

Forum

Youtube, Glotze im Zwielficht. Videodienste im Internet bedrängen zunehmend klassische Medienangebote. Statt von einer CD und MP3 spielen Jugendliche Shakira lieber über den Marktführer, Googles Videodienst Youtube, ab. Fernsehen und Musik hören sie, wann es ihnen passt, ohne Sendeplan. Doch die Verantwortlichkeit der Dienste für Einspielungen Dritter ist immer noch ungeklärt. Mit zwei Verfahren versuchen Rechteinhaber dieser Tage, dem Giganten Youtube Seile über den Bauch zu spannen.

Googles Videodienst schwillt nach wie vor an. Jede Minute branden 24 Stunden Videomaterial auf die Plattform. 15 Minuten Ruhm für alle, verkündete Google zudem kürzlich stolz, und verlängerte die bisherige Längenbegrenzung der Internetvideos um die Hälfte – eigentlich sollte durch die Stückelung das Raubkopieren ganzer Filme in mehreren Etappen erschwert werden. Google hält die Suche nach Raubkopien für einen ihm unzumutbaren Aufwand. Seine Gegner meinen hingegen, die Plattform bereichere sich bewusst auch an rechtswidrig hochgeladenem Film- und Musikmaterial. Reichweite generiert die Plattform jedenfalls: Über zwei Milliarden mal pro Tag lassen sich Nutzer durch Videoclips von den Servern der Findemaschine unterhalten, informieren, beschallen.

Inzwischen feiert Google manch diplomatischen Erfolg: Durch sein ContentID-System konnte der Suchgigant sein Verhältnis zu Rechteinhabern der Film- und Musikbranche offenbar verbessern. Dabei handelt es sich um eine Art Marker-Technologie, mit der Film- und Klangabschnitte identifiziert werden können. Taucht so ein Schnipsel bei Youtube auf, kann der Rechteinhaber – sogar im Vorwege – entscheiden, was geschehen soll. Er kann den Inhalt sperren, ihn mit Werbung versehen und somit daran verdienen oder sich Statistiken zum Abrufverhalten ansehen.

Doch das besänftigt nicht jeden. Derzeit verlangt zum einen der Musikkonzern Viacom (Eigentümer von u. a. MTV) in Amerika eine Milliarde Dollar Schadensersatz von Youtube. Nach einer Niederlage im Juni läutete Viacom jetzt die zweite Runde in dem Verfahren ein. Und zum anderen eskaliert der Zwist mit der hiesigen Musikrechteverwerterin GEMA, was voraussichtlich am 27. 8. zu einer weiteren Entscheidung des *LG Hamburg* führen wird.

In beiden Fällen, so unterschiedlich sie unter juristischer Lupe sein mögen, geht es um die Frage der Plattformverantwortung. Viacom hatte eine Niederlage einstecken müssen, weil das Wissen Googles um die flagranten Urheberrechtsverstöße auf seiner Seite, in den Augen des Gerichts keine Haftung begründete. Auf konkrete Hinweise wiederum hatte Google stets prompt reagiert. Dass Viacom jetzt am 11. 8. Berufung einlegte, überraschte kaum – im Grunde scheint auch der Weg zum *Supreme Court* angesichts der Streitsumme nicht nur Option, sondern Pflicht zu sein.

Vor dem *LG Hamburg* hingegen geht es zwar auch um reichlich Geld, aber nur indirekt – das Verfahren dient eher als PR-Vehikel. Hintergrund des Verfahrens sind nämlich geplatze Verhandlungen über einen angemessenen Tarif für Video-Streams zwischen der Musikverwertungsgesellschaft und Google. Die GEMA trommelte in der Folge eine Allianz von zunächst neun europäischen Verwertungsgesellschaften zusammen und mahnte Youtube ab – 600 der Öffentlichkeit absichtlich nicht benannte illegal genutzte Titel sollte das Portal entfernen. Offenbar weil dies nicht geschah, beantragte das Bündnis eine einstweilige Verfügung (Die italienische Verwertungsgesellschaft ist inzwischen übrigens aus dem Pakt ausgeschert).

