

Web 2.0 – neue Herausforderungen für Juristen

Bernd Schauer

lawvision information systems
Prager Strasse 42/5, 1210 Wien
office@lawvision.at

Schlagnworte: Web 2.0, Wesen, Technik, E-Commerce, Rechtsprobleme
Abstract: Web 2.0 ist zu einem neuen Synonym für aktuelle Dienste im Internet geworden. Innerhalb kurzer Zeit haben diese Dienste zu einer erheblichen Veränderung des Internetangebots geführt. Der vorliegende Beitrag stellt diese Entwicklungen vor und untersucht, inwieweit die Rechtsordnung für diese neue Form des Internets gerüstet ist.

1. Einleitung

Der Begriff „Web 2.0“ steht heute für eine veränderte Wahrnehmung und Benutzung des WWW, die sich in den letzten Jahren abgezeichnet hat. Viele bisher gültige „Regeln“ und Geschäftsmodelle, die am Anfang des Webs standen, haben sich in kurzer Zeit erheblich verändert. Der Verleger Tim O’Reilly¹ stellte hierfür einen Vergleich auf: „DoubleClick war Web 1.0; Google AdSense ist Web 2.0. Ofoto war Web 1.0; Flickr ist Web 2.0.“ Wesentlichstes Merkmal dieses Trends ist, dass die Anwender im Internet bereitgestellte Inhalte in zunehmendem Maße selbst erstellen und/oder weiterbearbeiten. Diese Entwicklung wird durch neue Technologien weiter vorangetrieben.

2. Merkmale

2.1 Wesen und Technik

Die im Web 2.0 zur Anwendung kommende Technik ist vielfältig und verändert sich sehr rasch, getrieben durch Open Source Projekte. Typische

1 <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>.

Internet-Anwendungen des Web 2.0 zeichnen sich durch folgende Merkmale aus:

- Abonnementdienste („Feeds“) auf Basis von RSS/Atom, bei denen Informationen zwischen den einzelnen Websites laufend ausgetauscht werden, moderne Browser bieten standardmäßig hierfür auch eigene Reader an, mit denen diese Informationen direkt im Browser eingesehen werden können;²
- Unterschiedliche Webservices von verschiedenen Anbietern werden miteinander kombiniert, um neue Dienste für den Anwender zu schaffen;
- neue Webtechnologien, die den Zugang zu Webanwendungen vereinfachen (zB Ajax);
- Zunahme der Weblogs³ gegenüber klassischen Websites;
- Entstehung von Applikationen, die die Bildung von sozialen Netzwerken fördern;
- Entstehung von neuen einfachen Geschäftsmodellen, die ortsunabhängig auf dem gemeinsamen Nutzen und Verarbeiten von Inhalten und technischen Diensten basieren;
- Die Anwendungen werden laufend weiterentwickelt – der „klassische“ Softwarezyklus findet daher selten ein Ende, vielmehr befinden sich viele Webprojekte immerwährend in einem Beta-Stadium.

2.2 Anforderungen

An Web 2.0-Anwendungen werden besondere Anforderungen gestellt:

- Der Zugang erfolgt über einfache Internetbrowser; es ist in der Regel keine zusätzliche Software notwendig.
- Die Seiten werden dynamisch generiert und für den Anwender personalisiert.
- Das Web wird zunehmend als eigene Plattform anstatt des lokalen PCs gesehen. Daten (Fotos, Dokumente, Musik) werden vom Anwender im Web abgelegt, damit er selbst von jedem Internetanschluss auf diese zugreifen kann.
- Der Anwender kann selbst Beiträge erstellen und im System veröffentlichen. Inhalte („Content“) werden wichtiger als das optische Aussehen der Website.

² ZB Anzeigen der neuesten Schlagzeilen von Zeitungen; neue Beiträge in Websites, etc

³ Persönliche „Tagebücher“ im Web; vgl www.blogger.com.

