

Internetrecht und Digitale Gesellschaft

Band 24

**Kommunikation auf Facebook,
Twitter & YouTube**

**Verfassungsrechtlicher Schutz der Informationsintermediäre
und ihrer Nutzer durch die Medienfreiheiten**

Von

Samira Tief



Duncker & Humblot · Berlin

Die Juristische Fakultät der Universität Rostock
hat diese Arbeit im Jahre 2018 als Dissertation angenommen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Alle Rechte vorbehalten
© 2020 Duncker & Humblot GmbH, Berlin
Satz: TextFormA(r)t, Daniela Weiland, Göttingen
Druck: CPI buchbücher.de GmbH, Birkach
Printed in Germany

ISSN 2363-5479
ISBN 978-3-428-15840-9 (Print)
ISBN 978-3-428-55840-7 (E-Book)

Gedruckt auf alterungsbeständigem (säurefreiem) Papier
entsprechend ISO 9706 ☺

Internet: <http://www.duncker-humblot.de>

Vorwort

Die vorliegende Arbeit wurde im Sommersemester 2018 als Dissertation an der Juristischen Fakultät der Universität Rostock eingereicht. Für die Veröffentlichung wurde Literatur und Rechtsprechung bis Juli 2018 berücksichtigt.

Bei meinem Doktorvater Herrn Prof. Dr. Hubertus Gersdorf bedanke ich mich für die Möglichkeit zur Promotion, für die jederzeitige Verfügbarkeit für einen fachlichen Austausch und die unermüdliche Unterstützung.

Bei Herrn Prof. Dr. Jörn Lüdemann bedanke ich mich für die Erstellung des Zweitgutachtens und seine wertvollen ergänzenden Anregungen.

Mein persönlicher Dank gilt meiner Familie. Was ich ihr und meinen Freunden zu verdanken habe, bleibt der persönlichen Widmung vorbehalten.

Potsdam, Juli 2019

Samira Tief

Teil 1

Einführung

A. Begriff des Informationsintermediärs

Bei dem Begriff des Intermediärs handelt es sich nicht um einen Rechtsbegriff.¹ Es existiert keine feststehende Definition, vielmehr wurde bisher aufgrund von Funktionsbeschreibungen und Abgrenzungen eine Annäherung und Konkretisierung des Begriffs vorgenommen. Laut dem Duden bedeutet der Begriff „intermediär“ in der Mitte liegend, dazwischen befindlich, ein Zwischenglied bildend.² Ein Intermediär im Allgemeinen leistet eine Zugangsvermittlung³, indem er dem Nutzer den Zugang zu einem Angebot eines Dritten ermöglicht.⁴ Informationsintermediäre im Speziellen vermitteln Kommunikationsinhalte Dritter.⁵ Es gibt unterschiedliche Erscheinungsformen von Informationsintermediären im Internet, wie etwa Suchmaschinen und soziale Netzwerke.⁶

Für Anbieter wie Facebook, Twitter und YouTube lässt sich zudem der Begriff des (Kommunikations-)Plattformbetreibers verwenden⁷, da der Intermediär neben der reinen Vermittlungsleistung fremder Inhalte auch eine Infrastruktur für die Speicherung und Verbreitung der fremden Inhalte zur Verfügung stellt und insofern Kommunikationsräume schafft⁸ und zudem durch die Darstellung einer algorithmusbasierten Auswahl an Inhalten eine Selektionsfunktion wahrnimmt.

Abzugrenzen sind die Informationsintermediäre von den klassischen Medienanbietern, da sie keine eigenen Inhalte verbreiten.⁹ Zudem existiert bereits der

¹ Müller-Terpitz, AfP 2017, 380 (380).

² <https://www.duden.de/rechtschreibung/intermediaer> (Stand: 12.7.2018).

³ Hartl, Suchmaschinen, Algorithmen und Meinungsmacht, S. 40; Müller-Terpitz, AfP 2017, 380 (380); Ohly, ZUM 2015, 308 (308).

⁴ Schulz, AfP 2017, 373 (375).

