

Checkdisout #4 Wer glotzt TV? Grobes Transkript von der Veranstaltung, kein Anspruch auf Vollständigkeit.

Was wir sehen, wann und wie wir sehen, hat sich in den letzten zehn Jahren radikal geändert. Auch wenn die allabendliche TV-Berieselung noch ein Massenphänomen ist: die Risse in dem starren System zwischen Sender und Empfänger werden immer offensichtlicher.

"Checkdisout #4: Wer glotzt TV?" stellt in Zusammenarbeit mit Made For Full Screen neue Perspektiven, Formate und Macher von Bewegtbildinhalten vor.

Wir diskutieren über Flimmerkisten jeder Art, was darin läuft, Kreativität und wo der Weg sowohl im klassischen TV als auch im Internet - auf welchem Schirm auch immer - hingehen könnte.

Panel-Teilnehmer im Kunstverein Hamburg am 18.05.2010 sind:

Nikolai Longolius, Berlin schneevonmorgen.com/

"Ich glaube, dass Fernsehen viel besser ist als sein Ruf." (5:16)

Volker Heise, Berlin zeroone.de

"Es stimmt, es gibt eine gewisse Innovationsfeindlichkeit im deutschen Fernsehen." (9:35)

Frerk Lintz, Berlin folge-mag.com/

"Das Internet ist ganz großartig. Jeder kann publizieren. Jeder kann rausgehen und sagen, nicht nur sagen, es einfach machen: Hier ist meine Arbeit, kuckt euch das mal an. Und dann kommen andere Leute auf einen zu und dann passiert auch was." (17:34)

Stephanie Renner, Berlin tape.tv/

"Es geht bei uns letztlich um Entertainment. Und Entertainment soll Spaß machen. Wir wollen kein zweites Google entwickeln. Wir wollen einfach gutes Entertainment machen." (22:05)

Moderation:

Daniel Schoeps, danielschoeps.de

Wer glotzt TV? Teil 1: vimeo.com/mffs/cdo4teil1

Wer glotzt TV? Teil 2: vimeo.com/mffs/cdo4teil2

Wer glotzt TV? Teil 3: vimeo.com/mffs/cdo4teil3

Die Dokumentationen der ersten drei Checkdisout-Veranstaltungen zu "Ad Wars", "New Publishing" und "Music is Okay?!" finden sich hier: vimeo.com/album/96873

Made For Full Screen ist Medienpartner von "Checkdisout" und übernimmt die Audio-Video-Dokumentation dieser Diskussionsreihe zu "aktuellen Themen aus Gesellschaft, Medien, Kunst und Kultur". madeforfullscreen.de

Die Musik stammt auch diesmal wieder von ComixXx. myspace.com/comixxx

05:15 Wir haben hier vier Menschen sitzen, die alle im weitesten Sinne Fernsehen machen. (Frerk)

06:30 Ich mag gerne fernsehen, ich bin damit aufgewachsen, ich guck auch viel Fern. Ich glaube, dass Fernsehen viel besser ist als sein Ruf. (Niko)

07:40 Ich bin klassischer Fernseh-Gucker. Wir haben einen Fernseher, wir sitzen auf dem Sofa und gucken Fernsehen. Und das machen wir fast jeden Tag. Ich finde auch, dass Fernsehen sehr sehr sehr viel besser ist als sein Ruf. Viele Probleme kommen daher, dass Fernsehen manchmal nicht so richtig verstanden wird als das Medium, was es eigentlich ist. (Volker)

08:40 Ich glaube daran, dass sich Fernsehen gerade sehr stark verändert. Ich glaube auch, dass es einen Umzug ins Netz gibt, und dass das Netz viele neue Möglichkeiten schafft, die Fernsehen auch perspektivisch interessanter machen. Ich habe aber auch persönlich im Moment das Gefühl, dass wenn man über den Teich schaut und die großen, mit 24 und Lost habe ich gerade verschlungen. Das sind schon wahnsinnig innovative Formate, von daher kann ich schwer sagen, was muss man machen, damit es gut wird (Niko)

09:17: Daniel: Innovative Formate, das war mein Stichwort, da geh ich mal direkt zu Dir, Du bist der einzige hier in der Runde, der Fernsehen mit so Sendern zusammen realisiert.

