

Digital Services Act: Stellungnahme des VAUNET

Datum March 31, 2021

Digital Services Act (DSA): Medien stehen für ein sicheres und vertrauenswürdiges Online-Umfeld

Die von der EU-Kommission im DSA angestrebten Endziele der „Vertiefung und Weiterentwicklung des digitalen Binnenmarktes“ sowie die Festlegung einheitlicher Regeln für ein „sicheres, vorhersehbares und vertrauenswürdiges Online-Umfeld“ sind begrüßenswert.

Allerdings muss ein sektorübergreifender Vorschlag wie der DSA durch weitere Instrumente [u. a. European Democracy Action Plan (EDAP)] ergänzt werden, um dort zum Beispiel stärker und spezifischer gegen schädliche Inhalte wie Desinformation vorzugehen.

Im DSA müssen zunächst die Bedingungen für alle Akteure geschaffen werden, um an den o. g. Endzielen mitwirken zu können. Auf dem Weg dorthin räumt der Entwurf der EU-Kommission den Verbraucher*innen bzw. Nutzer*innen sowie den Aufsichtsstrukturen (Digital Services Coordinator, EU-Kommission) neue Rechte ein. Gleichzeitig müssen jedoch auch die Anliegen professioneller Medien bzw. deren Inhalte stärker berücksichtigt werden.

Die privaten Sendeunternehmen Deutschlands sind mit ihren rund 11,4 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2019 ein maßgeblicher Kultur- und Wirtschaftsfaktor. Sie repräsentieren einen strategisch bedeutsamen Sektor, der für die Erholung der Wirtschaft der europäischen Union während der und nach überstandener Corona-Pandemie von wesentlicher Bedeutung sein wird. Die Pandemie hat gezeigt, dass europäische Medienunternehmen ein verlässlicher Anker sind, insbesondere im Kampf gegen Desinformation sowie bei politischer und gesellschaftlicher Verunsicherung innerhalb der Bevölkerung. Darüber hinaus unterliegen der private Rundfunk und seine Online-Angebote einer funktionierenden und unabhängigen Medienaufsicht. Die Nutzer*innen von Radio und TV sowie deren Online-Angebote sind somit vor rechtswidrigen, illegalen und schädlichen Inhalten wirksam geschützt.

Der Zugang, die Sichtbarkeit und die Nachhaltigkeit von Inhalten professioneller Medienanbieter sind im Verhältnis zu Hate Speech, Fake News und Verschwörungstheorien im Internet zu stärken. Dies entspricht dem politischen Ziel des DSA, einen sicheren digitalen Raum zu schaffen.

Der DSA-Vorschlag der EU-Kommission sollte aus Sicht des VAUNET um folgende Aspekte ergänzt werden.

1. Berücksichtigung des Mediensektors bei der sektorübergreifenden Diskussion

- a) Sektorspezifische Regelungen und Spielräume für Mitgliedstaaten sind beizubehalten. Bei der Aufsicht sind Doppelstrukturen zu vermeiden.
- b) Kein Eingriff in die journalistisch-redaktionelle Freiheit professioneller Medien: Globale kommerzielle Online-Plattformen sollten keine Aufsichtsfunktion über legal verbreitete Online-Inhalte ausüben dürfen, die von Diensteanbietern stammen, die eine redaktionelle Verantwortung wahrnehmen und sich durchwegs an EU- und nationales Recht sowie journalistische und redaktionelle Grundsätze halten.

2. Mehr Transparenz schafft mehr Sicherheit im Online-Umfeld

- a) Transparenz bei der Online-Werbung ist grundsätzlich zu begrüßen. Online-Werbung muss jedoch weiterhin die Finanzierung von professionellen Medien ermöglichen.
- b) Identifikation und Nachverfolgbarkeit von Unternehmern (Know-Your-Business-Customer-Prinzip) ist ein wichtiger Grundstein zur verbesserten Transparenz und sollte über Warengeschäfte hinausgehen.
- c) Transparenz der Empfehlungssysteme: Neben der Transparenz gegenüber den Nutzern, sollte Transparenz auch gegenüber Aufsichtsbehörden eine bessere Kontrolle der Online-Plattformen bzw. der Erfüllung der Pflichten aus dem DSA ermöglichen.

