



## IM NAMEN DER REPUBLIK!

Das Handelsgericht Wien erkennt durch den Richter Dr. Alexander Sackl in der

### RECHTSSACHE:

#### Klagende Partei

Puls 4 TV GmbH & Co KG Media Quarter  
Marx 3.1.  
Maria Jacobi Gasse 1  
1030 Wien  
Firmenbuchnummer 310081b

vertreten durch

PLOIL KREPP BOESCH RECHTSANWÄLTE  
GmbH  
STADIONGASSE 4  
1010 WIEN  
01/4061635  
Tel.: +43 1 4061635  
(Zeichen: 82/14)

#### 1. Beklagte Partei

Youtube LLC  
901 Cherry Ave.  
94066 CA San Bruno  
VEREINIGTE STAATEN VON AMERIKA

vertreten durch

WOLF THEISS Rechtsanwälte GmbH & Co  
KG  
Schubertring 6  
1010 Wien  
Tel.: 515 10

#### 2. Beklagte Partei

Google Austria GmbH  
Graben 19  
1010 Wien

vertreten durch

WOLF THEISS Rechtsanwälte GmbH & Co  
KG  
Schubertring 6  
1010 Wien  
Tel.: 515 10

#### Wegen:

Unterlassung (Streitwert EUR 40.000,-) und Urteilsveröffentlichung (Streitwert EUR 5.000,-)

nach mündlicher Streitverhandlung zu Recht:

1. Die Erstbeklagte ist schuldig, es zu unterlassen, unter der Domain [www.youtube.com](http://www.youtube.com) Videos zur Verfügung zu stellen, die von der Klägerin hergestellte Filmwerke oder Laufbilder oder Teile davon enthalten und von hierzu nicht berechtigten Personen auf die von der Erstbeklagten unter [www.youtube.com](http://www.youtube.com) betriebene Videoplattform „Youtube“ hochgeladen wurden, insbesondere die Videos mit den Titeln
  - „PULS 4 die Urlaubstester“ (abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=4pFQ->

QNwsOY),

- „Sebastian KURZ ► Puls 4 SOMMERGESPRÄCH mit Corinna Milborn“ (abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=pWi6BFeuW3c>),
  - „Matthias Strolz ► Puls 4 SOMMERGESPRÄCH mit Corinna Milborn“ (abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=by9KoNCRrww>),
  - „AfD-Spitzenkandidatin Dr. Alice Weidel bei | Pro und Contra Puls 4 08.05.2017“ (abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=D8KSmZQMVtM>),
  - „Dr. Alice Weidel AfD bei Pro und Contra Puls 4“ (abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=ml7l3UhLpUc>),
  - „Vurschrift is Vurschrift vom 29 08 2017 Puls4“ (abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=mFXB341Myxo>), und
  - „Bist Du deppert vom 23.2.2016 - Puls4 - Steuerverschwendung und andere Frechheiten“ (abrufbar unter <https://www.youtube.com/watch?v=IONx40XA0mc>),
2. Die Erstbeklagte ist schuldig, den stattgebenden Teil dieses Urteils binnen 14 Tagen auf der Homepage ihrer Website unter [www.youtube.com](http://www.youtube.com) zu veröffentlichen sowie im Rahmen eines auf dieser Homepage abrufbaren Videos zu verlesen und beides 3 Monate abrufbar zu halten.
  3. Die Klägerin wird ermächtigt, den stattgebenden Teil dieses Urteils auf Kosten der Erstbeklagten im redaktionellen Teil einer Ausgabe der österreichweit erscheinenden Tageszeitung „Der Standard“ mit Fettdrucküberschrift, Fettdruckumrandung, fett und gesperrt gedruckten Parteienbezeichnungen und Namen der Parteienvertreter, ansonsten in der Schriftgröße der übrigen redaktionellen Beiträge veröffentlichen zu lassen, sowie auf der Homepage ihrer Website unter [www.puls4.com](http://www.puls4.com) zu veröffentlichen und im Hauptabendprogramm des TV-Senders Puls 4 zu verlesen sowie den verlesenen Text als Fließtext sichtbar zu machen.
  4. Die Erstbeklagte ist schuldig, der Klägerin binnen 14 Tagen die mit EUR 25.526,60 bestimmten Prozesskosten (darin enthalten EUR 2.351,95 umsatzsteuerfreie Barauslagen und EUR 3.861,71 USt) zu ersetzen.

## **ENTSCHEIDUNGSGRÜNDE:**

**Außer Streit steht:**

Die klagende Partei ist Rundfunkveranstalterin und Betreiberin des österreichischen TV-Senders Puls 4, der österreichweit zu empfangen ist. Unter der Domain www.puls4.com unterhält sie überdies eine Internetpräsenz. Nutzer dieses Internetangebots können von der klagenden Partei ausgestrahlte Sendungen sowohl im Streaming-Verfahren wie auch „on demand“ abrufen.

Die Erstbeklagte betreibt unter der Domain www.youtube.com eine weithin bekannte Videoplattform, auf der sie zahlreiche, von den Nutzern der Plattform hochgeladene, Videos bereithält, die die Besucher der Site im Streaming-Verfahren abspielen können. Derzeit sind mehrere hundert Millionen Videos auf Youtube eingestellt.

Bei der Präsentation sind die von den Nutzern hochgeladenen Videos strukturiert und geordnet sichtbar. Dabei wird von Youtube auch eine länderweise unterschiedliche Gestaltung der Startseite vorgenommen.