⁵ Schulz/Dankert, Die Macht der Informationsintermediäre, S. 15.

⁶ Zur Klassifizierung siehe Schmidt/Merten/Hasebrink u. a., Zur Relevanz von Online-Intermediären für die Meinungsbildung, S. 71 ff.; Schulz/Dankert, Die Macht der Informationsintermediäre, S. 21 ff.

⁷ Auch den Begriff der Plattform verwendend Hoffmann-Riem, AÖR 142 (2017), 1 (11); Müller-Terpitz, AfP 2017, 380 (380).

⁸ Schmidt/Merten/Hasebrink u. a., Zur Relevanz von Online-Intermediären für die Meinungsbildung, S. 9 f.; Schulz, AfP 2017, 373 (375), der von einer strukturierenden Funktion für die Kommunikation spricht.

⁹ Gersdorf, BayVBl. 2015, 625 (629); Schulz/Dankert, Die Macht der Informationsintermediäre, S. 15 f.

rundfunkrechtliche Begriff des Plattformanbieters, § 2 Abs. 2 Nr. 13 RStV. Mit der Bezeichnung der Informationsintermediäre als Plattformanbieter soll allein eine tatsächliche Beschreibung und nicht eine rechtliche Einordnung als Plattformanbieter im Sinne des § 2 Abs. 2 Nr. 13 RStV erfolgen.¹⁰ Zudem können Informationsintermediäre im Online-Bereich von Intermediären abgegrenzt werden, die eine andere Dienstleistung vermitteln, wie etwa das Verkaufen von Waren (z. B. Amazon).¹¹ Die Begriffe Facebook, Twitter und YouTube werden sowohl für die Person des Intermediärs als auch für das intermediäre Angebot an sich verwendet, sodass aufgrund der Begriffsidentität die Person des Intermediärs von der Dienstleistung, die der Intermediär anbietet, dem intermediären Angebot, abzugrenzen ist.

B. Bedeutung der Informationsintermediäre für den Kommunikationsprozess

Mit der Gründung von Facebook, Twitter, YouTube und Co. sind neue öffentliche Kommunikationsräume entstanden. Innerhalb dieser Räume hat jedermann die Möglichkeit, seine Inhalte an die Öffentlichkeit zu richten. Zudem kann jeder Nutzer auf fremde Beiträge antworten, sodass ein öffentlicher Raum für eine interaktive sog. „many-to-many-Kommunikation“¹² geschaffen wurde. Die Bedeutung der Informationsintermediäre für den Meinungsbildungsprozess spiegelt sich auch in den hohen Nutzerzahlen wider. So hatte Facebook 2,2 Milliarden aktive Nutzer im Jahr 2018¹³, YouTube mehr als 1 Milliarde Nutzer¹⁴ und Twitter 328 Millionen aktive Nutzer im ersten Quartal des Jahres 2017¹⁵. Selbst wenn die intermediären Angebote zur Pflege von sozialen Beziehungen genutzt werden, so ist ihre Funktion keinesfalls darauf beschränkt. Vielmehr nehmen sie eine wesentliche Bedeutung innerhalb des Kommunikationsprozesses ein. Dies zeigt sich schon daran, dass nicht nur private Nutzer diese Form der Kommunikation verwenden. Auch Politiker, wirtschaftliche Unternehmen und klassische Medienanbieter sind mit einem eigenen Informationskanal auf den neuen Plattformen vertreten. Dabei zeigt sich eine Wechselwirkung zwischen den Anbietern der klassischen Medien und den einzelnen aktiven Nutzern, indem die klassischen Medienanbieter die sozialen Netzwerke für ihre Recherche nutzen, um sich einen Eindruck über ein

¹⁰ Auf das Erfordernis einer Unterscheidung hinweisend *Müller-Terpitz*, AfP 2017, 380 (380); *Schulz/Dankert*, Die Macht der Informationsintermediäre, S. 18 f.

¹¹ Dazu auch *Schulz/Dankert*, Die Macht der Informationsintermediäre, S. 17 f.

