

## Inhaltsverzeichnis

Kapitel 1	Einführung: Suchen im Internet	13
I.	Selektion als Herausforderung in der Informationsgesellschaft	13
II.	Suchmaschinen im Spannungsfeld: Privilegierung und Verantwortlichkeit	15
III.	Suchdienste und ihre Arbeitsweise	18
1.	Unterschiedliche Suchwerkzeuge	19
2.	Technik algorithmischer Suchmaschinen mit eigenem Index	22
a)	Aufbau des Datenbestands	22
b)	Datenanalyse und Ranking	29
aa)	On-Page-Faktoren	31
bb)	Off-Page-Faktoren	33
aaa)	Linkpopularität und PageRank	33
bbb)	BadRank und TrustRank	34
ccc)	Hilltop	35
ddd)	Click Popularity	36
cc)	Personalisierte Suche	37
c)	Verarbeitung und Ergebnis der Suche	39
d)	Zusammenfassung	41
3.	Suchvorschläge	42
IV.	Suchen oder »googlen«? Entwicklung und status quo der Suchmaschinenlandschaft	43
V.	Gegenstand und Gang der Untersuchung	47
Kapitel 2	Suchmaschinen als Rundfunk	49
I.	Kommunikations- und Mediengrundrechte einer entwicklungsoffenen Verfassung	49
II.	Rundfunkbegriff	58
1.	Wortherkunft und frühe Rundfunkdienste	59
2.	Verfassungsrechtsprechung für neue Formen des Rundfunks	60
a)	Begriffsklarheit aufgrund technischer Eindeutigkeit	61
b)	Funktionales Verständnis	63
c)	Verbreitungsmethode und Annexbereiche	64
d)	Einfluss wirkungsbezogener Aspekte	66

## *Inhaltsverzeichnis*

e)	Programmfreiheit	66
f)	Analyse: Fernsehzentrische Perspektive versus Entwicklungsoffenheit	67
3.	Tatbestandsmerkmale des Rundfunks	70
a)	Benutzung elektromagnetischer Schwingungen	72
b)	Adressierung an die Allgemeinheit	75
aa)	Individual- und Massenkommunikation	76
bb)	Individuell unbestimmter Personenkreis	77
cc)	Aufenthaltsort der Adressaten	79
dd)	Verbreitung	81
c)	»Darbietung«: Inhalt, Form, Wirkung	81
aa)	Berichterstattung	82
bb)	Journalistisch-redaktionelle Gestaltung	83
cc)	Programm	88
dd)	Audiovisuelle Darbietung	93
ee)	Suggestivkraft, Breitenwirkung, Aktualität	96
ff)	Meinungsbildungsrelevanz	101
gg)	Gesamtbetrachtung und Stellungnahme	106
d)	Zwischenergebnis	115
III.	Rundfunkbegriff und Suchmaschinen	115
1.	Internet und Rundfunk	115
a)	Nachrichtentechnisches Element	116
b)	Massenkommunikatives Element	116
c)	Inhaltliches Element	117
2.	Suchmaschinen als Rundfunk	118
a)	Grundsätzliche Zuordnung	118
b)	Personalisierte Suchergebnisse	119
3.	Zwischenergebnis	124
IV.	Verfassungsdogmatik des Rundfunks	125
1.	Sondersituation und -dogmatik	125
a)	Sondersituation von Fernsehen und Hörfunk	125
b)	Rundfunkfreiheit durch Rundfunkordnung	133
2.	Liberale Gegenansicht	136
3.	Auswirkungen für die gesetzgeberische Tätigkeit	140
a)	Verpflichtung zur Rundfunkgesetzgebung	140
b)	Ausgestaltungs- und Eingriffsgesetze	148
c)	Schrankenbindung	151
d)	Gestaltungsspielraum und Verhältnismäßigkeit	155
e)	Zwischenergebnis	161
V.	Gewährleistungsinhalte der Rundfunkfreiheit für Fernsehen und Hörfunk	162

*Inhaltsverzeichnis*

1. Subjektive Abwehrrechte	163
2. Objektiv-rechtliche Vorgaben	166
VI. Gewährleistungsinhalte der Rundfunkfreiheit für Suchmaschinen	170
1. Subjektive Abwehrrechte	170
2. Objektiv-rechtliche Vorgaben	174
<b>Kapitel 3 Suchmaschinen und die Sicherung der freien Meinungsbildung</b>	<b>176</b>
I. Abgestuftes Regelungskonzept	176
II. Meinungsvielfalt durch Medien als Ziel	178
III. Meinungsbildung mit Suchmaschinen	181
1. Breitenwirkung, Aktualität, Suggestivkraft	182
2. Meinungsbildung durch Suchmaschinen	185
3. Defizite bei interner und externer Vielfalt	189
4. Zwischenergebnis	193
IV. Bereichsspezifische Gesetzgebung für Suchmaschinen	194
V. Exkurs: Öffentlich-rechtliche Anforderungen beim Betrieb von Suchmaschinen	197
1. Gesetzliche Anforderungen für Telemedien	197
2. Regulierungsoptionen de lege ferenda	200
a) Transfer der Fernseh-Regulierungsinstrumente auf Suchmaschinen	201
b) Neuartige Regulierungsinstrumente	206
aa) Verpflichtung auf Ausgewogenheit und Vollständigkeit	206
bb) Diskriminierungsverbot	208
cc) Objektivitäts- und Transparenzgebot	210
c) Zwischenergebnis	213
VI. Einfluss zivilrechtlicher Bestimmungen auf die Meinungsvielfalt	214
1. Mittelbare Drittewirkung und Kohärenz	215
2. Vielfaltshemmung durch Haftung	216
<b>Kapitel 4 Privatrechtliche Haftung für Suchergebnisse</b>	<b>220</b>
I. Haftungsprivilegierung nach Telemediengesetz	220
1. Anwendungsbereich	221
2. Privilegierung von Suchmaschinen	222
a) Durchleitung von Informationen (§ 8 TMG)	225