V: Ganz old school meinst Du?

D: genau, so richtig alte Schule, wo man dann mit ARTE oder RBB, also mit öffentlich-rechtlichen Sendern in der Hauptsache, zu tun hat. Wo man dann vorher hingeh, ... lange Mühlen, um dann am Ende ein solches wirklich innovatives Format zu machen wie 24 Stunden in Berlin. (...) Preis der Herzen haha....

10:40 D: ein hoch innovatives Format, das hat auch ein bisschen was gekostet...

V: 2,7 Millionen. Zwei Tatorte

D: Zwei Tatorte. Für ne Doku, wenn man das so runterdampft. Wie kriegt man ein so hoch innovatives Format bei einem doch relativ wenig für Innovationen bekannten Partner wie dem öffentlich-rechtlichen Fernsehen unter?

V: Ja, indem man vorher auch schon innovative Formate macht, die funktionieren und Quote machen. Das ist ganz einfach. Ich meine es stimmt, es gibt eine gewisse Innovationfeindlichkeit im deutschen Fernsehen. Bei den Privaten ist es so: Solange sie nicht innovativ sein müssen, und Zuschauer haben ohne Innovativ zu sein, müssen sie auch nichts anderes machen, weil: innovativ sein bedeutet: Geld ausgeben. Die behalten das Geld natürlich lieber bei sich. Kann ich auch verstehen. Das heisst: da wird immer nur auf Druck reagiert. Bei den öffentlich rechtlichen ist es ähnlich: solange die die Zuschauer haben- und die haben sie- warum sollen sie dann irgendwas ändern? Deshalb gibt es diese Drucksituation nicht. Bei mir ist es eher so, das die Redaktion eigentlich immer erst zu mir kommt, wenn sie in einer Drucksituation sind. Wenn also im grunde

genommen sie denken, zB der RBB oder ARTE dann kommen, wir wollen etwas für 20 Jahre Mauerfall machen, was tolles, und dann hatten sie irgendwie gedacht an alte, sonn tollen Film zu machen darüber, wie die Mauer fiel und wir uns alle um die Hälse fallen und uns ganz toll finden. Und ich habe gesagt, dass das aber Quatsch ist, dass man eigentlich 20 Jahre nach dem Fall der Mauer nochmals kucken muss, was jetzt eigentlich los in dieser Stadt ist. Das ist eine Stadt, in der ich lebe, die einmal komplett - ich weiss nicht, ob das für Hamburger so vorstellbar ist, Berlin hat im Grunde genommen seine Einwohnerschaft zu zwei Dritteln komplett ausgetauscht in den letzten 20 Jahren, da ist eine Dynamik drin, eine Entwicklung, die sich so gar nicht abzeichnen im Bild. Vor allem nicht im Bild des Fernsehens, von sich selbst. Das Bild, das das Fernsehen über diese Stadt macht, vor allem nicht der RBB. So kam eben die Idee, die ich schon lange gehet habe zum Vollzug.

D. Und es hat funktioniert.

V: Ja, ich muss aber auch sagen, es ist natürlich auch so, dass ich davor ziemlich viel Mainstream-Zeug gemacht habe. Und die dann auch das Vertrauen hatten, dass ich das nach Hause bringe.

D. Für das Mainstream zeug gab es dann auch die Preise...

Man muss also ein bisschen was gemacht haben, das funktioniert hat, und dann trauen die einem vielleicht auch nach zehn Jahren mal über den Weg.