3. Eine bessere Rechenschaftspflicht ist essenziell für ein sicheres Online-Umfeld

- a) Das sog. „Good Samaritan“-Prinzip (Art. 6) darf im Laufe der Verhandlungen nicht zur Hintertür für eine Verwässerung der Definition der aktiven Plattformen werden.
- b) Einhaltung der Sorgfaltspflichten als Voraussetzung der Haftungsausschlüsse

4. Die Sorgfaltspflichten sollten eine effektive Bekämpfung der illegalen Inhalte ermöglichen

- a) Der Status der vertrauenswürdigen Hinweisgeber (sog. Trusted Flaggers) aus Artikel 19 ist eine wichtige Säule zur effektiven Rechtsdurchsetzung. Es ist wichtig, dass auch einzelne Unternehmen - die (und deren Inhalte und Produkte) ohnehin schon stark reguliert werden - von der Priorisierung Gebrauch machen können.
- b) Das Melde- und Abhilfeverfahren (Notice and Action) sollte effizient sein. Die Voraussetzung der Angabe einer präzisen URL-Adresse ist nicht zielführend. Besser wäre ein klares „Notice and Stay Down“.

1. Berücksichtigung des Mediensektors bei der sektorübergreifenden Diskussion

Den Besonderheiten des Mediensektors wird im DSA-Vorschlag nicht genügend Rechnung getragen.

a. Sektorspezifische Regelungen sind beizubehalten

Als kompetenzrechtliche Grundlage dient die Binnenmarktharmonisierungsklausel des Art. 114 AEUV. Da sie sich nur auf die Regulierung wirtschaftlicher Aspekte bezieht, darf sie nicht mit den den Mitgliedstaaten verbleibenden Regulierungskompetenzen im Bereich der Medien- und Inhalteregulierung in Konflikt geraten¹. Es ist daher zu begrüßen, dass der DSA-Vorschlag der EU-Kommission der AVMD-Richtlinie, der DSM-Urh-Richtlinie und anderen relevanten Rechtsakten einen Vorrang einräumt (Art. 1.5 und Erwägungsgrund 9).

Allerdings werden weitere Klarstellungen erforderlich sein, um Rechtsunsicherheiten zu vermeiden. Speziell der Erwägungsgrund 9 scheint die den Mitgliedstaaten vorbehaltenen Handlungsspielräume in Frage zu stellen („[...] **Die Vorschriften dieser Verordnung gelten jedoch für Fragen, die von den genannten anderen Rechtsakten nicht oder nicht vollständig behandelt werden, und Fragen, in denen diese anderen Rechtsakte den Mitgliedstaaten die Möglichkeit lassen, bestimmte Maßnahmen auf nationaler Ebene zu ergreifen**“)

Insbesondere sollte klargestellt werden, dass entsprechend den Besonderheiten der einzelnen Branchen/Sektoren sektorspezifische Vorschriften weiterhin Vorrang haben sollten und nationales Recht strengere Maßstäbe setzen darf. Dies gilt vor allem für den Medienbereich, in dem den Besonderheiten der mitgliedstaatlichen Regulierung und Vielfaltsicherung Rechnung getragen werden muss.

Auch im Hinblick auf die Aufsicht sollte die Zuständigkeitsaufteilung zwischen EU und Mitgliedstaaten eindeutig sein. Wie in den meisten Mitgliedstaaten der EU wurde auch in Deutschland den Regulierungsbehörden, die historisch für die Beaufsichtigung von Rundfunkangeboten zuständig sind, schließlich die Aufsicht über die Online-Medien erteilt. Diese nationalen Regulierungsbehörden sollten in der effektiven Anwendung des DSA eine zentrale Rolle spielen. Existierende Strukturen, wie z. B. die Gruppe von europäischen Regulierungsbehörden ERGA, sollten die EU-KOM beraten und unterstützen, die Zusammenarbeit zwischen den Regulierungsbehörden in der EU erleichtern und den Austausch von Erfahrungen und bewährten Verfahren ermöglichen.

