



# DAS RECHT DER **ONLINE-PLATTFORMEN**

Bachelor Seminar

# ZENTRALE RECHTSAKTE

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**) = **Digital Markets Act (DMA)**

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**) = **Digital Services Act (DSA)**

# 1

## **Digital Services Act (DSA) und Digital Markets Act (DMA)**

Was sind die Gemeinsamkeiten und Unterschiede der beiden Rechtsakte? Geben Sie einen Überblick über beide Rechtsakte. Stellen Sie die Ziele und zentralen Regelungskomplexe beider Rechtsakte vor. Was soll der DSA bewirken, was der DMA?

# 2

## Was sind Online-Plattformen i.S.d. Digital Services Act (DSA)?

Der Digital Services Act gilt für alle Vermittlungsdienste (Art. 3 lit. g DSA). Er enthält aber eine Reihe von Vorschriften, die nur für Vermittlungsdienste gelten, die Online-Plattformen sind. Wann ist ein Vermittlungsdienst eine Online-Plattform? Was sind die zentralen Merkmale? Ist z.B. ein Ad-Network eine Online-Plattform (<https://ssrn.com/abstract=5147518>)? Oder was ist z.B. mit Spotify, Wikipedia oder WhatsApp?

# 3

## **Haftung von Online-Plattformen für rechtswidrige Inhalte nach Art. 6-8 Digital Services Act (DSA)**

Auf Online-Plattformen finden sich nicht nur legale, sondern auch sehr viele rechtswidrige Inhalte, die Plattformnutzer auf die Plattformen einstellen. Unter welchen Voraussetzungen haften die Plattformen für diese Inhalte? Wie sieht die Haftung praktisch aus? Was müssen Plattformen tun, um der Haftung zu entgehen?

# 4

## **Das Verbot manipulativer Designs („dark pattern“) auf Online-Plattformen in Art. 25 Digital Services Act (DSA)**

Art. 25 DSA verbietet Online-Plattformen die Verwendung manipulativer Designs. Aber was sind manipulative Designs? Was genau verbietet die Vorschrift? In welchem Verhältnis steht sie zu den Irreführungsverboten der Richtlinie 2005/29/EG?

# 5

## „Dark Pattern“ in Online-Spielen und Spiel-Apps

Der Begriff „Dark Pattern“ steht für manipulative Designs. Solche finden sich auch in vielen Spielen (<https://www.schau-hin.info/sicherheit-risiken/dark-patterns-manipulation-in-spiele-apps>). Was sind typische Dark Pattern in Spielen? Erfasst Art. 25 Digital Services Act (DSA) Dark Patterns in Online-Spielen und Spiele-Apps? Sind Dark Pattern in Spielen nach einer anderen Vorschrift verboten? Sollte der Gesetzgeber ggf. tätig werden?

# 6

## Profiling-basierte Werbung auf Online-Plattformen

Art. 26 Abs. 3 Digital Services Act (DSA) enthält ein eingeschränktes Verbot, auf der Basis von Profiling zu werben. Worum geht es in der Vorschrift? Welche Probleme soll die Vorschrift lösen? Wie weit reicht das Verbot? Ist es wirksam? Was halten Sie von der Vorschrift?

# 7

## Transparenz von Empfehlungssystem nach Art. 27 Digital Services Act (DSA)

Art. 27 DSA soll für mehr Transparenz von Empfehlungssystemen sorgen. Was sind Empfehlungssysteme? Was verlangt Art. 27 DSA von Online-Plattformen? Was muss in welcher Form offengelegt werden? Geben Sie möglichst konkrete Beispiele? Ist die Vorschrift sinnvoll?

# 8

## **Art. 18 European Media Freedom Act (EMFA) – Mediendienste auf Online-Plattformen**

Art. 18 EMFA enthält besondere Pflichten für Online-Plattformen im Bezug auf die Inhalte von Mediendiensten. Was ist Sinn und Zweck der Vorschrift? Stellen Sie die wesentlichen Inhalte der Vorschrift vor. Bewerten Sie die Vorschrift.