V. Ja, aber es ist dann nicht so, dass die sagen: Komm, mach mal das neue innovative Projekt, das da 2,7 Millionen kostet, sondern s... 5 Jahre. Ja, es stimmt: es gibt eine Innovationsfeindlichkeit im deutschen Fernsehen und ich glaube, die ist einmal darauf begründet, dass es gerade keinen Zwang gibt, auf der anderen Seite aber auch, dass es nicht wirklich ein innovatives Potenzial bei den Sendern gibt. Beim öffentlich rechtlichen, das ist vielleicht auch Generationen bedingt, dass so Leute, die um die 40 sind, die sind eher mit Musik, also MTV oder so unterwegs gewesen, die Leute, die um die 30 sind, sind mit Computer und Internet unterwegs gewesen, d.h. also, das ganze innovative Potenzial ist so ein bisschen an den Sendern vorbeigehuscht. Und das merkt man.

D: Darf man bei öffentlich-rechtlichen Sendern erst ab 50 Verantwortung übernehmen?

V: Die haben natürlich ein strukturelles Problem. Das strukturelle Problem liegt darin, dass 95% des Geldes in den laufenden Betrieb und die Pensions-Ansprüche gehen und 5% in die Produktionen, die dann aktuell gemacht werden.

D: Das heisst, Du arbeitest mit sagen wir Innovations-semi-begeisterten Partnern ab, wenn Du so ne Produktion machst? Bei Dir auf, der anderen Seite, ist es wirklich das genaue Gegenteil, ich weiss nicht wer alles das Internet-Interview Magazin FOLGE kennt, ich kann mal so ein paar Zitate sagen... FAZ: „Das schönste und intelligenteste Medienforumt“ ...

Wievielt verdienst Du damit?

F: Nüschte. (Hammer)

D: Und das würde mich jetzt mal interessieren: Warum?

F: Puh.. Fhhhww. Also ich hab FOLGE angefangen, weil ich die Filme machen wollte, weil ich die Interviews machen wollte, das war ganz am Anfang eigentlich angesetzt als DVD Magazin, da bin ich dann mit dem Konzept rumgerannt, da bin ich dann aber auch nicht wirklich weitergekommen. Dann dachte ich irgendwann: ich muss jetzt diese Interviews und Filme machen, so wie ich mir das vorstelle und hab angefangen, die online zu packen, hab dann noch ein kleines Blog gemacht. Ich bin selber nicht so gut in der Vermarktung. Ich bin auch nicht so der Sascha Lobo Typ, der sich dann hinstellt und sagt: ist alles ganz doll. Ich brauch dann eher andere Leute, die dann sagen, dass es ganz doll sei.

Ansonsten, ich komm nicht in die Sende rein, die Verlage wollen nicht wirklich was zahlen und ich will eigentlich nur meine Interviews machen. Ich will die Filme machen. Der Rest ist nicht so mein Ding. Ich will drehen.

D: Wenn Du jetzt aber jemanden wie Du würde ich mal tippen, nicht anfängt zu drehen, bevor eine Finanzierung steht...

V: Ja, aber man hat da schon 100.000 Euro drinne, bevor man weiss, ob Manns machen kann oder nicht. Du musst ja immer eine Vorfinanzierung haben bei solchen Projekten. Aber, was er sagt, stimmt natürlich. Wenn Du nur Deine Filme machen willst, ich hab das Glück, ich habe einen tollen Partner an meiner Seite, mit Thomas Kufus, der macht für mich das Marketing, der verkauft das Zeug nach draußen. Aber wenn Du das nicht hast, dann hast Du ein Problem. Weil es natürlich über Netzwerke und verkaufen funktioniert oft.

D: d.h. du machst es einfach, wenn man es mal so sagen darf.

F: Ja. Klar.

D: Könntest du mal, für die, die es nicht kennen (...) Wie würdest Du Deinen Ansatz beschreiben?

