



Fachbereich EU 6

Überblick über unionsrechtliche Regelungen für Social-Media-Plattformen seit den 2000er Jahren

Überblick über unionsrechtliche Regelungen für Social-Media-Plattformen seit den 2000er Jahren

Aktenzeichen: EU 6 - 3000 - 019/26
Abschluss der Arbeit: 1. April 2026
Fachbereich: EU 6: Europa- und Völkerrecht, Auswärtiges und Sicherheit

Die Arbeiten des Fachbereichs Europa- und Völkerrecht, Auswärtiges und Sicherheit geben nicht die Auffassung des Deutschen Bundestages, eines seiner Organe oder der Bundestagsverwaltung wieder. Vielmehr liegen sie in der fachlichen Verantwortung der Verfasserinnen und Verfasser sowie der Fachbereichsleitung. Arbeiten des Fachbereichs geben nur den zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes aktuellen Stand wieder und stellen eine individuelle Auftragsarbeit für einen Abgeordneten des Bundestages dar. Die Arbeiten können der Geheimschutzordnung des Bundestages unterliegen, geschützte oder andere nicht zur Veröffentlichung geeignete Informationen enthalten. Eine beabsichtigte Weitergabe oder Veröffentlichung ist vorab der Fachbereichsleitung anzuzeigen und nur mit Angabe der Quelle zulässig. Der Fachbereich berät über die dabei zu berücksichtigenden Fragen.

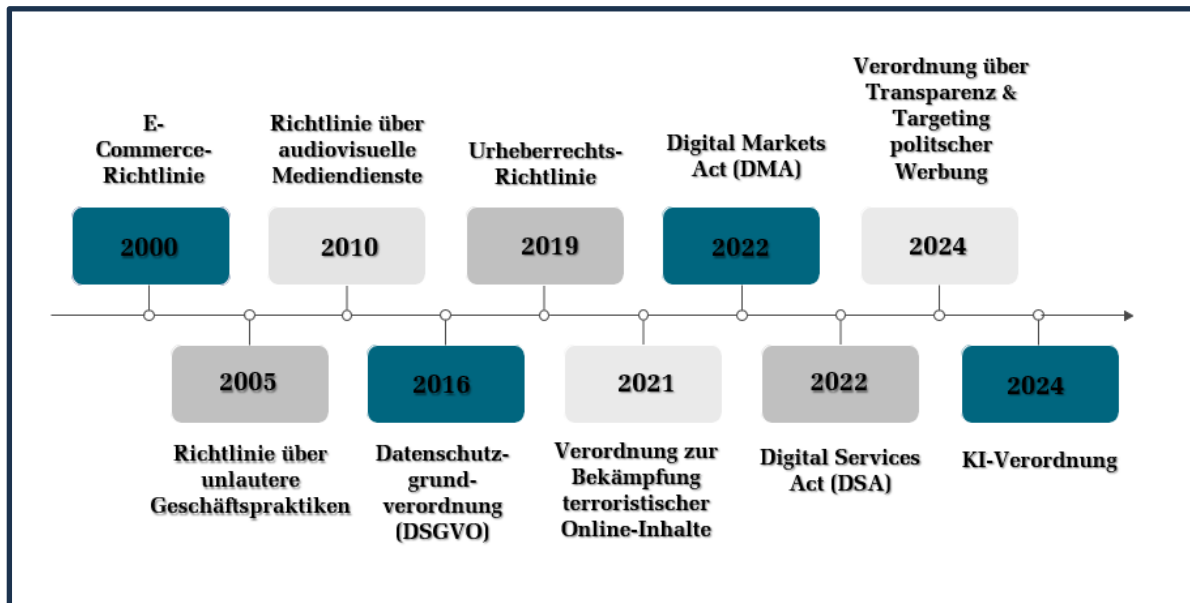
Inhaltsverzeichnis

1.	Fragestellung	4
2.	Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr	5
3.	Verbraucherschutz, einschließlich Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	7
3.1.	Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken	8
3.2.	Weitere Verbraucherschutzbestimmungen	10
4.	Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste	11
5.	EU-Datenschutzgrundverordnung	14
5.1.	Überblick	14
5.2.	Relevanz für die Anbieter von Social-Media-Plattformen	15
5.2.1.	Datenschutzgrundsätze und Rechtsgrundlagen der Verarbeitung	16
5.2.2.	Rechte der Betroffenen	17
5.2.3.	Privacy by Design-Vorgaben	17
6.	Urheberrechts-Richtlinie	18
6.1.	Überblick	18
6.2.	Insbesondere: „Upload-Filter“	19
7.	Verordnung zur Bekämpfung der Verbreitung terroristischer Online-Inhalte	20
8.	Digital Markets Act	21
8.1.	Überblick	21
8.2.	Torwächter im Bereich „soziale Netzwerke“	22
8.3.	Pflichten für Torwächter	23
9.	Digital Services Act	25
9.1.	Überblick	25
9.2.	Wesentliche Regelungsgegenstände	25
9.2.1.	Rahmen für bedingte Haftungsbefreiungen	26
9.2.2.	Sorgfaltspflichten je nach Anbieterkategorie	27
10.	Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung	28
11.	Verordnung über künstliche Intelligenz	31

1. Fragestellung

Der Fachbereich EU 6 wurde beauftragt, zentrale Regulierungsschritte, die die Europäische Union (EU) mit Blick auf Social-Media-Plattformen seit den 2000er Jahren ergriffen hat, darzustellen und auf die Ziele der entsprechenden Regelungen einzugehen.¹

Die nachfolgende Darstellung erfolgt chronologisch und umfasst auch Rechtsakte², die nicht ausschließlich zur Regulierung von Social-Media-Plattformen erlassen wurden, aber relevante Vorgaben für das Geschäftsmodell dieser Plattformen enthalten. Die Darstellung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.



Überblick über EU-Rechtsakte im Bereich soziale Medien, Jahreszahlen nach Inkrafttreten

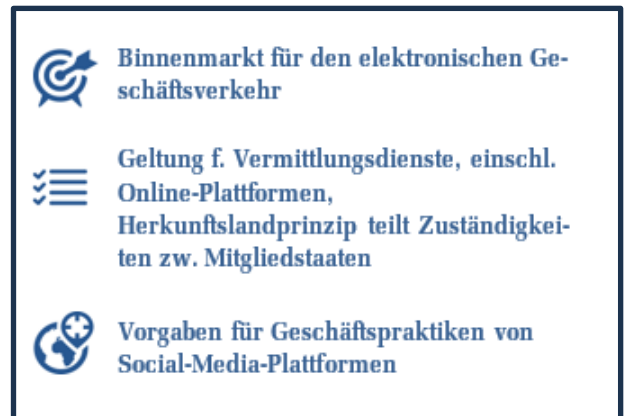
1 Eine Darstellung nationaler Regelungen erfolgt in der Arbeit der Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Zur gesetzlichen Regulierung sozialer Medien – Nationale Regelungen in Deutschland, WD 7 - 3000 - 011/26, 5. März 2026.

2 Es erfolgt keine Darstellung von unverbindlichen Initiativen, Soft-Law-Dokumenten etc.

2. Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr

Die Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr (E-Commerce-Richtlinie)³ ist im August 2000 in Kraft getreten und musste von den Mitgliedstaaten bis zum 17. Januar 2002 in nationales Recht umgesetzt werden, vgl. Art. 22 Abs. 1, Art. 23 E-Commerce-Richtlinie.

Die E-Commerce-Richtlinie zielt **nicht speziell auf die Regulierung von Social-Media-Plattformen** ab. Sie entstand im Zuge der weltweiten Bestrebungen Ende der 1990er Jahre, die wachsende Bedeutung des E-Commerce und der Kommunikation im Internet gesetzgeberisch zu begleiten.⁴ In Deutschland hatte man hierzu bereits 1997 das Informations- und Kommunikationsdienste-Gesetz⁵ und den Mediendienste-Staatsvertrag⁶ geschaffen.⁷ Auf internationaler Ebene wurden im Rahmen der Weltorganisation für geistiges Eigentum (World Intellectual Property Organization, WIPO) im Jahr 1996 der WIPO Copyright Treaty⁸ und der WIPO Performances and Phonogram Treaty⁹ beschlossen, auf denen die E-Commerce-Richtlinie aufsetzt.¹⁰



Den Erwägungsgründen (ErwG) der E-Commerce-Richtlinie ist im Wesentlichen zu entnehmen, dass es dem EU-Gesetzgeber darum ging, durch harmonisierte Regelungen ein reibungsloses Funktionieren des Binnenmarktes für den elektronischen Geschäftsverkehr zu gewährleisten und das Vertrauen der Verbraucher sicherzustellen (ErwG 2, 5, 7, 40 E-Commerce-Richtlinie).¹¹ Die

3 Richtlinie 2000/31/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 8. Juni 2000 über bestimmte rechtliche Aspekte der Dienste der Informationsgesellschaft, insbesondere des elektronischen Geschäftsverkehrs, im Binnenmarkt, [ABl. L 178, 17. Juli 2000, S. 1 \(konsolidierte Fassung v. 17. Februar 2024\)](#).

4 *Holznapel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 4 DSA, Rn. 1 f.

5 Gesetz zur Regelung der Rahmenbedingungen für Informations- und Kommunikationsdienste, [BGBl. 1997 I Nr. 52](#).

6 Staatsvertrag über Mediendienste, 31. Januar 1997.

7 *Holznapel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 4 DSA, Rn. 1.

8 WIPO Copyright Treaty, [TRT/WCT/001](#), 20. Dezember 1996.

9 WIPO Performances and Phonograms Treaty, [TRT/WPPT/001](#), 20. Dezember 1996.

10 *Holznapel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 4 DSA, Rn. 2.

11 Vgl. *Marly* in: Grabitz/Hilf, Das Recht der Europäischen Union, 40. Aufl. 2009, Vorb.: Der elektronische Geschäftsverkehr als Gegenstand der Richtlinie 2000/31/EG, Rn. 43.

Richtlinie soll einen rechtlichen Rahmen für den freien Verkehr von Diensten der Informationsgesellschaft schaffen (ErwG 8 E-Commerce-Richtlinie).¹²

Die E-Commerce-Richtlinie umfasste fünf phasengegliederte Regelungsbereiche: die Niederlassung der Diensteanbieter (Kap. II, Abschn. 1 Art. 4 und 5), die kommerzielle Kommunikation (Kap. II, Abschn. 2, Art. 6 - 8), den Abschluss von Verträgen (Kap. II, Abschn. 3 Art. 9 - 11), die bedingte Haftungsbefreiung der Anbieter von Vermittlungsdiensten (Kap. II Abschn. 4, Art. 12 - 15) und die Beilegung von Streitigkeiten (Kap. III, Art. 17 - 18).¹³

Die Regelungen aus **Art. 12 bis 15 E-Commerce-Richtlinie** zur **bedingten Haftungsbefreiung** für Inhalte Dritter, die auch für **Social-Media-Plattformen** relevant sind¹⁴, wurden in **Art. 4 ff. Digital Services Act (DSA)**¹⁵ überführt, vgl. Art. 89 Abs. 1 DSA.

Die übrigen Bestimmungen der E-Commerce-Richtlinie gelten fort. Dazu gehört insbesondere das **Herkunftslandprinzip**, wonach Anbieter grundsätzlich nur an den Rechtsrahmen am Ort ihrer Niederlassung gebunden sind, vgl. ErwG 22, Art. 3 E-Commerce-Richtlinie.¹⁶ Nach der Rechtsprechung des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) sind **generell-abstrakte Maßnahmen**, die sich auf eine **allgemein umschriebene Anbieterkategorie beziehen** und unterschiedslos für alle Anbieter

12 *Marly* in: Grabitz/Hilf, Das Recht der Europäischen Union, 40. Aufl. 2009, Vorb.: Der elektronische Geschäftsverkehr als Gegenstand der Richtlinie 2000/31/EG, Rn. 61.

13 Vgl. *Marly* in: Grabitz/Hilf, Das Recht der Europäischen Union, 40. Aufl. 2009, Vorb.: Der elektronische Geschäftsverkehr als Gegenstand der Richtlinie 2000/31/EG, Rn. 61.

14 Vgl. Art. 3 Buchst. g Ziff. iii und Buchst. i DSA zur Definition eines Hosting-Dienstes und einer Online-Plattform sowie *Holzengel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 3 DSA, Rn. 84, zur Einstufung von sozialen Netzwerken, Video-Sharing-Plattformen und Handelsplattformen als Online-Plattformen.

15 Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG, [ABl. L 277, 27. Oktober 2022, S. 1 \(berichtigte Fassung\)](#).

