskriminierungsverbot / Beschränkungsverbot .....	59
(4) Rechtfertigung .....	59
bb) Weitere Grundfreiheiten .....	60
b) Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste .....	61
c) E-Commerce-Richtlinie .....	62
aa) Dienste der Informationsgesellschaft .....	62
bb) Koordinierter Bereich .....	63
d) Zwischenergebnis .....	64
II. Kartell- und Lauterkeitsrecht .....	64
1. Kartellrecht .....	65
a) Anwendbarkeit .....	65
b) Allgemeine Voraussetzungen des Kartellrechts .....	68
c) Verhältnis zwischen nationalem und EU-Kartellrecht .....	69
d) Medienintermediäre im Kartellrecht .....	70
aa) Kartellrechtliche Stellung Googles .....	72
(1) Marktdefinition .....	72
(a) Voraussetzung der Entgeltlichkeit .....	73
(aa) Diskussion um Entgeltlichkeit vor der 9. GWB- Novelle .....	73
(bb) Entwicklung mit der 9. GWB-Novelle .....	74
(cc) Zwischenergebnis .....	74
(b) Marktabgrenzung mithilfe des Bedarfsmarktkonzepts ...	74
(aa) Markt auf Suchebene .....	75
(bb) Zwischenergebnis .....	77
(2) Marktbeherrschende Stellung .....	77
(a) Marktbeherrschende Stellung Googles .....	78
(b) Zwischenergebnis .....	80
(3) Folgen für die Vielfaltssicherung .....	81
(a) Missbrauch der marktbeherrschenden Stellung .....	81
(aa) Google Shopping .....	82
(bb) Sanktionen der Europäischen Kommission .....	83
(b) Essential-Facilities Doktrin .....	83

bb) Zwischenergebnis .....	85
2. Lauterkeitsrecht .....	87
a) Allgemeine Voraussetzungen des Lauterkeitsrechts .....	87
b) Mitbewerberschutz .....	88
aa) Keyword Advertising bei Suchmaschinen .....	89
bb) Zwischenergebnis .....	89
c) Irreführung .....	90
d) Zwischenergebnis .....	90
III. Medienrecht vor dem Medienstaatsvertrag .....	91
1. Rundfunkstaatsvertrag .....	92
a) Sicherung der Meinungsvielfalt §§ 25 ff. RStV .....	92
aa) Medienrelevanter verwandter Markt .....	92
bb) Weitere Voraussetzungen .....	95
cc) Zwischenergebnis .....	95
b) Regelungen für Plattformen §§ 52 ff. RStV .....	96
c) Regelungen für Telemedien .....	98
2. Anderweitiges Medienrecht .....	101
a) Netzwerkdurchsetzungsgesetz .....	101
b) Datenschutzrecht .....	103
aa) Rechtsquellen des Datenschutzrechts .....	104
bb) Transparenter Datenschutz und Meinungsvielfalt .....	106
cc) Zwischenergebnis .....	107
IV. Fazit .....	107
<b>§ 4 Regulierung von Medienintermediären .....</b>	<b>109</b>
I. Regulierungsoptionen .....	109
1. Einleitung .....	109
2. Rechtsgebiet der Regulierung .....	111
a) Kartellrecht .....	112
b) Medienkonzentrationsrecht .....	114
3. Regulierungsoptionen im Medienkonzentrationsrecht .....	117
a) Ansätze im öffentlichen Diskurs .....	118
b) Neutralität und Diskriminierungsfreiheit .....	119
aa) Interessenkonflikt als Diskriminierungspotenzial .....	120

bb) Regulierungsbedarf .....	124
(1) Programmierungsmaxime .....	125
(2) Anlehnung an Plattformregulierung .....	127
(3) Vorschlag der Bund-Länder-Kommission .....	131
cc) Zwischenergebnis .....	132
c) Transparenz .....	132
aa) Regulierungsbedürftige Probleme .....	133
(1) Filterblasen als Problem der mangelnden Transparenz .....	133
(2) Social Bots als weiteres Problem .....	136
bb) Problem der Offenlegung des Algorithmus .....	139
cc) Regulierungsbedürftigkeit .....	140
dd) Regulierungsmöglichkeiten .....	143
ee) Vorschlag der Bund-Länder-Kommission .....	146
ff) Zwischenergebnis .....	147
4. Fazit .....	148
II. P2B-Verordnung .....	149
1. Einleitung .....	149
2. Gesetzgebungskompetenz .....	152
a) Geteilte Zuständigkeiten der AEUV .....	152
b) Kompetenz aus Art. 114 AEUV .....	153
aa) Binnenmarktfinalität .....	154
(1) Aktuelle Entscheidungen und Untersuchungen .....	156
(2) Wertung .....	157
bb) Zwischenergebnis .....	158
c) Gesamtergebnis .....	159
3. Anwendungsbereich .....	159
a) Sachlicher Anwendungsbereich .....	159
b) Persönlicher und örtlicher Anwendungsbereich .....	161
4. Harmonisierung .....	162
5. Transparenzpflichten der Online-Suchmaschinen .....	164
6. Wirkungsgrad der Verordnung .....	168
III. Digital Services Act und Digital Markets Act .....	171
1. Einleitung .....	171
2. Digital Services Act (DSA) .....	172
a) Anwendungsbereich .....	173