F: Die Anfangsmotivation war, dass ich die Talkshows im Fernsehen leid war. Wo sich am Wochenende, vornehmlich Freitag Samstag auf den dritten Programmen, gibt's dann Talkshows wo dann die Prominenten und semi-prominenten Personen eingeladen werden. Die reden sich halt nen Wolf und sagen aber nix. Es gibt ganz wenig Fernsehsendungen, die ich gut finde, die ich dann auch in der Mediathek gucke. Andreas Ammer, Druckfrisch, zB mit Dennis Scheck, ist ästhetisch gut, hübsch gemacht, ist aber auch ganz intim produziert. Und bei mir, ich wollte einfach längere Gespräche haben. Die sind dann auch nicht für jeden, also nicht jede Person ist für jeden Zuschauer interessant, da gibt es dann einen Grafikdesigner, der gehört zu den TOP 5, Top 3 Grafikdesignern in Deutschland, aber den kennt nicht jeder. Und wenn es dann 15-18 Minuten Gespräche sind, oder der Zusammenschnitt in dieser Länge passiert, das Tempo ist ein bisschen langsamer, es lässt sich ein bisschen mehr Zeit. Dann muss man sich entweder für die Person oder für die Materie interessieren. Und dann auch dabei sein, um auch dabei zu bleiben. Aber das ist für mich der Grund. Ich will die Leute treffen, ich will mit ihnen reden und dann will ich den Film machen, dann will ich das

schneiden. Und die Finanzierung: weiss ich nicht. Von den Fernsehsendern, von den Redakteuren teilweise warte ich immer noch auf die Emails, dass da mal was zurückkommt, teilweise kriegt man Antworten „Ja, das ist noch in Bearbeitung“. Wenn ich nur darauf warten würde, würde ich es nicht machen. Und irgendwann muss man einfach anfangen, es zu machen. Wenn man rausgeht und publiziert, und das Internet ist ganz großartig. Jeder kann publizieren. Jeder kann rausgehen und sagen, nicht nur sagen, es einfach machen: ich hab hier ist meine Arbeit, guckt Euch das mal an und dann kommen andere Leute auf einen zu, und dann passiert auch was. Bei FOLGE ist das bisher immer noch nicht so weit was passiert, dass ein öffentlich rechtlicher Sender käme und sagte: Hallo, wir wollen das Format kaufen und das mit Dir weitermachen. Es interessiert mich im Moment aber eigentlich nicht. Ich mach regelmäßig bis unregelmäßig die Interviews. Es gibt alle drei Monate ein Neues, manchmal gibt es eine längere Pause, aber dann gibt es dann andere wieder auf einen Schlag. Für mich ist es halt das interessante, die Dinger zu machen. Auch ästhetisch zu gucken, wo kann man denn weiterkommen. Das macht das Fernsehen ja überhaupt nicht. Das nervt mich also auch total. Dass es ganz, ganz wenige Formate, die eine neue Ästhetik ausprobieren und gucken, was man da machen kann. Im Online-Bereich passiert da viel mehr. Ich will das für mich dann auch ausprobieren. Ich will neue Technik ausprobieren und gucken, wie kann ich Sachen anders schneiden, wie kann ich mit dem Material umgehen. Im Fernsehen seh ich da nix. Und ich weiß auch gar nicht, ob es so gut wäre für mich, zB jetzt an einen Verlag gebunden zu sein, weil Du da.. es gab ab und zu Gespräche mit großen Verlagen, dann fängt aber bei mir auch das Tickern an, dann denke ich: muss ich jetzt nur noch Prominenten-Interviews machen, oder was mach ich dann denn überhaupt? Werde ich dann selber auch gefällig? Dann muss ich halt auf einmal gucken, dass möglichst viele Leute das sehen. Das ist bei FOLGE jetzt nicht der Fall. Ich sehe mich dann eher so als Independent-Printmagazin, von denen es ja auch einige gibt. Da ist es ausgeprägter. Im Videobereich gibt es da leider nicht so viel. Aber das ist für mich so die Parallele, dass es halt ein Independent Magazin ist, dass der Ansatz ein anderer ist. Und dass man erstmal kein Geld damit verdient und vielleicht ist es auch gar nicht schlecht. Ich weiß es nicht.

