

BURKHARD DANCKERT / FRANK JOACHIM MAYER

Die vorherrschende Meinungsmacht von Google

Bedrohung durch einen Informationsmonopolisten?

Telekommunikations- und Medienrecht

Internetsuchmaschinen sind weltweit als Wegweiser im Internet unabhömmlich geworden. Mit dem eigens hierzu systematisch aufgebauten Unternehmensnetzwerk verfolgt Google das Geschäftskonzept der Marktdominanz im Umgang mit allen weltweit zur Verfügung stehenden Daten und Informationen. Google ist auf dem besten Wege, das so gesammelte Wissen der Menschheit zu verwalten. Dieses wird dem Internetnutzer erst nach einer geheim gehaltenen Filterformel zur Verfügung gestellt. Bei dieser Zensur kann Google die Auswahl und Darstellung der vorhandenen Informationen nach

Belieben manipulieren. Da Google auch die rundfunktypischen Merkmale Aktualität, Breitenwirkung und Suggestivkraft erfüllt, ist es an der Zeit zu hinterfragen, ob Suchmaschinen und insbesondere Google die in Art. 5 Abs. 1 GG verfassungsrechtlich verankerte Meinungsbildungsfreiheit bedrohen. Die rechtliche Diskussion hierzu ist bislang ausgeblieben. Der Beitrag zeigt, dass der Gesetzgeber aus Sicht der Autoren dringend regulatorisch zum Erhalt und zur Sicherung der Meinungsbildung und -vielfalt tätig werden muss. Dies kann durch Ergänzung des Rundfunkstaatsvertrags geschehen.

I. Einleitung

Die Internetsuchmaschine Google der Firma *Google Inc.* hat den Suchmaschinenmarkt in den vergangenen Jahren geradezu überrollt. *Google* verfügt in Deutschland über eine vorherrschende Meinungsmacht¹ im Internet und somit über ein Informationsmonopol. Dies folgt daraus, dass *Google* im deutschen Suchmaschinenmarkt eine marktbeherrschende Stellung einnimmt. Denn auf *Google* entfallen ca. 89,7% der Marktanteile, während *Yahoo* als zweitgrößter Suchmaschinenanbieter auf lediglich 2,6% der Marktanteile kommt.²

Die vorherrschende Meinungsmacht von *Google* bedroht die Unabhängigkeit der öffentlichen Meinungsbildung und Meinungsvielfalt im Internet. Angesichts der unüberschaubaren Anzahl von Internetseiten ist die Informationssuche im Internet heute effektiv nur noch durch Verwendung von Suchmaschinen zu bewältigen. Diese Abhängigkeit des Internetnutzers von Suchmaschinen kann *Google* sowohl im eigenen Interesse als auch im Interesse Dritter missbrauchen. Mittels der Filterfunktion³ und der damit einhergehenden Kontrollmöglichkeit bei

der Ergebnispräsentation kann *Google* die öffentliche Meinungsbildung und Meinungsvielfalt gezielt manipulieren, indem zu einem Suchbegriff (z.B. „Gorleben“) als Suchergebnis nur Internetseiten von Vertretern einer bestimmten Meinung (z.B. der *CDU*) als Top-Ergebnisse präsentiert und/oder bestimmte Ergebnisse vollständig ausgeschlossen werden. Das Bedrohungsszenario besteht insbesondere für die Lebensbereiche Politik, Kultur, Wirtschaft und Gesellschaft.⁴ Die sich hieraus ergebende Verantwortung trägt *Google* derzeit ohne staatliche Einflussmöglichkeit. *Google* kann mittels dieser Macht die Internetwelt nach Belieben erpressen, kontrollieren und dominieren.⁵

Für *Google* als marktbeherrschendes Unternehmen sehen das Kartell- und das Wettbewerbsrecht zwar Regulierungsinstrumente vor (hierzu kurz unter II.). Für *Google* als Unternehmen mit vorherrschender Meinungsmacht fehlen im deutschen Recht derzeit jedoch Regulierungsmöglichkeiten⁶ (hierzu unter III.). Insofern ist der Gesetzgeber zum Tätigwerden verpflichtet,⁷ um die Sicherung der Meinungsbildung und Meinungsvielfalt im Internet zu gewährleisten. Auf Grund der Sachnähe zum Rundfunkstaatsvertrag (RStV) und der bereits darin enthaltenen Regelungen für Telemedien könnte dieser ergänzt werden, um das Ziel zu erreichen (hierzu unter IV.).

