

Inhaltsübersicht

A. Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteressen 23

I. Einführung 23

II. Wesentliche Erkenntnisinteressen 24

III. Erscheinungsformen von User-Generated Content 29

IV. Unterschiedliche Grade des Nutzerengagements 36

V. Unterschiedliche Grade von Zugänglichkeit 37

VI. Plattformen und deren (aktive und passive) Nutzer 37

VII. Gang der Untersuchung 38

B. Die Pflichtangaben der §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 und 2 RStV 39

I. Vorprägung durch Art. 5 Abs. 1 ECRL 39

II. Modus der Angaben 41

III. Die einzelnen Angaben 50

IV. Konsequenzen bei Nichtbeachtung der §§ 5 TMG, 55 RStV 69

V. Fazit 78

C. Grundrechtlicher Rahmen der Informationspflichten 79

I. Maßstab 79

II. Betroffenheit von Grundrechten durch Informationspflichten 81

III. Schrankenregelungen 155

IV. Grundrechtlicher Konfliktausgleich 157

D. Die Tatbestandsvoraussetzungen der §§ 5 TMG, 55 RStV	228
I. Vorprägung der Tatbestandsvoraussetzungen durch Art. 5 Abs. 1 ECRL	228
II. Anbieter von Telemedien.....	229
III. Geschäftsmäßigkeit.....	265
IV. Entgeltlichkeit.....	275
V. Persönlichen oder familiären Zwecken dienende Telemedien.....	317
VI. Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten	343
VII. Verhältnis der Vorschriften zueinander	399
E. Ausblick.....	403
F. Zusammenfassung.....	406
I. Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteressen.....	406
II. Die Informationspflichten der §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 und 2 RStV.....	407
III. Grundrechtlicher Rahmen der Informationspflichten	407
IV. Die Tatbestandsvoraussetzungen der Informationspflichten.....	410
Literaturverzeichnis.....	416

Inhaltsverzeichnis

A. Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteressen	23
I. Einführung	23
II. Wesentliche Erkenntnisinteressen	24
1. Hybride Online-Kommunikation vs. klassische rechtliche Grenzbegriffe	24
2. Anonymität und Pseudonymität vs. Informationspflichten	26
III. Erscheinungsformen von User-Generated Content	29
1. Foren	29
2. Social Networks	30
3. Multimedia Content Sharing-Plattformen	31
4. (We)Blogs und multimediale Varianten	32
5. Microblogs	33
6. Wikis	33
7. Handelsplattformen	34
8. Bewertungsplattformen	35
IV. Unterschiedliche Grade des Nutzerengagements	36
V. Unterschiedliche Grade von Zugänglichkeit	37
VI. Plattformen und deren (aktive und passive) Nutzer	37
VII. Gang der Untersuchung	38
B. Die Pflichtangaben der §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 und 2 RStV	39
I. Vorprägung durch Art. 5 Abs. 1 ECRL	39
II. Modus der Angaben	41
1. Maßstab des Durchschnittsnutzers als Durchschnittsverbraucher	41
2. Leichte Erkennbarkeit	42
3. Unmittelbare Erreichbarkeit	47
4. Ständige Verfügbarkeit	49
III. Die einzelnen Angaben	50