16 Vgl. zur hierdurch begrenzten Regelungsfreiheit der Mitgliedstaaten u. a. Fachbereich EU 6, Zur Frage altersbezogener Nutzungsbeschränkungen nach Art. 28 DSA und verbleibender nationaler Regelungsspielräume, [EU 6 - 3000 - 050/24](#), 22. November 2024, S. 29 ff.; Fachbereich EU 6, EU-rechtlicher Rahmen für nationale Altersbeschränkungen zur Nutzung sozialer Medien, EU 6 - 3000 - 014/26, 6. März 2026.

dieser Kategorie auch aus anderen Mitgliedstaaten gelten, mit Art. 3 E-Commerce-Richtlinie **unvereinbar**.¹⁷ Diese Anknüpfung an die Niederlassung schränkt den Spielraum der Mitgliedstaaten für eine grenzüberschreitende Regulierung von Social-Media-Plattformen ein.¹⁸

Die Bestimmungen der E-Commerce-Richtlinie wurden auf nationaler Ebene zunächst durch das Telemediengesetz (TMG)¹⁹ umgesetzt. Dieses wurde inzwischen durch das Digitale-Dienste-Gesetz (DDG)²⁰ zur Durchführung des DSA ersetzt.²¹

3. Verbraucherschutz, einschließlich Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Die EU hat **diverse Verbraucherschutzvorschriften** erlassen, einschließlich im Bereich unlautere Geschäftspraktiken und Verbrauchervertragsrecht.²²

Die **Zielrichtung** dieser Rechtsakte liegt in erster Linie im Schutz der Verbraucher (inklusive vulnerabler Gruppen wie bspw. Minderjähriger), **nicht zuvörderst in der Regulierung von Social-Media-Plattformen**. Gleichwohl folgen aus den Verbrau-



17 EuGH, Urteil vom 30. Mai 2024, verb. Rs. C-662/22 und C-667/22, Airbnb Ireland u. a., Rn. 70; Urteil vom 9. November 2023, Rs. C-376/22, Google Ireland Limited/Komm Austria, Rn. 57 ff. *Liesching*, in: BeckOK Jugendschutzrecht, 5. Edition, Stand Juni 2025, Art. 1 DSA, Rn. 26.

18 Vgl. (auch zu Ausnahmen vom Herkunftslandprinzip): Fachbereich EU 6, EU-rechtlicher Rahmen für nationale Altersbeschränkungen zur Nutzung sozialer Medien, EU 6 - 3000 - 014/26, 6. März 2026, S. 29 ff.; Fachbereich EU 6, Zur Frage altersbezogener Nutzungsbeschränkungen nach Art. 28 DSA und verbleibender nationaler Regelungsspielräume, [EU 6 - 3000 - 050/24](#), 22. November 2024, S. 30 ff.; Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Zur Beschränkung und zum Verbot von Social-Media-Plattformen, [WD 7 - 3000 - 004/26, 19. Februar 2026](#), S. 25; *Liesching*, Staatliche Regulierung von Social Media – Festlegung eines Mindestalters, ZRP 2025, S. 35; Statement von *Tobias Gostomzyk*, [Vorstoß in Frankreich für strengere Regelung sozialer Medien](#), [Leibniz-Institut für Medienforschung](#), Science Media Center, 28. Januar 2026, dazu, dass die meisten sozialen Netzwerke ihren Sitz in Irland haben.

19 [BGBl. 2007 I Nr. 6](#). Vgl. auch: *Holzengel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 4 DSA, Rn. 7; Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Zur gesetzlichen Regulierung sozialer Medien – Nationale Regelungen in Deutschland, [WD 7 - 3000 - 011/26](#), 5. März 2026, S. 4 ff.

20 Digitale-Dienste-Gesetz vom 6. Mai 2024 (BGBl. 2024 I Nr. 149), das durch Artikel 5 des Gesetzes vom 3. Februar 2026 (BGBl. 2026 I Nr. 29) geändert worden ist.

21 Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Zur gesetzlichen Regulierung sozialer Medien – Nationale Regelungen in Deutschland, [WD 7 - 3000 - 011/26](#), 5. März 2026, S. 6.

22 Vgl. den Überblick: https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law_de; sowie die Übersicht in Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (12 ff.).

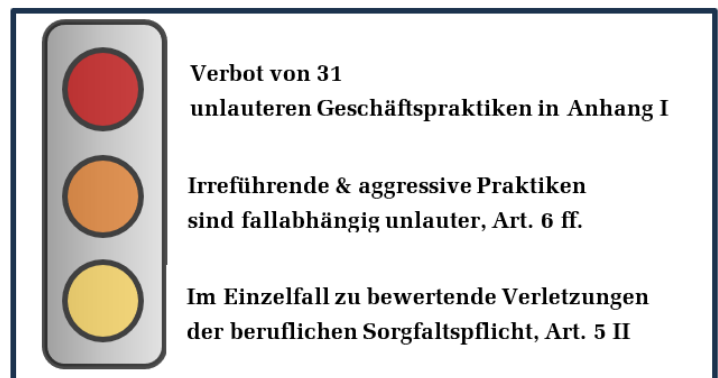
cherschutzbestimmungen Vorgaben für das Geschäftsmodell von Online-Plattformen, einschließlich sozialer Netzwerke. Vor diesem Hintergrund wird nachfolgend im Überblick auf einige der Regelungen eingegangen.

3.1. Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken

Die **Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken** (UGP-RL)²³ ist Mitte 2005 in Kraft getreten und musste von den Mitgliedstaaten bis zum 12. Juni 2007 in nationales Recht umgesetzt werden, Art. 19 Abs. 1, Art. 20 UGP-RL.

Sie soll durch eine Angleichung des mitgliedstaatlichen Rechts über unlautere Geschäftspraktiken zu einem reibungslosen **Funktionieren des Binnenmarkts** und zum **Erreichen eines hohen Verbraucherschutzniveaus** beitragen, vgl. Art. 1 UGP-RL.

Die Richtlinie gilt gemäß Art. 3 Abs. 1 UGP-RL im Verhältnis von Unternehmen zu Verbrauchern (sog. B2C-Bereich).²⁴ Sie **verbietet in Art. 5 Abs. 1 UGP-RL unlautere Geschäftspraktiken**,²⁵ die vor, während oder nach Abschluss eines produktbezogenen Handelsgeschäfts auftreten. „Produkt“ ist nach Art. 2 Buchst. c UGP-RL jede Ware oder Dienstleistung, einschließlich **digitaler Dienstleistungen** und **digitaler Inhalte**. Wann eine Geschäftspraktik unlauter ist, ergibt sich zunächst aus Art. 5 Abs. 5 i. V. m. Anhang I UGP-RL: Die in Anhang I gelisteten 31 Geschäftspraktiken sind stets unlauter (vgl. auch ErwG 17 UGP-RL). Einzelfallbeurteilungen sind demgegenüber bei den sog. „**kleinen Generalklauseln**“ aus Art. 6 f. (irreführende



23 Richtlinie 2005/29/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 11. Mai 2005 über unlautere Geschäftspraktiken im binnenmarktinternen Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und Verbrauchern und zur Änderung der Richtlinie 84/450/EWG des Rates, der Richtlinien 97/7/EG, 98/27/EG und 2002/65/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie der Verordnung (EG) Nr. 2006/2004 des Europäischen Parlaments und des Rates (Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken), [ABl. L 149, 11. Juni 2005 \(konsolidierte Fassung v. 28. Mai 2022\)](#).

24 Vgl. zur Definition von Verbrauchern und Unternehmen bzw. Gewerbetreibenden Art. 2 Buchst. a und b UGP-Richtlinie.

25 Vgl. zum weiten Begriff der Geschäftspraktik aus Art. 2 Buchst. d UGP-RL etwa: EuGH, Urteil vom 23. April 2009, verb. Rs. C-261/07 und C-299/07, VTB-VAB NV u. a., Rn. 48 ff.; Urteil vom 14. Januar 2010, Rs. C-304/08, Plus Warenhandels-gesellschaft u. a., Rn. 35 ff.; EuGH, Urteil vom 9. November 2010, Rs. C-540/08, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag u. a., Rn. 17 ff.; Urteil vom 16. April 2015, Rs. C-388/13, UPC Magyarország u. a., Rn. 60.

Praktiken) und aus Art. 8 f. (aggressive Geschäftspraktiken) erforderlich.²⁶ Am allgemeinsten gehalten ist die sog. „große Generalklausel“²⁷ nach **Art. 5 Abs. 2 UGP-RL**, die auf Verletzungen der Erfordernisse beruflicher Sorgfaltspflichten abhebt.

Die Kommission hat im Jahr 2021 neue **Leitlinien zur Auslegung und Anwendung der UGP-RL** veröffentlicht.²⁸ Darin heißt es, dass auf **Social-Media-Plattformen** Geschäftspraktiken angewandt würden, die nach der UGP-RL und dem Verbraucherschutzrecht im Allgemeinen problematisch sein könnten, z. B.:

- **versteckte Werbung** durch die **Social-Media-Plattform** oder durch Drittanbieter, einschließlich irreführendem Influencer-Marketing im Hinblick auf Art. 7 Abs. 2 (irreführend Unterlassung) und Anhang I Ziff. 22 UGPRL (fälschliche Behauptung),
- unlautere allgemeine Vertragsbedingungen,
- **Dienste** in sozialen Medien, die den Verbrauchern als „kostenlos“ angeboten werden, obwohl sie auf einem Werbemodell beruhen, bei dem als **Gegenleistung für den Zugang große Mengen personenbezogener Daten** verarbeitet werden,
- problematische algorithmische Praktiken, z. B. **manipulative gezielte Werbung** oder Praktiken, um die Aufmerksamkeit des Verbrauchers zu gewinnen, damit er den Dienst weiter nutzt,
- unlautere Praktiken im Zusammenhang mit Käufen auf Plattformen, z. B. von virtuellen Gegenständen,²⁹
- Geschäftspraktiken von gewerbetreibenden Dritten in sozialen Medien einschließlich Betrug und Täuschung, gefälschter oder irreführender Nutzerbewertungen oder Empfehlungen von Nutzern, direkter Aufforderungen an Kinder, Spam und Abo-Fallen.³⁰

Die Leitlinien weisen darauf hin, dass Minderjährigen als schutzbedürftiger Gruppe i. S. v. Art. 5 Abs. 3 UGP-RL besonderer Schutz zukommen müsse. Zudem wird darauf hingewiesen, dass die

26 Vgl. *Micklitz/Namyslowska*, in: Heermann/Schlinghoff, Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 3. Aufl. 2020, Band 1, Art. 5 UGP-Richtlinie, Rn. 3; Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen – Leitlinien zur Umsetzung/Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, [SWD \(2016\) 163 final, 25. Mai 2016](#), S. 6.

27 Vgl. *Micklitz/Namyslowska*, in: Heermann/Schlinghoff, Münchener Kommentar zum Lauterkeitsrecht, 3. Aufl. 2020, Band 1, Art. 5 UGP-Richtlinie, Rn. 2.

28 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#). Diese ergänzen bzw. ersetzen die Leitlinien aus dem Jahr 2016 (Arbeitsunterlage der Kommissionsdienststellen – Leitlinien zur Umsetzung/Anwendung der Richtlinie 2005/29/EG über unlautere Geschäftspraktiken, [SWD \(2016\) 163 final, 25. Mai 2016](#)).

29 Vgl. Fachbereich EU 6, Unionsrechtlicher Rahmen bezüglich Lootboxen, [EU 6 - 3000 - 038/24](#), 15. Oktober 2024.

30 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (96 ff.).

direkte Aufforderung an Kinder, die beworbenen Produkte zu kaufen oder Eltern oder andere Erwachsene zu überreden, diese Produkte für sie zu kaufen, nach Anhang I Ziff. 28 UGP-RL in der kommerziellen Kommunikation verboten sei.

Im Zusammenhang mit den in den Leitlinien genannten problematischen Geschäftspraktiken kann noch auf folgende Aspekte hingewiesen werden: das Phänomen des „Zahlens mit personenbezogenen Daten“ (die nicht ausschließlich zur Erfüllung des jeweiligen Vertrags benötigt werden) wird in der sog. **Digitale-Inhalte-Richtlinie** (DIRL)³¹ adressiert. Vorgaben zur Offenlegung kommerzieller Kommunikation – und damit gegen versteckte Werbung – können sich auch aus Art. 6 Abs. 1 Buchst. a E-Commerce-RL (s. Ziff. 2.) und Art. 9 f., 28b der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (Ziff. 4.) ergeben. Zudem könnten gezielte Werbepraktiken auch unter Art. 22 der EU-Datenschutzgrundverordnung (Ziff. 5.) fallen.³² Insbesondere ergänzen die Bestimmungen des DSA (Ziff. 9.)³³, des Digital Markets Act (Ziff. 8.) und der Verordnung über künstliche Intelligenz (Ziff. 10) die Verbraucherschutzvorschriften. Sie adressieren Problematiken, „mit denen Verbraucherinnen und Verbraucher in Bezug auf Risiken im Zusammenhang mit Online-Plattformen [...] konfrontiert sind.“³⁴

3.2. Weitere Verbraucherschutzbestimmungen

Neben der UGP-RL zielen auch die Richtlinie über die Rechte der Verbraucher aus dem Jahr 2011 (**Verbraucherrichtlinie**)³⁵ und die **Richtlinie über missbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen**³⁶ aus dem Jahr 1993 auf die Gewährleistung eines hohen Verbraucherschutzniveaus.

Zu diesen Rechtsakten hat die Kommission im Oktober 2024 eine Eignungsprüfung zur **digitalen Fairness**³⁷ veröffentlicht.³⁸ Sie kam darin zu dem Ergebnis, dass weitere Maßnahmen ergriffen werden müssten, um eine einheitliche Anwendung des EU-Verbraucherrechts und des digitalen

31 Richtlinie (EU) 2019/770 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Mai 2019 über bestimmte vertragsrechtliche Aspekte der Bereitstellung digitaler Inhalte und digitaler Dienstleistungen, [ABl. L 136, 22. Mai 2019, S. 1 \(Berichtigung vom 22. Mai 2019\)](#).

32 Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (97).

33 Vgl. Art. 2 Abs. 4 Buchst. d DSA zum Verhältnis von DSA und Verbraucherschutzrecht.

34 So: Kommission, [Eignungsprüfung „Digitale Fairness“ – Fragen und Antworten](#), 3. Oktober 2024.

35 Richtlinie 2011/83/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. Oktober 2011 über die Rechte der Verbraucher, zur Abänderung der Richtlinie 93/13/EWG des Rates und der Richtlinie 1999/44/EG des Europäischen Parlaments und des Rates sowie zur Aufhebung der Richtlinie 85/577/EWG des Rates und der Richtlinie 97/7/EG des Europäischen Parlaments und des Rates, [ABl. L 304, 22. November 2011, S. 64 \(konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022\)](#).