II. Regulierungsinstrumente gegen beherrschende Marktmacht

Im Kartell- und im Wettbewerbsrecht finden sich bereits Regulierungsinstrumente gegen die Stellung von *Google* als Unternehmen mit beherrschender Marktmacht bzw. gegen wettbewerbsrechtlich unzulässiges Handeln von *Google*.⁸ Der Zweck dieser Regulierungsinstrumente ist aber ausschließlich der Schutz des ökonomischen Wettbewerbs, nicht auch der Schutz des publizistischen Wettbewerbs.⁹ Die öffentliche Meinungsbildung und Meinungsvielfalt im Internet wird somit allenfalls indirekt und nur dann geschützt, wenn durch die Suchergebnisliste von *Google* die wirtschaftlichen Interessen eines in der Meinungsbildung tätigen Unternehmens (z.B. eines Zeitungsverlags) beeinträchtigt werden.

Regulierungsinstrumente des Kartellrechts sind das Verbot des Missbrauchs der marktbeherrschenden Stellung durch Behinderung oder ungerechtfertigte unterschiedliche Behandlung von Unternehmen, das Verbot von Kartellen und die Kontrolle von

¹ Bislang – soweit ersichtlich – nur im Zusammenhang mit Rundfunk verwendet.

² Vgl. www.webhits.de, aktuelle Daten unter: <http://www.webhits.de/deutsch/index.shtml?webstats.html>.

³ Ebenso *Machill*, FAZ.NET v. 28.6.2006, Die wachsende Macht der Suchmaschinen, abrufbar unter: <http://www.faz.net/s/RubE2C6E0BCC2F04DD787CDC274993E94C1/Doc~E55F612B4A2174C118F97505129AA9777~ATpl~Ecommon~S-content.html>.

⁴ *Würger*, Internet in Gefahr oder die Macht der Suchmaschinen, abrufbar unter: <http://www.team-bayer.de/download/machtdersuchmaschinen.pdf>.

⁵ *Maurer*, Report on dangers and opportunities posed by large search engines, particularly Google, 2007, S. 73 f.; die Studie ist abrufbar unter: http://www.iicm.tugraz.at/iicm_papers/dangers_google.pdf.

⁶ Vgl. *Schulz/Held/Laudien*, Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Kommunikation, 2005, S. 55 ff.; *Schulz*, CR 2008, 476; *Kühling/Gauß*, MMR 2007, 751 sowie *Kühling/Gauß*, ZUM 2007, 881.

⁷ Anders i.E. *Kühling/Gauß*, ZUM 2007, 888 f.; vgl. auch *Schulz*, CR 2008, 475, der eine Überprüfungspflicht des Gesetzgebers bejaht, inwieweit durch Wandel der öffentlichen Kommunikation und der darin tätigen Organisationen Veränderungen zu beobachten sind, die ein regulatorisches Einschreiten erfordern.

⁸ *Kühling/Gauß*, MMR 2007, 751 ff.; vgl. auch *Bahr*, Rechtsanspruch auf Aufnahme in den Suchmaschinenindex (am Beispiel Google)?, abrufbar unter: <http://www.suchmaschinen-und-recht.de/rechtsanspruch-auf-aufnahme-in-den-suchmaschinen-index.html>; differenzierend im Hinblick auf die kartellrechtliche Beurteilung *Ott*, MMR 2006, 196.

⁹ *Beckmann/Müller*, in: Hoeren/Sieber, Hdb. Multimedia-Recht, Teil 10, Kartellrecht (Stand: Oktober 2008), Rdnr. 4 ff.