Bei Nutzung der Plattform der Erstbeklagten ist es technisch auch möglich, dass Nutzer Videos hochladen, an denen ihnen keine Urheberrechte zustehen, so auch solche, an denen die Klägerin Rechteinhaber ist. Dadurch ist es in der Vergangenheit auch schon tatsächlich zu Verletzungen von Urheberrechten oder Werknutzungsrechten der Klägerin gekommen. Eine ex ante Prüfung auf Urheberrechtsverletzungen erfolgt durch die Erstbeklagte grundsätzlich nicht, und zwar auch nicht automationsunterstützt.

Für den Fall der Zustimmung durch denjenigen Nutzer, der die betreffenden Videos hochlädt, werden diese mit Werbung versehen (diesen Prozess nennt die Erstbeklagte "monetarisieren"), und zwar unter anderem auch mit Preroll- und Midroll-Werbung. Dieses Versehen der Videos mit Werbung geschieht in folgender Systematik:

Es entscheidet der einstellende Nutzer, ob Werbung im Zusammenhang mit seinem Video aufscheinen soll, und zwar unabhängig davon, ob es sich um einen kleinen Nutzer handelt, der vielleicht nur ein einziges Video „monetarisieren“ will, oder einen großen Rechteinhaber, der ggf. einen oder mehrere professionelle Kanäle auf YouTube betreibt und in den von ihm dort eingestellten (bzw. von ihm geclaimten) Videos Werbung in großem Umfang beauftragen möchte. Dafür schließt der einstellende Nutzer/Rechteinhaber eine Vereinbarung mit der Google Ireland Ltd, einem Unternehmen aus dem Konzernverbund der beklagten Parteien, das Werbevermarktungsleistungen in Europa für die Kunden erbringt. Aufgrund dieser Vereinbarung liefert die Google Ireland Ltd. diese vom Nutzer beauftragte Werbung entweder selbst oder über Drittunternehmen aus ihrem Netzwerk an den YouTube-Nutzer aus und erbringt die weiteren Leistungen eines Ad-serving-Unternehmens für den einstellenden Nutzer. All dies erfolgt automatisch-technisch; die Google Ireland Ltd. nimmt im Rahmen der

Erbringung dieser Leistungen den konkreten Inhalt von Videos nicht zur Kenntnis, die ausgelieferte Werbung nimmt hierauf auch nicht Bezug.

Jedem hochladenden YouTube-Nutzer steht es offen, einzelne oder mehrere Videos, oder ganze Kanäle mit Werbung zu monetarisieren. Die YouTube-Partnerschaft kann zwar grundsätzlich von jedem, aber immer nur unter der Bedingung erlangt werden, dass der YouTube-Nutzer einen Account hat, dass der Nutzer zusätzlich bestätigt, die Copyright Lernmaterialien gelesen zu haben und weiters bestätigt, die Rechte an den Videos zu haben, die er monetarisieren will.

Eine Monetarisierung ist entweder direkt beim Upload des konkreten Videos oder zu einem späteren Zeitpunkt möglich.

Grundsätzlich kann der Nutzer immer nur einzelne Videos monetarisieren. Hierzu identifiziert er zunächst eines seiner Videos aus seinem Kanal, das er monetarisieren will. Bei entsprechender Auswahl erhält er (erneut) eine zu bestätigende Belehrung, dass er Inhaber sämtlicher Elemente des Videos ist bzw. ausreichende kommerzielle Nutzungsrechte für alle (Audio- und Video-)Elemente hat, um dieses Video zu monetarisieren. Der Nutzer wird auch darüber belehrt, dass YouTube möglicherweise Nachweise zu den kommerziellen Nutzungsrechten benötigt (dies ist idR dann der Fall, wenn die algorithmischen Tests ergeben, dass ein Video z.B. wegen gegenteiliger "Blocking-Claims" nicht monetarisiert werden können) und die Monetarisierung der Videos oder auch das gesamte Konto wegen wiederholten Missbrauchs des Systems sperren kann.

Bestätigt der Nutzer nun mit einem Klick auf "OK", dass er sämtliche erforderlichen (Nutzungs-)Rechte zur Monetarisierung des Videos innehat, öffnet sich ein Menü, in dem der Nutzer individuell einstellen kann, welche Anzeigeformate er bei seinen Videos schalten will. Es stehen grundsätzlich drei verschiedene Formate zur Auswahl:

- Displayanzeige: diese Anzeige erscheint rechts neben dem Video oder über der Liste der Videovorschläge. Bei größeren Videoplayern ist auch eine Einblendung unter dem Player möglich. Es handelt sich um einen Banner, der in allen Bereichen der Webseite geschaltet werden kann, allerdings nicht während oder vor dem Video;
- Overlay-Anzeige: diese Werbeanzeige wurden früher „In- Video-Anzeige“ genannt und erscheint halbtransparent im unteren Fünftel des laufenden Videos;
- überspringbare Videoanzeige (früher als TrueView In-Stream bezeichnet): diese Anzeige wird während oder nach dem Hauptvideo abgespielt und kann vom jeweiligen Videoseher nach 5 Sekunden übersprungen werden. Der wesentliche Vorteil dieses Anzeigeformates ist, dass sie nicht nur am Desktop-Computer, sondern auch auf

Mobilgeräten, Fernsehern und Spielkonsolen angezeigt werden kann.

- Nicht überspringbare und lange nicht überspringbare Videoanzeigen (dieses Anzeigenformat wurde früher nicht überspringbare In-Stream-Anzeigen genannt): diese Anzeige kann nur von großen Rechtsinhabern besonderen Verträgen genutzt werden und es muss eine Freischaltung dafür beantragt werden. Bei diesem Anzeigenformat muss die Werbung zumindest 30 Sekunden angesehen werden, bevor das Video abgespielt wird. Die Anzeigen erscheinen vor, während oder nach dem Hauptvideo und können auf Desktop-Computern sowie Mobilgeräten angezeigt werden.