36 Richtlinie 93/13/EWG des Rates vom 5. April 1993 über mißbräuchliche Klauseln in Verbraucherverträgen, [ABl. L 95, 21. April 1993, S. 29 \(konsolidierte Fassung vom 28. Mai 2022\)](#).

37 Gemeint ist ein hohes Verbraucherschutzniveau im digitalen Umfeld, vgl. Kommission, [Eignungsprüfung „Digitale Fairness“ – Fragen und Antworten](#), 3. Oktober 2024.

38 Kommission, Arbeitsdokument der Kommissionsdienststellen, EU consumer law on digital fairness, [SWD\(2024\) 230 endg., 3. Oktober 2024](#).

Regelwerks zu gewährleisten.³⁹ Die Kommission hat daher angekündigt, einen „**Digital Fairness Act**“ vorzuschlagen, der Folgendes adressieren soll: „Dark Patterns“, Marketing durch Social-Media-Influencer sowie die **süchtig machende Gestaltung digitaler Produkte und Online-Profiling**, wenn hiermit die Vulnerabilität von Verbrauchern für kommerzielle Zwecke ausgenutzt werde. Im Arbeitsprogramm der Kommission für 2026 wurde ein entsprechender Vorschlag für das vierte Quartal 2026 angekündigt.⁴⁰ In der öffentlichen Konsultation bestand aber offenbar Uneinigkeit, ob es weiteren Regulierungsbedarf gebe.⁴¹

4. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste



Die Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVMD-RL)⁴² gilt für **Social-Media-Plattformen** soweit es sich bei diesen um **Video-Sharing-Plattformen** handelt.

Ziel der Richtlinie ist es, die **Verbreitung audiovisueller Mediendienste im gemeinsamen Binnenmarkt zu erleichtern**. Zu diesem Zweck werden Mindeststandards festgelegt, um die verschiedenen Interessen im Zusammenhang mit diesen Medien, die zugleich Wirtschafts- und Kultur-

dienste sind, in Ausgleich zu bringen, vgl. ErwG 5 AVMD-RL.⁴³

Die AVMD-RL trat im Mai 2010 in Kraft und ersetzte die Richtlinie 89/552/EWG, die ursprünglich nur das lineare Fernsehen erfasste.⁴⁴ Der Anwendungsbereich wurde schrittweise erweitert: Zu den audiovisuellen Mediendiensten zählen neben (linearen) Fernsehprogrammen auch nicht nichtlineare audiovisuelle Mediendienste, die auf Abruf angeboten werden, sowie audiovisuelle

39 Gemeint ist ein hohes Verbraucherschutzniveau im digitalen Umfeld, vgl. Kommission, [Eignungsprüfung „Digitale Fairness“ – Fragen und Antworten](#), 3. Oktober 2024.

40 Kommission, Arbeitsprogramm der Kommission 2026 Ein unabhängiges Europa, [KOM\(2025\) 870 endg.](#), 21. Oktober 2025, S. 7, [Anhang](#), S. 5.

41 Siehe Überblick: European Parliament, [Legislative Train Schedule, Digital Fairness Act](#), Stand: 20. Februar 2026.

42 Richtlinie 2010/13/EU des Europäischen Parlaments und des Rates vom 10. März 2010 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste, [ABl. L 95, 15. April 2010, S. 1 \(konsolidierte Fassung v. 8. Februar 2025\)](#).

43 *Brings-Wiesen* in: Spindler/Schuster/Kaesling, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, Teil I, Abschnitt D. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, Rn. 1.

44 Richtlinie 89/552/EWG des Rates vom 3. Oktober 1989 zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Ausübung der Fernsehaktivität, [ABl. L 298, 17. Oktober 1989, S. 23](#).

kommerzielle Kommunikation (Fernsehwerbung, Sponsoring, Teleshopping und Produktplatzierung), vgl. Art. 1 Abs. 1 Buchst. a, e, g, h AVMD-RL.⁴⁵

Im Jahr 2018 wurde der Anwendungsbereich der AVMD-RL durch die **Änderungsrichtlinie (EU) 2018/1808**⁴⁶ um **Video-Sharing-Dienste** erweitert. Bei einem Video-Sharing-Dienst handelt es sich gemäß Art. 1 Abs. 1 Buchst. aa AVMD-RL um

„eine Dienstleistung [...], bei der der Hauptzweck der Dienstleistung oder eines trennbaren Teils der Dienstleistung oder eine wesentliche Funktion der Dienstleistung darin besteht, **Sendungen oder nutzergenerierte Videos**, für die der **Video-Sharing-Plattform-Anbieter keine redaktionelle Verantwortung** trägt, der Allgemeinheit über elektronische Kommunikationsnetze [...] zur Information, Unterhaltung oder Bildung **bereitstellen**, und deren Organisation vom Video-Sharing-Plattform-Anbieter bestimmt wird, auch mit automatischen Mitteln oder Algorithmen, insbesondere durch Anzeigen, Tagging und Festlegung der Abfolge“.

Aus ErwG 4 Änderungsrichtlinie (EU) 2018/1808 ergibt sich die **Intention bzw.- Einschätzung des EU-Gesetzgebers** hinsichtlich Video-Sharing-Diensten. Dort heißt es, dass auf Video-Sharing-Diensten audiovisuelle Inhalte bereitgestellt würden, die insbesondere junge Menschen immer häufiger abrufen. Dies gelte auch für soziale Netzwerke, die sich zu einem wichtigen Medium für das Teilen von Informationen sowie für Unterhaltung und Bildung entwickelt hätten. **Soziale Netzwerke** würden daher **in den Geltungsbereich der AVMD-RL einbezogen**, da sie um das gleiche Publikum und um die gleichen Einnahmen wie die audiovisuellen Mediendienste konkurrierten. Weiter heißt es in ErwG 4 RL 2018/1808, dass diese sozialen Netzwerke einen erheblichen Einfluss ausübten, indem sie Nutzern die Möglichkeit gäben, die Meinungen anderer Nutzer zu formen und zu beeinflussen. Um **Minderjährige vor schädlichen Inhalten** und **alle Bürger vor der Aufstachelung zu Hass, Gewalt und Terrorismus zu schützen**, sollten diese Dienste von der AVMD-RL insoweit erfasst werden, wie sie die **Begriffsbestimmung des Video-Sharing-Plattform-Dienstes** erfüllen.

In der rechtswissenschaftlichen Diskussion wurde teils angemerkt, dass Dienste, die (nur) Fotografien und Bilder zur Verfügung stellen, nicht von der AVMD-RL erfasst seien und dass die Einordnung bspw. im Hinblick auf Instagram umstritten sei.⁴⁷ Zu bedenken ist aber, dass nach der Definition in Art. 1 Abs. 1 Buchst. aa AVMD-RL ein „Video-Sharing-Plattform-Dienst“ auch dann vorliegt, wenn lediglich ein trennbarer Teil der Dienstleistung oder eine wesentliche Funktion der Dienstleistung auf Sendungen bzw. nutzergenerierte Videos ausgerichtet ist.

45 *Brings-Wiesen* in: Spindler/Schuster/Kaesling, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, Teil I, Abschnitt D. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, Rn. 1.

46 Richtlinie (EU) 2018/1808 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. November 2018 zur Änderung der Richtlinie 2010/13/EU zur Koordinierung bestimmter Rechts- und Verwaltungsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Bereitstellung audiovisueller Mediendienste (Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste) im Hinblick auf sich verändernde Marktgegebenheiten, [ABl L 303, 28. November 2018, S. 69](#).

47 *Dreyer*, [Die Hürden eines Social-Media-Verbots in Deutschland: Eine kurze juristische Analyse](#), Leibniz-Institut für Medienforschung, Hans-Bredow-Institut, 16. Juni 2025.

In den Leitlinien der Kommission für die praktische Anwendung des Kriteriums der „wesentlichen Funktion“ heißt es, dass der – im Einklang mit dem Herkunftslandprinzip – jeweils zuständige Mitgliedstaat eine „Gesamtanalyse des Dienstes unter Berücksichtigung qualitativer und/oder quantitativer Indikatoren“ vornehmen solle. Zu den Indikatoren gehören folgende Kategorien: (1) das Verhältnis zwischen den audiovisuellen Inhalten und den hauptsächlich wirtschaftlichen Tätigkeiten, (2) die quantitative und qualitative Bedeutung der audiovisuellen Inhalte, (3) die Monetarisierung audiovisueller Inhalte beziehungsweise die Erzielung von Einnahmen aus diesen Inhalten, (4) die Verfügbarkeit von Werkzeugen zur Erhöhung der Sichtbarkeit oder Attraktivität audiovisueller Inhalte.⁴⁸ Auf dieser Grundlage – so *Brings-Wiesen* – hat Irland die dort ansässigen Dienste **Instagram und Facebook** als Video-Sharing-Dienste eingestuft.⁴⁹ Auch Videoplattformen und Video-on-Demand-Plattformen wie **YouTube** und **TikTok**⁵⁰ unterfallen der Definition.

Nach Art. 28b Abs. 1 Buchst. a AVMD-RL müssen die Mitgliedstaaten dafür sorgen, dass die **ih-
rer Rechtshoheit unterliegenden**⁵¹ **Video-Sharing-Plattform-Anbieter** (Herkunftslandprinzip) angemessene Maßnahmen treffen, um **Minderjährige** nach Maßgabe des Art. 6a Abs. 1 AVMD-RL⁵² vor Sendungen, nutzergenerierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen, die ihre körperliche, geistige oder sittliche Entwicklung beeinträchtigen können. Gemäß Art. 28b Abs. 3 UAbs. 2 AVMD-RL sollen die schädlichsten Inhalte zum Schutz Minderjähriger den strengsten Maßnahmen der Zugangskontrolle unterliegen.⁵³ Darüber hinaus müssen die Mitgliedstaaten nach Art. 28 Abs. 1 Buchst. b und c AVMD-RL dafür sorgen, dass die Anbieter angemessene Maßnahmen ergreifen, um die Allgemeinheit vor Sendungen, nutzergenerierten Videos und audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu schützen, in denen zu Gewalt, Hass oder Diskriminierung angestachelt wird, oder deren Verbreitung eine Straftat darstellt.⁵⁴

Mit dem **Geltungsbeginn des DSA** ist fraglich, **inwieweit Art. 28b AVMD-RL** und nationale Umsetzungsmaßnahmen noch **anwendbar** sind. Aus Art. 2 Abs. 4 Buchst. a, ErwG 10 DSA ergibt

-
- 48 Mitteilung der Kommission, Leitlinien für die praktische Anwendung des Kriteriums der wesentlichen Funktion aus der Begriffsbestimmung für „Video-Sharing-Plattform-Dienst“ der Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste, 2020/C 223/02, [ABL. C 223, 7. Juli 2020, S. 3](#).
- 49 *Brings-Wiesen* in: Spindler/Schuster/Kaesling, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, Teil I, D. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, Rn. 12.
- 50 EPRS, Protecting children online Selected EU, national and regional laws and initiatives, [PE 769.570](#), April 2025, S. 4 f.
- 51 Dafür kommt es in erster Linie auf die Niederlassung des Mutter- bzw. Tochterunternehmens oder eines Teils der Gruppe an, vgl. Art. 28a AVMD-RL i. V. m. Art. 3 RL 2000/31/EG.
- 52 Nach Art. 6a Abs. 1 AVMD-RL ergreifen die Mitgliedstaaten im Einklang mit dem Herkunftslandprinzip angemessene Maßnahmen, um sicherzustellen, dass potenziell jugendschädigende Medien nur so bereitgestellt werden, dass sie von Minderjährigen üblicherweise nicht gehört oder gesehen werden.
- 53 Vgl. auch *Jandt*, Gesetzliches Mindestalter für soziale Netzwerke in Deutschland, ZRP 2025, S. 69 (70 f.).
- 54 Ausführlich hierzu in: *Brings-Wiesen* in: Spindler/Schuster/Kaesling, Recht der elektronischen Medien, D. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, 5. Aufl. 2026, Rn. 75 f.; *Holznapel/Hartmann* in: Hoeren/Sieber/Holznapel, Handbuch Multimedia-Recht, 63. EL Oktober 2025, Teil 3 Rundfunk und Medien, Rn. 58 ff.

sich, dass die Vorschriften der AVMD-RL insoweit anwendbar bleiben, als sie vom DSA abweichende Ziele verfolgen bzw. andere Aspekte regeln oder als Ergänzung bzw. Präzisierung des DSA anzusehen sind.⁵⁵

5. EU-Datenschutzgrundverordnung

5.1. Überblick

	Harmonisierter Schutz personenbezogener Daten, freier Datenverkehr
	Datenschutzgrundsätze, Rechtsgrundlagen der Verarbeitung, Betroffenenrechte, Privacy-by-Design
	Relevanz für Social-Media-Plattformen wg. ihres auf Daten ausgerichteten Geschäftsmodells

Die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)⁵⁶ DSGVO enthält Vorschriften zum **Schutz natürlicher Personen** bei der Verarbeitung personenbezogener Daten⁵⁷ und zum **freien Verkehr solcher Daten**, vgl. Art. 1 Abs. 1 DSGVO. Besonderen Schutz genießen Minderjährige, vgl. ErwG 38 DSGVO. Für die Durchsetzung und Überwachung sind im Wesentlichen **nationale Behörden zuständig**, vgl. Art. 51 ff. DSGVO.