20:53 D: Also da Internet ist natürlich unser Stichwort. Dass dieses Internet natürlich unfassbare Möglichkeiten an Verbreitung abseits von Kanal 1-28 eröffnet. Gestern habe ich eine große Party gefeiert, weil gestern war 5 Jahre YouTube. Ich hab mich auch gefragt, was? Erst 5 Jahre? In meiner Wahrnehmung warens mindestens 10 gewesen, oder 9 oder 15. Keine Ahnung. Man fragt sich ja: wie ging das Leben vor YouTube? Gab es ein Leben vor youtube?

Was mich jetzt indirekt auch zu Dir führt, wir sind ja mit Musikfernsehen aufgewachsen. Wir fanden Ray Cokes geil, wir fanden YO! MTV Raps geil, wir fanden Access all Areas geil, wir haben ja MTV richtig verschlungen, um dann irgendwann zu sagen: ach, auch wenn es noch VIVA und VIVA Plus gibt, irgendwie ist es nicht mehr...

S: Ja, und wir fanden vor allem Musikvideo geil und ich glaube, das ist auch so die Grundmotivation von Konrad Fritsch und mir gewesen, tape.tv zu gründen, nämlich endlich den tollen Videos, die es da draußen gibt, und die es nach wie vor gibt, und noch mehr gibt, denen auch wieder eine visuelle Heimat zu geben. Das war unsere Haupt-Motivation, tape.tv zu gründen.

D: Irgendwie habe ich mir diesen Satz in Zusammenhang mit tape.tv gemerkt, dass man nicht den Content findet, sondern dass der Content einen selbst findet. Das müsstest Du vielleicht mal kurz erklären.

S: Genau, Deine Musik findet Dich. Das ist unser Leitfaden. D.h. bei YouTube ist es wirklich das tolle, dass man eine unglaubliche Datenbank mit ganz ganz vielen Musikvideos, Musikvideo-Mitschnitten, Schnipseln, aber da muss ich schon wissen, was ich will. Und bei uns muss ich einfach Lust haben auf Musik und wir führen unsere User zu der Musik hin. Das heißt also, ich komme auf tape.tv und habe dort die Möglichkeit einen Stream, den wir täglich neu zusammenstellen anzugucken und wenn ich aber tiefer einsteigen will, dann klicke ich einfach auf ein Video und dann wird mir ein Stream zusammengestellt, so wie auch mein Musik, auf die ich gerade Lust habe, auch ist. Also wirklich ein Klick und dann habe ich auch mein Programm. Ich muss nicht ewig lange suchen, ich muss mich nicht wirklich tief mit Musik beschäftigen. Es geht ja bei uns letztendlich um Entertainment, und Entertainment soll Spaß machen. Wir wollen nicht ein zweites Google entwickeln, wir wollen einfach gutes Entertainment machen.

D. Wie finanziert Ihr das? Mal so ganz doof gefragt?

S: Wir finanzieren das vor allem mit Werbung. Die Werbung ist bei uns aber nicht einfach blinkende Banner, die dann irgendwie eingeblendet werden. Wir versuchen das schon, sehr gut in Verbindung mit der neuen Visualität. D.h. um das Video rum werden auch thematisch zu dem Video neue Werbeformen entwickelt. Wir nennen das die 360-Motion-Ad. Die werden sehr sehr gut von den Usern angenommen. Wir arbeiten aber auch mit Marken zusammen, entwickeln eigene Formate, wir sind richtig ein Unternehmen, und verdienen auch unser Geld.

D: Wenn Du mit Sendern, Du mit Werbekunden und Du mit Dir und Deiner eigenen Motivation zu tun hast, dann hast Du mit Verlagshäusern doch relativ viel zu tun.

N: Ja.

D. Sei das Spiegel, oder SpiegelTV, Du hast da wirklich schon über dieses dctp mit dem Herrn Kluge, der ja nun auch ein alter Fernseh-Pionier in Deutschland war, viel zusammen gearbeitet.

Du hast mir eben im Vorgespräch so was schönes erzählt, was ich auch nur halb verstanden hab, das würde ich gerne noch mal nachfragen.

Du hast mir irgendwas von Menschen erzählt, die in einem Keller ganz viel Videos haben.

