

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	IX
Einleitung	1
<i>A. Problemaufriss</i>	2
<i>B. Forschungsfragen und Erkenntnisziele</i>	12
<i>C. Vorgehensweise</i>	13
Kapitel 1: Consumer Citizens	23
<i>A. Verbraucher als Grundrechtsträger</i>	23
<i>B. Grundrechtsschutz privater Marktteilnehmer</i>	30
<i>C. Verbraucherschutz und Grundrechte</i>	40
<i>D. Zusammenfassung des ersten Kapitels: Consumer Citizens</i>	57
Kapitel 2: Verbraucherschutz im europäischen Primärrecht	58
<i>A. Art. 169 AEUV</i>	58
<i>B. Art. 114 AEUV</i>	96
<i>C. Art. 12 AEUV</i>	107
<i>D. Art. 38 GRC</i>	109
<i>E. Zusammenfassung des zweiten Kapitels: Verbraucherschutz im europäischen Primärrecht</i>	122
Kapitel 3: Verbraucher im Digital Markets Act	125
<i>A. Dreiseitiges Modell des DMA</i>	125
<i>B. Endnutzer und gewerbliche Nutzer</i>	127
<i>C. Endnutzer statt Verbraucher: Neue Akteure in der Plattformregulierung?</i>	129
<i>D. Verbraucherschutz durch Endnutzerschutz</i>	134
<i>E. Zusammenfassung des dritten Kapitels: Verbraucher im DMA</i>	147

Kapitel 4: Das Fairness-Konzept des DMA und der Schutz von Endnutzern 149

A. Integration von Endnutzern in das Fairness-Ziel des DMA 149

B. Das Fairness-Konzept des DMA 161

C. Zusammenfassung des vierten Kapitels: Das Fairness-Konzept des DMA 181

D. Vorschlag zur Neufassung des Erwägungsgrunds 33 DMA 182

Kapitel 5: Verbraucherschutz durch Verpflichtungen des DMA 183

A. Vorgehensweise 183

B. Rankings (Art. 6 Abs. 5 DMA) 186

C. Bedingungen für Zugang und Kündigung (Art. 6 Abs. 12 und 13 DMA) . . 208

D. Verbraucher-Profilung (Art. 15 DMA) 234

E. Zusammenfassung des fünften Kapitels: Verbraucherschutz durch Verpflichtungen des DMA 244

Kapitel 6: Konstitutionalisierung der Plattformökonomie 246

A. Digitaler Konstitutionalismus 246

B. Contestability and Fairness by Design 249

C. Fundamental Rights by Design 252

D. Zusammenfassung des sechsten Kapitels: Konstitutionalisierung der Plattformökonomie 253

Zusammenfassung 255

A. Ergebnisse des ersten Kapitels 255

B. Ergebnisse des zweiten Kapitels 256

C. Ergebnisse des dritten Kapitels 258

D. Ergebnisse des vierten Kapitels 258

E. Ergebnisse des fünften Kapitels 259

F. Ergebnisse des sechsten Kapitels 260

English Summary 263

Literaturverzeichnis 267

Anhang: Rechtsprechung des EuGH zu Art. 38 GRC 293

Stellenregister 297

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsübersicht	VII
Einleitung	1
<i>A. Problemaufriss</i>	2
I. Verbraucher in der Plattformwirtschaft	2
1. Ökonomische Besonderheiten der Plattformwirtschaft	3
2. Gefahren für Verbraucher in der Plattformwirtschaft	5
3. Verbraucher- und Grundrechtsschutz im Digitalen	7
II. Verbraucherschutz und Grundrechte in der europäischen Plattformregulierung	9
1. Der Digital Markets Act	9
2. Verbraucher in der Plattformregulierung	10
III. Normative Wertentscheidungen für die Plattformregulierung	11
<i>B. Forschungsfragen und Erkenntnisziele</i>	12
<i>C. Vorgehensweise</i>	13
I. Stand der Forschung	13
II. Methodik	14
1. Auslegungsmethoden des europäischen Rechts	15
2. Auslegung anhand des Primärrechts	18
a) Primärrechtskonforme Auslegung	18
b) Primärrechtsorientierte Auslegung	18
III. Gang der Darstellung	20
Kapitel 1: Consumer Citizens	23
<i>A. Verbraucher als Grundrechtsträger</i>	23
I. Verbraucher	24
II. Grundrechtsträger und Bürger	26
III. <i>Consumer Citizens</i>	27