1. Name und Anschrift des Anbieters	50
2. Zusätzliche Pflichtangaben im Fall von Gesellschaften als Anbieter ..	52
3. Schnelle elektronische Kontaktaufnahme und unmittelbare Kommunikation ermöglichende Angaben	53
4. Sonstige Pflichtangaben gemäß § 5 Abs. 1 TMG	58
5. Benennung eines Verantwortlichen nach § 55 Abs. 2 RStV	58
a) Position des Verantwortlichen	59
b) Anforderungen an den Verantwortlichen	59
c) Rechtliche Relevanz der Benennung	60
aa) Strafrecht	60
bb) Zivilrecht	66
cc) Öffentliches Recht	68
IV. Konsequenzen bei Nichtbeachtung der §§ 5 TMG, 55 RStV	69
1. Wettbewerbsrecht	69
a) Geschäftliche Handlung	69
b) Verletzung einer Marktverhaltensregelung	70
c) Erheblichkeit des Wettbewerbsverstößes	72
d) Haftung von Plattformbetreibern für fehlerhafte oder fehlende Anbieterkennzeichnung der Nutzer	75
2. Ordnungswidrigkeitenrecht	77
V. Fazit	78
C. Grundrechtlicher Rahmen der Informationspflichten	79
I. Maßstab	79
II. Betroffenheit von Grundrechten durch Informationspflichten	81
1. Allgemeines Persönlichkeitsrecht der Telemedienanbieter	81
a) Sachlicher Schutzbereich	81
aa) Informationelle Selbstbestimmung	82
bb) Recht auf (autonome) Selbstdarstellung	83
cc) Schutz des privaten Lebensbereiches	87
dd) Fazit	90
b) Verhältnis zu anderen Grundrechten	91
aa) Kommunikationsfreiheiten	91
bb) Wirtschaftsfreiheiten	92
c) Fazit	93
2. Meinungsfreiheit	94
a) Abgrenzung zu Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG	94
b) Meinungen als Schutzgegenstand	96
c) Schutz von Äußerungen ohne erkennbaren Urheber	98

d)	Schutz des anonymen Äußerns	102
aa)	Ausgangspunkt: Freiheit in Wahl von Umständen und Form der Kommunikation	103
bb)	Schutz jedes Zwecks einer Identitätsverschleierung?	105
e)	Schutz der Verwendung eines fremden Namens.....	109
f)	Negative Meinungsfreiheit.....	110
g)	Fazit	111
3.	Rundfunkfreiheit	112
a)	Schutzgegenstand.....	112
aa)	Rezipientenkreis	112
(1)	Beschaffenheit	113
(2)	Kein manifestierter Wille zur Nichtöffentlichkeit	117
(3)	Tatsächliche Reichweite	119
(4)	Fazit	119
bb)	Relevanz des Verbreitungsmediums	119
(1)	Abgrenzung zwischen Rundfunk und Presse.....	120
(2)	Medienbedingter Ausschluss unmittelbaren Kontakts..	123
cc)	Darbietung	123
(1)	Interaktionsmöglichkeiten des Nutzers.....	124
(2)	Besondere inhaltliche Merkmale?	126
(a)	Publizistische Relevanz	126
(b)	Meinungsrelevanz.....	127
(c)	Redaktionelle Bearbeitung der Inhalte	128
(d)	Vom Anbieter ausgewählte Inhalte	128
(e)	Ablehnung jeglicher inhaltsbezogener Einschränkung	129
(f)	Stellungnahme und Fazit	129
dd)	Fazit	130
b)	Betroffenheit des Schutzbereiches	130
aa)	Die Benennung eines Verantwortlichen nach § 55 Abs. 2 RStV	131
bb)	Relevanz der Informationspflichten nach §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 RStV für die Vermittlung von Inhalten durch Rundfunk	133
(1)	Der verfassungsrechtliche „Content-Provider“.....	133
(a)	Treffen der Veröffentlichungsentscheidung als zentrale geschützte Tätigkeit	133
(b)	Situation bei UGC-Plattformen	136
(c)	Berührung des Schutzbereichs durch Informationspflichten	137
(2)	Intermediärfunktion des Plattformbetreibers jenseits der Veröffentlichungsentscheidung	138
(a)	Die Tätigkeit des Plattformbetreibers als eigenständiger Gewährleistungsgehalt der Rundfunkfreiheit.....	139

