

Im Olymp mit Sportclips

New Yorker als Vorbild für Youtube.ch-Partner

Am Anfang braucht es eine gute Idee und die Entschlossenheit, sie zu verwirklichen. Diese Erfahrung hat der New Yorker Videoblogger JR Jackson gemacht, der mit «JR Sport Brief» aus eigener Kraft in den Youtube-Olymp aufgestiegen ist.

Ehrgeizige Schweizer können sich JR zum Vorbild nehmen, wenn sie ihre Videos auf die vergangene Woche aufgeschaltete Site Youtube.ch hochladen. Der im Stadtteil Bronx aufgewachsene 26-Jährige nimmt für seinen Youtube-Kanal seit 2009 Videokommentare und -interviews zu Sportereignissen auf. Seine über 1100 Clips sind bald 63 Millionen Mal angeklickt worden. Der «Vlogger» hält einen Produktionsrhythmus von wöchentlich sieben bis neun Clips aufrecht.

Mit 1,5 bis 2,5 Millionen monatlichen Klicks zählt JR zur Spitzengruppe unter den weltweit über eine Million Youtube-Partnern. Wie viel er genau verdient, wollte er nicht verraten. Andere Videoblogger aus den USA nennen Zahlungen von zwischen 1.50 und 4 Dollar pro 1000 Klicks. Damit würden also monatlich zwischen 2250 und 3750 Dollar (bei 1.50 Dollar) oder 6000 bis 10 000 Dollar (bei 4 Dollar) zusammenkommen. Tausende verdienen laut Google-Sprecher Matthias Meyer so viel, dass sie davon leben können. Eine Zahl, die schwer zu überprüfen ist.

Die richtige Nische zu finden, sei wichtig, sagt JR Jackson. Youtube quelle über mit Komik, Gesang, Tier- und Essensvideos, weshalb seine Sportkommentare



JR Jackson (r.) im Interview mit dem Basketballer C. Anthony

eine Marktlücke gefüllt hätten. Auch bei den in der Schweiz beliebten Sportarten wie Fussball oder Skifahren gebe es bestimmt ungestillten Bedarf an Videos engagierter Kommentatoren, glaubt JRs Manager, der aus Thun stammende Charles Stettler. Noch in diesem Jahr soll «JR Sport Brief» zu einem «World Network» ausgeweitet werden, damit Fans aus aller Welt über ihren Sport mit Videos berichten können.

Die Kleinheit des Schweizer Markts sei kein unüberwindbares Problem, sagt Meyer. «Schweizer Partner können Inhalte nicht nur in der Schweiz senden, sondern überall, wo Youtube lanciert ist.» Als Beispiel nennt der Google-Sprecher den Beatboxer Pepouni, dessen Youtube-Kanal 44 000 Abonnenten und fast 14 Millionen Besuche zählt (s. Seite 63).

Der Erfolg kommt nicht ohne Schweiss zustande. «Ich kommuniziere mit meinen Fans den ganzen Tag lang», sagt JR. Der Blogger verwendet neben Youtube auch Twitter, Facebook und Instagram. Jeden Freitag beantwortet er in seinem Video Zuschauerfragen. Die Interaktivität sei das Wichtigste, sagt JR. «Sie unterscheidet Onlinevideo vom Fernsehen.»

MARTIN SUTER



Fans feiern 2012 auf der New Yorker 5th Avenue die Markteinführung des iPhone 5: Nonchalanter Umgang mit den eigenen Rechten

FOTO: KEYSTONE

Denn sie wissen nicht, was sie tun

Niemand liest Software-Nutzungsbedingungen – höchste Zeit, das fürs iPhone nachzuholen

VON BARNABY SKINNER

Über zwei Millionen Schweizer haben sich in den letzten vier Jahren ein iPhone, iPad oder iPod gekauft. Manche haben gar vor einem Apple Store übernachtet, um das neuste Wundergerät in den Händen zu halten. Dann haben sie in freudiger Konsumerrregung das niedliche Gerät von der Sichtfolie befreit, mit Strom versorgt und gewartet, bis das Apple-Zeichen zu leuchten begann.