N. Danke. Was ich gerade gemerkt habe in der Runde hier ist das verbindende Glied zwischen uns Vieren ist, dass wir alle angefangen haben, das Fernsehen zu machen, das wir selber Gerne sehen würden. Und dass es irgendwie so eine Lücke gab von MTV war halt so geil, bis es aufgehört hat geil zu sein, und dann gab es da halt ne Lücke. Und Talkshows reißen irgendwie auch, da war ne Möglichkeit. Bei mir ist es halt mehr so ein Ansatz gewesen, ich weiß, dass da total viele tolle Filme sind. Aber die laufen halt nie, wenn ich sie gucken will. Und auf der Anderen Seite glaube ich aber auch nicht an diesen, die erste Antwort, die es darauf gab war ja so ein Videotheken-Tod-System, dieses Apple-TV oder diese Set-Top Boxen, alles öffnet sich irgendwie mit soner Volltext-Suche und sagt: such dir doch nen Spielfilm aus. Bei mir selbst, jetzt kann ich

mich einmal in die Illegalität abstempeln, meine Lieblingsgeschichte ist: ich besitze einen Usenext Client. Man bezahlt ein paar Dollar dafür im Monat, und man kommt an jeden verdammten Film und zwar sofort in BlueRay Qualität. Und zwar schneller als man dreimal Honolulu sagen kann.

D: Sind wir jetzt im strafrechtlich bedenklichen Bereich?

N: Und der Effekt ist, also das heißt es gibt eine Applikation, die lächelt mich an mit einer Volltextsuche, ich kann irgendeinen Spielfilm eingeben und wenige Minuten später ist er bei mir und ich kann ihn gucken. Der Effekt ist: ich guck keine Filme mehr. Weil: ich kann die ja auch morgen gucken. Oder es gibt sozusagen ein Gefühl dabei, wenn man alles haben kann, dann guckt man das nicht mehr. Ich war noch nie so oft an der Videothek an meiner Ecke. Seitdem ich diese Möglichkeit habe, jeden Spielfilm sofort zu haben. Ich glaube, das woran wir forschen ist auf der einen Seite glaube ich ganz viel toller Content da, und der will auch gezeigt werden. Aber der will nicht mit einer Volltext-Suche gezeigt werden. Da forschen wir so stark. Da gehen wir zu Leuten hin und sagen: Mensch, Ihr habt doch in Eurem Keller stehen 10.000 Kassetten, die sind alle sehr teuer produziert, und die kosten jetzt Heizkosten. So. Und was machen wir damit? Wir entwickeln neue Revenue-Modelle für Verlage aber eben genau für die User auch ne Möglichkeit zu sagen: Ja, das ist eine neue Art von Fernsehen, ich weiß nicht wer dctp.tv schon gesehen hat, wir machen halt ne neue Art von Fernsehen, ich kanns nicht anders sagen, bei uns ist immer noch dieses sequentielle Programm etwas, das für mich abläuft, ganz zentral. Letztendlich, wie es auf tape.tv ja auch ist und ich glaube das, wo wir gemeinsam so forschen ist so eine Möglichkeit zu sagen, auf der einen Seite möchte ich sequentiell Fernsehen aber auf der Anderen Seite möchte ich, dass mir das gefällt, was da läuft. ***** Das heißt: ich brauche eine Beeinflussungsmöglichkeit für mein sequenzielles Fernsehen.

F: Niko, bisher macht Ihr mit dctp.tv eigentlich nur das, dass Ihr Euer eigenes Regal verwertet. Also ihr macht noch ein paar Interviews für den Online-Bereich, die sind auch sehr gut und interessant, aber eigentlich macht Ihr das noch nicht, oder? Umgesetzt habt Ihr das noch nicht.

N: Machen wir was nicht, tschuldige?

F: Das wovon DU jetzt gerade erzählst.

N: Doch, wir gehen ja an das Regal dran und senden das.

F: Euer eigenes.

N: Jaja. Aber immerhin.

F: Klar.