(b) Berührung des Schutzbereichs durch Informationspflichten	142
(c) Zwang seitens des Plattformbetreibers zur Identifikation der Nutzer	145
(3) Im Wesentlichen technische „Hilfstätigkeiten“	145
(4) Fazit	146
cc) Art der Grundrechtsbetroffenheit	146
4. Berufsfreiheit	150
a) Schutzbereich	150
b) Eingriff	152
c) Fazit	154
III. Schrankenregelungen	155
1. Art. 2 Abs. 1 GG	155
2. Art. 5 Abs. 2 GG	155
3. Art. 12 Abs. 1 Satz 2 GG	156
IV. Grundrechtlicher Konfliktausgleich	157
1. Legitimität der verfolgten Zwecke	158
a) Rechtsverfolgung	158
aa) Persönlichkeitsrechte	159
bb) Immaterialgüterrechte	160
cc) Rechte aus elektronisch geschlossenen Verträgen	160
dd) Schutz der Rechtsordnung	160
b) Transparenz im elektronischen Geschäftsverkehr	161
c) Transparenz im Kommunikationsprozess	162
d) Verhinderung von Rechtsverstößen	164
2. Geeignetheit	165
3. Erforderlichkeit	166
a) Rechtsverfolgung	167
aa) Verzicht auf Informationspflicht aufgrund vorhandener Anknüpfungspunkte für Rechtsverfolgung	167
bb) Schaffung alternativer Anknüpfungspunkte für Rechtsverfolgung	169
b) Transparenz im elektronischen Geschäftsverkehr	172
c) Transparenz im Kommunikationsprozess	173
d) Vorbeugung vor Rechtsverstößen	174
e) Fazit	174
4. Angemessenheit	174
a) Staatliche Schutzaufgaben zu Gunsten betroffener Grundrechte	174
b) Gewichtung der mit Informationspflichten verfolgten Interessen	179
aa) Materielle Ebene	179

(1) Besondere Gefahren anonymer und pseudonymer Kommunikation	179
(2) Geringere Glaubwürdigkeit und/oder geringeres Gewicht anonymer oder pseudonymer, privater Kommunikation	181
(3) Wirkungsintensität und Reichweite des verwendeten Mediums	183
bb) Prozedurale Ebene: Informationspflichten als Durchsetzungsinstrument.....	185
(1) Alternative Rechtsschutzmöglichkeiten.....	185
(2) Gegenschlagsmöglichkeit	186
(3) Selbstregulierungspotenzial bestimmter Teilöffentlichkeiten	187
cc) Fazit	187
c) Allgemeines Persönlichkeitsrecht der Telemedienanbieter	188
aa) Die Sozialbezogenheit der Persönlichkeit als Grenze eines Rechts auf anonyme Selbstdarstellung	188
bb) Strukturierungsleistung der Sphärentheorie.....	190
cc) Die einzelnen Sphären	191
(1) Intimsphäre	192
(2) Privatsphäre	194
(3) Sozialsphäre und Öffentlichkeitssphäre.....	195
(4) „Gemischte“ Inhalte	196
dd) Fazit	197
d) Meinungsfreiheit der Telemedienanbieter	197
aa) Beiträge zur Meinungsbildung.....	197
(1) Zweck der Meinungsäußerung.....	197
(2) Geringere Bedeutung von Kommunikation ohne erkennbaren Verfasser	202
bb) Intensität der Beeinträchtigung	204
(1) Geringere Intensität aufgrund der (besonderen) Form einer Äußerung als Anknüpfungspunkt?	205
(2) Geringe Eingriffsintensität aufgrund hoher Bereitschaft zur Offenbarung persönlicher Informationen?.....	205
cc) Informationspflichten als Äußerungsunterdrückende Faktoren: „Chilling Effects“	206
(1) Aufgrund der Informationspflichten	209
(a) (Grundsätzliche) Unterscheidung anhand der betroffenen Persönlichkeitssphären	210
(b) Angst vor rechtlicher Verfolgung.....	210
(c) Informationen im Zusammenhang mit wirtschaftlicher Tätigkeit.....	211
(d) Informationen im Zusammenhang mit Ausbildungsverhältnissen	213

(e) Für die körperliche und soziale Integrität potenziell schädliche Meinungen	214
(f) Abweichende Meinungen.....	216
(2) Aufgrund unsicherer Rechtslage	217
dd) Fazit.....	217
e) Rundfunkfreiheit.....	218
aa) Wertigkeit des Schutzgutes	218
(1) Besonderer Schutz von Publizistik	218
(2) Für Art. 5 Abs. 1 Satz 2 GG relevante Merkmale nicht-publizistischer UGC-Angebote	220
bb) Intensität des Eingriffs durch Informationspflichten	224
f) Berufsfreiheit.....	225
5. Fazit und Abwägungsleitlinien	226