Unternehmenszusammenschlüssen.¹⁰ Das Wettbewerbsrecht verbietet die Vornahme von unlauteren, den Wettbewerb oder Verbraucher beeinträchtigenden Handlungen.

Die aus diesen Verboten folgenden Gebote für marktbeherrschende Unternehmen bedeuten im Hinblick auf *Google*, dass für eine mit dem Suchbegriff in Verbindung stehende Internetseite ein Anspruch auf Aufnahme in die Suchergebnislisten bestehen kann.¹¹ Wenn ein Begriff gesucht wird, der mit der Internetadresse eines nur einmalig im relevanten Markt vorkommenden Begriffs oder Namens identisch ist (z.B. *Siemens*), besteht sogar ein Anspruch auf erstrangige Indexierung.¹² Ein Anspruch auf Indexierung entfällt jedoch immer dann, wenn auf der Internetseite Rechtsverletzungen (z.B. Urheberrechtsverletzungen) begangen werden oder selbst wenn nur gegen die Unternehmensrichtlinien von *Google* verstoßen wird.¹³

III. Keine Regulierungsinstrumente gegen vorherrschende Meinungsmacht

Der RStV in der Fassung von Art. 1 des 12. Staatsvertrags zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (RÄStV) v. 18.12.2008, in Kraft getreten am 1.6.2009, sieht weitere gesetzliche Verpflichtungen vor, denen *Google* unterliegt. Auch diese Regelungen gewährleisten aber nicht die Sicherung der öffentlichen Meinungsbildung und Meinungsvielfalt im Internet.

1. Telemedien

Die Internetsuchmaschine *Google* ist ein elektronischer Informationsdienst, aber nicht linear und fällt somit nicht unter den Rundfunkbegriff.¹⁴ *Google* ist auch weder ein TK-Dienst nach § 3 Nr. 24 TKG noch ein tk-gestützter Dienst nach § 3 Nr. 25 TKG. Daher ist *Google* ein Telemedium i.S.v. § 2 Abs. 1 Satz 3 RStV.

Das hat zur Folge, dass *Google* gem. § 54 Abs. 1 RStV die verfassungsmäßige Ordnung zu beachten hat. Sofern *Google* in der Suchergebnisliste auch Artikel aus Zeitungen, Zeitschriften etc. wiedergibt, sind gem. § 54 Abs. 2 RStV die anerkannten journalistischen Grundsätze¹⁵ zu beachten. Dieses Gebot gilt insbesondere im Hinblick auf *Google News*, wo die Internetsuche ausschließlich auf journalistische Onlineangebote von Verlagen beschränkt ist. Dass die Suchergebnisse nur in sog. Snippets (zu deutsch: Schnipsel) angeboten werden, wurde im jüngsten RStV berücksichtigt, da von § 54 RStV auch die nur teilweise Wiedergabe umfasst ist. Ein Gebot zur Sicherstellung von Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt trifft Anbieter von Telemedien nach der derzeit wirksamen Fassung des RStV jedoch nicht.

2. Plattform

Google Inc. ist auch nicht als Anbieter einer Plattform i.S.v. § 2 Abs. 2 Ziff. 12 RStV i.V.m. den Zugangs- und Plattformsatzungen der Länder anzusehen, da über *Google* derzeit weder Rundfunk (= linearer Informations- und Kommunikationsdienst) noch vergleichbare Telemedien (auch von Dritten) zusammengefasst werden. Und selbst wenn *Google Inc.* ein Anbieter einer Plattform nach vorzitiertener Norm wäre, würde die in § 52 Abs. 1 Ziff. 2 RStV normierte Ausnahme greifen. Denn *Google* beschränkt sich im Sinne dieser Vorschrift auf die unveränderte Weiterleitung eines Gesamtangebots. Daher ist im Ergebnis auch das Gebot der Sicherung der Meinungsvielfalt und Angebotsvielfalt des § 52c RStV für *Google Inc.* unbeachtlich.