Die DSGVO ist am 24. Mai 2016 in Kraft getreten und gilt seit dem 25. Mai 2018. Als Verordnung im Sinne von Art. 288 Abs. 2 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union (AEUV) bedarf es keiner Umsetzung in nationales Recht. Die DSGVO ersetzte die Datenschutzrichtlinie,⁵⁸

-
- 55 Sie hierzu: VG Neustadt a. d. Weinstraße, Urteil vom 4. Februar 2026, 5 K 1203/24.NW, Rn. 82 ff.; *Brings-Wiesen* in: Spindler/Schuster/Kaesling, *Recht der elektronischen Medien*, 5. Aufl. 2026, Teil I, D. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, Rn. 77; *Dreyer*, [Die Hürden eines Social-Media-Verbots in Deutschland: Eine kurze juristische Analyse](#), Leibniz-Institut für Medienforschung, Hans-Bredow-Institut, 16. Juni 2025; Fachbereich EU 6, *Zur Frage altersbezogener Nutzungsbeschränkungen nach Art. 28 DSA und verbleibender nationaler Regelungsspielräume*, [EU 6 - 3000 - 050/24](#), 22. November 2024, S. 28 f.; Fachbereich EU 6, *EU-rechtlicher Rahmen für nationale Altersbeschränkungen zur Nutzung sozialer Medien*, EU 6 - 3000 - 014/26, 6. März 2026, S. 36 f.; *Hofmann/Raue*, in: Hofmann/Raue, *Digital Services Act*, 1. Aufl. 2023, Einleitung, Rn. 74, Art. 2 DSA, Rn. 45; *Holzengel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, *DSA*, 1. Aufl. 2024, Art. 28 DSA, Rn. 13, wonach die AVMD-RL in Bezug auf inhalte- und werbebezogene Risiken durch Videoinhalte auf Video-Sharing-Plattformen spezifischer sei, während andere Jugendmedienschutzvorgaben nunmehr ausschließlich anhand des DSA zu bestimmen seien; Kommission, *Stellungnahme*, [C\(2024\) 4659](#) zur Notifizierung 2024/188/DE, 1. Juli 2024, S. 9; *Liesching*, in: BeckOK *Jugendschutzrecht*, 5. Edition, Stand Juni 2025, Art. 1 DSA, Rn. 16.
- 56 Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (Datenschutz-Grundverordnung), [ABl. L 119, 4. Mai 2016, S. 1 \(berichtigte Fassung v. 4. Mai 2016\)](#).
- 57 Dieses Recht ist grundrechtlich in Art. 8 EU-Grundrechtecharta (GRCh) verankert. Personenbezogene Daten sind nach Art. 4 Nr. 1 DSGVO alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare Person beziehen. Art. 9 DSGVO sieht einen erhöhten Schutz für besondere Datenkategorien vor.
- 58 Richtlinie 95/46/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr, [ABl. L 281, 23. November 1995, S. 31](#).

welche den Mitgliedstaaten Spielräume für die Umsetzung in ihr nationales Recht beließ und damit zu einem uneinheitlichen Datenschutzniveau führte.⁵⁹ Mit Geltungsbeginn der DSGVO haben nationale Datenschutzgesetze überwiegend nur noch ergänzende oder konkretisierende Funktionen.⁶⁰

In ErwG 6 f. DSGVO heißt es, dass

„[r]asche **technologische Entwicklungen** und die Globalisierung [...] den Datenschutz vor neue Herausforderungen gestellt [haben]. Das **Ausmaß der Erhebung und des Austauschs personenbezogener Daten hat eindrucksvoll zugenommen**. Die Technik macht es möglich, dass private Unternehmen und Behörden im Rahmen ihrer Tätigkeiten in einem noch nie dagewesenen Umfang auf personenbezogene Daten zurückgreifen. **Zunehmend machen auch natürliche Personen Informationen öffentlich weltweit zugänglich**. Die Technik hat das wirtschaftliche und gesellschaftliche Leben verändert und dürfte den Verkehr personenbezogener Daten innerhalb der Union sowie die Datenübermittlung an Drittländer und internationale Organisationen noch weiter erleichtern, wobei ein hohes Datenschutzniveau zu gewährleisten ist.

Diese **Entwicklungen erfordern einen soliden, kohärenteren und klar durchsetzbaren Rechtsrahmen im Bereich des Datenschutzes in der Union**, da es von großer Wichtigkeit ist, eine **Vertrauensbasis zu schaffen, die die digitale Wirtschaft dringend benötigt**, um im Binnenmarkt weiter wachsen zu können. Natürliche Personen sollten die Kontrolle über ihre eigenen Daten besitzen. **Natürliche Personen, Wirtschaft und Staat sollten in rechtlicher und praktischer Hinsicht über mehr Sicherheit verfügen.**⁶¹

5.2. Relevanz für die Anbieter von Social-Media-Plattformen

Die Regelungen der DSGVO haben für Anbieter von **Social-Media-Plattformen** eine hohe Relevanz, weil ihr **Geschäftsmodell** wesentlich auf der **Verarbeitung personenbezogener Daten** aufbaut. Nachfolgend werden, ohne Anspruch auf Vollständigkeit, Regelungen der DSGVO dargestellt, die Anbieter von Social-Media-Plattformen beachten müssen.

59 Vgl. *Albrecht* in: Simitis/Hornung/Spiecker gen. Döhmman, Datenschutzrecht, Einleitung, Rn. 213; *Kühling/Raab* in: Kühling/Buchner, DS-GVO BDSG, 4. Aufl. 2024, Einführung, Rn. 41; *Selmayr/Ehmann* in: Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung, 3. Aufl. 2024, Einleitung, Rn. 3 ff.

60 *Selmayr/Ehmann* in: Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung, 3. Aufl. 2024, Einleitung, Rn. 3 f.

61 Hervorhebungen hinzugefügt. Siehe auch: *Dalby* in: Spindler/Schuster/Kaesling, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, Teil VI, , Art. 1 DS-GVO, Rn. 1. Vgl. auch ErwG 9 f., 13 DSGVO.

5.2.1. Datenschutzgrundsätze und Rechtsgrundlagen der Verarbeitung

Die für die Datenverarbeitung Verantwortlichen⁶² müssen die in Art. 5 DSGVO verankerten und in weiteren Bestimmungen konkretisierten Grundsätze einhalten.⁶³ Dazu zählen u. a. die **Rechtmäßigkeit**, Fairness und Transparenz der Verarbeitung sowie die **Zweckbindung** und die **Datenminimierung**. Der EuGH hat entschieden, dass der Grundsatz der Datenminimierung mit der Geschäftspraxis einer Social-Media-Plattform unvereinbar ist, bei der sämtliche personenbezogene Daten, die der Anbieter von der betroffenen Person oder von Dritten erhält, zeitlich unbegrenzt und ohne Unterscheidung nach ihrer Art für Zwecke der zielgerichteten Werbung aggregiert, analysiert und verarbeitet werden.⁶⁴

Art. 6 DSGVO legt als Ausprägung des in Art. 5 DSGVO festgelegten Rechtmäßigkeitsgrundsatzes grundlegende Voraussetzungen für die Zulässigkeit der Datenverarbeitung fest.⁶⁵ Als Grundlagen für die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung personenbezogener Daten kommen danach u. a. in Betracht, dass die Datenverarbeitung für die **Erfüllung eines Vertrags** erforderlich ist (Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. b DSGVO), dass ein **überwiegendes berechtigtes Interesse** besteht (Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. f DSGVO) oder dass die betroffene Person ihre **Einwilligung** erteilt hat (Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. a DSGVO). Die Bedingungen für die Einwilligung i. S. v. Art. 4 Nr. 11 DSGVO sind in Art. 7 DSGVO näher geregelt. Art. 8 DSGVO trifft Regelungen für die **Einwilligungsfähigkeit Minderjähriger** bei Angeboten von Diensten der Informationsgesellschaft, die gegenüber Minderjährigen direkt gemacht werden (auch als digitale Mündigkeit bezeichnet⁶⁶). Diese ist grundsätzlich ab Vollendung des 16. Lebensjahres gegeben. Die Einwilligung eines Minderjährigen unter 16 Jahren ist nach Art. 8 Abs. 1 Satz 2 DSGVO nur wirksam, wenn die Inhaber des elterlichen Sorgerechts der Einwilligung zustimmen bzw. diese für das Kind erklären. Die Mitgliedstaaten können jedoch in Anwendung der in Art. 8 Abs. 1 Satz 3 DSGVO verankerten Öffnungsklausel eine niedrige Altersgrenze vorsehen, die aber das 13. Lebensjahr nicht unterschreiten darf.

Der EuGH hat auf dieser Grundlage bspw. mit Urteil vom 4. Juli 2023 die Praxis von Meta für unzulässig erklärt, nach der Nutzerdaten verschiedener Dienste zusammengeführt wurden. Für ein solches Vorgehen bestehe keine vertragliche Notwendigkeit und auch kein überwiegendes berechtigtes Interesse.⁶⁷ Hinsichtlich der Verwendung personenbezogener Nutzerdaten von Facebook und Instagram für das Training des Meta-eigenen KI-Modells hat das Oberlandesgericht

62 „Verantwortlicher“ i. S. v. Art. 4 Nr. 7 DSGVO ist „die natürliche oder juristische Person, Behörde, Einrichtung oder andere Stelle, die allein oder gemeinsam mit anderen über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten entscheidet“.

63 Vgl. *Heberlein*, in: Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung, 3. Aufl. 2024, Art. 5 DSGVO, Rn. 1, dazu, dass es sich hierbei um die Grundbedingungen jeder Datenverarbeitung handele.

64 EuGH, Urteil vom 4. Oktober 2024, Rs. C-446/21, Schrems / Meta, Rn. 65.

65 Vgl. *Heberlein*, in: Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung, 3. Aufl. 2024, Art. 6 DSGVO, Rn. 1.

66 Vgl. Europäischer Datenschutzausschuss, Leitlinien 05/2020 zur Einwilligung gemäß Verordnung 2016/679, 13. Mai 2020, abrufbar unter: https://www.edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_de.pdf, Ziff. 132 f.

67 EuGH, Urteil vom 4. Juli 2023, Rs. C-252/21, Meta / Bundeskartellamt.

(OLG) Köln entschieden, dass diese Praxis nach Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. f DSGVO (berechtigtes Interesse) zulässig sei.⁶⁸

5.2.2. Rechte der Betroffenen

In den Art. 12 ff. DSGVO sind Rechte der Betroffenen geregelt. Dazu zählen Informationsrechte nach Art. 13 f. DSGVO und das Recht aus Art. 22 DSGVO, keiner ausschließlich auf einer automatisierten Verarbeitung – einschließlich Profiling – beruhenden Entscheidung unterworfen zu werden.⁶⁹

5.2.3. Privacy by Design-Vorgaben

Zu den Pflichten des für die Datenverarbeitung Verantwortlichen zählt nach Art. 25 DSGVO zudem der „Datenschutz durch Technikgestaltung und durch datenschutzfreundliche Voreinstellungen“ (sog. „**Privacy-by-Design**“).

Die Datenschutzbehörden ziehen Art. 25 DSGVO heran, um sicherzustellen, dass das in den Nutzungsbedingungen (AGB) vieler Social-Media-Dienste verankerte **Mindestalter von in der Regel 13 Jahren**⁷⁰ eingehalten wird.⁷¹ Dies wird offenbar so begründet, dass, wenn die AGB ein Mindestalter vorsehen, Art. 25 Abs. 1 DSGVO den Einsatz von **Techniken** verlange, die die Einhaltung dieses Mindestalters gewährleisten.⁷² Auf dieser Grundlage verhängte etwa die irische Datenschutzbehörde im September 2023 ein Bußgeld in Höhe von 345 Mio. Euro gegen TikTok. Das Unternehmen habe u. a. gegen die DSGVO verstoßen, weil nicht hinreichend sichergestellt war, dass Minderjährige unter 13 Jahren keinen Zugang haben.⁷³

68 OLG Köln, Urteil vom 23. Mai 2025, 15 UKL 2/25.

69 Siehe Kommission, Auslegungsleitlinien UGP-RL, [ABl. C 526, 29. Dezember 2021, S. 1](#) (97), dazu, dass gezielte Werbepraktiken auch unter Art. 22 DSGVO fallen können.

70 Siehe den Überblick: Fachbereich EU 6, Zur Frage altersbezogener Nutzungsbeschränkungen nach Art. 28 DSA und verbleibender nationaler Regelungsspielräume, [EU 6 - 3000 - 050/24](#), 22. November 2024, S. 4 f.

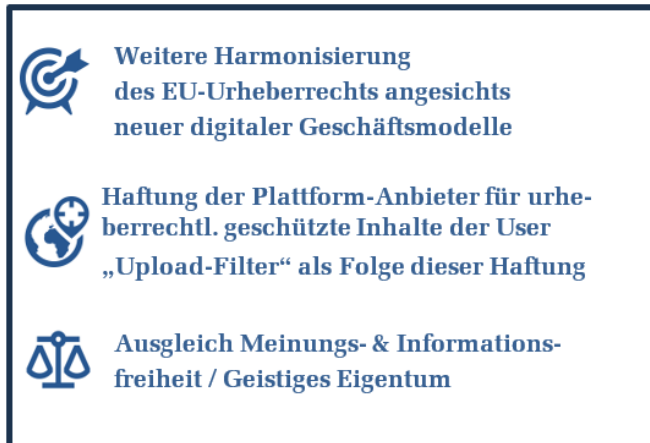
71 Fachbereich EU 6, Zur Frage altersbezogener Nutzungsbeschränkungen nach Art. 28 DSA und verbleibender nationaler Regelungsspielräume, [EU 6 - 3000 - 050/24](#), 22. November 2024, S. 7.