Zudem sollten Doppelstrukturen vermieden werden, die sich durch die Verbindung des horizontalen Ansatzes des vorgeschlagenen DSA und der bestehenden sektorspezifischen Regelungen (etwa in den Bereichen der Online-Werbung oder der Maßnahmen zum Zweck des Jugendschutzes) ergeben könnten. Insbesondere dürfen die in der AVMD-Richtlinie enthaltenen Maßgaben, Öffnungen und – im Lichte der Kulturhoheit der Mitgliedstaaten, der staatsfernen Medienaufsicht und der effektiven Rechtsdurchsetzung – etablierten Verfahrensregelungen nicht konterkariert oder unterminiert werden².

¹ Siehe hierzu den Beschluss des Bundesrates vom 26.03.2021:

[https://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2021/0001-0100/96-21\(B\).pdf?__blob=publicationFile&v=1](https://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2021/0001-0100/96-21(B).pdf?__blob=publicationFile&v=1)

² Siehe Beschluss des Bundesrates vom 26.03.2021 [https://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2021/0001-0100/96-21\(B\).pdf?__blob=publicationFile&v=1](https://www.bundesrat.de/SharedDocs/drucksachen/2021/0001-0100/96-21(B).pdf?__blob=publicationFile&v=1)

VAUNET-Vorschlag: Der letzte Satzteil des Erwägungsgrund 9 müsste gestrichen werden. Der Erwägungsgrund müsste dahingehend ergänzt werden, dass die Mitgliedstaaten weiterhin die Spielräume im Rahmen ihrer Vielfaltsicherung haben, sektorales Recht (insbesondere Medienrecht) anzuwenden.

b. Kein Eingriff in die journalistisch-redaktionelle Freiheit professioneller Medien

Der private Rundfunk und seine Online-Angebote tragen für die Einhaltung journalistisch-redaktioneller Grundsätze und der Gesetze von sich aus Sorge. Zudem unterliegen sie einer funktionierenden und unabhängigen Medienaufsicht. Die Nutzer*innen von Radio und TV sowie deren Online-Angebote werden somit ausreichend vor rechtswidrigen, illegalen und schädlichen Inhalten wirksam geschützt.

Die Aufgabe der unabhängigen Medienaufsicht ist auch, die Umsetzung des Medienrechts im Einklang mit dem nationalen Verfassungsrecht (Erwägungsgrund 53 AVMD-RL) zu gewährleisten.

Es gibt bereits konkrete Beispiele in der Praxis, nach denen Plattformen einseitig Inhalte regulierter bzw. sogar lizenzierter Medien auf der Grundlage ihrer Community-Standards gesperrt haben (Beispiel TalkRadio in UK³ und Monitor in Deutschland⁴). Globale kommerzielle (meist nicht europäische) Online-Plattformen sollten nicht durch ihre eigenen inhaltlichen Regeln den Maßstab für den europäischen öffentlichen Diskurs bestimmen können. Sie sollten keine Aufsichtsfunktion über legal verbreitete Online-Inhalte ausüben dürfen, die von Diensteanbietern stammen, die eine redaktionelle Verantwortung tragen und sich durchweg an strenge EU- oder nationale Vorschriften oder journalistische und redaktionelle Grundsätze halten.

Dabei geht die Wirkung der Community Standards weit über die vertragliche Beziehung der Plattformen mit ihren Nutzern hinaus. Wegen ihres erheblichen Einflusses auf den Informationszugang und die Meinungsbildung sollten sie dementsprechend einer Regulierung unterworfen sein.

VAUNET-Vorschlag: In die journalistisch-redaktionelle Freiheit professioneller Medieninhalte, die bereits einer funktionierenden Aufsicht nationaler (staatsferner) Aufsichtsbehörden (z. B. der Landesmedienanstalten) unterliegen, darf nicht im Wege von Community Standards bzw. der in Art. 12 des Kommissionsvorschlages geregelten allgemeine Geschäftsbedingungen der Online-Plattformen eingegriffen werden.

³ <https://www.theguardian.com/technology/2021/jan/05/youtube-bans-talkradio-for-allegedly-breaching-content-policy>

⁴ <https://www.sueddeutsche.de/digital/instagram-facebook-monitor-hanau-sperrung-1.5216486>

2. Mehr Transparenz schafft mehr Sicherheit im Online-Umfeld

a. Transparenz bei der Online-Werbung ja, aber keine allgemeine Abschaffung der gezielten Werbung

Verstärkte Transparenz

Mit den zusätzlichen Transparenzanforderungen, die für „Online-Plattformen“ vorgesehen sind (Art. 24), werden Nutzer*innen Informationen erhalten, wann und in wessen Auftrag Werbung angezeigt wird. Der VAUNET begrüßt diese Transparenzanforderungen, mittels derer illegale Werbung oder manipulative Techniken mit negativen Auswirkungen, u. a. auf den gesellschaftlichen Diskurs, besser bekämpft werden können.