IV. Gebot der Ergänzung im RStV

Es gibt somit derzeit im RStV keine Vorschriften für Suchmaschinen mit vorherrschender Meinungsmacht wie *Google*, welche eine Sicherung und Kontrolle des Informationszugangs im Inter-

net entsprechend der für den öffentlich-rechtlichen sowie privaten Rundfunk bestehenden Normen gewährleisten. Ebenso wenig finden sich derartige Vorschriften im Telemediengesetz (TMG). Dieses verweist in § 1 Abs. 4 TMG sogar hinsichtlich der Überprüfung und Kontrolle von Inhalten zurück auf den RStV. Dem Gesetzgeber obliegt daher ein Handlungsgebot hinsichtlich der Regulierung von Suchmaschinen mit vorherrschender Meinungsmacht wie *Google*.

1. Gesetzgeberisches Handlungsgebot

Das Handlungsgebot des Gesetzgebers ergibt sich daraus, dass *Google* als „Torwächter“¹⁶ oder „Gatekeeper“¹⁷ der Wissensspeicher im Internet kontrolliert, was überhaupt gefunden wird. Und wer (oder was) über die Suchmaschinen nicht gefunden wird, existiert aus Sicht des durchschnittlichen Internetnutzers nicht.¹⁸ Weiter ist zu berücksichtigen, dass der Internetnutzer nur maximal die ersten 20 Treffer der von *Google* angezeigten Suchergebnisliste anschaut. Die Vorauswahl der Informationen durch *Google* wird durch das Verhalten der Internetnutzer somit nochmals erheblich reduziert. Ebenfalls ist zu beachten, dass mittlerweile selbst Journalisten fast die Hälfte aller Zusatzquellen über *Google* recherchieren.¹⁹

Die Macht, als Informationsverteiler die Informationen im Internet zu eigenem Vorteil zu filtern, hat *Google* in der Vergangenheit bereits ausgenutzt. So fanden sich im April 2009 Internetseiten des deutschen Google-kritischen Journalisten und Buchautors *Armin Fischer*²⁰ plötzlich und ohne jeglichen Hinweis auf die Gründe des Verschwindens nicht mehr in den Suchergebnislisten von *Google*. Die Anzahl der Besucher der Internetseiten des Journalisten sank mit der Entfernung aus dem Suchindex bei *Google* sprunghaft von mehreren Tausend pro Tag auf fünf bis zehn pro Tag.²¹ Mit der Nichtberücksichtigung der Internetseiten, davon ist nicht zuletzt auf Grund der Reaktion von *Google* auf entsprechende Nachfragen auszugehen, soll der betroffene Journalist zumindest im Internet mundtot gemacht werden. Es ist auf Grund dieses Vorfalles, der nach aller Wahrscheinlichkeit kein Einzelfall ist, zu befürchten, dass *Google* bereits heute nicht nur in Deutschland, sondern weltweit maßgeblichen Einfluss auf die Meinungsbildung und infolgedessen auch auf die Mei-

¹⁰ Im Hinblick auf den Zusammenschluss von *Google* mit der Firma *DoubleClick* hatte die *EU-Kommission* eine kartellrechtliche Überprüfung vorgenommen und ihn trotz Feststellung der marktbeherrschenden Stellung von *Google* im Online-Anzeigenmarkt letztlich genehmigt; s. Kommissionsentscheidung v. 11.3.2008 – 2008/C 184/06 – *Google/DoubleClick*.

¹¹ Vgl. *Schulz/Held/Laudien* vom Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg, Projekt „Suchmaschinen als Gatekeeper in der öffentlichen Kommunikation“, PM v. 3.6.2005; *Ott*, MMR 2006, 200; *Ott*, Die Macht der Suchmaschinen unter rechtlichen Aspekten, Zusammenfassung 2006, abrufbar unter: <http://www.linksandlaw.de/Macht-der-Suchmaschinen.pdf>.

¹² *Anders Bahr* (o. Fußn. 8), der einen Anspruch auf eine bestimmte Platzierung im Index verneint.

¹³ *Ott*, MMR 2006, 201.

