

”

*Es hat mich gefreut, dass nun selbst der Vorsitzende der ARD ein gemeinsames Vorgehen und eine europäische Allianz zu diesem Thema gefordert hat.*

**Markus Breitenecker**  
ProSiebenSat.1  
Puls 4-GF

“

dend. Uns geht es vielmehr darum, dass diese Anbieter Verantwortung dafür übernehmen, was auf ihren Plattformen passiert und sich eben nicht hinter dem Argument, sie seien nur Hostprovider, verstecken und diese Verantwortung, der wir anderen Medien uns stellen müssen, abschieben. Und genau in diesem Punkt haben wir im Segment Urheberrecht gewonnen: Das Gericht sagt eindeutig und klar, 'YouTube ist kein Hostprovider', kann sich deshalb auch nicht auf das Hostprovider-Privileg beziehen und darf daher künftig keine Inhalte hochladen, ohne sie vorher auf etwaige Urheberrechtsverletzungen zu überprüfen.

**medianet:** Und abseits des Urheberrechts?

**Breitenecker:** In weiterer Folge geht es etwa um das Medienrecht, welches diverse Privilegien und Pflichten für Medien regelt und besagt, dass man für Inhalte auf seinen Plattformen medienrechtlich haftet. Etwa beim Persönlichkeitsschutz, wo es selbstverständlich verboten ist, Menschen, die nicht im öffentlichen Interesse stehen, mit Bild, Namen, Adresse oder anderen Daten zu publizieren, wenn das nicht gerechtfertigt ist.

Für YouTube bedeutet das, dass sie künftig medienrechtlich dafür Verantwortung übernehmen müssen, was bei ihnen auf der Plattform passiert.

**medianet:** Das tun die ja, wenn etwa Facebook über 11.000 Menschen weltweit beschäftigt, die nichts anders tun, als etwa Bilder vorab zu löschen, wenn sie gewissen Standards nicht entsprechen und etwa Gewalttaten zeigen.

**Breitenecker:** Genau das ist ja ein weiteres Indiz dafür, dass Facebook ein Publisher ist. Nach demselben Prinzip handeln Redaktionen anderer Medien, nämlich Inhalte nach bestimmten Kriterien auszuwählen.

YouTube ist ja kein Cloudservice wie etwa WordPress, sondern YouTube ist eben tatsächlich auch eine Medienplattform, auf der Menschen oder Algorithmen Inhalte auswählen, sie reihen und in einem bestimmten Rang dem User präsentieren – übrigens, ohne dass er Einfluss darauf hätte, was ihm da vorge schlagen wird oder nicht.

Die Auswirkungen und Abhängigkeit dessen, wenn Facebook etwa seinen Algorithmus verändert, zeigt das aktuelle Beispiel der Satireseite 'Die Tagespresse', die nur aufgrund einer Algorithmus-Änderung bei Facebook plötzlich 30 Prozent ihres Traffics verloren hat ...

**medianet:** Weshalb kooperiert man dann überhaupt mit Facebook oder YouTube? Wäre es da nicht konsequenter, völlig auszusteigen und den eigenen Content für diese Anbieter zu sperren?

**Breitenecker:** Das ist schwierig, weil wir hier einem Monopolisten gegenüberstehen. Ich kann ja auch nicht sagen, ich trinke jetzt das Wiener Wasser nicht mehr ...

**medianet:** ... das Wiener Wasser ist eine Infrastruktur, und der Versorger unterliegt dem sogenannten Kontrahierungszwang und muss es jedem zur Verfügung stellen, der es haben will. Facebook ist keine lebenswichtige Infrastruktur ...

**Breitenecker:** ... auf welche Social Media-Plattform soll ich

denn aber wechseln, wenn ich aus Facebook ausstiege? Selbst Mark Zuckerberg hat vor dem US-Senat, gefragt nach seinen Konkurrenten, zugeben müssen, dass es keine gibt.

Hier geht es auch um die Frage, ob Facebook aufgrund seiner Durchdringung so etwas wie eine Public Utility, also eine Art öffentliches Gut, ist. Ich bin zwar nicht dieser Meinung, aber Medien wie Facebook und YouTube sind mittlerweile so tief in der Gesellschaft verankert, dass es eine Grundsatzfrage geworden ist, weil sie das einzige Angebot in manchen Segmenten sind. Es wird die Meinung vertreten, dass die Social Media-Plattform Facebook in der Tat bereits so etwas wie eine Public Utility sei. Ich glaube hingegen nicht, dass man Facebook zu einer Public Utility erhöhen sollte, sondern sie als

ganten den Aufbau einer eigenen Plattform geben und zwar europaweit und in Zusammenarbeit zwischen den Öffentlich-rechtlichen und privaten Medien. Zum Thema Streaming haben wir etwa unsere Plattform 'Zappn', die sehr erfolgreich performt und die wir allen Medien auch außerhalb unserer Sendergruppe gern zur Verfügung stellen; aber das wird nicht genügen, denn Zappn ist eine Streaming-Plattform und keine Social Media-Plattform.

**medianet:** Wie realistisch sehen Sie die Chance für so eine Alternative wirklich?

**Breitenecker:** Es hat mich gefreut, dass nun nach der österreichischen Medienenquete, wo seitens des ORF die Skepsis uns gegenüber zu spüren war, nun selbst der Vorsitzende der ARD ein gemeinsames Vorgehen und



© Katharina Schiffl

meinungsmächtige und marktbeherrschende De-facto-Medienmonopole behandeln sollte, da es für Medien und Verleger bereits schwierig geworden ist, ohne Nachteile auszusteigen.

**medianet:** Als Alternative fordern Sie ein eigenes Social Network für Europa ...

**Breitenecker:** Hier sollte es parallel zum Rückzug vom US-Gi-

eine europäische Allianz zu diesem Thema gefordert hat. Das zeigt doch, dass wir als Gruppe hier keine Anti-ORF-Agenda fahren, sondern einfach auf die Notwendigkeit hinweisen, endlich Alternativen aufzubauen, um gemeinsam stärker zu werden und – nicht mehr und nicht weniger – als das Überleben der europäischen Medienlandschaft abzusichern.