- Je nach Zugangsrecht und Rollensystem kann der User darüber hinaus fremde Beiträge einsehen und verändern, ergänzen oder kommentieren.
- Unter den Anwendern entsteht ein Gefühl der Zusammengehörigkeit („Community“), die durch die Applikation mit technischen Funktionalitäten gefördert wird. Durch die einfache Bedienbarkeit der Systeme kann jeder mitarbeiten.

2.3 Web 2.0-Anwendungen in der Praxis

2.3.1 Social Networks

Die Basis für Web 2.0-Anwendungen sind Entwicklungen, die unter dem Begriff des „Social Bookmarking“, „Social Web“ oder der „Social Software“ zusammengefasst werden können. Im Mittelpunkt dieser Anwendungen steht neben der Vernetzung von Anwendern⁴ die Vernetzung von Content, der von Menschen erstellt, manuell oder durch das System vollautomatisch verlinkt und im Web gespeichert wird. Zu erwähnen sind an dieser Stelle die „Wikis“, wie zB die Web-Enzyklopädie Wikipedia⁵, Bildertausch-Angebote wie Flickr⁶, wo Anwender ihre Fotos hochladen, beschlagworten und schließlich nach bestimmten Begriffen durchsuchen können, oder die „Social-Bookmarking“-Plattform del.icio.us⁷.

Bei del.icio.us steht der Community-Gedanke im Vordergrund, wo viele Internet-Surfer gemeinsam eine umfangreiche „Browser-Bookmark“-Sammlung der Welt zusammengestellt haben. Wie bei Flickr wird auch hier „Content“ (Bookmark) beschlagwortet und dadurch suchbar gemacht. Zusätzlich kann aber auch festgestellt werden, welche und wie viele Benutzer die entsprechende verlinkte Website ebenfalls als Bookmark haben, wodurch man Rückschlüsse ziehen kann auf die Qualität – für die im Gegensatz zu herkömmlichen Suchmaschinen Menschen verantwortlich sind – und die Relevanz der betroffenen Website.

del.icio.us und Flickr stehen dabei als Vertreter eines Trends, der als „Folksonomy“ bezeichnet wird. Darunter wird die gemeinschaftliche Erstellung und Kategorisierung⁹ von Content mit frei wählbaren Keywords

4 Vgl Skype www.skype.com, MySpace www.myspace.com.

5 <http://de.wikipedia.org/wiki/Hauptseite>.

6 <http://www.flickr.com>.

7 <http://del.icio.us/>.

8 Lesezeichen/Favoriten im Internet-Browser.

9 „Collaborative tagging“, „social tagging“.

(„Tags“) verstanden, dh es gibt keine vom System vorgegebenen Indizierungsregeln.¹⁰ Durch das „Taggen“ werden vielseitige, häufig überlappende und übergreifende Assoziiierungen ermöglicht, die der Arbeitsweise des menschlichen Gehirns viel näher kommen als eine strikte, eingeschränkte Kategorisierung.

Anwender auf MySpace können kostenlos ein persönliches Profil anlegen und Kontakte mit anderen Internet-Nutzern knüpfen. Sie schildern ihre Vorlieben, führen öffentlich Tagebuch und stellen Musikstücke, Bilder und Filme zur Verfügung. MySpace war ursprünglich eine Plattform für Künstler und Musikbands, die „ihren MySpace“ für ihre eigenen Kompositionen und für Informationen ihrer Fans einrichteten. Über die Plattform konnten Musikbands und Fans auch miteinander in Kontakt treten.

Auf dem Videoportal YouTube findet man Film- und Fernsehausschnitte, Musikvideos sowie selbst gedrehte Filme, die von Anwendern ins System geladen werden können. Über „Video-Feeds“ können diese in Weblogs eingebunden werden, aber auch einfach in fremde Webseiten über eine Programmierschnittstelle (API) integriert werden.