Im Zuge der Monetarisierung muss auch angegeben werden, ob Product-Placement im Video vorkommt, da dieses mit Werbeanzeigen in Widerspruch stehen kann. Auch für Musik-Cover-Videos kann eine Umsatz-Beteiligung erfolgen. Vor der tatsächlichen Anzeigeschaltung wird eine automatisierte Standard-Überprüfung durchgeführt. Content ID prüft bereits vorab, ob übereinstimmende Inhalte, für die ein anderer Rechte beansprucht (sog. "Claims"), vorliegen.

Die konkreten Anzeigeformate werden vom einstellenden Nutzer gewählt. dieser kann seine Einstellungen jederzeit ändern und die Monetarisierung auch jederzeit deaktivieren. Die konkrete Anzeige wird nach verschiedenen kontextabhängigen Faktoren in vollautomatisierter Weise durch ein System der Google Ireland Ltd ausgewählt. Dem Nutzer steht es frei, Zielgruppen für die mit seinen Inhalten verknüpften Werbungen nach demografischen Merkmalen, Interessen, Themen, Stichgruppen etc. zu definieren (sog. "Targeting"). Der Einsatz bestimmter Software ermöglicht somit die Herstellung eines inhaltlichen Zusammenhangs durch den einstellenden Nutzer, also "Targeting", wodurch höhere Einnahmen erzielt werden können.

Die Nutzer profitieren neben der Erstbeklagten von der Möglichkeit der Monetarisierung. Die Erstbeklagte stellt dem Nutzer eine Datenbank zur Verfügung. Die Initiative liegt wie auch allgemein beim Schutz von IP-Rechten alleine beim rechtmäßigen Rechteinhaber. Die Erstbeklagte wird lediglich für die Zurverfügungstellung der Datenbank vergütet, die Erstbeklagte handelt daher ausschließlich auf Aufforderung des (als rechtmäßig vermuteten) Rechteinhabers und wird für ihre Hostproviderdienste vergütet.

Die erstbeklagte einen durch entsprechende Algorithmen automatisierten Review-Prozess, der nach Einlangen einer hinreichend substantiierten Take-Down-Notice zu einer unverzüglichen Blockierung der betroffenen Videos führt. Kommt in einem solchen Verfahren eine Rechtsverletzung zu Tage, blockt die Erstbeklagte die betroffenen Inhalte. Mögliche weitere Konsequenzen sind das Blockieren anderer Monetarisierungen desselben Nutzers bis zur gänzlichen Sperrung des Nutzerkontos.

Die vorliegend zu beurteilenden Rechtsverhältnisse der Streitteile sind nach österreichischem

Recht zu beurteilen.

### **Parteienvorbringen:**

**Die Klägerin** erhebt das im Spruch ersichtliche Unterlassungshauptbegehren, sowie dazu zwei Unterlassungsbegehren als Eventualbegehren und weiters die im Spruch ersichtlichen Veröffentlichungsbegehren. Sie stützt ihr Unterlassungshauptbegehren auf eine Urheberrechtsverletzung der Erstbeklagten als unmittelbare Täterin, Anstifterin oder Gehilfin, der die Haftungsbefreiung des Host-Providers gemäß § 16 ECG nicht zugute komme. Die Erstbeklagte verknüpfe die hochgeladenen, urheberrechtsverletzenden Videos mit Werbung, binde fremde Inhalte in ihr eigenes Angebot und ihre Präsentation ein, biete Links zu anderen Inhalten von Interesse und lasse sich Nutzungsrechte, insbesondere zur Eigenwerbung an den Videos übertragen, sodass sich die Erstbeklagte die hochgeladenen Inhalte zu eigen mache und kein Host-, sondern ein Content-Provider sei. Beinahe täglich würden auf der Website der Erstbeklagten Videos auftauchen, die von der Klägerin produzierte Fernsehsendungen oder zumindest Teile davon enthielten.

Die Klägerin habe weder der Erstbeklagten noch den hochladenden Usern Nutzungsrechte an den Sendungen eingeräumt. Ihr stünden Urheberrechte als Eigenproduzentin bzw Auftragsproduzentin der im Spruch beispielsweise genannten Sendungen „PULS 4 die Urlaubstester“, „Sebastian KURZ ► Puls 4 SOMMERGESPRÄCH mit Corinna Milborn“, „Matthias Strolz ► Puls 4 SOMMERGESPRÄCH mit Corinna Milborn“, „AfD-Spitzenkandidatin Dr. Alice Weidel bei Pro und Contra Puls 4 08.05.2017“, „Dr. Alice Weidel AfD bei Pro und Contra Puls 4“, „Vurschrift is Vurschrift vom 29 08 2017 Puls4“, und „Bist Du deppert vom 23.2.2016 - Puls4 - Steuerverschwendung und andere Frechheiten“, und als Rundfunkunternehmerin gemäß § 76a UrhG zu. Zudem seien jedoch zahlreiche – auch die oben genannten - Eigenproduktionen und Auftragsproduktionen auf der Homepage der Erstbeklagten hochgeladen und mit Werbung verknüpft worden.