D. Die Tatbestandsvoraussetzungen der §§ 5 TMG, 55 RStV	228
---	-----

I. Vorprägung der Tatbestandsvoraussetzungen durch Art. 5 Abs. 1 ECRL	228
---	-----

II. Anbieter von Telemedien.....	229
1. Anbieter als Telemedien zur Nutzung bereit Haltender.....	229
a) Grundsatz: (Technische) Kontrollmöglichkeit über Löschung...	230
b) Speichern auf im Anbietereigentum stehenden Servern?	230
c) Rechtliche Befugnis über Speicherungsmöglichkeit?.....	231
d) Kausale, willentliche Mitwirkung an der Bereitstellung.....	232
e) Anbieter- bei gleichzeitiger Nutzereigenschaft.....	232
f) Notwendige Urheberschaft an veröffentlichten Inhalten?	235
g) Selbstständigkeit der Zugriffsmöglichkeit.....	235
h) Fazit	236
2. Bezugspunkt der Anbieterschaft: Telemedien	236
a) Negative Tatbestandsmerkmale.....	236
aa) Rundfunk	236
(1) Positive Merkmale.....	237
(2) Negative Merkmale	239
(3) Fazit.....	240
bb) Telekommunikation.....	241
b) Positive Definition: elektronischer Informations- und Kommunikationsdienst	241
aa) Information und Kommunikation als Gegenstand des Dienstes	241
bb) Diensteigenschaft	242
(1) Speziell: Abgrenzung in Plattformkonstellationen	242
(2) Auslegungsdeterminanten	244
(a) Wortlaut.....	244
(b) Systematik	245

(c) Entstehungsgeschichte.....	246
(d) Telos	247
(3) Nicht tragfähige Kriterien.....	249
(a) Interaktivität für den Nutzer; (vor-)vertragliches Verhältnis	249
(b) Dienstleistung im Sinne von Entgeltlichkeit	250
(c) Nicht direkt aufrufbare Information	250
(d) Formale Begrenzung auf Domain oder Website....	251
(e) Materielle Abgrenzung, insbesondere Abstellen auf eine „Webpräsenz“	252
(4) Definition.....	253
(a) Anbieterschaft als Ausgangspunkt	253
(b) Zusätzliches Element: „Eigenständigkeit“.....	255
(aa) Grundsatz: Im Zweifel Dienstcharakter	257
(bb) Isolierbarkeit	257
(cc) Dienst als eigenständig nutzbare Informations- und Kommunikationseinheit....	258
(dd) Dienst als Organisationsstrukturelement.....	260
(ee) Kommunikative Eigenständigkeit	261
cc) Elektronisch	263
dd) Fazit: Definition des Telemediums	263
III. Geschäftsmäßigkeit	265
1. Geschäftsmäßigkeit als eigenständiges Tatbestandsmerkmal	265
2. Definition der Geschäftsmäßigkeit.....	266
a) Auslegungsdeterminanten	267
aa) Wortlaut	267
bb) Systematik.....	267
(1) Verständnis von Entgeltlichkeit in anderen Gesetzen...	267
(2) Privilegierung von persönlichen oder familiären Zwecken dienenden Diensten	268
cc) Entstehungsgeschichte	269
dd) Sinn und Zweck	269
b) Entwicklung einer Definition.....	270
aa) Nachhaltigkeit.....	271
bb) Nicht ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienend	272
3. Anwendung auf UGC-Sachverhalte.....	272
4. Fazit	274
IV. Entgeltlichkeit	275
1. Wortlaut	275
a) Entgeltlichkeit.....	275
aa) Entgelt als Gegenleistung	275
bb) Bezugspunkt des Entgelts: Leistung	276