¹⁴ I.E. auch *Kühling/Gauß*, ZUM 2007, 886, die aber noch von einer mittlerweile überholten Begriffsbestimmung des Rundfunks im RStV ausgingen; vgl. zur aktuellen Definition des Rundfunkbegriffs *Schütz*, MMR 2009, 228 ff.; der 13. RÄStV (Stand: 10.9.2009), der am 1.4.2010 vorbehaltlich der Ratifizierung durch die Bundesländer in Kraft treten soll, sieht insofern keine Änderung vor.

¹⁵ So der Wortlaut von § 54 Abs. 2 RStV.

¹⁶ PM der *Bertelsmannstiftung* v. 8.7.2003 „Geheimnisvolle Torwächter: Internet-Nutzer wissen wenig über Suchmaschinen“.

¹⁷ PM der *Landesanstalt für Medien NRW* v. 10.5.2004 „Mehr Transparenz im Netz: Internet-Suchmaschinen wollen Verhaltenskodex umsetzen“.

¹⁸ Vgl. *Ott*, MMR 2006, 196.

¹⁹ *Machill/Beiler/Zenker*, Journalistische Recherche im Internet, 2008, S. 8; lt. der Studie wird von 99,3% der befragten Journalisten *Google* als Suchmaschine verwendet.

²⁰ Die Homepage von *Armin Fischer* ist (auch ohne *Google*) zu finden unter: <http://www.arminfischer.net>.

²¹ Der Kommentar von *Armin Fischer* zu diesem Vorfall ist abrufbar unter: <http://www.textundtext.de/aktuelles/wie-google-unliebsame-websites-ausknipst-reden-wir-uber-zensur.html>.

nungsvielfalt nimmt oder diese sogar bewusst manipuliert.²² *Google* widerspricht damit dem selbst ausgegebenen Credo „Don't be evil“.²³ Und der immer wieder von *Google* selbst vortragene Einwand, die Trefferliste würde unter Verwendung einer rein mathematischen Suchfunktion erstellt, ist geradezu scheinheilig, da er doch vor dem Hintergrund verstanden werden muss, dass *Google* diesen Algorithmus und damit die Suchergebnisse selbst vorgibt.

2. Einordnung beim RStV

Die öffentliche Meinungsbildung und Meinungsvielfalt im Internet erhaltende und sichernde Normen sind auf Grund der Sachnähe und der Zielrichtung im RStV aufzunehmen. Für die Einordnung beim RStV spricht insbesondere auch, dass mit Einführung des TMG, welches das TDG, das TDDSG und weitestgehend auch den MDStV ablöste, bereits durch Art. 1 des 9. RÄStV Vorschriften hinsichtlich des Teilbereichs der inhaltegeprägten Tele Dienste in den RStV (§§ 54–61 RStV) aufgenommen wurden (vgl. oben unter III.1.).

3. Anwendungsbereich und Bildung von Begriffsdefinitionen

Im Hinblick auf den Anwendungsbereich der ergänzenden Vorschriften des RStV muss definiert werden, welche Suchmaschinen überhaupt von den nachfolgend dargestellten Verpflichtungen und Geboten gesetzgeberisch erfasst werden sollen. Hier ist eine Beschränkung auf Suchmaschinen mit vorherrschender Meinungsmacht in Deutschland vorzunehmen.

a) Vorherrschende Meinungsmacht

Der Begriff „vorherrschende Meinungsmacht“ findet sich bereits in § 26 RStV. Diese Norm gilt aber schon wegen ihrer Stellung im III. Abschnitt des RStV (Vorschriften für den privaten Rundfunk) nicht für Internetsuchmaschinen. Für diese ist daher eine eigene Bestimmung vorzunehmen, unter welchen Voraussetzungen eine vorherrschende Meinungsmacht gegeben ist. Dabei ist auf den Umfang der Benutzung der Suchmaschine, also deren Beliebtheit beim Nutzer, abzustellen. Maßgeblich müssen das Verhältnis der Suchabfragen eines Suchmaschinenbetreibers und der ihm zurechenbaren Suchmaschinen zu den insgesamt in einem bestimmten Zeitraum von allen Internetnutzern getätigten Suchabfragen sein. Als maßgeblicher Zeitraum ist auf Grund der Schnellebigkeit des Internet ein halbes Jahr festzulegen. Werden in diesem Zeitraum bei einer Suchmaschine durchschnittlich 30% oder mehr aller Suchabfragen gestellt, so ist gesetzlich das Vorliegen einer vorherrschenden Meinungsmacht zu vermuten.