Die Erstbeklagte verknüpfe laufend derartige Videos, an denen ausschließlich die Klägerin Rechte habe, mit Werbung. Darüber hinaus sortiere, filtere, verlinke und bewerbe sie die Uploads. So könne auf YouTube jeder Benutzer ein kostenloses Nutzungskonto anlegen, um Videos zu übermitteln, um die Videos als Favoriten zu speichern, sie zu bewerten und zu kommentieren. Die durch dieses Verfahren übermittelten Videos würden daher in eine Datenbank aufgenommen und sortiert. Die Videos, die Favoritenliste, die Kommentare und die Bewertungen seien daraufhin frei zugänglich und könnten wiederum von anderen Benutzern – auch jenen, die nicht registriert sind – auf der Plattform angesehen werden. Die Videos ließen sich aber auch auf anderen Websites einbinden. Dazu stelle die Erstbeklagte auf der

jeweiligen Videoseite selbst einen Codeausschnitt zur Verfügung, der das Video in einem Inlineframe darstelle. Die Videos seien alle konkreten YouTube-Kanälen eines Benutzers zugehörig. Ein YouTube-Kanal sei der individuelle Bereich eines YouTube-Benutzers. Hier seien unter anderem die Videos, Playlists und Informationen über den Kanal vorzufinden. Der Kanal lasse sich individuell gestalten; so könne beispielsweise der Titel des Kanals geändert und Module wie Playlists hinzugefügt werden. Die Suche nach Videos auf der Plattform der Erstbeklagten könne mithilfe von Filtern eingegrenzt werden. Nach Eingabe einer Suchanfrage in dem Suchfeld, könne unter dem Suchfeld auf ein Dropdown-Menü mit der Bezeichnung Filter gedrückt werden. So bestünde die Möglichkeit, der Suchanfrage zugehörige Playlists anzeigen zu lassen. Die hochgeladenen Videos könnten von dem jeweiligen Benutzer auch mit so genannten „Tags“ versehen und zugeordnet werden, wodurch diese Videos in den Suchergebnissen leichter – also unter anderem auch mithilfe dieser Tags und nicht nur durch den Titel des Videos – gefunden werden können. Tags seien frei wählbare Stichwörter, die der Strukturierung dienen und dabei helfen würden, Videos noch weiter kategorisieren zu können. Diese Tags würden oft dazu verwendet, Videos mit ähnlichen Interessen einander zuzuordnen. Aber auch neu erstellte Playlists anderer Benutzer, in die wiederum auch nicht selbst hochgeladene Videos aufgenommen werden können, könnten von anderen Benutzern gefunden und dargestellt werden. Schlussendlich habe sogar die Aktivität – registrierter und nicht registrierter – Benutzer Einfluss auf dessen Video-Empfehlungen, die von der Erstbeklagten auf der Startseite, auf Kanälen und neben abspielenden Videos dargestellt werden. Auf der Plattform der Erstbeklagten würden den Nutzern also über unterschiedliche Mittel Videos vorgestellt und empfohlen. Dieses darbieten, sortieren, filtern, verlinken und bewerten geschehe aufgrund von mathematischen Auswertungsmethoden, bei dem sämtliche bekannte Daten samt vergangenem „Surfverhalten“ der jeweiligen – registrierten und nicht registrierten – Nutzer ausgewertet und entsprechend verwendet würde. Diese Algorithmen würden dazu führen, dass ein für jeden Nutzer treffendes Angebot maßgeschneidert dargestellt und ein individuelles und auf die jeweiligen Interessen gefertigtes Nutzererlebnis ermöglicht werde. Zudem biete die Erstbeklagte eine Reihe von Hilfestellungen für die Nutzer an, wie etwa <http://www.youtube.com/yt/creators/de/index.html> (Partnerprogramm von YouTube), <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=de> (allgemeiner Support und How To Seite von YouTube), <https://www.youtube.com/watch?v=KWsvQsnxbis&list=PL9hW1uS6HUft6AefjA8yJ8CYkiSuTJZtYàYT> (Kanal zu verschiedenen YouTube Themen), <https://www.youtube.com/user/partnersupport> (YouTube Partnerkanal), und <https://www.youtube.com/user/youtubehelp> (YouTube Hilfekanal). YouTube habe unter der Bezeichnung „YouTube TV“ auch eigene „Originalkanäle“ veröffentlicht, habe im Wege der Zeitbeklagten an mehreren Standorten weltweit „YouTube Spaces“ eröffnet, um erfolgreiche Partner durch Produktionskapazitäten und Schulungen zu unterstützen, biete in den USA

unter der Bezeichnung „YouTube red“ einen kostenpflichtige werbefreien Zugang zu Uploads an und plane den Start für das Streaming von TV-Sendern. YouTube beschränke sich nicht auf eine technische Vermittlerrolle sondern identifiziere sich viel mehr mit fremden Inhalten. Das zeige sich alleine dadurch, dass bei auf der Plattform [www.youtube.com](http://www.youtube.com) hochgeladenen und auf fremden Seiten eingebundenen Videos zwar ein Emblem YouTubes angezeigt werde, der Name der das Video ursprünglich hochgeladenen Person dabei allerdings völlig ausgelassen werde. YouTube betreibe auch aktive Inhaltskontrollen. Dies habe sich im Zuge des US-Präsidentschaftswahlkampfes 2016 gezeigt. Es seien Internetplattformen wie Google, Facebook und YouTube massiv in Bedrängnis geraten, weil unzählige von Nutzern erstellte Falschmeldungen das Wahlverhalten der US-Wähler beeinflussen sollten. Als Reaktion darauf hätten die Portale angekündigt, diese als „Fake-News“ bezeichneten Informationen aus den Netzwerken zu entfernen.

Zur Begründung der Eventualbegehren verwies die Klägerin darauf, dass sowohl die Klägerin als auch die Erstbeklagte durch die Erbringung von Werbeleistungen im Zusammenhang mit den abrufbaren Inhalten Einnahmen erzielen würden. Sie stünden somit in einem Wettbewerbsverhältnis. Die Erstbeklagte nutze den Aufwand und die Leistung der Klägerin sowie die ständig auf ihrer Plattform vorkommenden und ihr bewussten Urheberrechtsverletzungen unlauter aus, indem sie die urheberrechtsverletzenden Videos mit Werbung verknüpfe, einen Teil der Werbeeinnahmen lukriere und so der Klägerin iSd § 1 UWG Konkurrenz mache.