2.3.2 Wirtschaftliche Bedeutung im E-Commerce

Erfolgreiche Internet-Unternehmen, die in der Web 2.0-Ära für Furore sorgen, machen sich die Stärke des Web und der Anwender zu eigen. Sie nutzen die „kollektive Intelligenz“, das Wissen und die Bereitschaft der Anwender, in deren System Content einzupflegen.¹¹

Hyperlinks bilden hierbei die Grundlage – und mit der Verlinkung durch andere Nutzer wächst das Informationsnetzwerk stetig und auf natürliche Weise an. Menschlich qualifizierte Informationen gewinnen gegenüber den „Web-Robots“ der herkömmlichen Suchmaschinen immer mehr an Bedeutung.¹²

eBay's Auktionsplattform¹³ lebt ebenfalls von der gemeinschaftlichen Aktivität der Anwender. Durch die Anwender selbst wird die Website laufend mit neu angebotenen Produkten aktualisiert. Die von Menschen vorgenommene Bewertung der Auktionsanbieter und der von ihnen angebotenen Produkte fließt direkt in das System ein. Das Unternehmen beschränkt

10 Interview mit Tim O'Reilly unter http://zeus.zeit.de/text/2006/39/Interv_Reilly; http://de.wikipedia.org/wiki/Gemeinschaftliches_Indexieren.

11 <http://twozero.uni-koeln.de>; <http://web-zweinull.de>.

12 Vgl Google's „Page Rank“-System, bei der die manuell gesetzten Links auf andere Websites erheblich in das Suchergebnis einfließen.

13 <http://www.ebay.com>.

sich zunehmend auf die Bereitstellung der technischen Umgebung und der Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften.

Auch Open Source Softwareprojekte wie Linux, Apache, MySQL, Perl, PHP und Python haben Bedeutung durch die Anwender und die durch das Netz ermöglichte kollektive Intelligenz gewonnen.¹⁴ Mitglieder der Community entwickeln die Software weiter, laden Source-Codes herunter und bearbeiten diese oder stellen wiederum neue Softwareprojekte ins Web.

Amazon's Erfolg in den letzten Jahren beruht ebenso auf der Einbindung der Anwender ins System. Sehr früh nutzte man die „Intelligenz“ der Websitebesucher für die Bewertung von Produkten. Darüber hinaus wurden zahlreiche Interaktionsmöglichkeiten auf allen Seiten im Amazon-System angeboten, was schließlich zu qualifizierteren Suchresultaten führte. Gegenüber anderen Anbietern am Markt, deren Ergebnisseiten nach einer Produktrecherche mit firmeneigenen oder gesponserten Resultaten beginnen, starten die Trefferlisten bei Amazon mit Produkten, die von Lesern am besten und nach einem systemintern berechneten Maßstab bewertet wurden. In diesem Maßstab sind nicht nur Absatzmengen, sondern auch andere Faktoren aus dem Anwenderverhalten berücksichtigt.¹⁵

Wie weit die Idee des Web 2.0 gehen kann, zeigt Second Life¹⁶. Second Life ist eine webbasierte 3D-Simulation einer vom Benutzer bestimmten virtuellen Welt. In dieser können Anwender virtuelle „Alter Egos“ erschaffen, mit anderen interagieren, spielen, Geschäfte abwickeln und anderweitig kommunizieren.

Bemerkenswert ist bei vielen erfolgreichen Web 2.0-Unternehmen, dass diese in der Regel nicht aktiv Werbung betreiben – sie setzen fast ausschließlich wiederum auf ihre Anwender und auf die daraus resultierende Mundpropaganda.

Die Anwender sind somit zu einem wesentlichen wirtschaftlichen Faktor geworden – nicht nur als potentielle Zielgruppe für Werbemaßnahmen oder als Absatzmarkt, sondern auch für die Weiterentwicklung einer webbasierten Applikation eines Unternehmens. Unter diesem Aspekt sind auch einzelne Firmenübernahmen in den USA zu sehen.¹⁷

14 Vgl die Projekte auf SourceForge.com.

15 <http://www.amazon.com>.