Es bedarf allerdings noch der Klärung, wer am Ende von diesen Bestimmungen betroffen sein wird. Der Kommissionsvorschlag lässt Raum für Fehlinterpretationen. Hier sollte es eine Klarstellung geben, dass Ad-Server, die unabhängig von den großen Plattformen sind, und die auch im Hinblick auf ihre Werbung eine redaktionelle Verantwortung wahrnehmen und einer starken Medienaufsicht unterliegen, ausgenommen werden.

Online-Werbung muss weiterhin Finanzierung von professionellen Medien ermöglichen

Derzeit wird im Zuge des DSA im europäischen Parlament, obwohl der Verordnungsentwurf der EU-KOM dafür keine Anhaltspunkte liefert, die Abschaffung gezielter Werbung diskutiert. Der VAUNET weist darauf hin, dass entsprechende Forderungen – je nach Umfang – die ordnungspolitischen Ziele des DSA erheblich schwächen und den Gesetzgebungsprozess verlangsamen könnten.

Targeting-Möglichkeiten sind elementarer Bestandteil des heutigen Online-Advertising, das zur Refinanzierung kostenloser professioneller/journalistisch redaktioneller Inhalte essenziell ist. Diese werden von Werbekunden explizit verlangt und darüber hinaus sind nicht alle EU-Bürger bereit oder imstande, als Gegenleistung für (TV- und Radio) Inhalte Geld zu bezahlen. Es braucht daher eine Werbefinanzierung, um weiterhin hochwertigen professionell aufbereiteten Content zur Verfügung zu stellen.

Weitere Verschärfungen in diesem Bereich gefährden die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit der Branche und ganz allgemein die Meinungsvielfalt. Die Coronavirus-Pandemie hat die gesamte Wertschöpfungskette des Radio- und Fernsehsektors vor enorme Herausforderungen gestellt. Mit dem DSA soll die europäische Medienvielfalt bewahrt und den Medienunternehmen ermöglicht werden, faktenbasiert Informationen und Nachrichten zu vermitteln und eine glaubwürdige und gleichzeitig unterhaltsame Berichterstattung zu leisten.

b. Identifikation und Nachverfolgbarkeit von Unternehmern

Um eine bessere Nachverfolgbarkeit von Anbietern zu gewährleisten, sollen die Betreiber von Online-Plattformen Anbieter verpflichten, bestimmte Informationen zur Verfügung zu stellen (u. a. Kontakt- und Bankdaten, Handelsregisternummer, Erklärung, nur mit dem Unionsrecht vereinbare Produkte anzubieten). Diese Informationen sollen die Plattform-Betreiber dann – im zumutbaren Rahmen – auf ihre Zuverlässigkeit prüfen und den Nutzern

zumindest teilweise zur Verfügung stellen (u. a. relevante Kontaktdaten sowie die Handelsregisternummer).

Dieses sog. **Know-Your-Business-Customer**-Prinzip bzw. die Nachverfolgbarkeit von Unternehmen (Art.22) ist ein wichtiger Grundstein zur verbesserten Transparenz.

Fraglich ist, weshalb dieses Prinzip nur auf Online-Marktplätze begrenzt wird. Die Grenzen dieser Geschäftsmodelle verschwimmen immer mehr. So werden zum Beispiel auf Facebook Marktplätze angeboten und für die Zukunft sogar eine eigene digitale Währung in Betracht gezogen. Um eine zukunftssichere Regel festzulegen, sollte das Prinzip über die Wa-rengeschäfte hinausgehen.