¹² Den Begriff „many-to-many-Kommunikation“ verwendend *Gersdorf*, in: Hill/Schliesky, Die Vermessung des virtuellen Raums, S. 163 (165 f.); *Härtig*, K&R 2012, 264 (264); *Holz-nagel*, AfP 2011, 532 (534).

¹³ https://allfacebook.de/zahlen_fakten/nutzer-und-umsatzzahlen-facebook (Stand: 12.7.2018).

¹⁴ <https://www.youtube.com/yt/press/de/statistics.html> (Stand: 12.7.2018).

¹⁵ <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/232401/umfrage/monatlich-aktive-nutzer-von-twitter-weltweit-zeitreihe/> (Stand: 12.7.2018).

bestehendes Stimmungsbild zu verschaffen oder um eine Resonanz auf ihre eigenen inhaltlichen Beiträge zu erhalten.¹⁶

C. Relevanz des Themas, Problemlage und Forschungsfragen

Mit dem Entstehen der informationsintermediären Angebote sind auch neue Rechtsfragen aufgekommen, wie die Frage nach der Haftung des Informationsintermediärs für fremde Inhalte und die Frage nach einem Regulierungserfordernis für die Tätigkeit der Intermediäre. Die umfassende grundrechtliche Einordnung der Aktivitäten der Informationsintermediäre und deren Nutzer bildet eine Voraussetzung, um die genannten Rechtsfragen angemessen zu beantworten, da die Grundrechte als unmittelbares Recht sowohl die Gesetzgebung als auch die Rechtsprechung binden, Art. 1 Abs. 3 GG. Von daher handelt es sich bei der vorliegenden Arbeit um eine Grundlagenarbeit, deren Erkenntnisse in allen Rechtsgebieten eingebracht werden können.

Den Kommunikationsfreiheiten des Art. 5 Abs. 1 GG kommt innerhalb des Grundgesetzes eine besondere Bedeutung zu, da ein freier Meinungsbildungsprozess eine schlechthin konstituierende Bedeutung für eine freiheitliche demokratische Grundordnung hat.¹⁷ Für die Beantwortung der Rechtsfragen ist daher besonders relevant, ob die Informationsintermediäre allein von der wirtschaftlichen Freiheit des Art. 12 Abs. 1 GG geschützt werden oder ob zudem noch ein Schutz aus Art. 5 Abs. 1 GG in die Abwägung eingestellt wird. Zudem macht es aufgrund der besonderen Bedeutung der Medienfreiheiten des Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG einen Unterschied, ob die Kommunikation der Nutzer als Individual- oder als Massenkommunikation im Sinne des Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG eingestuft wird.

Daher soll mit der Arbeit die Frage beantwortet werden, ob der aktive Nutzer und der Informationsintermediär von den massenkommunikativen Gewährleistungen des Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG geschützt werden. Für die Betätigungen des Nutzers stellt sich dabei die Frage, ob dieser neben dem unstreitig einschlägigen Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG auch einen Schutz aus Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG erhält, wenn er seine Inhalte an die Allgemeinheit verbreitet. Dabei ist insbesondere fraglich, inwieweit auch die gruppeninterne Kommunikation von einer massenkommunikativen Gewährleistung erfasst ist. Für die Informationsintermediäre stellt sich die Frage, ob diese aufgrund ihres Beitrags für einen freien Meinungsbildungsprozess einen Schutz aus Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG erhalten. Dabei ist fraglich, ob sie einen ausreichenden eigenen inhaltlichen Beitrag leisten, der einen unmittelbaren Schutz auslöst, oder ob sie lediglich inhaltsneutrale Tätigkeiten ausüben und insofern ggf. ein mittelbarer Schutz aus Art. 5 Abs. 1 S. 2 GG in Betracht kommt. Zudem stellt

¹⁶ Machill/Beiler/Krüger, Das neue Gesicht der Öffentlichkeit, S. 29 ff.

¹⁷ BVerfGE 10, 118 (121); 62, 230 (247); 117, 244 (258).