72 Vgl. *Fuchs/Ambrock*, Altersverifikation im Spannungsfeld zwischen DSGVO, DSA und Jugendmedienschutz, PinG 2024, S. 190 (191).

73 Vgl. Irish Data Protection Commission, Pressemitteilung, [Irish Data Protection Commission announces €345 million fine of TikTok](#), 15. September 2023. Vgl. zudem die Übersicht auch zu weiteren Verfahren: Bundesbeauftragte für den Datenschutz, [TikTok](#); *Taeger*, Einwilligung von Kindern gegenüber Diensten der Informationsgesellschaft, ZD 2021, S. 505 (506, Fn. 11). Sowie weitere Informationen: Fachbereich EU 6, Zur Frage altersbezogener Nutzungsbeschränkungen nach Art. 28 DSA und verbleibender nationaler Regelungsspielräume, [EU 6 - 3000 - 050/24](#), 22. November 2024, S. 7 f.

6. Urheberrechts-Richtlinie

6.1. Überblick



Die Urheberrechtsrichtlinie (Urh-RL)⁷⁴ ist am 6. Juni 2019 in Kraft getreten und war von den Mitgliedstaaten bis zum 7. Juni 2021 umzusetzen, vgl. Art. 29 Abs. 1 und 31 Urh-RL. Gemäß Art. 1 Abs. 1 Urh-RL zielt die Richtlinie auf eine weitere **Harmonisierung des EU-Urheberrechts** und der verwandten Schutzrechte im Rahmen des Binnenmarkts unter besonderer **Berücksichtigung der digitalen** und grenzüberschreitenden **Nutzung** geschützter Inhalte.

In ihrem Richtlinienvorschlag aus dem Jahr 2016 führte die Kommission zur Begründung u. a. an, dass die Entwicklung der **digitalen Technologien** zur Entstehung neuer Geschäftsmodelle geführt und die **Rolle des Internets** als wichtigsten Markt für die Verbreitung und den Zugang zu urheberrechtlich geschützten Inhalten gestärkt habe. Es gebe **neue Formen der Nutzung** sowie **neue Akteure** und **Geschäftsmodelle**. Für Verbraucher seien **neue Möglichkeiten des Zugangs zu urheberrechtlich geschützten Inhalten** entstanden.⁷⁵

Ausweislich ErwG 3 Urh-RL enthält die Richtlinie Vorschriften für die **Anpassung** bestimmter Ausnahmen und Beschränkungen des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte an ein **digitales und grenzüberschreitendes Umfeld**. Sie enthält Maßnahmen, mit denen bestimmte Lizenzierungsverfahren und die **Online-Verfügbarkeit audiovisueller Werke auf Plattformen für den Videoabruf** erleichtert werden sollen (vgl. Art. 13 Urh-RL). Außerdem sieht sie u. a. Bestimmungen zum sog. **Text- und Datamining**⁷⁶ vor (Art. 3 f. Urh-RL). Nach Art. 4 Abs. 1 Urh-RL sind Vervielfältigungen und Entnahmen urheberrechtlich geschützter, rechtmäßig zugänglicher Inhalte für Text- und Data-Mining unionsrechtlich zulässig. Dies gilt aber dann nicht, wenn der jeweilige Rechteinhaber einen Rechtsvorbehalt i. S. v. Art. 4 Abs. 3 Urh-RL erklärt hat. Die Relevanz dieser Vorgaben für Anbieter von Social-Media-Plattformen wäre anhand des jeweiligen Geschäftsmodells zu beurteilen.

74 Richtlinie (EU) 2019/790 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 17. April 2019 über das Urheberrecht und die verwandten Schutzrechte im digitalen Binnenmarkt und zur Änderung der Richtlinien 96/9/EG und 2001/29/EG, [ABl. L 130, 17. Mai 2019, S. 92 \(berichtigte Fassung v. 17. Mai 2019\)](#).

75 Vorschlag für eine Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über das Urheberrecht im digitalen Binnenmarkt, [KOM\(2016\) 593 endg., 14. Juni 2016](#), S. 2 ff.

76 Hierbei handelt es sich gemäß Art. 2 Nr. 2 Urh-RL um „eine Technik für die automatisierte Analyse von Texten und Daten in digitaler Form, mit deren Hilfe Informationen unter anderem – aber nicht ausschließlich – über Muster, Trends und Korrelationen gewonnen werden können“.

6.2. Insbesondere: „Upload-Filter“

Der Auftraggeber hat im Zusammenhang mit der Urh-RL ausdrücklich auf „**Uploadfilter**“ Bezug genommen. Im Kern geht es hier um die Frage, wie die großen Social-Media-Plattformen kontrollieren, welche Inhalte ihre Nutzerinnen und Nutzer hochladen dürfen.⁷⁷

Hintergrund sind die Vorgaben in **Art. 17 Urh-RL** über die „Nutzung geschützter Inhalte durch Diensteanbieter für das Teilen von Online-Inhalten“. In ErwG 3 Urh-RL heißt es, dass solche Vorschriften über die **Nutzung von Werken** oder sonstigen Schutzgegenständen durch **Anbieter von Online-Diensten, die von Nutzern hochgeladene Inhalte speichern und zugänglich machen**, für einen **gut funktionierenden und fairen Urheberrechtsmarkt** erforderlich seien.

Art. 17 Urh-RL schreibt eine Einführung von „**Upload-Filtern**“ **nicht ausdrücklich** vor. Die Bestimmung stellt aber klar, dass ein „Diensteanbieter für das Teilen von Online-Inhalten“, ⁷⁸ der der Öffentlichkeit Zugang zu von Nutzern hochgeladenen urheberrechtlich geschützten Werken verschafft, eine Handlung der öffentlichen Wiedergabe oder der öffentlichen Zugänglichmachung vornimmt. Die Mitgliedstaaten müssen daher die Diensteanbieter verpflichten, eine Erlaubnis der Rechteinhaber einzuholen (d. h. insbesondere durch Abschluss von Lizenzvereinbarungen). Wenn solche Vereinbarungen nicht zustande kommen, müssen geeignete Maßnahmen ergriffen werden, um rechtsverletzende Inhalte zu entfernen oder deren erneutes Hochladen zu verhindern, wobei zugleich Ausnahmen für bestimmte zulässige Nutzungen, etwa Zitate oder Parodien, zu berücksichtigen sind.⁷⁹

Der **EuGH** hat Art. 17 Urh-RL im April 2022 für primärrechtskonform erklärt.⁸⁰ In dem Urteil zur Rechtssache (Rs.) C-401/19 stellt er fest, dass die in Art. 17 Urh-RL vorgesehene **Haftung der Plattformanbieter** dazu führe, dass die Anbieter *de facto* verpflichtet seien, eine vorherige Kontrolle der Inhalte durchzuführen.⁸¹ Sofern es sich um große Datenmengen handele, sei dies nur automatisiert möglich, es müssten also **Instrumente zur automatischen Erkennung und vorherigen Filterung** („Uploadfilter“) eingesetzt werden. Hiermit wiederum gehe eine Einschränkung der in Art. 11 EU-Grundrechtecharta verankerten Meinungs- und Informationsfreiheit der Nutzer

77 Kaufmann, [Wird Deutschland jetzt zum Vorbild?](#), LTO, 26. April 2022.

78 Nach Art. 2 Nr. 6 UAbs. 1 UAbs. 1 Urh-RL sind dies „Anbieter eines Dienstes der Informationsgesellschaft, bei dem der Hauptzweck bzw. einer der Hauptzwecke darin besteht, eine große Menge an von seinen Nutzern hochgeladenen, urheberrechtlich geschützten Werken oder sonstigen Schutzgegenständen zu speichern und der Öffentlichkeit Zugang hierzu zu verschaffen, wobei dieser Anbieter diese Inhalte organisiert und zum Zwecke der Gewinnerzielung bewirbt“. Nicht von diesem Begriff erfasste Dienste sind in Art. 2 Nr. 6 UAbs. 1 UAbs. 2 Urh-RL aufgelistet, bspw. Online-Marktplätze, zwischen Unternehmen erbrachte Cloud-Dienste sowie Cloud-Dienste, die ihren Nutzern das Hochladen von Inhalten für den Eigengebrauch ermöglichen.

79 Zur Diskussion zu Art. 17 Urh-RL m. w. N.: *Spindler*, Die neue Urheberrechts-Richtlinie der EU (Teil 2), WRP 2019, S. 951, Rn. 34 ff.; *Spindler*, Die neue Urheberrechts-Richtlinie der EU, insbesondere "Upload-Filter"-Bitersweet? Analyse der Änderungen beim Text- und Datamining, Leistungsschutz für Presseerzeugnisse und Pflichtenkreis für Hostprovider, CR 2019, S. 277.

80 EuGH, Urteil vom 26. April 2022, Rs. C-401/19, Polen/Parlament und Rat.

81 So: Gerichtshof der Europäischen Union, Urteil in der Rechtssache C-401/19, Polen/Parlament und Rat, [Pressemitteilung Nr. 65/22, 26. April 2022](#).

einher. Im Ergebnis sei die Regelung gleichwohl verhältnismäßig und damit primärrechtskonform. Denn der Unionsgesetzgeber habe bereits in Art. 17 Urh-RL klargestellt, dass ein angemessenes Gleichgewicht zwischen Art. 11 EU-Grundrechtecharta und dem Recht des geistigen Eigentums hergestellt werden müsse. Insbesondere müsse ein Filtersystem in aller Regel zwischen zulässigen und unzulässigen Inhalten unterscheiden können. Es sei Sache der Mitgliedstaaten, Art. 17 Urh-RL im Einklang mit den Unionsgrundrechten umzusetzen.⁸²

7. Verordnung zur Bekämpfung der Verbreitung terroristischer Online-Inhalte



Die Verordnung (EU) 2021/784 zur Bekämpfung der Verbreitung terroristischer Online-Inhalte⁸³ ist im Juni 2021 in Kraft getreten und gilt seit dem 7. Juni 2022. Die Verordnung legt EU-weite Vorschriften zur Bekämpfung des Missbrauchs von Hostingdiensten für die öffentliche Verbreitung terroristischer Online-Inhalte fest.

Zu den verpflichteten Hostingdiensteanbietern i. S. v. Art. 1 Abs. 2 VO 2021/784 gehören ausweislich ErwG 14 VO 2021/784 u. a. Anbieter von **Dienstleistungen sozialer Medien**, von Video-, Bild- und Audio-Sharing-Diensten sowie von File-Sharing-Diensten und anderen Cloud-Diensten, sofern diese Dienste dafür genutzt werden, gespeicherte Informationen auf direktes Verlangen des Inhaltenanbieters hin öffentlich zugänglich zu machen.

Die Vorschriften der VO 2021/784 umfassen gemäß Art. 1 Abs. 1 Buchst a VO 2021/784 u. a. angemessene und verhältnismäßige **Sorgfaltspflichten** der **Hostingdiensteanbietern**, um die **öffentliche Verbreitung terroristischer Inhalte** durch ihre Dienste zu bekämpfen und erforderlichenfalls zu gewährleisten, dass solche Inhalte **entfernt werden** oder der **Zugang zu ihnen verhindert wird**. Hierzu gehört nach Art. 3 Abs. 3 VO 2021/784 die Pflicht von Hostingdiensteanbietern, terroristische Inhalt binnen einer Stunde nach Erhalt einer entsprechenden behördlichen Entfernungsanordnung zu entfernen oder zu sperren.

Die Verordnung lässt die E-Commerce-Richtlinie (Ziff. 2.) und die AVMD-Richtlinie (Ziff. 3.) unberührt, vgl. Art. 1 Abs. 5 VO 2021/784. Der DSA lässt die VO 2021/784 unberührt, vgl. Art. 2 Abs. 4 Buchst. c DSA.

82 EuGH, Urteil vom 26. April 2022, Rs. C-401/19, Polen/Parlament und Rat, Rn. 39 ff.

83 Verordnung (EU) 2021/784 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 29. April 2021 zur Bekämpfung der Verbreitung terroristischer Online-Inhalte, [ABL. L 172, 17. Mai 2021, S. 79 \(berichtigte Fassung\)](#).

8. Digital Markets Act

8.1. Überblick



Der Digital Markets Act (DMA)⁸⁴ ist am 1. November 2022 in Kraft getreten und gilt seit dem 2. Mai 2023 unmittelbar in den Mitgliedstaaten.⁸⁵

Wie der DSA (Ziff. 9.) ist auch der DMA **Teil der EU-Digitalstrategie** und dient der Regulierung digitaler Märkte.⁸⁶ Der DMA

zielt nach Art. 1 Abs. 1 DMA darauf ab, zum **reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts** beizutragen, indem harmonisierte Vorschriften⁸⁷ festgelegt werden, die in der gesamten EU zugunsten gewerblicher Nutzer und Endnutzer **für alle Unternehmen bestreitbare und faire Märkte⁸⁸ im digitalen Sektor**, auf denen sog. **Torwächter** tätig sind, gewährleisten. Für die Überwachung und Durchsetzung ist die **Kommission zuständig**, vgl. Art. 26 ff. DMA.⁸⁹ Der DMA hat somit insbesondere eine **wettbewerbsrechtliche Zielsetzung**.⁹⁰

84 Verordnung (EU) 2022/1925 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. September 2022 über bestreitbare und faire Märkte im digitalen Sektor und zur Änderung der Richtlinien (EU) 2019/1937 und (EU) 2020/1828 (Gesetz über digitale Märkte), [ABl. L 265, 12. Oktober 2022, S. 1 \(berichtigte Fassung\)](#). Vgl. auch Durchführungsverordnung (EU) 2023/814 der Kommission vom 14. April 2023 zur Festlegung detaillierter Vorschriften für die Durchführung bestimmter Verfahren durch die Kommission nach der Verordnung (EU) 2022/1925 des Europäischen Parlaments und des Rates, [ABl. L 102, 17. April 2023, S. 6](#).