VAUNET-Vorschlag: Hier sollte geprüft werden, den Anwendungsbereich auf weitere gewerbliche Nutzer, z. B. durch Verortung in Kapitel 3, Abschnitt 1, zu erweitern. Der Begriff „trader“ im Englischen sollte dem deutschen Wording „Unternehmen“ angeglichen werden.

c. Transparenz der Empfehlungssysteme

Erwägungsgrund 62 des DSA-Vorschlages erkennt zutreffend, welche wesentliche Auswirkung Empfehlungssysteme auf die Möglichkeiten der Nutzer*innen haben, Informationen online abzurufen und mit ihnen zu interagieren. Sie spielen insbesondere bei der Verstärkung bestimmter Botschaften, der viralen Verbreitung von Informationen und der Anregung zu Online-Verhaltensweisen eine wichtige Rolle.

Die Transparenz für Empfehlungssysteme gegenüber den Nutzern ist daher zu begrüßen (Art. 29). Es ist allerdings nicht verständlich, weshalb die entsprechenden Vorschriften auf sehr große Online-Plattformen begrenzt sind, während die Transparenzvorschriften der Plattform-to-Business-VO breiter angelegt sind (Art. 5 P2B-VO).

VAUNET-Vorschlag: Die Transparenzbestimmungen über Empfehlungssysteme in Art. 29 sollte auf alle Online-Plattformen erweitert werden.

Neben der Transparenz gegenüber den Nutzern sollte auch die Transparenz gegenüber Aufsichtsbehörden eine bessere Kontrolle von Online-Plattformen bzw. der Erfüllung ihrer Pflichten aus dem DSA ermöglichen. Hier geht es letztendlich um die europäische digitale Souveränität bzw. darum sicherzustellen, dass die national und europäisch festgelegten Regeln tatsächlich eingehalten werden. Dabei ist die Möglichkeit für Aufsichtsbehörden (Art. 31 Abs. 1), mit Hilfe von Forschern (Art. 31 Abs. 2) Zugang zu Daten zu erhalten, essentiell. Nur so kann effektiv kontrolliert werden, dass die Online-Plattformen effizient gegen illegale und schädliche Inhalte vorgehen.

Die angemessene Kontrolle der Erfüllung der Pflichten aus dem DSA durch die zuständigen Aufsichtsbehörden würde ins Leere laufen, wenn dem Zugang zu Daten unbegrenzt Geschäftsgeheimnisse entgegeng gehalten werden können (Erwägungsgrund 60).

3. Eine bessere Rechenschaftspflicht ist essenziell für ein sicheres Online-Umfeld

Mit ihrer redaktionellen Verantwortung sorgen private Medien für ein sicheres Angebot. Analog gilt es, die Auswirkungen des Handelns der Plattformen anzupassen, indem sie auch einer besseren Rechenschaftspflicht unterliegen. In diesem Sinne sollten sich weiterhin nur die passiven Plattformen auf die Haftungsausschlüsse berufen können, die tatsächlich keinen Einfluss auf den Umfang der Verbreitung eines Inhalts haben. Aktive Plattformen sollten weiterhin haften.

a. Die Definition der aktiven Plattformen darf nicht verwässert werden

Der EuGH hat eine „aktive Rolle“ für Hosting-Provider für den Fall angenommen, dass sie eine aktive Rolle durch Förderung eines Zugangs zu bestimmten Inhalten einnehmen. Dies kann z. B. durch direkte Werbung für bestimmte Inhalte oder durch Indizierung, Anregung oder Branding von Informationen Dritter geschehen (Urteil vom 12. Juli 2011, Rs. C-324/09, L'Oréal gegen eBay, Rdnr. 116⁵). Die Präzisierung im Erwägungsgrund 18 des Kommissionsvorschlages sollte an der vom EuGH entwickelten Definition der aktiven Plattformen bzw. an dem Optimieren und dem Bewerben von Angeboten festhalten. Nach dem Kommissionsvorschlag würden Plattformen erst als aktiv gelten, wenn sie die einschlägigen Informationen selbst anbieten (Erwägungsgrund 18). De facto würde hiermit die Definition der aktiven Plattformen und die mögliche Haftung der Online-Plattformen stark eingegrenzt werden.