Dass alle Videos, zu denen die Klägerin nach Aufforderung durch die Erstbeklagte Nachweise über ihre Rechte vorgelegt habe, von der Erstbeklagten unverzüglich aus dem Netz genommen worden seien („Claims“), bestritt die Klägerin nicht substantiiert.

**Die Erstbeklagte** beantragt kostenpflichtige Klagsabweisung. Sie bestritt zuletzt nicht mehr substantiiert, dass der Klägerin die Urheber- bzw Verwertungsrechte an den im Spruch genannten Auftrags- bzw Eigenproduktionen zustehen. Die Erstbeklagte habe der Klägerin mehrmals die Entfernung von jeweils konkret beanstandeten Videos angeboten. Alle Videos, zu denen die Klägerin nach Aufforderung durch die Erstbeklagte Nachweise über ihre Rechte vorgelegt habe, seien von der Erstbeklagten auch unverzüglich aus dem Netz genommen worden. Die Erstbeklagte habe keine der beanstandeten Videos selbst hochgeladen und auf deren Inhalt keinen Einfluss. Eine Werbeverknüpfung erfolge nur auf Anordnung desjenigen, der die Inhaberschaft von Rechten an den Videos gegenüber der Erstbeklagten ausdrücklich schriftlich bestätige. Die Erstbeklagte sei daher weder unmittelbare Täterin noch Gehilfin einer Urheberrechtsverletzung. Es komme ihr die Haftungsprivilegierung als Host-Provider gemäß § 16 ECG zugute. Sie übe keine redaktionelle Kontrolle aus, sie markiere die Inhalte nicht so, dass sie ihr zugeordnet würden, und sie ordne die Inhalte nicht wirtschaftlich zu. Der Nutzer



erteile der Erstbeklagte eine einfache, jederzeit widerrufliche Lizenz, die sofort erlösche, wenn der User das Video entferne. Es seien 100 Millionen Videos auf Youtube eingestellt, ohne dass die Erstbeklagte diese zur Kenntnis nehme oder kontrolliere, dies sei angesichts der Masse an Informationen auch nicht möglich. Dennoch treffe die Erstbeklagte vorbeugende Maßnahmen zur Abwehr von Urheberrechtsverletzungen. So sei die Länge der hochgeladenen Videos grundsätzlich auf 15 Minuten beschränkt und der hochladende Nutzer müsse bestätigen, dass er alle Rechte für den „Upload“ habe. Die Ersteklagte habe als Präventiv-Schutz ein Software-System entwickelt (Content ID), das hochgeladene Inhalte mit einer Referenzdatei, die von Rechteinhabern zur Verfügung gestellt werde, automatisch vergleiche. Sobald eine Übereinstimmung gefunden werde, werde dem Rechteinhaber der „Claim“ angezeigt, sodass in weiterer Folge – je nach Vereinbarung mit dem Rechteinhaber – ein Blockieren des Videos oder zu Gunsten des Rechteinhabers eine Verknüpfung mit Werbung erfolge. Auch eine Haftung als Gehilfin komme nicht in Betracht. Dazu müsse die Erstbeklagte den Nutzer zu einem rechtswidrigen Verhalten veranlassen, fördern oder für sich ausnützen. Die Erstbeklagte verhalte sich selbst nicht rechtswidrig, insbesondere kenne sie nicht den Sachverhalt, der den Vorwurf gesetzwidrigen Verhaltens begründen könne. Eine bloß abstrakte Möglichkeit, dass ein Nutzer rechtsverletzende Videos hochlade, reiche für eine Haftung nicht aus. Ein wettbewerbswidriges Verhalten könne in Beziehung zur Klägerin schon deshalb nicht bestehen, weil die Konzernmutter Kooperationsverträge mit der Beklagten zur Monetarisierung abgeschlossen habe.

### **Beweismittel:**

Beweis wurde aufgenommen durch Einvernahme der Zeugen Jan Gänslar, Eva Wilkens, Klaus Bitschi und Mag Pia Bambuch sowie Einsichtnahme in die vorliegenden Urkunden.

### **Sachverhalt:**

1. Sämtliche im Spruch genannten Videos wurden von der Klägerin gesendet. Diese ist die Zulassungsinhaberin des Sendesignals. Verträge zur Weitergabe des Sendesignals hat die Klägerin nicht geschlossen (Zeugin Bambuch ON 45).
2. Bei den inkriminierten Laufbildern handelt es sich teilweise um Eigenproduktionen, teilweise um Auftragsproduktionen. Die Eigenproduktionen werden von der Klägerin hergestellt, und zwar unter Zuhilfenahme von entweder Dienstnehmern oder freien Mitarbeitern. Die Auftragsproduktionen, zB Vurschrift is Vurschrift, erfolgen durch beauftragte Unternehmen. Dabei muss sich das Unternehmen regelmäßig verpflichten