## *Inhaltsverzeichnis*

b)	Zwischenspeicherung (§ 9 TMG)	228
c)	Speicherung von Informationen (§ 10 TMG)	230
3.	Zwischenergebnis	231
II.	Haftung für Snippets	231
1.	Haftung als Täter	232
a)	Äußerungsrecht	232
aa)	Rechtsgutverletzung und Auslegung von Snippets	233
aaa)	Sinnentstellende Snippets?	235
bbb)	»Veraltete« Snippets	238
ccc)	Mehrdeutige Snippets	239
bb)	Behaupten und Verbreiten	242
cc)	Verschulden	247
dd)	Zwischenergebnis	249
b)	Urheberrecht	250
aa)	BGH: »Vorschaubilder«	250
bb)	Übertragung auf Snippets	253
c)	Wettbewerbsrecht: Verkehrspflichtverletzung	256
d)	Zwischenergebnis	258
2.	Haftung als Teilnehmer	259
3.	Störerhaftung	261
a)	Rechtsbeeinträchtigung	261
b)	Passivlegitimation	262
aa)	Störereigenschaft	262
bb)	Suchmaschinen als Störer	263
cc)	Prüfpflichten	265
c)	Rechtswidrigkeit und Duldungspflicht	266
4.	Zwischenergebnis	267
III.	Haftung für Links	268
1.	Unmittelbare Rechtsverletzungen	268
a)	BGH: »ueber18.de«	269
b)	BGH: »Paperboy« – Teil 1	270
c)	EuGH: »Svensson«, »BestWater« und »GS Media«	272
2.	Mittelbare Rechtsverletzungen	274
a)	BGH: »Paperboy« – Teil 2	275
b)	BGH: »Schöner Wetten«	276
c)	Kritik	277
3.	Zusammenfassung	279
IV.	Haftung für Suchvorschläge	280
1.	Rechtsprechung	280
a)	LG Hamburg vom 22.02.2011	280
b)	OLG München vom 29.09.2011	281

c)	OLG Köln vom 10.05.2012	282
d)	BGH: »Autocomplete-Funktion«	284
2.	Kritik	285
a)	Inhaltliche Deutung von Suchvorschlägen	286
b)	Suchvorschläge als eigene Inhalte?	290
V.	Prüfpflichten für Suchmaschinen	292
1.	Allgemeine Entwicklung	292
2.	Typisierung	295
3.	Rechtsprechung zu Suchmaschinen	297
a)	LG und KG Berlin	297
b)	LG und OLG Hamburg	300
c)	OLG Nürnberg	302
d)	OLG München	303
e)	LG Heidelberg und OLG Karlsruhe	304
f)	OLG Köln	306
g)	Zusammenfassung und Bewertung	307
4.	Allgemeine Kriterien zur Bestimmung von Prüfpflichten	309
5.	Interessenlage bei Suchergebnissen	311
a)	Betroffene	312
b)	Suchmaschinen	313
aa)	Rolle bei Schädigungen	313
bb)	Einfluss- und Kontrollsphäre	316
cc)	Funktion: Einfluss der Rundfunkfreiheit	319
aaa)	Veranstalterfreiheit	320
bbb)	Marktsteuerung durch Haftung	323
ccc)	Suchmaschinen als »gatekeeper«	325
6.	Bestimmung der Prüfpflichten	328
a)	Reaktive Prüfpflichten	328
b)	Klarheit und Schwere als Faktoren	330
aa)	BGH: »Blog-Eintrag«	331
bb)	Übertragung auf Suchmaschinen	332
c)	Zusammenfassung	338
7.	Subsidiarität der Suchmaschinenhaftung	339
8.	Inhalt der Beseitigungs- und Unterlassungsverpflichtung	340
a)	Kerntheorie	342
aa)	Links	343
bb)	Snippets	346
cc)	Suchvorschläge	347
b)	Folgen	348
VI.	Haftung für die Verbreitung rechtmäßiger Inhalte	349
1.	EuGH: »Recht auf Vergessenwerden«	349

## *Inhaltsverzeichnis*

2. Praktische Folgen für Suchanbieter	354
3. Kritik	357
a) Datenschutzrechtliche Grundannahmen	357
b) Grundsätzlicher Vorrang des Datenschutzes?	358
c) Gefährdung durch Persönlichkeitsprofile als Argument?	361
d) Trennung von Verantwortlichkeiten	364
4. Zivilrechtlicher Unterlassungsanspruch auf der Grundlage des Datenschutzes	366
5. Auswirkungen auf andere zivilrechtliche Haftungsansprüche	368
a) LG Heidelberg vom 09.12.2014	368
b) OLG Hamburg vom 07.07.2015	370
c) OLG Köln vom 31.5.2016	372
d) Übertragbarkeit der Leitlinien des EuGH	373
6. Fazit: Datenschutz und Meinungsbildung	375
 Kapitel 5     Schlussbetrachtungen	378
I. Gefährdungen durch Suchmaschinen und Google	378
II. Verfassungsrechtliche Gewährleistung der Rundfunkfreiheit	380
III. Haftung für Suchergebnisse	383
IV. Ausblick	387
V. Zusammenfassung der Arbeit in Thesen	389
 Literaturverzeichnis	393