b) Einschränkung auf die BRD

Bei der Ermittlung der Anteile im Suchmaschinenmarkt ist eine Eingrenzung der zu berücksichtigenden Suchabfragen auf solche Abfragen vorzunehmen, die im Staatsgebiet der Bundesrepublik Deutschland gestellt werden. Denn durch den deutschen Gesetzgeber soll und kann nur die Meinungsvielfalt in Deutschland sichergestellt werden. Technisch ist diese Eingrenzung möglich, da bereits heute anhand der IP-Adresse eines Internetnutzers die geografische Herkunft bestimmt werden kann (sog. Geotargeting).

4. Allgemeine Verhaltensgebote für Suchmaschinen mit vorherrschender Meinungsmacht

In Anlehnung an die Verpflichtungen und Gebote für den privaten Rundfunk ist sodann im RStV festzulegen, dass in entspre-

chender Weise auch Suchmaschinen mit vorherrschender Meinungsmacht verpflichtet sind, bei der Erstellung der Suchergebnislisten die Vielfalt der Meinungen durch Wiedergabe der bedeutsamen, politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Kräfte und Gruppen ebenso wie Auffassungen von Minderheiten zu berücksichtigen. Darüber hinaus muss das Gebot bestehen, ohne sachlichen Grund keine Auffassung bei der Platzierung in Suchergebnislisten zu benachteiligen.

5. Konkrete Handlungsgebote für Suchmaschinen mit vorherrschender Meinungsmacht

a) Suchvorgaben

Als konkretes Regulierungsinstrument ist ein Suchmaschinenbetreiber mit vorherrschender Meinungsmacht wie *Google* im RStV dazu zu verpflichten, bei der Durchführung der Suche nach einem vom Internetnutzer vorgegebenen Begriff

- die Onlineangebote von Rundfunkanbietern, der Presse und Journalisten (nachfolgend Inhalteanbieter) zu durchsuchen und
- bei entsprechenden Treffern die jeweiligen Internetseiten in die Suchergebnisliste aufzunehmen.

Um bei diesem Durchsuchen der Onlineangebote von Inhalteanbietern rechtliche Konflikte zu vermeiden (Stichwort: Urheberrechte), muss das Durchsuchen auf solche Onlineangebote beschränkt bleiben, deren Anbieter dem Suchmaschinenbetreiber explizit angezeigt haben, dass sie

- mit dem Durchsuchen ihrer Internetseiten und den darauf veröffentlichten Angeboten und auch
- mit der Indexierung der konkreten Internetseite in der Suchergebnisliste einverstanden sind.

Mit dieser Einschränkung wird gewährleistet, dass kein Onlineanbieter, der sich der Meinungsbildung widmet, gesetzlich dazu gezwungen wird, an der Verbreitung dieser Meinung über Suchmaschinen teilzunehmen. Festzulegen ist ferner, dass die Inhalteanbieter ihr Einverständnis jederzeit widerrufen können.

Vom Suchmaschinenbetreiber zu berücksichtigender Inhalteanbieter kann grundsätzlich jede Privatperson oder jedes Unternehmen sein, das sich mit Meinungsbildung (Verfassen eigener Meinung oder auch Wiedergabe und Verbreiten von Meinungen Dritter) befasst. Eine Einschränkung auf Inhalteanbieter mit einer bestimmten Mindestgröße, einem bestimmten Mindestumsatz, einer bestimmten Mindestbesucheranzahl auf der relevanten Internetseite oder ähnliche Einschränkungen verbieten sich, da sie dem verfolgten Zweck der Sicherung der öffentlichen Meinungsbildung widersprechen.