16 <http://secondlife.com>.

17 Übernahme YouTube durch Google; Rupert Murdoch übernahm MySpace um rund 580 Mio. US-Dollar. Die Plattform hat derzeit rund 100 Mio. registrierte Anwender.

3. Rechtliche Herausforderungen

Web 2.0-Anwendungen werfen in der Praxis vielfältige urheberrechtliche Fragen auf. Die Frage nach der Urheberschaft im Hinblick auf Content, der durch eine Vielzahl von Nutzern erstellt und laufend bearbeitet und geändert werden kann, führt in der juristischen Praxis, abgesehen von anonymen Anwendern, die Scheinidentitäten und gefälschte Userkonten verwenden, zu erheblichen Beweisproblemen.

Aufsehen haben in den letzten Monaten die Vorwürfe gegen das Videoportal YouTube erregt. Der US-Medienkonzern Viacom, unter dessen Dach sich unter anderem die Musiksender MTV und VH1 befinden, wirft Google und dessen Tochter YouTube „massive Copyright-Verletzungen“ vor und verlangt Schadenersatz in der Höhe von 1 Milliarde US-Dollar, da Musikvideos von Usern in YouTube hochgeladen wurden.¹⁸ NBC und CBS haben einen anderen Weg eingeschlagen und vor kurzem entsprechende Lizenzvereinbarungen getroffen.

Die Frage der Haftung der Unternehmer, die Web 2.0-Anwendungen anbieten, ist ebenfalls umstritten. Höchststrichterliche Entscheidungen, die auf Web 2.0-Fällen basieren, sind derzeit nicht verfügbar. Anhaltspunkte bieten aber die bestehenden Grundsätze zur Forenhaftung.¹⁹

In Österreich ist hierbei auf die Entscheidung des LG Feldkirch vom 05. 05. 2004 (3 R 142/04 m) und des OLG Wien vom 03. 08. 2006 (3 R 10/06x) zu verweisen.

Das LG Feldkirch nahm im konkreten Fall eine umgehende Prüf- und Überwachungspflicht für den Betreiber im Hinblick auf kreditschädigende Kommentare in einem Forum an. Kann unabhängig von der Vielzahl der Einträge im Forum die Überwachung nicht sichergestellt werden, darf nach Ansicht des LG ein derartiges Forum nicht oder nur in eingeschränktem Maße angeboten werden.

Das OLG Wien kam dagegen zu einem anderen Schluss. Es hielt fest, dass Forenbetreiber gemäß § 16 ECG nur einer eingeschränkten Haftung unterliegen. Eine Haftung für Content, der durch einen dritten Anwender erstellt wird, bestehe nur dann, wenn der Forenbetreiber trotz positiver Kenntnis (Strafrecht) oder fahrlässiger Unkenntnis (Zivilrecht) den entsprechenden schädigenden Inhalt nicht löscht.

¹⁸ <http://www.viacom.com/>.

¹⁹ Vgl dazu *Anderl*, PRVAnews, 2006, 20. 10. 2006, http://news.prva.at/index.php/weblog/more/recht_forenhaftung_klar/.

Eine Pflicht zur Einrichtung von etwaigen manuellen oder automatischen Prüfmechanismen wurde aber zu Recht abgelehnt. Das OLG Wien wies darauf hin, dass den Forenbetreiber aufgrund § 18 Abs 1 ECG keine solche allgemeine Pflicht trifft.

In Deutschland ist in diesem Zusammenhang auf die „heise.de“-Urteile des LG Hamburg vom 02. 12. 2005 (324 O 721/05), des OLG Hamburg vom 22. 08. 2006 (7 U 50/06) und auf eine Entscheidung des OLG München vom 9. 11. 2006 (Az. 6 U 1675/06) zu verweisen.²⁰

Die Hamburger Gerichte sahen die Haftung eines Nachrichtenportals im Internet als gegeben an, wenn von den Anwendern Forumsbeiträge publiziert werden, die in schädigender Absicht zum massenhaften Download eines bestimmten Programms aufgerufen hatten, um den Server-Betrieb eines dritten Unternehmens zu stören. Die entsprechenden Beiträge wurden nach einem Hinweis rasch entfernt und weiters wurde auch zugesagt, künftig alle Meldungen, die zur Störung des Servers der Klägerin aufrufen, nach konkreter Benennung zu löschen. Das Portal hat es aber abgelehnt, eine entsprechende Unterlassungserklärung abzugeben.