B. Grundrechtsschutz privater Marktteilnehmer	30
I. Grundrechte bei der Marktteilnahme	30
II. Grundrechte zwischen Privaten	32
1. Grundrechtsgeltung für Private	32
2. Verbraucherschutz als Reaktion auf die Gefährdung von Grundrechtsverwirklichung durch Private	35
3. Schutzdimension der europäischen Grundrechte	37
C. Verbraucherschutz und Grundrechte	40
I. Gemeinsamkeiten und Unterschiede	40
1. Kreis der Verpflichteten und Geschützten	41
2. Schutzgegenstand und Wirkweise	41
3. Verbraucherinteressen und Grundrechte	42
4. Zwischenergebnis: Gemeinsamkeiten und Unterschiede von Verbraucherschutz und Grundrechten	44
II. Verbindung von Verbraucher- und Grundrechtsschutz	45
1. Normative Leitlinien durch Grundrechte	46
a) Zusammenfallen der Schutzaufträge	46
b) Kohärente Verfolgung primärrechtlicher Ziele	47
c) Legitimität durch Grundrechte	48
d) Wertentscheidungen durch das Primärrecht	49
2. Subjektiv-rechtlicher Verbraucherschutz	52
3. Bündelung der Grundrechte privater Marktteilnehmer	53
4. Mögliche Bedenken	54
III. Zusammenfassung: Verbraucherschutz und Grundrechte	56
D. Zusammenfassung des ersten Kapitels: Consumer Citizens	57
Kapitel 2: Verbraucherschutz im europäischen Primärrecht	58
A. Art. 169 AEUV	58
I. Gegenstände der Verbraucherpolitik	59
II. Die benannten Verbraucherinteressen und korrespondierende Grundrechte	60
1. Verbraucherinteressen „Gesundheit und Sicherheit“	61
2. Wirtschaftliche Interessen	63
a) Interesse an Selbstbestimmung	63
b) Selbstbestimmung als primärrechtliches und marktbezogenes Leitprinzip	65
aa) Selbstbestimmung als allgemeines primärrechtliches Prinzip	65
bb) Selbstbestimmung als Grundlage der europäischen Wirtschaftsverfassung	67
(1) Das Selbständigkeitspostulat im Wettbewerbsrecht	68
(2) Selbstbestimmung durch die Grundfreiheiten	70
(3) Selbstbestimmung durch die wirtschaftlichen Garantien der Grundrechte-Charta	71

cc) Zusammenfassung: Selbstbestimmung als primärrechtliches und marktbezogenes Leitprinzip	74
3. Zusammenfassung: Systematisierung der benannten Verbraucherinteressen	75
III. Normative Herleitung weiterer Verbraucherinteressen und korrespondierende Grundrechte	75
1. Datenbezogene Verbraucherinteressen	77
a) Datenschutz	78
b) Datenhoheit	79
2. Gleichbehandlung	82
a) Nicht-Diskriminierung	82
b) Allgemeine Gleichbehandlung	83
aa) Anspruch auf Gleichbehandlung im Primärrecht	84
bb) Grundrechtsverwirklichung durch die Marktteilnahme	85
cc) Unumgänglichkeit digitaler Plattformen	87
c) Zusammenfassung: Interesse an Gleichbehandlung	89
3. Rechtliche Mindeststandards	89
4. Durchsetzung von Verbraucherrechten	92
5. Fazit: Ergänzungen des Verbraucherschutzkatalogs	95
IV. Zusammenfassung zu Art. 169 AEUV	95
<i>B. Art. 114 AEUV</i>	96
I. Schutzniveaunklausel des Art. 114 Abs. 3 AEUV	97
1. Reichweite der Schutzniveaunklausel	98
2. Hohes Verbraucherschutzniveau	99
a) Mindeststandard an Verbraucherschutz	99
b) Optimierungsgebot	101
3. Verhältnis zur Binnenmarktverwirklichung	103
a) Verbraucherschutz als Teil der Binnenmarktregulierung	104
b) Kein pauschaler Vorrang der Marktintegration	105
II. Zusammenfassung: Vorgaben durch Art. 114 Abs. 3 AEUV	107
<i>C. Art. 12 AEUV</i>	107
<i>D. Art. 38 GRC</i>	109
I. Wirkweise von Art. 38 GRC	109
II. Art. 38 GRC in der Rechtsprechung des EuGH	111
1. Methodik der Rechtsprechungsanalyse	112
2. Überblick über die Entscheidungen	113
3. Ausgewählte Entscheidungen im Einzelnen	115
a) McDonagh (2013)	116
b) Pohotovost' (2014)	117
c) Kušionová (2014)	118
d) Victorinox (2022)	120
4. Leitlinien der Rechtsprechung zu Art. 38 GRC	121
III. Zusammenfassung zu Art. 38 GRC	122