- sämtliche Rechte an die Klägerin zu übertragen und zwar uneingeschränkt. Im Auftragsproduktionsvertrag ist dabei auch geregelt, dass sämtliche Mitwirkende auch verpflichtet sind ihre Rechte abzugeben. Auch in den eigenen Dienstverträgen und Werkverträgen der Klägerin mit herstellenden Personen finden sich entsprechende Passi, wonach sich nämliche natürlichen Personen verpflichten der Klägerin sämtliche ihnen zustehenden Rechte, darunter auch Urheberrechte zur Gänze und uneingeschränkt zu übertragen. Die Klägerin hat daher sowohl bei Eigenproduktionen wie auch bei Auftragsproduktionen, insbesondere auch bei sämtlichen im Spruch genannten Laufbildern, eine Kette von Übertragungen von Urheberrechten sämtlicher natürlichen Personen die bei an der Herstellung des Werks beteiligt waren (Zeugin Bambuch ON 45).
3. Die im Spruch genannten Werke, nämlich „PULS 4 die Urlaubstester“, „Sebastian KURZ ► Puls 4 SOMMERGESPRÄCH mit Corinna Milborn“, „Matthias Strolz ► Puls 4 SOMMERGESPRÄCH mit Corinna Milborn“, „AfD-Spitzenkandidatin Dr. Alice Weidel bei Pro und Contra Puls 4 08.05.2017“, „Dr. Alice Weidel AfD bei Pro und Contra Puls 4“, „Vurschrift is Vurschrift vom 29 08 2017 Puls4“, und „Bist Du deppert vom 23.2.2016 - Puls4 - Steuerverschwendung und andere Frechheiten“, waren - zumindest teilweise - auf der Plattform Youtube upgeloadet. Der Upload erfolgte dabei nicht von der Klägerin, die dazu auch keine Zustimmung erteilt hat. Sämtliche im Spruch genannten Werke waren dabei auch mit einer Monetarisierung durch die Erstbeklagte versehen. Bei Aufruf war jeweils ein Spot damit verknüpft, der nicht von der Klägerin im Sendesignal mitgesendet wurde (Zeugin Bambuch ON 45).
  4. Grundsätzlich werden von der Klägerin sämtliche Eigenproduktionen und Auftragsproduktionen auch im Internet über die Website puls4.com zugänglich gemacht, und zwar einerseits sofort nach der Ausstrahlung (Streaming-Verfahren), und andererseits auch am nächsten Tag nach der Ausstrahlung „on demand“). Diese Auftritte werden durch die Klägerin generell mit einem Prerollspot versehen. Wenn es sich um einen längeren Beitrag handelt, wird fallweise auch noch ein Midrollspot eingezogen. Am Ende kommt meistens ebenfalls ein Spot. Es kann nur fallweise vorkommen, dass vereinzelt der eine oder andere online abrufbare Film der Klägerin keine Werbung aufweist. Dies ist aber die absolute Ausnahme und hat entweder technische Gründe oder es liegt ein Irrtum vor (Zeugin Bambuch ON 45).
  5. Die Erstbeklagte gestaltet ihren Webauftritt nach Ländern unterschiedlich. Dies betrifft einerseits unterschiedliche Sprachfassungen, andererseits auch unterschiedliche Videoangebote auf der Einstiegsseite (Augenschein ON 40).
  6. Ruft man die Österreichische Startseite der Erstbeklagten auf, werden Videos

- geordnet nach Themenkomplexen vorgeschlagen und zwar unter Überschriften wie "Trends", "Dokumentarfilme", "Autos "Humor" und ähnliches (Augenschein ON 40).
7. Weiters wird von der Erstbeklagten eine Suchfunktion angeboten (Augenschein ON 40).
  8. Betrachtet man ein Video, erscheinen auf der Seite rechts neben dem Video Videovorschläge und zwar mit Videos zu ähnlichen Themen (Augenschein ON 40).
  9. User, die die Videos auf die Plattform der Erstbeklagten hochladen, können (müssen aber nicht) diese mit Metadaten versehen. Diese dienen der Auffindung durch andere Nutzer auf Grund eines elektronischen Inhaltsverzeichnis der Erstbeklagten. Wird von einem hochladenden Nutzer kein Titel angegeben, wird von der Erstbeklagten dazu der Dateiname als Titelname verwendet (Zeuge Gänsler ON 40).
  10. Wird ein Video in eine Seite eingebettet, dann ist in der Leiste, in der auch der Startknopf ersichtlich ist, auch das Youtube Logo ersichtlich (Zeuge Gänsler ON 40).
  11. Weiters hat der User die Möglichkeit, neben dem Titel auch Inhaltsangaben in Schlagworten zu machen („Tags“), die das Finden mit der Suchfunktion der Website von Youtube für andere Nutzer möglich machen. Die Kategorien, wenn eine Kategorie durch den Uploader gewählt wird, haben eine von Youtube vorgegebenem Schema zu folgen. Eine Neuerfindung einer Kategorie durch den Uploader ist daher nicht möglich. (Zeuge Gänsler ON 40).
  12. Macht der Kunde von seiner Möglichkeit zum Kategorisieren und Taggen nicht Gebrauch, so werden über künstliche Intelligenz, die die Beklagte bereit stellt, aus dem Filmtitel, der jedenfalls angegeben werden muss, Suchworte kreiert (Zeugin Wilkens ON 42).
  13. Die Erstbeklagte überprüft über Cookies das Surfverhalten der User um bei neuerlichem Einloggen maßgeschneiderte Filmvorschläge zu unterbreiten, die auf die persönlichen Surfverhalten angepasst sind (Zeuge Gänsler ON 40).
  14. Das Betreiben eines Accounts bei der Erstbeklagten ist Voraussetzung, um Filme hochladen zu können. Man muss dazu persönliche Daten angeben, deren Richtigkeit allerdings nicht überprüft wird. Weiters kann jeder Accountinhaber Kommentare zu Videos von anderen Nutzern hinterlassen. Dieser Kommentar ist dann für alle, die dieses Video anklicken, einsehbar (Zeuge Gänsler ON 40).
  15. Wenn man einen Account hat, kann ein Cookie erkennen, wer die Youtube Seite öffnet. Bei Aufrufen der Seite Youtube ist das Layout der Seite das gleiche, es sind

