



**Hektor Haarkötter/
Johanna Wergen (Hrsg.):**
*Das YouTubiversum. Chancen und
Disruptionen der Onlinevideo-
Plattform in Theorie und Praxis.*
Wiesbaden 2019: Springer VS.
209 Seiten, 49,99 Euro

Das YouTubiversum

Die zehn Beiträge des Bandes beleuchten das Medienphänomen YouTube aus vielerlei Perspektiven, von Serien auf der Plattform über journalistische Inhalte und Geschäftsmodelle bis zu juristischen Fragen des Urheberrechts und des Datenschutzes. Die Beiträge gehen auf eine Ringvorlesung an der HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft Köln zurück. Nach Auffassung der Herausgeberin und des Herausgebers rührt der wirtschaftliche Erfolg der Plattform daher, dass „die Onlinevideoplattform YouTube einige Vorteile in sich vereint, nämlich die Reaktivität eines Onlinemediums mit der weidlichen Passivität eines unterhaltungsorientierten Fernsehkonsums“ (S. 2). Mit Reaktivität ist hier gemeint, dass Nutzerinnen und Nutzer aktiv werden können, indem sie kommentieren oder selbst Inhalte hochladen können. Den Fernsehkonsum verstehen sie in Anlehnung an die Soziologin Angela Keppler als „aktive Passivität“ (S. 3). Der Erfolg der Plattform hat auch dazu geführt, dass eigene mediale Formen, z. B. Vlogs entstanden sind. Hektor Haarkötter zeigt in seinem Beitrag, dass sich YouTuber im Hinblick auf eine journalistische Grundversorgung nicht vor den klassischen Medienanbietern verstecken müssen. Allerdings beschränken sich viele YouTuber „häufig in Form von Mashups und Medienrecycling auf journalistische Zweitverwertung desjenigen Materials, das sie selbst in den klassischen Medien vorfinden. Ihre eigene inhaltliche journalistische Qualität ist darum nur eine ‚geborgte‘“ (S. 31). Ausnahmen wie das Rezo-Video – das erst nach Veröffentlichung dieses Buches eine große Aufmerksamkeit bekam, bestätigen die Regel. Johanna Wergen geht in ihrem Beitrag auf Regulierungsmaßnahmen und Zensur der Plattform in verschiedenen Ländern ein. Gerade weil YouTube junge Nutzerinnen und Nutzer erreicht, nutzen alle größeren Auslandssender die Plattform für die Verbreitung ihrer Inhalte. Allerdings werden dabei nicht nur die Inhalte aus den klassischen Medien übertragen, sondern es gilt, „Themen und Formate zu finden, die zur Nutzungssituation auf der Plattform passen und gleichzeitig den Programmauftrag erfüllen“ (S. 51).

Christine Piepiorka widmet sich in ihrem Beitrag den seriellen Formaten auf YouTube und geht davon aus, dass die Unterschiede zwischen klassischen Fernsehserien und Webserien immer mehr verschwinden werden. Zugleich imitiert YouTube das Fernsehen, indem es Kanäle schafft, die auf bestimmte Inhalte fokussiert sind. Auf diese Weise wird YouTube zu einer wichtigen Ergänzung des Fernsehens, was sich u. a. auch darin zeigt, dass Zusatzangebote bzw. transmediale Erweiterungen zu Fernsehserien auf der Plattform zu sehen sind – Piepiorka zeigt dies am Beispiel der Serien *Game of Thrones* und *Dexter*. Simon Meier untersucht in seinem Beitrag die Kommentare zu Mitschnitten von politischen Talkshows im Fernsehen. Die Kommentare sind zwar öffentlich, aber sie lehnen sich „gleichwohl an Prinzipien der Mündlichkeit“ an (S. 89) und richten sich sowohl an die Produzenten der Sendungen als auch an die Kommentierenden. Für Meier steht fest, dass sie Formen der Anschlusskommunikation sind und einen medienkritischen Kern haben.

Die Beiträge von Thomas Petzold und Michael Frenzel beschäftigen sich mit der wirtschaftlichen Bedeutung von YouTube. Während Petzold die Arbeit von Multi Channel Networks (MCNs) beschreibt und einen Konsolidierungsprozess ausmacht, untersucht Frenzel die Finanzierungsmöglichkeiten für journalistische Inhalte. MCNs vermarkten Influencer oder Creator, wie Petzold sie nennt, sowie Marken auf YouTube, und sie agieren international. Journalistische Inhalte haben selten eine so große Reichweite, dass sie sich durch Werbung finanzieren lassen. „Regelmäßige professionelle journalistische Formate haben auf YouTube nur wenige Refinanzierungsoptionen. Reportagen und Serien gelingt noch am ehesten eine erfolgversprechende Mobilisierung über Crowd-Funding“ (S. 125). Moritz Meyer nimmt die Sehgewohnheiten in den Blick und stellt fest, dass es nie einfacher war, „Inhalte für ein großes Publikum zu produzieren und zu veröffentlichen“ (S. 145), doch muss erst einmal die Aufmerksamkeit des Publikums gewonnen werden. Hendrik Unger weist darauf hin, dass YouTuberinnen und YouTuber ihre Einnahmen auch versteuern müssen. Christian Solmecke benennt die zahlreichen juristischen Stolpersteine, die auf Produzenten- wie Nutzer-Seite auf YouTube lauern, vom Persönlichkeitsrecht über Copyright und Datenschutz bis hin zur Impressumspflicht. Den Band beschließt der Beitrag von Martin Welker, der sich mit Bewegtbildern auf Instagram und Twitter befasst.

Insgesamt bietet das Buch einen gelungenen Überblick über die vielfältigen Aspekte von YouTube. So erhält der Titel des Bandes, *Das YouTubiversum*, „das seinen eigenen Bedeutungshorizont definiert und längst eine eigene Welt darstellt“ (S. 4), seine Berechtigung.

Prof. Dr. Lothar Mikos