Das sog. „Good Samaritan“-Prinzip (Art. 6) darf im Laufe der Verhandlungen nicht zur Hintertür für eine Verwässerung des Begriffs der aktiven Plattformen werden. Laut Art. 6 des Kommissionsvorschlages kommen Anbieter von Vermittlungsdiensten auch dann für die Haftungsausschlüsse in Betracht, wenn sie auf Eigeninitiative freiwillige Untersuchungen oder andere Tätigkeiten zur Erkennung, Feststellung und Entfernung illegaler Inhalte oder zur Sperrung des Zugangs zu illegalen Inhalten durchführen. Dies darf aber nicht dazu führen, dass bei jeder Eigeninitiative automatisch ein Haftungsausschluss eingreift. Dies wird in Erwägungsgrund 22 sichergestellt, indem klargestellt wird, dass solche Untersuchungen aus eigener Initiative zur tatsächlichen Kenntnis (eine Voraussetzung der Haftung) führen kann. Diese Klarstellung in Erwägungsgrund 22 darf im Laufe der Verhandlung nicht verwässert werden.

⁵ „Hat dieser Betreiber hingegen Hilfestellung geleistet, die u. a. darin bestand, die Präsentation der betreffenden Verkaufsangebote zu optimieren oder diese Angebote zu bewerben, ist davon auszugehen, dass er zwischen dem fraglichen als Verkäufer auftretenden Kunden und den potenziellen Käufern keine neutrale Stellung eingenommen, sondern eine aktive Rolle gespielt hat, die ihm eine Kenntnis der diese Angebote betreffenden Daten oder eine Kontrolle über sie verschaffen konnte. Hinsichtlich dieser Daten kann er sich mithin nicht auf die in Art. 14 der Richtlinie 2000/31 genannte Ausnahme im Bereich der Verantwortlichkeit berufen.“

b. Einhaltung der Sorgfaltspflichten als Voraussetzung der Haftungsausschlüsse

Die Sorgfaltspflichten wie harmonisierte Melde- und Abhilfeverfahren (Notice and Action) für Hosting-Diensteanbieter sowie die weiteren Pflichten für Online-Plattformen sind erste Schritte für eine bessere Bekämpfung von illegalen Inhalten. Nur bei Einhaltung dieser Pflichten sollten sich die passiven Plattformen auf die Haftungsausschlüsse berufen können.

4. Die Sorgfaltspflichten sollten eine effektive Bekämpfung der illegalen Inhalte ermöglichen.

Im Kampf gegen illegale Inhalte hat für den VAUNET die Schaffung eines effektiven Rechtsrahmens gegen Piraterie eine große Bedeutung, denn illegale Inhalte schaden der Medienbranche erheblich. Der Rechtsrahmen sollte den privaten Medien Handlungsmöglichkeiten einräumen, die ihre vertrauenswürdigen Erfahrungen widerspiegeln.

a. Status der vertrauenswürdigen Hinweisgeber (Trusted Flaggers)

Der Status der vertrauenswürdigen Hinweisgeber (Trusted Flaggers) aus Artikel 19 könnte eine wichtige Säule zur effektiven Rechtsdurchsetzung sein. Der aktuelle Vorschlag der EU-Kommission greift jedoch zu kurz und muss verstärkt werden.

Zunächst ist nicht ersichtlich, aus welchem Grund der Status nur auf solche Verbände begrenzt wird, die kollektive Interessen vertreten. Es ist wichtig, dass auch einzelne Unternehmen -, die (und deren Inhalte und Produkte) ohnehin schon stark reguliert werden - von der Priorisierung Gebrauch machen können. Die Begrenzung von vertrauenswürdigen Hinweisgebern auf Verbände entspricht auch nicht der gängigen Praxis der großen Online-Plattformen, die bereits mit besonders vertrauenswürdigen Unternehmen kooperieren.

Die vorgeschlagene Begrenzung des Status auf solche Organisationen, die kollektive Interessen vertreten, würde unnötig einen Intermediär schaffen, der bereits funktionierenden Kooperationen schaden würde. Der Vorschlag weist zwar darauf hin, dass diese Bestimmungen Online-Plattformen nicht daran hindern, Meldungen von Stellen oder Einzelpersonen, ohne den Status eines vertrauenswürdigen Hinweisgebers im Sinne dieser Verordnung, auf ähnliche Weise zu behandeln (Erwägungsgrund 46). De facto wird aber eine zweitrangige Klassifikation vorgenommen, die abzulehnen ist.