F: Aber ist das das, was online wirklich passieren wird? Dass man die Regale plündert und sagt, hier gibt's jetzt vor 30 Jahren, ich würd ja bestimmte Sachen gerne sehen, aber. Ich sehe auch Eure Kram super gerne. Aber ist es das, wo auch was neues

hinführt? Ist das so innovativ, die alten Kluge Sachen zu nehmen, online zu packen und zu zeigen? WO sind bei Dir die neuen Formate?

N: Ja, also die sind noch ganz wenig da. Und die sind aus dem Grund noch nicht da, weil ich sie nicht bezahlen kann. So einfach ist das. Ich glaube, das wo wir im Moment sind ist dass die alten Erlösmodelle von Fernsehen schrumpfen so langsam. Sie schrumpfen viel langsamer, als man das denkt. Aber sie schrumpfen. Und es herrscht eine gewisse Einigkeit darüber, dass die irgendwann weg sind. Und alle reden von neuen Erlösmodellen und die sind aber klar noch nicht da. Und diese Lücke dazwischen, die müssen wir erstmal füllen. Wenn ich ganz viel Geld hätte, ich habe auch Ideen für neue Formate und ich würde das auch machen, aber erstmal ist der Plan quasi, das Archiv in die Lücke zu werfen.

F: Es ist ja auch großartig, das Archiv, das Ihr habt. Ganz klar.

N: Danke

D: Nachdem wir diese Frage zu aller Zufriedenheit beantwortet haben würde ich gerne, ... direkt mit Deiner Präsentation einsteigen

PRÄSE NIKO

30:07

30:30 N: Es schliesst da an, was ich gerade gesagt habe. Ich bin einmal losgezogen und habe ich weiss nicht, ob ihr das kennt, aber es gibt Google Trends, und auf Google Trends kann man sich auswerfen lassen, wie beliebt Suchwörter in den letzten Jahren waren. Und ich hab einfach nur die Google Trends von den großen Playern mitgebracht. Das ZDF seit 2004, wie hat sich das in Deutschland so entwickelt, da gabs irgendwie mal ne Mediathek mittendrin, aber eigentlich ist das relativ konstant.

RTL dito, NBC auch dito, da tut sich nicht viel. Aber es ist jetzt auch keine Katastrophe, sondern das ist einfach da. CNN, und der SPIEGEL halt auch. Das heisst: das erste was wir hier sehen können ist- die Unkenrufe stimmen gar nicht. Es stimmt gar nicht, dass das alles abstürzt. Da ist teilweise auch noch ein bisschen Wachstum. Die Leute, die sich positionieren „Wir gehen in das Internet“ sehen sogar auch vermehrt Interesse aus dem Netz, aber das ist jetzt keine Revolution.

Dann haben wir Hulu. Wow. Und YouTube. Und Video. Das explodiert halt gerade. Und die Situation, die wir haben aus Sicht der alten großen Player ist gar nicht, dass ihr eigenes Modell schon kaputt geht, sondern dass etwas neues dazukommt. Und den Zug hat man offensichtlich verpasst. Weil, dass, was wir eigentlich sehen wollen ist das was RTL seit, aber das machen sie ja nicht. Und der große Hilfeschrei der bestehenden Leute geht halt in Richtung der althergebrachten Leute. D.h. es werden halt die großen Fernseh-Vermarkter gefragt. Die können aber gar nicht mehr helfen. Die alten Mechanismen, um Content zu refinanzieren, die greifen da nicht mehr. Das führt nicht mehr zu einer Explosion.

