

## Inhaltsübersicht

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

<b>Kapitel 4: Das Fairness-Konzept des DMA und der Schutz von Endnutzern . . . . .</b>	<b>149</b>
<i>A. Integration von Endnutzern in das Fairness-Ziel des DMA . . . . .</i>	149
<i>B. Das Fairness-Konzept des DMA . . . . .</i>	161
<i>C. Zusammenfassung des vierten Kapitels: Das Fairness-Konzept des DMA . . . . .</i>	181
<i>D. Vorschlag zur Neufassung des Erwägungsgrunds 33 DMA . . . . .</i>	182
<b>Kapitel 5: Verbraucherschutz durch Verpflichtungen des DMA . . . . .</b>	<b>183</b>
<i>A. Vorgehensweise . . . . .</i>	183
<i>B. Rankings (Art. 6 Abs. 5 DMA) . . . . .</i>	186
<i>C. Bedingungen für Zugang und Kündigung (Art. 6 Abs. 12 und 13 DMA) . . . . .</i>	208
<i>D. Verbraucher-Profiling (Art. 15 DMA) . . . . .</i>	234
<i>E. Zusammenfassung des fünften Kapitels: Verbraucherschutz durch Verpflichtungen des DMA . . . . .</i>	244
<b>Kapitel 6: Konstitutionalisierung der Plattformökonomie . . . . .</b>	<b>246</b>
<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
<b>Zusammenfassung . . . . .</b>	<b>255</b>
<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
<b>English Summary . . . . .</b>	<b>263</b>
<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>267</b>
<b>Anhang: Rechtsprechung des EuGH zu Art. 38 GRC . . . . .</b>	<b>293</b>
<b>Stellenregister . . . . .</b>	<b>297</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> . . . . .	<b>V</b>
<b>Inhaltsübersicht</b> . . . . .	<b>VII</b>
<b>Einleitung</b> . . . . .	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
<b>Kapitel 1: Consumer Citizens</b> . . . . .	23
<i>A. Verbraucher als Grundrechtsträger</i> . . . . .	23
I. Verbraucher . . . . .	24
II. Grundrechtsträger und Bürger . . . . .	26
III. <i>Consumer Citizens</i> . . . . .	27

<b>B. Grundrechtsschutz privater Marktteilnehmer</b> . . . . .	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
<b>C. Verbraucherschutz und Grundrechte</b> . . . . .	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
<b>D. Zusammenfassung des ersten Kapitels: Consumer Citizens</b> . . . . .	57
 Kapitel 2: Verbraucherschutz im europäischen Primärrecht . . . . .	58
<b>A. Art. 169 AEUV</b> . . . . .	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. Schutzniveauleklausel des Art. 114 Abs. 3 AEUV . . . . .	97
1. Reichweite der Schutzniveauleklausel . . . . .	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
<b>Kapitel 3: Verbraucher im Digital Markets Act . . . . .</b>	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
<b>Kapitel 4: Das Fairness-Konzept des DMA und der Schutz von Endnutzern . . . . .</b>	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
<b>Kapitel 5: Verbraucherschutz durch Verpflichtungen des DMA . . . . .</b>	<b>183</b>
<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

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
<b>Kapitel 6: Konstitutionalisierung der Plattformökonomie . . . . .</b>	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
<b>Zusammenfassung . . . . .</b>	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
<b>English Summary . . . . .</b>	263
<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	267
<b>Anhang: Rechtsprechung des EuGH zu Art. 38 GRC . . . . .</b>	293
<b>Stellenregister . . . . .</b>	297