

# Standort: oe1.ORF.at



## Navigation

- [Programm](#)
- [Musik](#)
- [Kultur](#)
- [Journale](#)
- [Wissen](#)
- [Gesellschaft](#)
- [Religion](#)
  
- [Log In](#)
- [Suche](#)

Wissen

◀ [zurück](#)

## matrix - computer & neue medien

Sonntag

27. September 2015

22:30

[Auf Facebook teilen](#) [Auf Twitter teilen](#) [Auf Google+ teilen](#)

1. Schleichwerbung? YouTube zwischen Meinung und Marketing
2. Schnell kriminell? Neues Urheberrecht kommt.

1. Längst vermarkten sich YouTube-Stars auch im deutschsprachigen Raum. Und in Österreich werden erste Netzwerke aufgebaut, die mit heimischen YouTube-Kanälen zusammenarbeiten und die Betreiber gegenüber der Werbewirtschaft vertreten wollen. Für Geld werden YouTuber zu Testimonials, präsentieren YouTube-Kanäle von Marken oder bauen bestimmte Produkte von Unternehmen in ihre Videos ein. Ähnlich bekommen auch manche Blogger Geld dafür, dass sie über Produkte oder Dienstleistungen bloggen. Wo genau die Grenze zwischen Werbung bzw. Marketing und Meinung verläuft, ist dabei häufig unklar, wie Lukas Plank zeigt.

2. Ab 1. Oktober gilt in Österreich ein neues Urheberrechtsgesetz. Noch vor der Sommerpause hat der Ministerrat einen umstrittenen Gesetzestext präsentiert, der am kommenden Donnerstag in Kraft tritt. Seit vielen Jahren wird über eine notwendige Reform des Urheberrechts und zum Beispiel über die umstrittene Festplattenabgabe diskutiert - es ist eine festgefahrene Debatte zwischen Autoren, Künstlern, Verwertungsgesellschaften, dem Handel und Konsumenten.

Ob das neue Urheberrechtsgesetz eine zeitgemäße Lösung für die digitale Welt liefert, ist allerdings fraglich. Die Initiative "Kunst hat Recht" spricht sich zwar schon lange Zeit für eine

Festplattenabgabe aus, befürchtet mit der Gesetzesnovelle aber eine Verschlechterung für Kunstschaffende und keine faire Entlohnung. Unmut äußerten vor dem Sommer auch die Telekombetreiber, für die eine Art Handysteuern der falsche Weg ist. Was sich für Nutzer und Nutzerinnen beim Herunterladen, beim Streamen und beim Kaufen von Speichermedien ab 1. Oktober ändert, berichtet Julia Gindl.

Lady Gagas „Telephone“ wird, in seinem Erscheinungsjahr 2010 rund 7,4 Millionen Mal verkauft. Heute hat „Telephone“ knapp 240 Millionen Aufrufe auf Youtube. Für Wissenschaftler am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist das Video aber vor allem eines: Teil einer experimentellen Studie. Im Zentrum stehen dabei Produktplatzierungen, konkret die Marke „Polaroid“.

Für Werbetreibende sind Produktplatzierungen vor allem deswegen interessant, weil Zuseher meist nicht sofort erkennen, dass es sich um Werbebotschaften handelt, sagt Jörg Matthes Professor für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien. Werbung und Programm seien hier in der Regel sehr eng miteinander verwoben.

Wenn ein Fernsehfilm oder das Radioprogramm durch klassische Werbung unterbrochen wird, wissen wir als Zuseher in der Regel: Jetzt kommt Werbung, jetzt will man mir etwas verkaufen. Und wir können einfach umschalten, bis die Werbung wieder vorbei ist. Bei Produktplatzierungen ist das unmöglich.

Eigentlich müssen Produktplatzierungen im Fernsehen und zum Teil auch auf Youtube gekennzeichnet werden. Viele Youtube-Kanäle, in denen Produkte präsentiert werden, bewegen sich in einer Grauzone. Häufig geben Jugendliche Schminktipp – und halten dabei Lippenstift und Nagellack samt Markenname in die Kamera. Fashion-Blogger präsentieren Modetrends und Videoblogger Elektrogeräte – irgendwo zwischen eigener Meinung und bezahltem Marketing. Jörg Matthes wünscht sich, dass Zuseher besser darüber aufgeklärt werden, was Produktplatzierungen sind und wie sie wirken.

◀ [zurück](#)

[zur Sendereihe](#) ▶

Kategorie: [Wissen](#)

## Programm

**Mo Di Mi Do Fr Sa So**

1 2 3 4 5 6

7 8 9 10 11 12 13

14 15 16 17 18 19 20

21 22 23 24 25 26 27

28 29 30

[Oktober](#) ▶

[Gestern](#)

[Morgen](#)

[Heute](#)

[Wissen Downloads](#)

## Social Media

Zwei Klicks für mehr Datenschutz: Erst wenn Sie dieses Feld durch einen Klick aktivieren, werden die Buttons aktiv, und Sie können Ihre Empfehlung an Facebook, Twitter und Google+ senden. Schon beim Aktivieren werden Informationen an diese Netzwerke übertragen und dort gespeichert. Näheres erfahren Sie durch einen Klick auf das i.

- nicht mit Facebook verbunden Social-Media-Dienste aktivieren



- nicht mit Twitter verbunden



- nicht mit Google+ verbunden



- [Zwei Klicks für mehr Datenschutz: Erst wenn Sie dieses Feld durch einen Klick aktivieren, werden die Buttons aktiv, und Sie können Ihre Empfehlung an Facebook, Twitter und Google+ senden. Schon beim Aktivieren werden Informationen an diese Netzwerke übertragen und dort gespeichert. Näheres erfahren Sie durch einen Klick auf das i.](#)

## Mehr dazu auf oe1.orf.at

### Service

- [Richard Haderer](#)  
[Mirela Hrnica](#)  
[diego5studios](#)  
[Ingrid Gogl](#)

## oe1.ORF.at

### Suche

[Suchen](#)

### Ressorts

- [Musik](#)
- [Kultur](#)
- [Journale](#)
- [Wissen](#)
- [Gesellschaft](#)
- [Religion](#)

### Ö1 Plus

- [Club](#)
- [Kalender](#)
- [Shop](#)