85 Für einige Vorschriften ist in Art. 54 DMA ein abweichender Geltungsbeginn vorgesehen.

86 Vgl. Kommission, [Das Gesetz über digitale Märkte: für faire und offene digitale Märkte](#), Stand 28. August 2024.

87 In ErwG 6 DMA wird darauf hingewiesen, dass die Mitgliedstaaten bereits Regulierungsvorschriften für digitale Dienste erlassen oder vorgeschlagen hätten, um unfairen Praktiken zu begegnen und die Bestreitbarkeit dieser Dienste zu erhöhen. Dies habe zu uneinheitlichen Regulierungsvorschriften und damit zu einer Fragmentierung des Binnenmarkts geführt.

88 Siehe zur Bedeutung: ErwG 32-34 DMA; *König*, in: Münchener Kommentar zum Wettbewerbsrecht, Band 1, 4. Aufl. 2023, Art. 1 DMA, Rn. 4.

89 Vgl. Fachbereich EU 6, Zu den Zuständigkeiten für die Durchsetzung des Digital Markets Act, des Digital Services Act und des geplanten Artificial Intelligence Act, [EU 6 - 3000 - 016/24](#), 21. Mai 2024, S. 15 ff.

90 Der DMA geht dabei über die Kartellvorschriften aus Art. 101, 102 AEUV hinaus. Denn diese sind nur auf bestimmte Arten von Marktmacht, z. B. eine beherrschende Stellung auf spezifischen Märkten, und von wettbewerbswidrigem Verhalten anwendbar. Zudem werden sie erst im Nachhinein durchgesetzt und erst nach einer umfassenden Untersuchung oft sehr komplexer Fakten in konkreten Fällen, vgl. ErwG 5 DMA.

Er soll verhindern, dass Unternehmen, die bestimmte **zentrale Plattformdienste**⁹¹ (u. a. **Online-Dienste sozialer Netzwerke**) anbieten, ihre Marktmacht missbrauchen. Diese Unternehmen werden als Torwächter („Gatekeeper) bezeichnet, weil sie letztlich über den Zugang zu ihren Online-Plattformen entscheiden, auf denen Drittunternehmen ihre Produkte den Endnutzern anbieten (vgl. ErwG 2 DMA).

Die daraus resultierende wirtschaftliche Abhängigkeit versetzt die Plattformanbieter in die Lage, einseitig Geschäftsbedingungen vorzugeben und potenziell unfaire Praktiken durchzusetzen (ErwG 3 f., 31 DMA). Im Schrifttum wird darauf hingewiesen, dass der DMA im Wesentlichen darauf abziele, die **Datenmacht der Torwächter zu reduzieren**.⁹² Es gehöre gerade zum Geschäftsmodell digitaler Plattformen, dass sie ihre Marktmacht durch die Ansammlung und Nutzung personenbezogener Daten stetig erweiterten und bekräftigten.⁹³ Daher enthalte der DMA u. a. spezifische Verpflichtungen für Torwächter im Zusammenhang mit der Verarbeitung personenbezogener Daten.⁹⁴ Die DSGVO bleibt neben dem DMA bestehen.⁹⁵

8.2. Torwächter im Bereich „soziale Netzwerke“

„**Torwächter**“ sind in Art. 2 Nr. 1 DMA definiert als Unternehmen, die zentrale Plattformdienste bereitstellen und nach Art. 3 DMA von der Kommission als solche benannt wurden. Das ist der Fall, wenn sie erheblichen Einfluss auf den Binnenmarkt haben, einen zentralen Plattformdienst bereitstellen, der gewerblichen Nutzern als wichtiges Zugangstor zu Endnutzern dient, und hinsichtlich ihrer Tätigkeiten eine gefestigte und dauerhafte Position innehaben oder absehbar innehaben werden (Art. 3 Abs. 1 DMA).

Die Kommission hat als **zentralen Plattformdienst** (Art. 2 Nr. 2 DMA) in der Kategorie „**soziale Netzwerke**“ **ByteDance** (TikTok), **Meta** (Facebook, Instagram) und **Microsoft** (LinkedIn) als Torwächter benannt. Hinsichtlich Video-Sharing wurde Alphabet (**Youtube**) benannt. Hinsichtlich „nummernunabhängige interpersonelle Kommunikationsdienste“ wurde Meta (Whatsapp und Messenger) designiert.⁹⁶

91 Dies sind nach Art. 2 Nr. 2 DMA: a) Online-Vermittlungsdienste, b) Online-Suchmaschinen, c) Online-Dienste sozialer Netzwerke, d) Video-Sharing-Plattform-Dienste, e) nummernunabhängige interpersonelle Kommunikationsdienste, f) Betriebssysteme, g) Webbrowser, h) virtuelle Assistenten, i) Cloud-Computing-Dienste, j) Online-Werbedienste, einschließlich Werbenetzwerken, Werbebörsen und sonstiger Werbevermittlungsdienste, die von einem Unternehmen, das einen der unter den Buchstaben a bis i genannten zentralen Plattformdienste bereitstellt, bereitgestellt werden.

92 *Bania*, Fitting the Digital Markets Act in the existing legal framework: the myth of the „without prejudice“ clause, *European Competition Journal* 2023, S. 116 (129).

93 *Selmayr/Ehmann*, in: *Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung*, 3. Aufl. 2024, Einleitung, Rn. 139.

94 *Selmayr/Ehmann*, in: *Ehmann/Selmayr, Datenschutz-Grundverordnung*, 3. Aufl. 2024, Einleitung, Rn. 139.

95 Vgl. hierzu im Einzelnen: Kommission/EDSA, [Joint Guidelines on the Interplay between the Digital Markets Act and the General Data Protection Regulation](#), Draft.

96 Siehe die Übersicht: Kommission, [Gatekeepers Portal](#).

8.3. Pflichten für Torwächter

Die den Torwächtern auferlegten Pflichten sind in Kapitel III DMA verankert, wobei die Art. 5 bis 7, 13 DMA allgemeine, unmittelbar geltende Pflichten enthalten,⁹⁷ während es Art. 8 Abs. 2 DMA der Kommission ermöglicht, diese Pflichten in Beschlussform in einem Durchführungsrechtsakt für einen Torwächter zu konkretisieren.⁹⁸



Überblick: Pflichtenkreise nach dem DMA

Die Verpflichtungen aus Art. 5 bis 7 DMA werden als Regulierungskern der Verordnung eingestuft.⁹⁹ Dabei enthält **Art. 5 DMA** präzise Verbotstatbestände.¹⁰⁰ Die Vorgaben in **Art. 6 DMA** sind offener formuliert und bedürfen damit größerer Konkretisierung, wofür der in Art. 8 DMA vorgesehene regulatorische Dialog dienen kann.¹⁰¹ **Art. 7 DMA** normiert Interoperabilitätspflichten für Messenger-Dienste. Sämtliche Verpflichtungen lassen sich im Wesentlichen in vier Kategorien einteilen:

- 1) Schutz der Nutzer, insbesondere Kontrolle über ihre Daten,
- 2) Vorschriften, die das Wechseln zwischen Diensten erleichtern sollen,
- 3) Vorschriften die den Zugang zu abgeschotteten Diensten und Technologien des Torwächters für gewerbliche Nutzer ermöglichen sollen,
- 4) Vorschriften die eine Übertragung der starken Position der Torwächter in weitere Dienste verhindern sollen.¹⁰²

Art. 5 DMA enthält insgesamt **zehn Absätze** mit verschiedenen Pflichten.¹⁰³ Ausschnitthaft sei auf **Art. 5 Abs. 2 DMA** hingewiesen, der sicherstellen soll, dass Nutzer die Kontrolle über ihre Daten behalten. Danach müssen Nutzer entscheiden können, ob ihre Daten für den Betrieb von Online-Werbendiensten verarbeitet werden dürfen und ob sie in die Zusammenführung ihrer Daten von verschiedenen Diensten einwilligen. Die Torwächter müssen eine nicht-personalisierte

97 Mörtsdorf in: Spindler/Schuster/Kaesling, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, Viertel Teil, Art. 5 DMA, Rn. 3.

98 Vgl. König, in: Münchener Kommentar zum Wettbewerbsrecht, Band 1, 4. Aufl. 2023, DMA, Einl., Rn. 26.

99 König, in: Münchener Kommentar zum Wettbewerbsrecht, Band 1, 4. Aufl. 2023, DMA, Einl., Rn. 26.

100 Legner, Digitales Wettbewerbsrecht, 2025, S. 283.

101 Legner, Digitales Wettbewerbsrecht, 2025, S. 288.

102 König, in: Münchener Kommentar zum Wettbewerbsrecht, Band 1, 4. Aufl. 2023, DMA, Einl., Rn. 27, nennt nur die Aspekte 2) bis 4) als wesentlichen Inhalt.

103 Siehe im Einzelnen: Legner, Digitales Wettbewerbsrecht, 2025, S. 286 ff.

Alternative ihres Dienstes anbieten. Die Kommission hat auf Basis dieser Vorschrift im April 2025 ein Bußgeld gegen Meta i. H. v. 200 Mio. Euro wegen des verwendeten „Pay or Consent“-Werbemodells verhängt. Hierbei hatten Nutzer von Facebook und Instagram in der EU die Wahl zwischen der Einwilligung in die Zusammenführung personenbezogener Daten für personalisierte Werbung oder einer Bezahlversion.¹⁰⁴ **Nach Art. 5 Abs. 4 DMA** sollen App-Entwickler, die ihre Apps über den App-Store eines Torwächters vertreiben, Kundinnen und Kunden kostenlos auf alternative Kaufangebote außerhalb des App-Stores lenken dürfen. Dies steht in direktem Zusammenhang mit **Art. 5 Abs. 3 DMA**, wonach gewerbliche Nutzer ihre Produkte auf ihrer eigenen Seite oder anderen Plattformen günstiger anbieten dürfen. Die Kommission hat im April 2025 festgestellt, dass Apple der Verpflichtung aus Art. 5 Abs. 4 DMA hinsichtlich des App-Stores nicht nachkam und ein Bußgeld i. H. v. 500 Mio. Euro verhängt.¹⁰⁵

Art. 6 DMA enthält insgesamt **dreizehn Absätze** mit verschiedenen Pflichten für Torwächter. Dazu zählt das Verbot in Art. 6 Abs. 2 DMA, im Wettbewerb mit gewerblichen Nutzern öffentlich zugängliche Daten über diese Nutzer zu verwenden. Art. 6 Abs. 3 DMA verpflichtet Torwächter, Endnutzern die Deinstallation vorinstallierter Software und die Änderung von Standardeinstellungen zu ermöglichen. Art. 6 Abs. 4 DMA verpflichtet Torwächter, die Installation und Nutzung von Apps Dritter auf ihrem Betriebssystem zu gestatten. Nach Art. 6 Abs. 6 DMA müssen Torwächter Endnutzern das Wechseln von Apps und Diensten ermöglichen, auf die über die zentralen Plattformdienste des Torwächters zugegriffen wird. Gemäß Art. 6 Abs. 5 DMA darf der Torwächter von ihm selbst angebotene Dienstleistungen und Produkte beim Ranking sowie bei der damit verbundenen Indexierung und dem Auffinden gegenüber ähnlichen Dienstleistungen oder Produkten eines Dritten nicht bevorzugen. Art. 6 Abs. 12 DMA verpflichtet Torwächter, gewerblichen Nutzern Zugang zu Software-Anwendungen, Online-Suchmaschinen und sozialen Netzwerken nach fairen, zumutbaren und diskriminierungsfreien allgemeinen Bedingungen zu verschaffen. Die Kommission leitete im November 2025 eine Untersuchung wegen möglicher Verstöße gegen Art. 6 Abs. 5, Art. 6 Abs. 12 DMA gegen Google wegen einer Herabstufung der Inhalte von Herausgebern in Suchergebnissen ein.¹⁰⁶

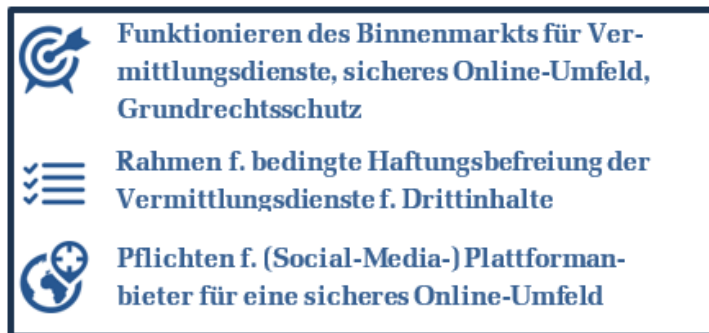
104 Vgl. Kommission, [Kommission stellt Verstoß von Apple und Meta gegen das Gesetz über digitale Märkte fest](#), Pressemitteilung, 23. April 2025.

105 Vgl. Kommission, [Kommission stellt Verstoß von Apple und Meta gegen das Gesetz über digitale Märkte fest](#), Pressemitteilung, 23. April 2025.

106 Kommission, Kommission leitet Untersuchung wegen möglichen Verstoßes gegen das Gesetz über digitale Märkte in Form der Herabstufung der Inhalte von Herausgebern in Suchergebnissen durch Google ein, [13. November 2025](#).