Die GEMA möchte damit ein Signal setzen. So ließ sie im Rahmen einer Pressekonferenz lautstark verbreiten, dass es durchaus auch um die Grundsatzfrage der Verantwortung gehen soll. Es gilt das alte und doch eingängige Mantra der Kreativindustrie: Ihr verdient Geld damit, also steht dafür auch gerade. Die GEMA hat gute Aussichten, denn gegenüber Plattformen im Internet zeigt sich das *LG Hamburg* durchaus unnachgiebig.

Wer die Scharmützel der vergangenen Monate verfolgt, reibt sich bisweilen etwas hilflos die Schläfen: Intermediärhaftung, die Verantwortlichkeit von Internetplattformen für deren Nutzer, ist das nicht ein ziemlich alter Hut, gemessen in Internetjahren? Die Reform des hierzulande maßgeblichen Telemediengesetzes steht immerhin auf einem parteiübergreifenden Wunschzettel, der fast so alt ist wie der im Jahr 2005 gegründete Videodienst selbst. Und dass sich der Reformbedarf nicht verflüchtigt hat, zeigte ein Beschluss des *LG Hamburg* (MMR 2010, 433): Dort ging es um Persönlichkeitsverletzungen auf Youtube, für die Google geradestehen sollte. Die Besonderheit des Verdikts bestand darin, dass Youtube durch eigene Bemühungen gegen rechtswidrige Inhalte seiner Kunden den Kopf nach geltendem Recht ganz freiwillig in die Haftungsfalle gelegt hatte. Nutzer können nämlich Videos „flaggen“, also mittels einer kleinen virtuellen Flagge eine Warnung an die Plattform schicken: Schau mal nach, Google, ob das hier nicht irgendwelche Rechte verletzt. Diese Einrichtung wurde zum Bumerang: Denn das *LG Hamburg* setzte die erhobene Flagge mit „Kenntnis“ gleich, und ab Kenntnis wird gehaftet – alte Störerhaftungsweisheit. Das könnte aber im Gegenzug ebenfalls bedeuten: Wer keine Flaggen hat, der haftet mangels Kenntnis auch nicht.

Auch für diese Konsequenz gibt es in Hamburg aber eine Lösung: Über den Speicherplatzanbieter Rapidshare urteilte das *OLG Hamburg* einst, dessen Geschäftsmodell finde nicht die Billigung der Rechtsordnung, ihm seien daher Haftungsprivilegien eines Internetanbieters zu versagen, Prüfungspflichtigen größeren Umfangs zumutbar (MMR 2010, 51). Diese „Redeweise“ wies das *OLG Düsseldorf* (MMR 2010, 483) allerdings kürzlich zurück, es entließ den Dienst aus der Haftung.

Eigentlich sollte eine rechtspolitische Lösung für die Paradoxien und Unsicherheiten der Intermediärhaftung keine Utopie sein. Man kann sich mit guten Gründen für das US-System erwärmen (etwa *Ott*, GRUR Int 2008, 563). Dort wird im Falle eines abgemahnten Rechtsverstoßes zunächst derjenige informiert, der den Inhalt hochgeladen hatte. Widerspricht dieser nicht, wird das Video gelöscht („Notice-And-Take-Down“). Für welche Lösung man sich auch entscheidet – der jetzige Zustand ist unbefriedigend: Die Internetgeneration konsumiert den Großteil ihrer Medien aus einer Glotze im rechtlichen Zwielficht und nicht wenige formulieren aus ihrer lieb gewonnenen Gewohnheit einen Anspruch. Die Unsicherheit verlagert Preisgescher vor Gerichte – Klarheit tut not.

Hendrik Wieduwilt, Kiel