Bevor die Tür zur wunderbaren Apple-Welt aufgeht, stellt der Konzern allerdings eine Bedingung: «BITTE LESEN SIE DIESEN SOFTWARELIZENZVERTRAG («LIZENZ») SORGFÄLTIG DURCH, BEVOR SIE IHR IOS-GERÄT IN BETRIEB NEHMEN.» Wer aber nimmt sich für diese Nutzungsbedingungen in der Länge von 45 481 Zeichen tatsächlich Zeit? Die meisten suchen möglichst schnell den «Weiter»-Knopf am Ende des Dokuments.

Der nonchalante Umgang mit Nutzungsbedingungen von Softwarelizenzen ist nicht auf Apple-Produkte beschränkt. Er ist auch bei Google-Diensten, auf Facebook oder Twitter zu beobachten. Dabei raubt uns proprietäre Software oft alle Rechte. Proprietär ist vom lateinischen «proprietas» abgeleitet und bedeutet Eigentum, Eigenschaft oder Charakter. Doch proprietäre Software besitzt niemand, ausser natürlich die Herstellerfirma selber. Die Software wird nicht gekauft, sondern nur lizenziert.

Was das im Falle von iOS, der iPhone-Software, bedeutet, legt Apple in 17 kryptischen Bedingungen fest. Die Sonntagszeitung hat diese in eine verständlichere Sprache übersetzt und kommentiert. Wer sich die Originalformulierungen zumuten will, findet sie auf iPhone oder iPad unter Einstellungen ► Allgemein ► Info ► Copyright ► Lizenz.

1. ALLGEMEINES Schon beim ersten Satz vergeht der Lesespass. Er hat 90 Wörter wie «Systemwiederherstellungssoftware» oder «Boot-ROM-Code». Es ginge auch kürzer. Etwa so: Wir, Apple, dürfen machen, was wir wollen. Die Firma behält sich das Recht vor, die Lizenz abzuändern, wann sie will. Das nächste System-Update könnte also eine Funktion beinhalten, die weltweit alle Telefonanrufe auf iPhones abhört. Nutzer könnten sich dagegen nicht wehren.

2. NUTZUNG UND BESCHRÄNKUNGEN Nur der Besitzer darf sein iPhone aktualisieren. Wer also sein Gerät abgibt, um es auf den neuesten Stand zu bringen, verletzt die Bedingungen. Ein Punkt, der den Autor dieses Textes freut. Wenn ihn das nächste Mal jemand darum bittet, wird er auf die Vertragsverletzung hinweisen.

3. ÜBERTRAGUNG Das Vermieten der iOS-Lizenz ist verboten, wie das Leasen. Erlaubt ist eine «permanente Übertragung aller Ihrer Lizenzrechte». Arbeitskollegen und Freunde des Autors sind ge-

warnet. Nächstes Mal, wenn er einwilligt, ein Gerät anzusehen, wird er es nicht zurückgeben, sondern darauf pochen, dass ihm bei Geräteübergabe alle Lizenzrechte übertragen worden seien.

4. EINWILLIGUNG DER VERWENDUNG VON DATEN Grundsätzlich räumt sich Apple das Recht ein, mit Nutzerdaten zu machen, was sie will. Hat jemand den Ortungsdienst eingeschaltet, hat die Firma etwa Zugriff auf die Echtzeitposition des Geräts oder auf Infos zur Fahrgeschwindigkeit auf der Strasse. Apple darf die Daten mit Dritten teilen. Selbstverständlich würden sie anonymisiert. Ob dies so bleibt, ist unklar. Siehe Bedingung 1.