b) Indexierungsvorgaben

Problemschwerpunkt bei der Sicherung der Meinungsvielfalt im Internet durch Regulierung von Suchmaschinen ist darüber hinaus die Festlegung der Rangfolge der Internetseiten, die von der Suchmaschine mit vorherrschender Meinungsmacht gefunden werden. Hier wird ein für alle Beteiligten, deren Kreis schon überhaupt nicht abschließend erfasst werden kann, zufriedenstellendes Ergebnis kaum realisierbar sein. Die Rangfolge ist daher mittels eines Punktesystems festzulegen, welches die größtmögliche Objektivität bei der Festlegung bietet. Für die Einordnung in dieses Punktesystem werden für die relevanten Suchergebnisse Punkte vergeben. Maßgebliche Kriterien für die Punktevergabe sind

- die Anzahl der Besucher der gefundenen Internetseite,
- die Anzahl der Verlinkungen zu dieser Internetseite und
- die Genauigkeit der Übereinstimmung im Hinblick auf den konkret gewählten Suchbegriff (z.B. ob der Suchbegriff im Domainnamen der Internetseite, im Titel eines auf der Internetseite

²² Vgl. *Maurer* (o. Fußn. 5).

²³ Frei übersetzt: Sei nicht böse!

befindlichen Artikels oder „nur“ im Text des Artikels selbst erscheint).

Diese Kriterien sind unterschiedlich zu gewichten, indem unterschiedlich viele Punkte vergeben werden. So ist die Anzahl der Besucher einer relevanten Internetseite durch eine höhere Punktevorgabe zu gewichten als die Anzahl der Verlinkungen. Am wenigsten Punkte werden für die Genauigkeit der relevanten Internetseite vergeben.

c) Weitere Einschränkungen nicht erforderlich

Eine darüber hinausgehende gesetzliche Regelung, die einem Missbrauch des Punktesystems durch Internetnutzer entgegenwirkt, ist nicht geboten. Denn es liegt im eigenen Interesse des Suchmaschinenbetreibers, dass seine Suchergebnisse möglichst zutreffend und nicht manipuliert sind. Andernfalls wird sich der Marktanteil der Suchmaschine umgehend zumindest so weit reduzieren, dass diese Suchmaschine über keine vorherrschende Meinungsmacht mehr verfügt.

d) Androhung von Bußgeldern bei Verstößen

Für Verstöße gegen die zuvor beschriebenen Verpflichtungen sind im RStV Geldbußen anzudrohen. Hier ist eine Staffelung der Höhe der Bußgelder nach dem Umfang der vorherrschenden Meinungsmacht vorzunehmen. Je meinungsmächtiger die Suchmaschine ist, desto empfindlicher müssen die Bußgelder im Falle von Verstößen gegen die gesetzlichen Gebote und Verbote sein.

V. Fazit

Der beherrschenden Marktmacht, über die *Google Inc.* mit der Internetsuchmaschine *Google* verfügt, stehen bereits heute den Wettbewerb schützende Gesetze gegenüber. Die vorherrschende Meinungsmacht von *Google* kann jedoch mit den derzeit vorhandenen Vorschriften nicht reguliert werden. Für eine angemessene Erfüllung der gesetzgeberischen Verpflichtung zur Sicherung der Meinungsvielfalt im Internet und damit insbesondere einhergehend der Verpflichtung zur Verhinderung von Informationsmonopolen ist es daher unerlässlich, Internetsuchmaschinen mit vorherrschender Meinungsmacht gesetzliche Grenzen zu setzen und ihnen diesen Zweck fördernde Verpflichtungen aufzuerlegen. Hierzu muss der Gesetzgeber den RStV inhaltlich ergänzen.



Burkhard Danckert

ist Rechtsanwalt der Sozietät Lehner Dänekamp & Mayer in Düsseldorf.



Frank Joachim Mayer

ist Rechtsanwalt und Partner der Sozietät Lehner Dänekamp & Mayer in Düsseldorf.