

... Von Gianna Schöneich

Die Bekämpfung der Internetgiganten Google, YouTube und Co. ist nichts Neues. Puls 4 Infochefin Corinna Milborn und Puls 4 Gründer Markus Breitenacker dominierten zuletzt die Diskussion in Österreich u.a. mit der Veröffentlichung ihres Buchs „Change the game: Wie wir uns das Netz von Facebook und Google zurückerobern“.

In diesem sind auch Vorschläge zu Regulierungen enthalten; gefordert wird eine Allianz der europäischen Medienunternehmen zur Entwicklung europäischer Social Media. Diesem Wunsch dürfte man mit der europaweiten Einführung des Leistungsschutzrechts und Uploadfiltern, für welche der Rechtsausschuss des EU-Parlaments kürzlich mit einer knappen Mehrheit stimmte, näher gekommen sein.

So erklärt ProSiebenSat.1 Puls 4 gegenüber medianet: „Es ist ein wichtiger Schritt in die richtige Richtung, dass die bestehenden Medienplattformen der ‚sozialen Medien‘ erstmals konkret von den Bestimmungen erfasst werden, und dass klargestellt wird, dass sie grundsätzlich für die auf den Plattformen abrufbaren Inhalte haften. Bisher hatten sich die Plattformanbieter – oft erfolgreich – auf das ‚Host Provider-Privileg‘ der eCommerce RL berufen.“

Durch das Leistungsschutzrecht erhalten Verleger, wie bereits Musik- oder Filmproduzenten, ein Recht an geschützten Inhalten. Konkret sollen Suchmaschinen nicht mehr ohne Zustimmung oder ein faires Entgelt Überschriften oder kurze Ausschnitte von Presstexten anzeigen dürfen.

Verlegerverbände wie der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) machen sich für die



© AP/AFPI/Lenel Bonaventure

Regelung stark. In Deutschland hatte man sich bereits 2013 am Leistungsschutzrecht versucht – mit eher bescheidenem Erfolg.

Gratiseinwilligungen

2014 stellten Experten im Ausschuss „Digitale Agenda“ im Deutschen Bundestag fest, dass das Leistungsschutzrecht abgeschafft werden sollte. Etliche Verlage der VG Media (eine deutsche Gesellschaft zur Verwertung der Urheber- und Leistungsschutzrechte von Sendeunternehmen und Presseverlegern mbH) erteilte zudem „Gratiseinwilligungen“ an Google. Geschäftsführer Stefan Heck erklärte auf Nachfrage von medianet, Google hätte seine marktmächtige Position ausgenutzt und gedroht, die Presseerzeugnisse der Verleger auf den Google-Oberflächen nur noch sehr eingeschränkt und ohne Bilderangebote darzustellen. Aus wirtschaftlicher Sicht war man also zu den Einwilligungen „gezwungen“. „Die von der VG Media vertretenen Presseverleger sind von der Marktmissbräuchlichkeit von Googles Vorgehen in diesem Zusammenhang überzeugt und haben daher eine

”

... weder sind die Gesetze sinnlos noch ist es in einem Rechtsstaat hinnehmbar, dass die Regeln unserer Rechtsordnung von Internetgiganten aus dem Silicon Valley diktiert werden.

Stefan Heck
VG Media

“

Kartellrechtsklage gegen das Unternehmen eingereicht. Eine rechtskräftige Entscheidung steht noch aus. Die Einwilligung in die unentgeltliche Nutzung der Presseerzeugnisse wurde deshalb bis heute nicht widerrufen“, so Heck.

Gleichzeitig erklärt der Geschäftsführer auch, dass die Sichtbarkeit der Presseerzeug-

nisse durch das Leistungsschutzgesetz nicht beeinträchtigt werden würde: „Die Verleger haben dadurch die Möglichkeit, zu kontrollieren, über welche Kanäle die Presseerzeugnisse der Verlage konsumiert werden können. Somit liegt die Entscheidungshoheit grundsätzlich wieder bei den Verlagen. Allerdings nutzen Internetgiganten, wie Google und Facebook, ihre Monopolstellung aus. Auf dem Wege der Durchsetzung des geltenden Rechts kann dem Missbrauch dieser Marktmacht begegnet werden.“

Durch die europaweite Einführung soll nun alles anders werden. So erklärte Gerald Grünberger, Geschäftsführer des VÖZ, im „Ö1 Morgenjournal“: „(...) wenn die 27 (Mitgliedsstaaten) künftig das *gemeinsam* umsetzen, ist das sehr viel stärker in der Macht gegenüber großen Konzernen wie Google, Facebook und anderen (...).“

Doch lassen sich Google und Co tatsächlich von der EU in die Knie zwingen? Maximilian Schubert, Generalsekretär der ISPA, bezweifelt dies: „Plattformen wie Google und Co haben

”

Es ist schlichtweg falsch, dass Verleger glauben, sie können damit Werbegeld zurückholen ...

Gerald Grünberger
VÖZ

“



© VÖZ/Franz Heimreich Fotografie