cc) Entgelt Entrichtender.....	276
b) In der Regel	277
c) Fazit	277
2. Entstehungsgeschichte	277
a) Verweis auf ECRL.....	278
b) Ausschluss von Diensten „ohne Hintergrund einer Wirtschaftstätigkeit“	279
c) Verständnis von „in der Regel“	279
d) Vorbilder für die Anbieterkennzeichnung im Handelsrecht	280
e) Unterschiede in der Aufteilung der Regelungsgegenstände zwischen TMG und RStV.....	280
f) Fazit	281
3. Systematik.....	281
a) Die Beziehung zwischen Nutzer und Anbieter	281
b) Verständnis in der ECRL und richtlinienkonforme Auslegung ..	282
aa) Wortlaut.....	282
bb) Systematik	283
cc) Wille des Richtliniengebers.....	285
(1) Erwägungsgründe als Erkenntnisquelle.....	285
(2) Dienstleistungsfreiheit im AEUV.....	287
(a) Wortlaut des Art. 57 AEUV	287
(b) Verweis auf Rechtsprechung des EuGH	288
(c) Wirtschaftliche Gegenleistung	288
(d) „in der Regel“	289
(e) Gewinnerzielungsabsicht.....	291
(f) Fazit.....	291
(3) Vermutung für möglichst weitgehende Interpretation ..	292
dd) Ziele der Richtlinie	293
ee) Fazit	295
c) Verständnis von Entgeltlichkeit im Urheberrecht.....	296
d) Merkmale zur Beschreibung wirtschaftlicher Tätigkeit.....	296
aa) Verständnis im Telekommunikationsrecht	297
bb) Personenbeförderungsrecht	297
cc) Sonstige Rechtsgebiete	298
e) Fazit	298
4. Telos	299
a) Ziele des § 5 TMG.....	299
aa) Anknüpfungspunkt für Rechtsverfolgung im Streitfall	299
bb) Verbraucherschutz	300
cc) Transparenz von geschäftsmäßig erbrachten Telemedien ...	300
dd) Mit speziellen einzelnen Angaben verfolgte Ziele	301
b) Auf selbstständige wirtschaftliche Tätigkeit ausgerichtete Rechtsfolgen	302
5. Entwicklung einer Definition.....	303

a)	Eigenständige Bedeutung der Tatbestandsmerkmale statt alleiniges Abstellen auf „wirtschaftlichen Hintergrund“	303
b)	Wirtschaftlicher Hintergrund eines Dienstes im Sinne von Gewinnerzielungsabsicht als notwendiges Kriterium?	304
c)	Bedeutung des Teilmerkmals „gegen Entgelt“	306
aa)	Freiwilligkeit der Entgeltentrichtung	306
bb)	Art der Gegenleistung	308
cc)	Person des Entgelterbringers	309
dd)	Bezugspunkt der Entgeltleistung	309
(1)	Entgeltzahlung für Erbringung des Telemediums selbst	309
(2)	Entgeltzahlung im Zusammenhang mit einem Telemedium	310
(3)	Entgeltzahlung bei Drittfinanzierung	311
(4)	Entgeltempfänger	312
d)	Bedeutung des Teilmerkmals „in der Regel“	313
aa)	Dienstetypbezogene Sichtweise	313
bb)	Auf konkret angebotenen Dienst bezogene Sichtweise	315
6.	Fazit	316
V.	Persönlichen oder familiären Zwecken dienende Telemedien	317
1.	Auslegungsdeterminanten	317
a)	Wortlaut	317
b)	Entstehungsgeschichte	319
aa)	Rechtslage vor 2007	319
bb)	Gesetzgebungsmaterialien zum neunten Rundfunkänderungsstaatsvertrag	320
c)	Systematik	321
aa)	Verfassungsrecht	321
(1)	Art. 6 Abs. 1 GG	322
(2)	Art. 2 Abs. 1 i. V. m. Art. 1 Abs. 1 GG	322
(3)	Art. 5 Abs. 1 GG	325
(4)	Entgegenstehende Rechte	327
bb)	Datenschutzrecht	327
cc)	Regelungen zur Privatkopie im Urheberrecht	331
dd)	„Harmlose“ Druckwerke im Presserecht	332
ee)	Zwölfter Rundfunkänderungsstaatsvertrag	333
d)	Telos	334
2.	Bewertung der Ergebnisse	335
a)	Nutzerkreis	335
aa)	Beschaffenheit des Nutzerkreises	335
bb)	Technische Begrenzung der Wahrnehmbarkeit	336
cc)	Ausschluss der Privilegierung bei fehlender technischer Begrenzung?	337
b)	Adressatenkreis	338