9. Digital Services Act

9.1. Überblick



Der Digital Services Act¹⁰⁷ ist Ende 2022 in Kraft getreten und gilt als Verordnung seit dem 17. Februar 2024 unmittelbar in den Mitgliedstaaten. Der DSA **hat Anwendungsvorrang** vor nationalem Recht, soweit dieses zielgleiche oder konfligierende Regelungen trifft.¹⁰⁸

Wie der DMA adressiert der DSA gezielt auch das Geschäftsmodell von Online-Plattformen, einschließlich Social-Media-Plattformen. Der DSA soll durch eine **Harmonisierung** der Regelungen über die **Verantwortung und Sorgfaltspflichten der Anbieter von Vermittlungsdiensten** „für ein **sicheres**, vorhersehbares und vertrauenswürdiges **Online-Umfeld**“ sorgen, die **Grundrechte schützen** und zum **reibungslosen Funktionieren des Binnenmarkts** beitragen, vgl. Art. 1 Abs. 1, ErwG 3 DSA.¹⁰⁹

Die Verordnung ist eine **Reaktion auf den digitalen Wandel** und die Entwicklung von Online-Plattformen, **sozialen Netzwerken** und digitalen Marktplätzen seit der E-Commerce-Richtlinie aus dem Jahr 2000, vgl. ErwG 1 DSA. Der DSA ist zudem eine Reaktion auf den Umstand, dass Mitgliedstaaten nationale Vorschriften über Sorgfaltspflichten von Anbietern von Vermittlungsdiensten eingeführt hatten bzw. dies planten. Nach Einschätzung des EU-Gesetzgebers beeinträchtigte dies den Binnenmarkt gemäß Art. 26 AEUV, weshalb harmonisierte Bedingungen für die Erbringung von Vermittlungsdiensten erforderlich waren, vgl. ErwG 2 DSA.

9.2. Wesentliche Regelungsgegenstände

Art. 1 Abs. 2 DSA listet die zentralen Regelungsgegenstände des DSA auf:

- Rahmen für bedingte Haftungsbefreiungen für Anbieter von Vermittlungsdiensten (s. Ziff. 9.2.1.),

107 Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG (Gesetz über digitale Dienste), [ABl. L 277, 27. Oktober 2022](#) ([berichtigte Fassung](#)).

108 Siehe etwa Fachbereich EU 6, Zur Frage altersbezogener Nutzungsbeschränkungen nach Art. 28 DSA und verbleibender nationaler Regelungsspielräume, [EU 6 - 3000 - 050/24](#), 22. November 2024, S. 23 ff.; Fachbereich EU 6, EU-rechtlicher Rahmen für nationale Altersbeschränkungen zur Nutzung sozialer Medien, EU 6 - 3000 - 014/26, 6. März 2026, S. 16 ff.; Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Zur Beschränkung und zum Verbot von Social-Media-Plattformen, [WD 7 - 3000 - 004/26, 19. Februar 2026](#), S. 25.

109 Siehe auch: *Müller-Terpitz*, in: Müller-Terpitz/Köhler, Digital Services Act, 2024, Art. 1 DSA, Rn. 2.

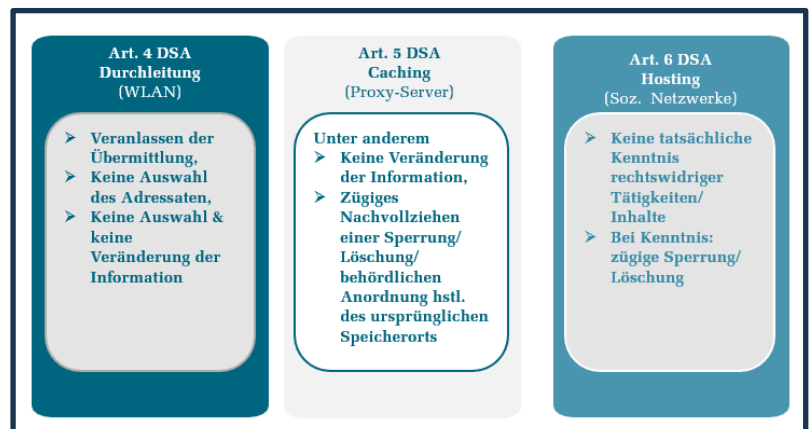
- besondere Sorgfaltspflichten für bestimmte Anbieter von Vermittlungsdiensten (s. Ziff. 9.2.2.),
- Durchführung und Durchsetzung der Verordnung.

Für die Durchführung und Durchsetzung des DSA ist ein System der geteilten Zuständigkeiten zwischen Kommission und mitgliedstaatlichen Behörden vorgesehen, vgl. Art. 56 DSA.¹¹⁰ Als nationales Durchführungsgesetz wurde das Digitale Dienste Gesetz geschaffen, das im Wesentlichen Zuständigkeiten auf nationaler Ebene und Sanktionen regelt.¹¹¹

Praktische Relevanz haben außerdem die Bestimmungen in Art. 2 Abs. 3, Abs. 4 DSA sowie die ErwG 9 f. DSA. Diese betreffen die Frage des Verhältnisses zwischen DSA und anderen Rechtsakten (bspw. E-Commerce-RL, AVMD-RL, DSGVO).¹¹²

9.2.1. Rahmen für bedingte Haftungsbefreiungen

Was den Rahmen für die **bedingten Haftungsbefreiungen** für Anbieter von Vermittlungsdiensten angeht, wurde bereits unter Ziff. 2. zur E-Commerce-Richtlinie dargestellt, dass die entsprechenden Vorschriften aus Art. 12 bis 15 E-Commerce-Richtlinie in die **Art. 4 ff. DSA überführt** wurden.¹¹³ Es geht bei diesen Bestimmungen darum, unter welchen Voraussetzungen Anbieter von **Vermittlungsdiensten** – also Intermediäre, die Inhalte Dritter übermitteln und speichern – nicht für die Rechtswidrigkeit i. S. v. Art. 3 Buchst. h



110 Siehe näher: Fachbereich EU 6, Zu den Zuständigkeiten für die Durchsetzung des Digital Markets Act, des Digital Services Act und des geplanten Artificial Intelligence Act, [EU 6 - 3000 - 016/24](#), 21. Mai 2024, S. 13 ff.

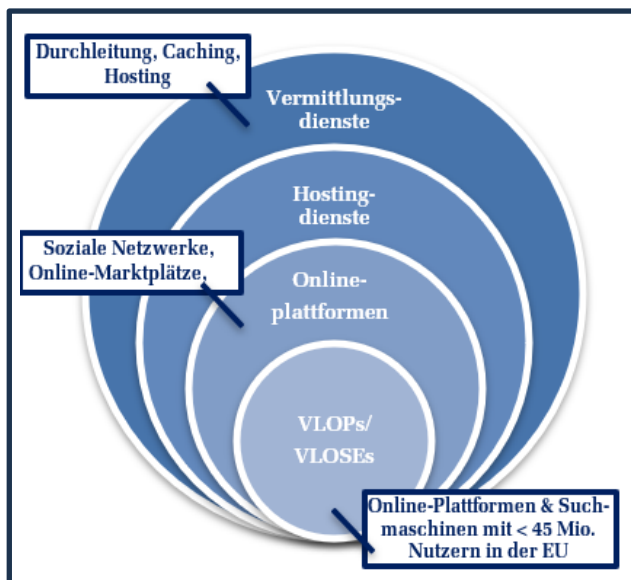
111 Gesetz zur Durchführung der Verordnung (EU) 2022/2065 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 19. Oktober 2022 über einen Binnenmarkt für digitale Dienste und zur Änderung der Richtlinie 2000/31/EG sowie zur Durchführung der Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten und zur Änderung weiterer Gesetze vom 6. Mai 2024, [BGBl. 2024 I Nr. 149](#) v. 13. Mai 2024. Vgl. Wissenschaftliche Dienste des Deutschen Bundestages, Zur gesetzlichen Regulierung sozialer Medien – Nationale Regelungen in Deutschland, WD 7 - 3000 - 011/26, 5. März 2026, S. 11.

112 Siehe zu diesen Fragen, insbesondere im Zusammenhang mit etwaigen Altersbeschränkungen für die Nutzung sozialer Medien: Fachbereich EU 6, Zur Frage altersbezogener Nutzungsbeschränkungen nach Art. 28 DSA und verbleibender nationaler Regelungsspielräume, [EU 6 - 3000 - 050/24](#), 22. November 2024; Fachbereich EU 6, EU-rechtlicher Rahmen für nationale Altersbeschränkungen zur Nutzung sozialer Medien, EU 6 - 3000 - 014/26, 6. März 2026; *Brings-Wiesen* in: Spindler/Schuster/Kaesling, Recht der elektronischen Medien, 5. Aufl. 2026, Teil I, D. Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste, Rn. 77.

113 Vgl. nur: *Holzsnagel*, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 4 DSA, Rn. 3 ff.

DSA dieser Inhalte Dritter haften. Vermittlungsdienste werden gemäß Art. 3 Buchst. g DSA in drei Kategorien unterteilt: reine Durchleitung, Caching und Hosting. Anknüpfend an diese Kategorien legen die Art. 4 bis 6 DSA verschiedene Anforderungen an die Haftungsbefreiung fest. **Social-Media-Plattformen** erbringen insbesondere **Hosting-Dienste i. S. v Art. 6 DSA**.¹¹⁴ Die Art. 7 ff. DSA regeln Einzelheiten zu dem Grundsatz, dass die Anbieter keine generelle Überwachungspflicht trifft.

9.2.2. Sorgfaltspflichten je nach Anbieterkategorie



Der DSA enthält in Kapitel III ein abgestuftes Regime von Sorgfaltspflichten, die zu einem transparenten und sicheren Online-Umfeld beitragen sollen. Die Verordnung enthält zunächst Pflichten für sämtliche Anbieter von Vermittlungsdiensten (Art. 11 bis 15 DSA). Zusätzliche Pflichten bestehen für spezifische Kategorien von Vermittlungsdiensten, u. a. für Anbieter von Hostingdiensten (Art. 16 bis 18 DSA) und darüber hinaus für Anbieter von Online-Plattformen (Art. 19 ff. DSA). Die umfassendsten und strengsten Pflichten treffen schließlich die Anbieter von **sehr großen Online-Plattformen** (very large online platforms, VLOPs) und sehr großen Online-Suchmaschinen (very large search engines, VLOSEs), vgl. Art. 33 ff. DSA.

VLOPs und VLOSEs werden von der Kommission nach Art. 33 DSA benannt. Zu den benannten **VLOPs** gehören **soziale Netzwerke** und Video-Sharing-Plattformen wie¹¹⁵

- Facebook
- Instagram
- LinkedIn
- Pinterest
- Snapchat
- TikTok
- Twitter (jetzt X)
- YouTube
- WhatsApp (hinsichtlich der öffentlichen Communities)

114 Vgl. zum Ganzen: Köhler, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 3 DSA, Rn. 51 ff. sowie die Kommentierung zu Art. 4 ff. DSA. Soziale Netzwerke gehören zu den Online-Plattformen (vgl. ErwG 13 DSA); Köhler, in: Müller-Terpitz/Köhler, DSA, 1. Aufl. 2024, Art. 3, Nr. 84 DSA), die gemäß Art. 3 Buchst. i DSA wiederum eine besondere Gruppe der Hosting-Dienste darstellen, weil sie Inhalte nicht nur speichern, sondern auch öffentlich zugänglich machen.

115 Vgl. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/list-designated-vlops-and-vloses>.

Ausschnitthaft gehören zu den Pflichtenkreisen für VLOPs:



Die Kommission veröffentlicht Überwachungs- und Durchsetzungsmaßnahmen gegenüber VLOPs im Internet.¹¹⁶

10. Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung

Die Infografik enthält drei Punkte:

- Harmonisierung des Online-Markts f. politische Werbung, Datenschutz beim Werbetargeting, Transparenz v. Wahlprozessen**
- Transparenzpflichten f. politische Werbung, Vorgaben zum Werbetargeting**
- Pflichten f. Social-Media-Plattformanbieter, sofern sie politische Werbung herausgeben / f. politische Online-Anzeigen datenschutzrechtlich verantwortlich sind**

Die Verordnung (EU) 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (**TTPW-VO**)¹¹⁷ ist im April 2024 in Kraft getreten und gilt seit dem 10. Oktober 2025¹¹⁸.

Die Verordnung zielt auf die **Harmonisierung des wachsenden (Online-)Markts für politische Werbung** und ein **hohes Datenschutzniveau im Zusammenhang** mit dem Werbetargeting,¹¹⁹ vgl. Art. 1 Abs. 4, ErwG 11, 86 TTPW-VO. Es geht auch darum, politische Entscheidungsprozesse durch ein hohes **Transparenzniveau für politische Werbung** zu

116 Vgl. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/de/policies/list-designated-vlops-and-vloses>.

117 Verordnung (EU) 2024/900 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. März 2024 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung, [ABl. L. 2024/900, 20. März 2024](#).