- jedoch andere Videos ersichtlich, die vorgeschlagen werden. Diese werden dem Persönlichkeitsprofil des Accountinhabers angepasst. Die Anpassung erfolgt dabei unter Verwendung der Historie, welche Videos bisher von diesem Account betrachtet wurden (Zeuge Gänslar ON 40).
16. Eine elektronische Erkennung von Inhalten von hochgeladenen Videos findet nicht statt. Dies insofern nicht, als nicht eine für alle Uploads automatische Inhaltserkennung nach Bildern stattfindet, auch nicht nach Worten. Die Erstbeklagte bietet aber die Möglichkeit einer Content ID an. Bei einer Content ID haben User, und zwar besonders privilegierte Partnerunternehmen von Youtube, die Möglichkeit, ein Video auf Übereinstimmung mit eigenen Inhalten elektronisch prüfen zu lassen. Von den Partnern wird eine Referenzdatei angeliefert. Jeder Upload der passiert, wird automatisch darauf überprüft, ob es Übereinstimmungen gibt. Was dann passiert hängt davon ab, was der Rechteinhaber, der den Referenzfilm zur Verfügung gestellt hat, der immer verdeckt im Hintergrund läuft, dann vorgegeben hat. Meist wird das dann blockiert und zwar automatisch auf elektronischem Weg. Die Möglichkeiten die der Partner hat sind dabei entweder Blockieren oder ein sogenanntes "Tracking", so dass er Information darüber bekommt, wie oft und wie lange von wo das Video abgerufen wird und es gibt auch noch eine Möglichkeit eines Trackings mit erweiterter Funktion, wo eine Monetarisierung stattfindet. Dann würden bei Werbungen mit dem entsprechenden Video Geld verdient (Zeuge Gänslar ON 40).
17. Die Erstbeklagte bietet diverse Seiten mit Hilfestellungen für die User an. Das beginnt bei Hilfe beim Uploaden von Filmen sowie auch beim Herstellen von Filmen (Zeugin Wilkens ON 42).
18. Die Erstbeklagte stellt Nutzern unter der Bezeichnung Youtube-Spaces Räume zur Verfügung, die kleine Filmstudios sind. Diese können von Leuten genutzt werden, die zu Hause keine Kamera haben oder kein Equipment um ein Video zu kreieren, dass sie dann hochladen können. Derartige Räumlichkeiten werden allerdings in Österreich nicht zur Verfügung gestellt (Zeugin Wilkens ON 42).
19. Unter der Bezeichnung Youtube-Red wird von der Erstbeklagten ein Bezahlservice angeboten, das ebenfalls in Amerika und in einigen anderen Ländern, allerdings nicht in Europa angeboten wird. Der Nutzer zahlt einen Pauschalbetrag für den Zugang zu einer werbefreien Youtube-Aufruf-Möglichkeit (Zeugin Wilkens ON 42).

**Beweiswürdigung:**

Der festgestellte Sachverhalt stützt sich auf die jeweils in Klammer angeführten Beweismittel.

Die Feststellungen zu den Punkten 1-4 ergeben sich dabei aus den Angaben der Zeugin Mag Bambuch. Sie schilderte den Sachverhalt glaubhaft, wobei gegenteilige Beweisergebnisse nicht vorliegen und insbesondere auch die Rechte der Klägerin an den im Spruch genannten Videos nicht mehr substantiiert bestritten wurden. Ihre Angaben werden auch durch den Zeugen Bitschi bestätigt. Die Angaben der Zeugen variieren nur geringfügig hinsichtlich der Einschätzung über die Anzahl der – aus technischen Gründen – nicht mit Werbung versehen Streams der Klägerin. Da sich beide aber dabei nicht auf einen genauen Anteil festlegen sondern eindeutig nur eigene Grobschätzungen abgeben können, tut dies der Glaubwürdigkeit der Zeugen keinen Abbruch.

Die übrigen Feststellungen (Punkte 5-19) stützen sich auf die einander nicht widersprechenden Angaben der Zeugen Gänslner und Wilkens. Sie schildern den Sachverhalt im Einklang mit der Lebenserfahrung und weitgehend übereinstimmend. Sie geben dabei auch unumwunden die für die Erstbeklagte nachteiligen Sachverhalte zu, sodass ihre Aussagen bedenkenlos den Feststellungen zu Grunde gelegt werden konnten.

### **Rechtlich folgt:**

Die Klägerin stützt ihr Hauptbegehren auf die §§ 38, 74, 76a UrhG iVm §§ 18 und 18a UrhG. Nach § 18a Abs 1 UrhG hat der Urheber das ausschließliche Recht, das Werk der Öffentlichkeit drahtgebunden oder drahtlos in einer Weise zur Verfügung zu stellen, dass es Mitgliedern der Öffentlichkeit von Orten und zu Zeiten ihrer Wahl zugänglich ist. § 16 ECG enthält für Host-Provider eine Privilegierung. Diensteanbieter sind für fremde Informationen, die sie für einen Nutzer speichern, nicht verantwortlich, sofern sie keine Kenntnis von der rechtswidrigen Handlung haben oder unverzüglich tätig geworden sind, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren, sobald sie diese Kenntnis erlangt haben. Voraussetzung einer Haftungsprivilegierung als Host-Provider aus § 16 ECG ist die Speicherung von Informationen „für einen Nutzer“. Daraus ergibt sich, dass der Betreiber eines Onlinedienstes, wie es das Videoportal Youtube darstellt, grundsätzlich gemäß § 16 ECG für fremde Informationen, die er für einen Nutzer speichert, nicht verantwortlich ist. Ferner ergibt sich aus § 18 Abs. 1 ECG, dass der Betreiber grundsätzlich nicht verpflichtet ist, die von ihm übermittelten oder gespeicherten Informationen zu überwachen oder nach Umständen zu forschen, die auf eine rechtswidrige Tätigkeit hinweisen. Voraussetzung dafür ist nach § 16 ECG, dass der Betreiber die genannten Voraussetzungen (keine Kenntnis bzw. sofortiges Handeln nach Kenntnis) erfüllt. Verlässt der Anbieter dagegen seine neutrale Vermittlerposition und übernimmt er eine aktive Rolle, die ihm eine Kenntnis von bestimmten