c) Inhalt.....	339
d) Funktionaler Kontext	340
3. Fazit	342
VI. Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten	343
1. Wortlaut	343
a) Anbieter von Telemedien mit Angeboten	343
b) Journalistisch-redaktionelle Gestaltung	343
c) Regelbeispiel der Wiedergabe von Inhalten periodischer Druckerzeugnisse.....	345
d) Wegfall der Periodizität als eigenständiges Tatbestandsmerkmal	346
2. Bisherige Auslegungsvorschläge	346
a) Journalistisch-redaktionelle Gestaltung verstanden als Äquivalent des Mediendienstes unter Heranziehung von § 2 Abs. 2 Nr. 2 TDG	347
b) Besondere Relevanz für die Meinungsbildung	350
c) Presserechtliche Auslegung: Ausschluss „harmloser“ Dienste...	350
d) Schöpferische Leistung.....	352
3. Auslegungsdeterminanten.....	353
a) Gesetzgebungsgeschichte	353
b) Systematik und Teleologie des Tatbestandsmerkmals.....	355
aa) Einheitliche vs. konkret funktionsbezogene Auslegung	355
bb) Besondere Verpflichtungen	357
(1) Gegendarstellungsrecht	358
(2) Journalistische Standards.....	360
(3) Pflicht zur Benennung eines Verantwortlichen	362
cc) Besondere Privilegien.....	363
(1) Auskunftsanspruch	363
(2) Zeugnisverweigerungsrecht, Schutz vor Beschlagnahme.....	365
(3) Schutz vor Sperrung	366
(4) Datenschutzrecht	366
4. Funktionserwartung der Nutzer als ausschlaggebendes Merkmal	372
a) Besondere Funktionen von Journalismus und Redaktionellem ..	372
b) Erwartung der Rezipienten als Anknüpfungspunkt	375
5. Kriterien für Feststellung der Funktionserwartung	378
a) Regelbeispiel der Wiedergabe periodischer Druckerzeugnisse ..	379
b) Aktualität und Periodizität	381
c) Publizität.....	384
d) Universalität.....	386
e) Orientierung an Faktizität	387
f) Neutrale Beobachtung vs. Vertreten von Partikularinteressen....	389
g) Typische journalistisch-redaktionelle Darstellungsformen.....	393
h) Redaktionelle oder vergleichbare Strukturen.....	394

i) Strukturierung	396
6. Fazit	396
VII. Verhältnis der Vorschriften zueinander	399
1. Persönliche oder familiäre Zwecke vs. journalistisch-redaktionelle Gestaltung	399
2. Persönliche oder familiäre Zwecke vs. geschäftsmäßig, in der Regel entgeltlich	399
3. In der Regel entgeltlich vs. journalistisch-redaktionelle Gestaltung ..	400
4. „Zusätzlich zu den Angaben nach den §§ 5 und 6 des Telemediengesetzes“ in § 55 Abs. 2 Satz 1 RStV	400
E. Ausblick	403
F. Zusammenfassung	406
I. Untersuchungsgegenstand und Erkenntnisinteressen	406
II. Die Informationspflichten der §§ 5 Abs. 1 TMG, 55 Abs. 1 und 2 RStV ..	407
III. Grundrechtlicher Rahmen der Informationspflichten	407
IV. Die Tatbestandsvoraussetzungen der Informationspflichten	410
1. Vorprägung der Tatbestandsvoraussetzungen durch Art. 5 Abs. 1 ECRL	410
2. Anbieter von Telemedien	410
3. Geschäftsmäßige Erbringung	411
4. In der Regel entgeltliche Erbringung	412
5. Persönlichen oder familiären Zwecken dienend	412
6. Telemedien mit journalistisch-redaktionell gestalteten Angeboten ...	413
7. Verhältnis der Vorschriften zueinander	414
Literaturverzeichnis	416