118 Einzelne Bestimmung (Art. 3, 5 TTPW-VO) haben bereits im April 2024 Geltung erlangt, vgl. Art. 30 TTPW-VO.

119 Siehe zum Targeting: *Kalveram*, Politisches Targeting – Gefahr für die demokratische Willensbildung?, NJW 2024, S. 3702 (3703). Dieses beruhe auf der Sammlung von Informationen über Personen und die Erstellung von Persönlichkeitsprofilen, aus denen bestimmte Schlüsse über die jeweiligen Personen gezogen werden können.

schützen.¹²⁰ Die TTPW-VO ist insofern auch eine Reaktion auf **Demokratiegefährdungen durch Desinformation und Wahlbeeinflussung aus Drittstaaten**.¹²¹ Sie steht im Zusammenhang mit früheren EU-Initiativen¹²² und Ereignissen wie bspw. dem Mikrotargeting von Cambridge Analytica im U.S.-Wahlkampf 2016,¹²³ dem Brexit-Referendum 2016¹²⁴ oder den Wahlen zum Europäischen Parlament 2019.¹²⁵

Zentral für die Eröffnung des Anwendungsbereichs der TTPW-VO ist das Vorliegen **politischer Werbung i. S. v. Art. 3 Nr. 2 TTPW-VO**.¹²⁶

Art. 5 TTPW-VO normiert ein Diskriminierungsverbot hinsichtlich der Erbringung politischer Werbedienstleistungen und ein Verbot politischer Werbung aus Drittstaaten im Vorfeld von Wahlen in der EU.

Kapitel II TTPW-VO legt Transparenz- und Sorgfaltspflichten für Akteure fest, die an der Erbringung entgeltlicher politischer Werbedienstleistungen beteiligt sind. Zu den verpflichteten Akteuren gehören Sponsoren, Anbieter sowie Herausgeber politischer Werbedienstleistungen.¹²⁷

120 Vgl. näher *Di Fabio*, Transparenz politischer Werbung – Neue Regeln für die Erbringung politischer Werbedienstleistungen, MMR 2024, S. 467 (467 f.).

121 *Kalveram*, Politisches Targeting – Gefahr für die demokratische Willensbildung?, NJW 2024, S. 3702 (3703).

122 Vgl. die Entschließung des Europäischen Parlaments v. 9. März 2022 zur Einflussnahme aus dem Ausland auf alle demokratischen Prozesse in der Europäischen Union, einschließlich Desinformation (2020/2268(INI)), [P9_TA\(2022\)0064](#).

123 Es wurden in großem Umfang auf Basis von Facebook-Daten Persönlichkeitsprofile der Wähler erstellt, um ihnen abgestimmte, personalisierte Wahlwerbung zuzuspielen. Vgl. *Gutjahr*, Die EU-Verordnung über Targeting und politische Werbung – ein Papiertiger?, NVwZ 2025, S. 1307 (1308); *Holznel*, Politische Werbung und Desinformation, [Verfassungsblog v. 13. März 2023](#); *Jarbandhan*, Meta verkündet das Ende politischer Werbung auf seinen Plattformen, MMR-Aktuell 2025, 01401; *Kalveram*, Politisches Targeting – Gefahr für die demokratische Willensbildung?, NJW 2024, S. 3702 (3702).

124 Vgl. *Ruy*, [Did Russia influence Brexit](#), Center for Strategic & International Studies.

125 Vgl. *Scott/Cerulus*, Russian groups targeted EU election with fake news, says European Commission, [Politico v. 14. Juni 2019](#).

126 *Kalveram*, Politisches Targeting – Gefahr für die demokratische Willensbildung?, NJW 2024, S. 3702 (3704). Siehe den Überblick Fachbereich EU 6, [Geltungsbeginn der Verordnung über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung](#), Aktueller Begriff Europa Nr. 08/25, 15. Oktober 2025.

127 Vgl. näher: Fachbereich EU 6, Transparenz und Targeting politischer Werbung, Fragen zur Verordnung (EU) 2024/900, [EU 6 - 3000 - 80/25; WD 3 - 3000 - 98/25](#), 27. Februar 2026, S. 31 ff.



Überblick über die Verpflichteten

Nach Art. 3 Nr. 13 TTPW-VO sind **Herausgeber politischer Werbung** Anbieter politischer Werbedienstleistungen, die politische Werbung über ein beliebiges Medium **veröffentlichen, zustellen** oder **verbreiten**. Zu den Herausgebern gehören nach den Leitlinien der Kommission zur TTPW-VO auch **Online-Plattformen**.¹²⁸ Sofern eine Social-Media-Plattform als Herausgeber politischer Werbung einzustufen ist, treffen sie die Pflichten zur Kennzeichnung und Transparenzbekanntmachung aus Art. 11, 12 TTPW-VO. Zudem müssen Anzeigen nach Art. 13 TTPW-VO im **europäischen Archiv für Online-Anzeigen** zur Verfügung gestellt werden. Für **VLOPs** gelten hier besondere Anforderungen.¹²⁹ Weitere Pflichten ergeben sich aus Art. 14 f. TTPW-VO.¹³⁰

Die Vorgaben aus **Kapitel III TTPW-VO** dienen dem **Datenschutz** im Bereich von **Online-Anzeigen**. Die Art. 18 und 19 TTPW-VO normieren im Verhältnis zur DSGVO Spezialbestimmungen. Sie enthalten Vorgaben zu **Targeting- und Anzeigeschaltungsverfahren**, in denen der EU-Gesetzgeber Missbrauchsgefahren sieht (ErwG 6, 74 TTPW-VO).¹³¹ Verantwortlich für die Einhaltung dieser Pflichten sind die datenschutzrechtlich Verantwortlichen nach Art. 4 Nr. 7 DSGVO, wozu grundsätzlich auch Social-Media-Plattformen gehören können.

128 Kommission, Leitlinien zur Unterstützung der Durchführung der Verordnung (EU) 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung, [K\(2025\) 6829 endg.](#), 8. Oktober 2025, S. 10.

129 Fachbereich EU 6, Transparenz und Targeting politischer Werbung, Fragen zur Verordnung (EU) 2024/900, [EU 6 - 3000 - 80/25; WD 3 - 3000 - 98/25](#), 27. Februar 2026, S. 47 f.

130 Fachbereich EU 6, Transparenz und Targeting politischer Werbung, Fragen zur Verordnung (EU) 2024/900, [EU 6 - 3000 - 80/25; WD 3 - 3000 - 98/25](#), 27. Februar 2026, S. 49.

131 Siehe zu den Gefahren von (verdecktem) Microtargeting: *Gutjahr*, Die EU-Verordnung über Targeting und politische Werbung – ein Papiertiger?, NVwZ 2025, S. 1307 (1307, 1309). Zu den Vor- und Nachteilen des politischen Targetings: *Ungern-Sternberg/Diemath*, Politisches Targeting in der EU, JZ 2025, S. 373 (374 f.).

Es ist darauf hinzuweisen, dass Google¹³² und Meta¹³³ bekanntgegeben haben, keine politischen Online-Anzeigen mehr auf ihren als VLOSEs bzw. VLOPs benannten Diensten zuzulassen. Die neue Rechtslage nach der TTPW-VO sei zu komplex und rechtsunsicher.¹³⁴

11. Verordnung über künstliche Intelligenz

Die Verordnung über Künstliche Intelligenz (KI-VO)¹³⁵ ist am 2. August 2024 in Kraft getreten und sieht in Art. 111, 113 KI-VO differenzierte Vorgaben für den Geltungsbeginn vor. Mit Blick auf den geplanten **Digitalomnibus** können sich hierbei noch Änderungen ergeben können.¹³⁶

Aufgrund der rasanten Entwicklung im Bereich KI¹³⁷ zielt die Verordnung auf ein verbessertes Funktionieren des Binnenmarktes, die Förderung einer am Menschen ausgerichteten, vertrauenswürdigen KI mit hohem Schutzniveau für Gesundheit, Sicherheit und EU-Chartagrundrechte, einschließlich Demokratie, Rechtsstaatlichkeit und Umweltschutz. Gleichzeitig will sie Innovationen unterstützen, vgl. Art. 1 Abs. 1 und ErwG



132 Vgl. Google, [An update on political advertising in the European Union](#), 14. November 2024.

133 ZDF heute, [Meta-Konzern stoppt politische Werbung in EU](#), 26. Juli 2025.

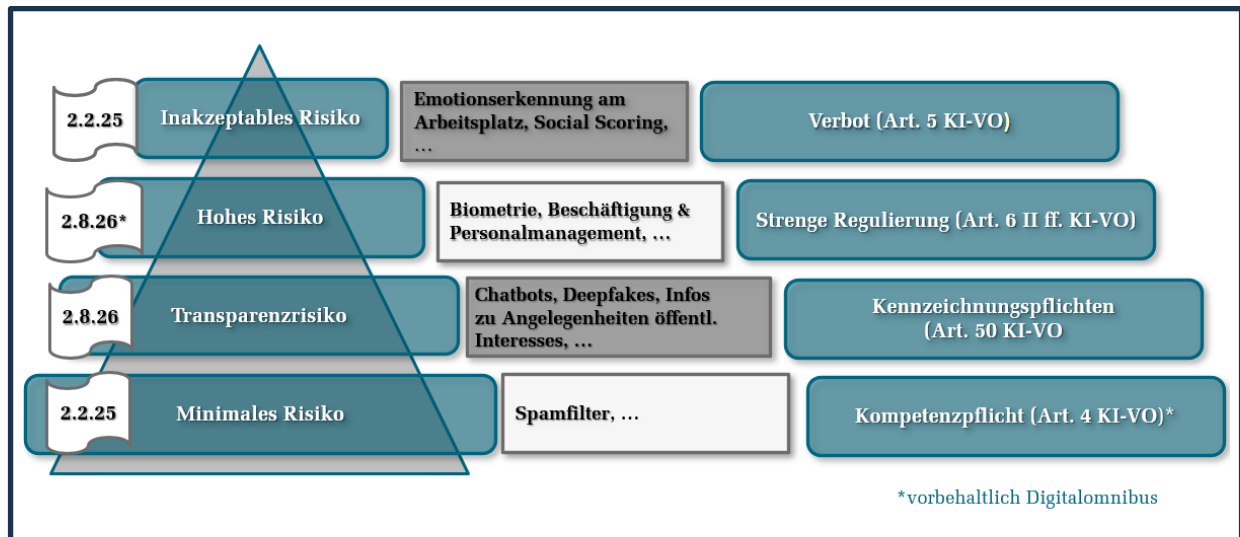
134 Meta, [Ending Political, Electoral and Social Issue Advertising in the EU in Response to Incoming European Regulation](#), Juli 2025; Google, [An update on political advertising in the European Union](#), 14. November 2024. Siehe näher: Fachbereich EU 6, [Transparenz und Targeting politischer Werbung, Fragen zur Verordnung \(EU\) 2024/900, EU 6 - 3000 - 80/25; WD 3 - 3000 - 98/25](#), 27. Februar 2026, S. 48 f.

135 Verordnung (EU) 2024/1689 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juni 2024 zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz und zur Änderung der Verordnungen (EG) Nr. 300/2008, (EU) Nr. 167/2013, (EU) Nr. 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 und (EU) 2019/2144 sowie der Richtlinien 2014/90/EU, (EU) 2016/797 und (EU) 2020/1828, [ABl. L 2024/1689, 12. Juli 2024](#).

136 Vgl. Kommission, [Vorschlag zur Änderung der Verordnungen \(EU\) 2024/1689 und \(EU\) 2018/1139 im Hinblick auf die Vereinfachung der Umsetzung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz \(Digital-Omnibus-Verordnung zur KI\), KOM\(2025\) endg., 19. November 2025](#); Rat, [Vorschlag zur Änderung der Verordnungen \(EU\) 2024/1689 und \(EU\) 2018/1139 im Hinblick auf die Vereinfachung der Umsetzung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz \(Digital-Omnibus-Verordnung zur KI\), Mandat für die Verhandlungen mit dem Europäischen Parlament, Ratsdok-Nr. 7322/26, 13. März 2026](#).

137 *Seitz*, [Das KI-Gesetz der EU und die KI-Konvention des Europarats](#), EuZW 2024, S. 836 (836).

1 KI-VO.¹³⁸ Die KI-VO enthält **keine spezifischen Regelungen für Social-Media-Plattformen**. Sofern diese jedoch KI einsetzen, müssen sie sich an die Pflichten der KI-VO halten, die einem risikobasierten Ansatz folgen.¹³⁹



Ausschnitthafte Darstellung des risikobasierten Ansatzes der KI-VO und des differenzierten Geltungsbeginns

Der Vorschlag der Kommission für den **Digitalomnibus** sieht eine **Zentralisierung der Aufsicht** über KI-Systeme, die in **VLOPs** eingebettet sind, beim Büro für Künstliche Intelligenz vor.¹⁴⁰

138 Vgl. auch: Kommission, Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zur Festlegung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz (Gesetz über künstliche Intelligenz) und zur Änderung bestimmter Rechtsakte der Union, [KOM\(2021\) 206 endg., 21. April 2021, S. 1](#), wo die Kommission auf den vielfältigen Nutzen für Wirtschaft und Gesellschaft, aber auch auf Risiken und Nachteile für den Einzelnen und die Gesellschaft, die von KI ausgehen können. Ziel sei es, einen ausgewogenen Ansatz zu erreichen, bei dem „die Europäerinnen und Europäer von den im Einklang mit den Werten, Grundrechten und Prinzipien der Union entwickelten und funktionierenden neuen Technologien profitieren können“. Kritisch: *Vasel*, Sieben Sünden und Defizite europäischer KI-Regulierung, *EuZW* 2024, S. 829 ff.

139 Überblicksartig zur KI-VO etwa: Fachbereich EU 6, Maßnahmen der EU zur Regulierung von KI, [EU 6 - 3000 - 001/25](#), 27. Februar 2025.

140 Vgl. Kommission, Vorschlag zur Änderung der Verordnungen (EU) 2024/1689 und (EU) 2018/1139 im Hinblick auf die Vereinfachung der Umsetzung harmonisierter Vorschriften für künstliche Intelligenz (Digital-Omnibus-Verordnung zur KI), [KOM\(2025\) endg., 19. November 2025](#), S. 2.