<i>E. Zusammenfassung des zweiten Kapitels: Verbraucherschutz im europäischen Primärrecht</i>	122
Kapitel 3: Verbraucher im Digital Markets Act	125
<i>A. Dreiseitiges Modell des DMA</i>	125
<i>B. Endnutzer und gewerbliche Nutzer</i>	127
<i>C. Endnutzer statt Verbraucher: Neue Akteure in der Plattformregulierung?</i>	129
I. P2B-Verordnung	129
II. Digital Services Act	130
III. Datenverordnung (Data Act)	131
IV. Spezifisch verbraucherschützende Rechtsakte: Digitale-Inhalte-Richtlinie, Warenkauf-Richtlinie, Produktsicherheits-Verordnung, Verbraucherkredit-Richtlinie	132
V. Schlussfolgerungen: Verbraucherbegriff bei der Plattformregulierung	133
<i>D. Verbraucherschutz durch Endnutzerschutz</i>	134
I. Endnutzerschützende Verpflichtungen	136
II. Erweiterung der endnutzerschützenden Verpflichtungen?	137
III. Verbraucher- und Endnutzerleitbild gegenüber digitalen Torwächtern	139
1. Das Verbraucherleitbild	139
2. Endnutzerleitbild im DMA?	142
a) Vorteile durch Online-Plattformen	143
b) Identifizierung des Kernproblems und Auswirkungen auf das Leitbild	143
c) Leitbild nach Schaffung von Entscheidungsmöglichkeiten	145
d) Zusammenfassung: Endnutzerleitbild des DMA	147
<i>E. Zusammenfassung des dritten Kapitels: Verbraucher im DMA</i>	147
Kapitel 4: Das Fairness-Konzept des DMA und der Schutz von Endnutzern	149
<i>A. Integration von Endnutzern in das Fairness-Ziel des DMA</i>	149
I. Die Definition der Unfairness in den Erwägungsgründen	150
II. Teleologisch-historische Auslegung	150
1. Blick auf die Erwägungsgründe	150
2. Entwicklung des DMA im Gesetzgebungsverfahren	152
III. Systematische Auslegung	152
1. Fairnessbegriff auch unter Einschluss von Endnutzern handhabbar	154
2. Kein enger Fairness-Begriff im Verordnungstext	154
3. Vergleichbarer Schutzbedarf	156
IV. Primärrechtskonforme Auslegung	158
V. Zusammenfassung: Integration von Endnutzern in das Fairness-Ziel	161

<i>B. Das Fairness-Konzept des DMA</i>	161
I. Fairness im europäischen Recht	161
1. Klausel-Richtlinie	162
2. UGP-Richtlinie	162
3. Datenschutz-Grundverordnung	163
4. P2B-Verordnung	164
5. Kartellrecht	164
6. Zusammenfassung: Fairness im europäischen Recht	165
7. Ausblick: Schlussfolgerungen für den DMA	166
II. Unfairness nach Erwägungsgrund 33 DMA	167
1. Parallelen und Unterschiede zu anderen Fairness-Begriffen	167
2. In-Verhältnis-Setzen von Vorteilen	169
3. Unfairness durch Rechtsbruch	169
4. Zugangs- und Plattformregeln	171
a) Unverhältnismäßigkeit bei Zugangsregeln	171
b) Unverhältnismäßigkeit bei Plattformregeln	173
5. Zusammenfassung: Unfairness nach ErwG 33 DMA	174
III. (Un)Fairness als Tatbestandsmerkmal und Fairness als Ziel	175
IV. Fairness als normatives Ziel	177
1. Primärrecht als normativer Bezugspunkt	177
2. Eingrenzung und Konkretisierung	178
3. Normativer Fairness-Begriff gegenüber Verbrauchern	179
4. Wirkung des normativen Fairness-Konzepts	180
<i>C. Zusammenfassung des vierten Kapitels: Das Fairness-Konzept des DMA</i>	181
<i>D. Vorschlag zur Neufassung des Erwägungsgrunds 33 DMA</i>	182
 Kapitel 5: Verbraucherschutz durch Verpflichtungen des DMA	183
<i>A. Vorgehensweise</i>	183
I. Methodisches Vorgehen	184
II. Auswahl der Verpflichtungen	185
<i>B. Rankings (Art. 6 Abs. 5 DMA)</i>	186
I. Hintergrund der Verpflichtung und primärrechtliche Maßstäbe	186
1. Selbstbevorzugung im Kartellrecht	187
2. Entscheidungsfreiheit der Endnutzer	188
II. Inhalt, Funktionsweise und Ziel der Verpflichtung	190
1. Regulatorischer Kontext	191
2. Leitlinien für die Interpretation der Verpflichtung	192
a) Ranking-Bedingungen	192
b) Transparente, faire und diskriminierungsfreie Bedingungen	193
c) Interessenlage in Bezug auf Rankings	195