# 9

## Pluralität auf Online-Plattformen

Auf Online-Plattformen werden uns Inhalte durch Algorithmen zugespielt? Maßgeblich sind oft unsere Interessen, unser Vorverhalten oder es werden bestimmte Inhalte bevorzugt ausgespielt, die wahrscheinlich eine hohe Nutzerinteraktion hervorrufen werden. Welche Bedenken gibt es dazu? Gibt es eine Rechtsgrundlage, die Plattformen dazu verpflichtet, uns eine gewisse Pluralität von Inhalten zuzuspielen? Wenn nein, sollte es eine solche Regelung geben?

# 10

## Der Digital Services Act (DSA) – ein Bürokratiemonster?

Der DSA soll Online-Plattformen für die Nutzer vertrauenswürdiger machen. Für Online-Plattformen bringt der DSA eine Vielzahl neuer Pflichten mit sich, z.B. Informationspflichten, Dokumentations- und Berichtspflichten. Ist der DSA ein Bürokratiemonster? Welche Vorschriften erzeugen einen besonders hohen Compliance-Aufwand? Stellen Sie Beispiele vor. Lohnt sich der Aufwand?

# 11

## Minderjährigenschutz auf Online-Plattformen

Der Digital Services Act (DSA) enthält in Art. 28 eine Vorschrift, die den Schutz von Minderjährigen verbessern soll. Was verlangt die Vorschrift? Bringt Sie eine Verbesserung zu vorbestehenden Vorschriften des Minderjährigenschutzes im Internet? Bewerten Sie die Regelung?

# 12

## Alters-Verifikationssysteme

Kinder- und Jugendliche werden auf Online-Plattformen immer wieder mit Inhalten konfrontiert, die entwicklungsschädlich sein können. Eine Möglichkeit, das zu verhindern oder die Exposition zumindest zu mindern, ist der Einsatz von Alters-Verifikationssystemen. Auf welcher Rechtsgrundlage dürfen oder müssen solche Systeme zum Einsatz kommen? Welche Systemoptionen gibt es und welche sind vorzugswürdig? Was muss beim Einsatz von Alters-Verifikationssystemen beachtet werden?

# 13

## Eine Altersbeschränkung für Social Media

In den Medien wurde berichtet, dass Australien eine Altersbeschränkung für die Nutzung von Social Media verhängt hat. Kinder unter 16 Jahren sollen keine sozialen Netzwerke nutzen. Stellen Sie die australische Regelung vor. Was halten Sie davon? Sollte es eine solche Altersbeschränkung auch in der EU oder in Deutschland geben? Siehe z.B. Jandt ZRP 2025, 69.

# 14

## KI-Einsatz auf Online-Plattformen

Was bzw. welche Regeln müssen Online-Plattformen beachten, wenn sie KI-Systeme einsetzen? Diese Frage stellt sich etwa, wenn sie KI-Chatbots einsetzen, wenn sie durch KI personalisierte Gestaltungen verwenden oder sie mithilfe von KI-Systemen gezielte Werbung ausspielen.

# 15

## „Torwächter“ („Gatekeeper“) i.S.d. Digital Markets Acts?

Was sind sog. Torwächter, wie werden sie bestimmt? Bewerten Sie die Kriterien und das Verfahren? Warum werden Torwächter besonders reguliert? Ist das sinnvoll?

# 16

## **Werbetransparenzpflichten für Torwächtern nach Art. 5 Abs. 9 und 10 Digital Markets Act (DMA)**

Erläutern Sie, wie die Werbesysteme im Internet im Groben funktionieren? Wozu werden Torwächter nach Art. 5 Abs. 9 und 10 DMA verpflichtet? Stellen Sie die Bestimmungen vor. Was bezwecken die Regelungen? Bewerten Sie die Bestimmungen und deren Praktikabilität.

# 17

## **Art. 7 Digital Markets Act: Verpflichtung von Torwächtern zur Interoperabilität**

Was regelt Art. 7 Digital Markets Act? Was sind nummernunabhängige interpersonelle Kommunikationsdienste? Nennen Sie Beispiele. Unter welchen Voraussetzungen muss Interoperabilität hergestellt werden? Gibt es Fälle in der Praxis? Wenn nein, warum nicht? Bewerten Sie die Regelung.