Daten oder eine Kontrolle über sie verschaffen konnte, wird er hinsichtlich dieser Daten nicht von dem Anwendungsgebiet des § 16 ECG erfasst und kann sich deshalb insoweit auch nicht auf das Haftungsprivileg berufen.

Genau das ist im vorliegenden Fall verwirklicht.

Durch die nach den Feststellungen erfolgten Verknüpfungen, Sortierungen, Filterungen und Verlinkungen, insbesondere durch Erstellung von Inhaltsverzeichnissen nach vorgegebenen Kategorien, Ermittlung des Surfverhaltens der Nutzer und Erstellung eines maßgeschneiderten Surforschlags, Anbieten von Hilfestellungen, etc macht die Erstbeklagte das Uploaden – auch von urheberrechtsverletzenden – Videos für die User leicht und interessant. Dies führt notorisch dazu, dass etliche User gerade wegen der einfachen und strukturierten Aufrufbarkeit die Betrachtung der - auch urheberrechtsverletzenden - Uploads einem urheberrechtsentgeltspflichtigen Erwerb der upgeloadeten Inhalte vorziehen und die Erstbeklagte gerade von diesen massenweisen Betrachtungen wirtschaftlich profitiert, und zwar durch eigene Bannerwerbung wie auch durch den oben dargestellten Monetarisierungsvorgang. Damit ist die Erstbeklagte als Anstifterin oder zumindest Gehilfin der Urheberrechtsverletzungen anzusehen, ohne dass sie sich auf das Hostprovider-Privileg berufen kann. Die nunmehr unstrittige jeweilige Entfernung nach Nachweis der Urheberrechte („Claim“) kann die Erstbeklagte eben so wenig von ihrer Haftung befreien wie die Zurverfügungstellung der „content-ID“, bei der der Rechteinhaber verhalten ist, vorweg eine Referenzdatei zur Verfügung zu stellen.

Es war daher dem Unterlassungshauptbegehren statt zu geben, ohne dass auf eine allfällige – zur Begründung der Eventualbegehren herangezogene – Wettbewerbswidrigkeit des Verhaltens der Erstbeklagten näher eingegangen werden musste.

Die Kostenentscheidung stützt sich auf § 41 ZPO. Die Klägerin hat zur Gänze obsiegt Ihr steht daher voller Kostenersatz zu.

Zur Höhe der zugesprochenen Kosten:

1. Gegen die Höhe der von der Klägerin verzeichneten Kosten hat die Erstbeklagte eingewendet, dass Fristerstreckungsanträge, für die die Ursache in der Sphäre der antragstellenden Partei selbst liegt, nicht vom Prozessgegner zu honorieren seien. Dies treffe für den Antrag der klagenden Partei vom 25.10.2016 (ON 32) zu.

Damit ist die Erstbeklagte im Recht. Über den Kostenersatzanspruch wurde zudem bereits mit Beschluss vom 27.10.2016 abweisend entschieden. Die dafür verzeichneten Kosten waren daher vom Kostenverzeichnis der Klägerin in Abzug zu bringen.

2. Weiters bringt die Erstbeklagte zur Kostennote der Klägerin vor, dass die Klägerin in ihrem Schriftsatz vom 20.3.2018 vorgebracht habe, die Erstbeklagte Partei habe für ihre Berufung vom 14.9.2015 mit EUR 45.000,00 eine falsche Bemessungsgrundlage herangezogen und dadurch überhöhte Kosten verzeichnet. Es werde diesbezüglich darauf verwiesen, dass die Klägerin ihrer Berufungsbeantwortung vom 13.10.2015 ebenso eine Bemessungsgrundlage von EUR 45.000,- zu Grunde gelegt habe. Folge man daher den Ausführungen der Klägerin, sei der für die Berufungsbeantwortung vom 13.10.2015 verzeichnete Betrag entsprechend zu korrigieren.

Hier ist der Erstbeklagten darin zuzustimmen, dass die Bemessungsgrundlage des Berufungsverfahrens tatsächlich EUR 45.000,- betragen hat. Auch das OLG Wien ist in seiner Entscheidung im Berufungsverfahren von diesem Streitwert ausgegangen (ON 28). eine diesbezügliche Korrektur war daher nicht vorzunehmen.

3. Das Gericht hat selbst wenn keine Einwände gegen die Kostennote erhoben werden, offenbare Unrichtigkeiten des Kostenverzeichnisses zu berücksichtigen. Da das Verfahren zunächst gegen zwei Beklagte geführt wurde, und erst am Ende der Verhandlung vom 17.6.2015 gegenüber der Zweitbeklagten Ruhen eingetreten ist, waren bis einschließlich dieser Verhandlung der Klägerin nur die Hälfte der verzeichneten Kosten zuzusprechen.

---

**Handelsgericht Wien, Abteilung 11**  
**Wien, 04. Juni 2018**  
**Dr. Alexander Sackl, Richter**

---

Elektronische Ausfertigung  
gemäß § 79 GOG