Sollte der Status der vertrauenswürdigen Hinweisgeber wie oben gefordert auch auf einzelne Unternehmen erweitert werden, so stellt sich zusätzlich die Frage, ob der von der EU-Kommission vorgeschlagene Status weit genug reicht. Durch diesen Status wird nur eine Priorisierung der Bearbeitung der Meldungen bewirkt. Letztendlich entscheiden jedoch die Plattformen, ob die Inhalte gesperrt werden sollen oder nicht. Eine Meldung durch einen vertrauenswürdigen Hinweisgeber führt nicht zwangsweise zu einer Take-Down-Pflicht und reicht daher nicht aus.

Weshalb eine Ausnahme für SME vorgesehen ist (Artikel 16 des Kommissionsvorschlages), ist fraglich. Der Grundsatz „was offline illegal ist, soll auch online illegal bleiben“ gilt

unabhängig von der Größe einer Plattform. Die Ausnahme sollte für die Anerkennung der vertrauenswürdigen Hinweisgeber nicht gelten.

b. Das Melde- und Abhilfeverfahren (Notice and Action) sollte effizient sein, um der Menge an illegalen Online-Inhalten entgegenzuwirken

Die Voraussetzung der Angabe einer präzisen URL-Adresse ist nicht zielführend (Art. 14 Abs. 2 b.). Ausreichend ist das „Übermitteln hinreichend genauer und angemessen begründeter Meldungen“ (Art. 14 Abs. 2, erster Satz). Illegale Inhalte können kurzfristig von einer URL-Adresse zur anderen verlegt werden. In App-Stores gibt es z. B. keine URL. Wie im Facebook-Fall vorgesehen, sollten die Plattformen gegen bereits identifizierte illegale Inhalte vorgehen können (CJEU C-18/18 Eva Glawischnig-Piesczek vs Facebook). Die längst eingesetzten Technologien zur Erkennung von Inhalten sollten weiterhin genutzt und weiterentwickelt werden, um sie zu optimieren.

c. Ein klares „Notice and Stay Down“ gibt es nicht

Der DSA sollte sicherstellen, dass die Hosting-Diensteanbieter wirksame Maßnahmen ergreifen bzw. hierzu verpflichtet werden, um illegale Inhalte aus ihrem Angebot zu entfernen und ein erneutes Hochladen solcher Inhalte zu verhindern. Ein solcher Mechanismus widerspricht auch nicht dem Verbot des allgemeinen Monitorings. Art. 15 Abs. 1 der Richtlinie 2000/31 verbietet den Mitgliedstaaten zwar, Hosting-Anbietern eine allgemeine Verpflichtung, aufzuerlegen, die von ihnen übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen oder aktiv nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Doch wie aus 47. Erwägungsgrund dieser Richtlinie hervorgeht, gilt dies nicht für Überwachungspflichten „in spezifischen Fällen“ (CJEU C-18/18 Eva Glawischnig-Piesczek vs Facebook, Rdnr. 34 und 35).

Über VAUNET

VAUNET ist der Spitzenverband der privaten audiovisuellen Medien in Deutschland. Unter VAUNET – Verband Privater Medien e.V. firmiert seit dem 21. Mai 2018 der vormalige VPRT (Verband Privater Rundfunk und Telemedien) mit Sitz in Berlin und einem Büro in Brüssel. Zu den vielfältigen Geschäftsfeldern der rund 150 Mitglieder gehören TV-, Radio-, Web- und Streaming-Angebote.

Die privaten Sendeunternehmen sind mit rund 11,4 Milliarden Euro Umsatz in Deutschland im Jahr ein maßgeblicher Kultur- und Wirtschaftsfaktor, auch im digitalen Europa. Sie beschäftigen rund 43.000 Mitarbeiter und sichern darüber hinaus ein 16-faches an Arbeitsplätzen in vor- und nachgelagerten Branchen: Die Gesamtbranche der Audio- und audiovisuellen Medien steht für rund 830.000 Beschäftigte in Deutschland – fast jeder 50. Arbeitsplatz. Private Radio- und TV-Sender erreichen täglich über 30 Millionen Hörer und über 40 Millionen Zuschauer, die privaten TV- und Videoportale über 31 Millionen Menschen im durchschnittlichen Monat. Insgesamt bieten sie dem Publikum jährlich über 347 Millionen Sendeminuten an Programm.