Als zentraler Grund für die Haftung von heise wurde vom Gericht angeführt, dass keine geeigneten Vorkehrungen getroffen wurden, mit denen die Verbreitung offensichtlich rechtswidriger Beiträge hätte verhindert werden können.

Das OLG München kam in einem anderen Verfahren über die missbräuchliche Verwendung eines Kartenausschnitts zum Schluss, dass der Betreiber einer Plattform trotz einer früheren in ähnlicher Sache ergangenen Abmahnung nicht verantwortlich gemacht werden könnte. Die Verletzung der Urheberrechte war im konkreten Fall nicht offensichtlich und für den Forenbetreiber nicht erkennbar gewesen.

Die Grundsätze, die von der Judikatur bisher ausgeführt wurden, lassen sich vielfach auch auf Anbieter von Web 2.0-Anwendungen übertragen. Betreiber sollten demnach Hinweise auf rechtsverletzende Inhalte prüfen. Sind diese begründet, sind die entsprechenden Inhalte unverzüglich zu löschen. Ob eine etwaige Überwachungspflicht für wiederkehrende „gleichgelagerte“ Rechtsverstöße besteht, ist in Österreich bisher von der Judikatur nicht geklärt worden, in Deutschland wird diese bejaht.

Wie umfangreich Überwachungspflichten sein müssen, ist von der Rechtsprechung in Deutschland nicht abschließend geklärt worden und wird nach Ansicht einiger Autoren daher vom jeweiligen Einzelfall abhängen.

20 Vgl. *Ulbricht*, <http://www.rechtzweinull.de/index.php?/archives/7-Praxistipps-fuer-Forenbetreiber.html>.

Was bei textbasierten Inhalten einer Website wohl noch einfacher möglich und eher zumutbar sein wird, ist bei Videos oder Musik derzeit technisch nur schwer und mit erheblichem finanziellen Aufwand realisierbar. Problematisch sind diese Mechanismen wiederum angesichts einer möglichen Zensur, wenn man an die Meinungs- oder Pressefreiheit denkt, vor allem auch, wenn diese Filter mit automatischen Löschungsfunktionen ausgestattet sind.

Offen ist auch die Frage, ob entsprechende automatische Kontrollfilter überhaupt haftungsvermeidend oder wegen der daraus potentiell resultierenden Kenntnis einer Rechtsverletzung im Einzelfall auch haftungsbegründend sein können. Diese Fragen werden wohl die Gerichte abschließend zu klären haben.

4. Fazit

Web 2.0 ist heute trotz der strittigen und ungeklärten Rechtslage aus dem E-Commerce nicht mehr wegzudenken. Wirtschaftlich tragen diese Applikationen erheblich zum geschäftlichen Erfolg vieler Internetunternehmen bei. Ob Web 2.0 allerdings wirklich so „neu“ ist, ist nicht unumstritten. Tim Berners-Lee, der Begründer des WWW, bezeichnet den Begriff Web 2.0 kritisch als „Jargon, von dem keiner auch nur weiß, was er bedeuten soll“. Er vertritt vielmehr die Ansicht, dass das angeblich „neue Netzverständnis“ des Web 2.0 in Wahrheit nichts anderes ist als das ursprüngliche Netzverständnis am Beginn des WWW – „Web 1.0 was all about connecting people“.²¹

21 Vgl <http://www-128.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206.txt> – Interview mit Tim Berners-Lee, IBM developerWorks.