5. DIENSTE UND MATERIALIEN VON DRITTANBIETERN Apple lehnt jede Haftung ab für fehlerhafte oder vulgäre Inhalte von Dritten.

6. LAUFZEIT Eine Laufzeitbeschränkung gibt es nicht, sofern sich der Nutzer an die Bedingungen hält. Tut er das nicht, wird die Lizenz entzogen.

7. GEWÄHRLEISTUNGSVERZICHT Dieser Punkt ist Apple offenbar wichtig, denn er ist in Grossbuchstaben verfasst. Was aber leider dazu führt, dass die Passage sehr schlecht lesbar wird. Vielleicht ist dies gewollt, weil sich Apple für den Inhalt schämt. Apple kann dem Kunden nämlich nicht garantieren, dass die Software tatsächlich auch funktioniert. Deshalb verbietet Apple an dieser

Stelle explizit, das iPhone oder iPad zur Steuerung von Kernkraftwerken, Flugzeugen oder Waffensystemen einzusetzen.

8. HAFTUNGSBESCHRÄNKUNG Immerhin. Weil Apple ihrer Software so wenig vertraut, akzeptiert sie Schadenssummen in der Höhe bis zu 250 US-Dollar, die nachweislich auf das Softwaresystem zurückzuführen sind.

9. DIGITALE ZERTIFIKATE Apple lehnt die Haftung für Schäden ab, die durch digitale Zertifikate entstehen. Solche Zertifikate prüfen beim Internetsurfen die Identität des Nutzers und sind oft das Ziel von Hackern.

10. EXPORTKONTROLLE Die Software darf nicht in Länder exportiert werden, die unter US-Embargo stehen. Darunter etwa Syrien, der Iran oder Nordkorea. Zudem ist es verboten, Personen, die auf der Liste der «Specially Designated Nationals» des US-Finanzministeriums figurieren, ein iPhone zu geben. Also aufgepasst. Auch wenn Hannibal al-Ghadhafi, Sohn des verstorbenen libyschen Diktators, noch so bettelt: nicht klein beigegeben.

11. US-BEHÖRDEN Apple betont, dass die Behörden keine Sonderrechte geniessen. Ja, warum denn auch?

12. ANWENDBARES RECHT UND TEILNICHTIGKEITEN Der Lizenzvertrag unterliegt den Gesetzen des US-Bundesstaates Kalifornien und keiner ärgerlichen UNO-

Konvention. Das «ärgerlich» steht natürlich nicht da. Ist aber zwischen den Zeilen zu lesen.

13. VOLLSTÄNDIGKEIT UND VERTRAGSSPRACHE Deutsch ist eigentlich die falsche Sprache, die Lizenz zu lesen. Kommt es zu Differenzen zwischen englischer und deutscher Version, ist Erste verbindlich.

14. ANERKENNUNG DER RECHTE DRITTER Noch mehr Lektüre. Apple verlangt ausdrücklich, die Bestimmungen von Google zu lesen.

15. NUTZUNG VON MPEG-4 Nicht, dass die Situation oft vorkommt, aber verlangen Sie niemals Geld für Videovorführungen auf dem iPhone. Der kommerzielle Einsatz ist verboten.

16. BESCHRÄNKUNGEN DES YAHOO-DIENSTES Yahoo ist nicht überall nutzbar. Warum Apple ausgerechnet von seinen Nutzern dies im Falle von Yahoo zu akzeptieren verlangt, ist schleierhaft. Auch Google ist nicht global zugänglich.

17. HINWEIS ZU MICROSOFT EXCHANGE Der Maildienst funktioniert nur bei Zugriff auf Microsoft-Server.

Wer mit dieser Lizenz nicht einverstanden ist, kann sein iPhone, iPad oder iPod innerhalb von 14 Tagen bei Apple zurückgeben und bekommt sein Geld zurückerstattet. Etwas, das in der Schweiz noch nie vorgekommen ist.