d) Faire Entscheidungsarchitektur	195
e) Prüfung von Art. 6 Abs. 5 S. 2 DMA	198
aa) Diskriminierung anhand von ergebnisbezogenen Merkmalen	199
bb) Diskriminierung anhand von endnutzerbezogenen Merkmalen	200
cc) Fairness als Auffangtatbestand	202
3. Um- und Durchsetzung	203
III. Zusammenfassung und Bewertung	206
IV. Vorschlag für Leitlinien zu Art. 6 Abs. 5 DMA	207
<i>C. Bedingungen für Zugang und Kündigung (Art. 6 Abs. 12 und 13 DMA)</i>	208
I. Hintergrund der Verpflichtung und primärrechtliche Maßstäbe	209
1. Bezug zu Fairness und Bestreitbarkeit	209
2. Inhaltskontrolle in B2B- und B2C-Verhältnissen	209
3. Primärrechtlicher Kontext der Inhaltskontrolle von Verträgen	210
4. Verbraucherinteressen und Grundrechte in Bezug auf Zugang und Beendigung	212
II. Inhalt, Funktionsweise und Ziel der Verpflichtung	213
1. Funktionsweise von Art. 6 Abs. 12 DMA gegenüber gewerblichen Nutzern	213
a) Allgemeine Zugangsbedingungen	213
aa) Allgemeine Bedingungen	214
bb) Zugangsbedingungen	214
cc) Folgen der Auslegung	216
b) Fair, zumutbar, diskriminierungsfrei	217
2. AGB-Kontrolle bei Verbraucherverträgen und mögliche Lücken	218
a) Keine Kontrolle des Hauptgegenstands des Vertrags	219
b) Zugangsanspruch	223
c) Alternativer Streitbeilegungsmechanismus	224
d) Behördliche AGB-Kontrolle	225
3. Erweiterung der Verpflichtung auf Endnutzer?	228
III. Zusammenfassung und Bewertung	229
1. Kontrolle der Zugangsbedingungen und Verbraucher	229
2. Nur teilweise Kontrolle der Plattformregeln	230
a) Plattformregeln zur Inhaltsmoderation nach dem DSA	231
b) Plattformregeln zum wirtschaftlichen Austausch nach dem DMA	231
c) Kontrolle von Plattformregeln nach der Klausel-Richtlinie	232
<i>D. Verbraucher-Profiling (Art. 15 DMA)</i>	234
I. Hintergrund der Verpflichtung und primärrechtliche Maßstäbe	235
1. Zugrunde liegende Verbraucherinteressen und marktbezogene Grundrechte	235
2. Ziel der Fairness	236
3. Ziel der Bestreitbarkeit	237
II. Inhalt, Funktionsweise und Ziel der Verpflichtung	238
1. Regulatorischer Kontext	238

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	XV
2. Begriff des Verbrauchers in Art. 15 DMA	240
3. Um- und Durchsetzung	241
III. Zusammenfassung und Bewertung	242
1. Keine inhaltliche Regulierung von Profiling	242
2. Effektive Durchsetzung des Datenschutzrechts	244
<i>E. Zusammenfassung des fünften Kapitels: Verbraucherschutz durch Verpflichtungen des DMA</i>	244
Kapitel 6: Konstitutionalisierung der Plattformökonomie	246
<i>A. Digitaler Konstitutionalismus</i>	246
<i>B. Contestability and Fairness by Design</i>	249
<i>C. Fundamental Rights by Design</i>	252
<i>D. Zusammenfassung des sechsten Kapitels: Konstitutionalisierung der Plattformökonomie</i>	253
Zusammenfassung	255
<i>A. Ergebnisse des ersten Kapitels</i>	255
<i>B. Ergebnisse des zweiten Kapitels</i>	256
<i>C. Ergebnisse des dritten Kapitels</i>	258
<i>D. Ergebnisse des vierten Kapitels</i>	258
<i>E. Ergebnisse des fünften Kapitels</i>	259
<i>F. Ergebnisse des sechsten Kapitels</i>	260
English Summary	263
Literaturverzeichnis	267
Anhang: Rechtsprechung des EuGH zu Art. 38 GRC	293
Stellenregister	297