b) Inhalt .....	174
aa) Online-Plattformen .....	174
bb) Große Online-Plattformen .....	175
3. Digital Markets Act (DMA) .....	176
a) Anwendungsbereich .....	177
b) Inhalt .....	177
4. Konkurrenzen .....	178
5. Fazit .....	179
<b>§ 5 Der Medienstaatsvertrag .....</b>	<b>181</b>
I. Der Weg zum Medienstaatsvertrag .....	181
1. Ausgangslage .....	181
2. Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz .....	183
a) Konvergenz und regulatorische Folgen .....	183
b) Zwischenbericht der Kommission .....	185
c) Bericht der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz .....	188
d) Ergebnis der Bund-Länder-Kommission zur Medienkonvergenz .....	191
3. Diskussionsentwürfe des Medienstaatsvertrags .....	191
a) Risikovorbegende Regulierung .....	192
b) Regulierung hinsichtlich Intermediären .....	193
aa) Definition .....	194
bb) Anwendungsbereich .....	196
(1) Millionengrenze .....	196
(2) Verkaufs- und Handelsplattformen .....	198
(3) Zustellungsbevollmächtigter .....	201
cc) Transparenzregelung .....	202
(1) Zentrale Kriterien der Aggregation, Selektion und Präsentation .....	204
(2) Kennzeichnungspflicht für Social Bots .....	206
(3) Zwischenergebnis .....	209
dd) Diskriminierungsverbot .....	210
(1) Anwendungsbereich .....	211
(2) Diskriminierung .....	214
ee) Beschwerderecht und Umsetzbarkeit .....	215
c) Zwischenergebnis .....	216
4. Endfassung des Medienstaatsvertrages .....	217

---

II. Medienintermediäre im Medienstaatsvertrag .....	217
1. Änderungen zum Diskussionsentwurf 2019 .....	217
a) Anwendungsbereich .....	218
b) Transparenzregelung .....	218
c) Diskriminierungsfreiheit .....	220
aa) Allgemeines .....	220
bb) Systematisches Behindern und Abweichen .....	222
cc) Hubert Burda Media ./ Google .....	224
d) Organisation und Verfahren .....	225
2. Erfolg des Medienstaatsvertrages? .....	227
III. Überschneidung mit P2B-Verordnung .....	230
1. Gemeinsamer Anwendungsbereich .....	230
2. Gemeinsame Regelungen .....	231
3. Auswirkungen .....	232
4. Zwischenergebnis .....	234
<b>§ 6 Fazit .....</b>	<b>235</b>
<b>§ 7 Literaturverzeichnis .....</b>	<b>239</b>



## Abkürzungsverzeichnis

a.a.O.	am angegebenen Ort
Abl.	Amtsblatt
Abs.	Absatz
AEUV	Vertrag über die Arbeitsweise der Europäischen Union
AG	Arbeitsgemeinschaft
App	Applikation
ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
Art.	Artikel
AVMD-Richtlinie	Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste
B2B	Business-to-Business
BDSG	Bundesdatenschutzgesetz
BGB	Bürgerliches Gesetzbuch
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
BVerfG	Bundesverfassungsgericht
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
DMA	Digital Markets Act
DSA	Digital Services Act
DSE-MStV	Diskussionsentwurf zum Medienstaatsvertrag
DS-GVO	Datenschutz-Grundverordnung
E-Commerce	Electronic Commerce
EGV	Vertrag zur Gründung der Europäischen Gemeinschaft
EU	Europäische Union
EuGH	Europäischer Gerichtshof
EUV	Vertrag über die Europäische Union
e.V.	Eingetragener Verein
GG	Grundgesetz
GmbHG	Gesetz betreffend die Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GWB	Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen
Hs.	Halbsatz
IFG	Informationsfreiheitsgesetz
i.V.m.	in Verbindung mit



## Abkürzungsverzeichnis

---

KEK	Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich
KG	Kammergericht
Mio.	Millionen
MStV	Medienstaatsvertrag
m.w.N.	mit weiteren Nachweisen
NetzDG	Netzwerkdurchsetzungsgesetz
OLG	Oberlandesgericht
P2B	Plattform-to-Business
RÄStV	Rundfunkänderungsstaatsvertrag
RStV	Rundfunkstaatsvertrag
S.	Satz
SERP	Search Engine Result Page
SSNIP	Small but Significant Nontransitory Increase in Price
StGB	Strafgesetzbuch
TMG	Telemediengesetz
u.a.	unter anderem
UGC-Plattform	User-generated-content-Plattform
UGP-Richtlinie	EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken
USA	United States of America
u.v.m	und viele[s] mehr
UWG	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb
VO	Verordnung
VoD	Video-on-Demand
VwVfG	Verwaltungsverfahrensgesetz
ZAK	Kommission für Zulassung und Aufsicht der Landesmedienanstalten
ZDF	Zweites Deutsches Fernsehen