Die erste Antwort, die darauf gegeben wird ist: ja, da gibt es doch diese neue Internet oder IPTV, oder Auf-Abruf-YouTube-Welt. Warum machen wir das nicht alles? Warum machen wir nicht auch Fernsehen im Internet? Die Ansätze sind eigentlich alle tragisch gescheitert. Weil eben diese Fernsehwelt und die Internet-Welt überhaupt nicht

miteinander schmusen. Das Fernsehen ist halt so dieses sequentielle, das Internet ist die on-demand Welt, das Fernsehen ist sehr lean-back inaktiv, das Internet ist total interaktiv. Im Fernsehen reicht es, wenn ich irgendwo einen Sendemast aufstelle, dann muss nur die Leistung groß genug sein und im Internet ist es bislang so, dass ich mein gesamtes Archiv, also eben doch die Volltextsuche nach Außen kehre und versuche, die Leute darauf zugreifen zu lassen. Das ist glaube ich die große Herausforderung im Moment. Web-TV ist nicht einfach nur Fernsehen im Internet. Das ist was ganz anderes und man kann nicht einfach nur einen Kreis darumstehen und sagen: „Eierlegende Wollmilchsau“. Das führt nur zu Frustrationen und Unzufriedenheit.

Und was wir halt versuchen ist, ich hab so das Gefühl, uns wird versucht zu erzählen, dass das eigentlich das Endziel ist, des neuen emanzipierten Users, das ist der Typ, der ganz nah an seinem Computer dransitzt und der irgendwie Pageviews produziert. Und andauernd auf nen Knopf drückt.

Jetzt gab es irgendwie zwischenzeitlich, wir nennen es mal so lean-in-the-middle mit YouTube und mit Video, das heisst Angebote, wo ich einen Knopf drücke und dann 2 Minuten wenigstens keinen Knopf mehr drücken muss. Aber ich bin immer noch sehr aktiv immer in meinem Computer. Und ich glaube halt ganz stark daran, dass für Web-TV Projekte das Ziel eben am Ende doch wieder ein User ist, der zuschaut, der das genießt, der sich davon unterhalten lässt.

Das zweite, das ist glaube ich so ein Punkt, an dem wir so ein bisschen aneinandergeraten. Oder auch nicht. Wenn ich in Konferenzen sitze, ist immer eine der ersten Fragen: „Wie produziert man jetzt eigentlich Netz-affines Fernsehen?“. Und ich sage immer: das stimmt nicht. Das ist Quatsch. Ein guter Film bleibt auch im Internet ein guter Film. Das ist ja Wurscht, ob ich den auf dem Computer gucke oder auf dem Fernsehen. Der nächste Mythos ist, dass diese Filme nicht länger werden dürfen als 1:30 oder 2 Minuten, weil die Aufmerksamkeits-Spanne der User so gering wäre. Was ich mitgebracht habe ist die Verweildauer auf dctp.tv pro Visit und der mittlere Strich sind 33 Minuten. Also das heisst, das was hier da heute schon sehen ist, dass die Leute 30, 40 Minuten, eine Stunde durchschnittlich am Tag dieses Programm gucken, wenn sie das anmachen.

Es stimmt einfach nicht, dass der Internet-User 10 Sekunden Zeit hat. Man muss ihm nur was gutes anbieten. Mein Resümee ist: die Zuschauer sind nicht dumm. Es ist fahrlässig, Interaktion mit Zufriedenheit gleichzusetzen. Einer, der fünf Knöpfe drückt und weg ist, ist nicht ein toller User sondern das ist einer, der hat fünf Sachen versucht und ist dann frustriert gegangen.

Ich glaube, das was wir heute erleben ist, dass wir neue Zielgruppen definieren müssen und aus Sicht der Verlage kann ich nur sagen, dass das Netz nicht der Feind ist. Danke.

36:07

D: Vielen Dank. Also, dass man mehr als 1:30 im Netz machen darf, das werde ich mir merken. Weil, das kriegt man ja immer so eingepregelt, dass das verboten ist. Da gibt es allerdings auch im Fernsehen ganz schöne, also auch schon in der Geschichte des Fernsehens, ganz schöne Mythen über Zeiten. Da gibt es z.B. den Dominik Graf, einer der großen deutschen Fernseherschaffenden. Von ihm gibt es das schöne Zitat, ich hab hier in paar Zitate von ihm. Da sagt er:

„Bei RTL gab es mal die Vorgabe, dass keine Szene länger sein darf als 1:30. Keine Szene in einem Fernsehfilm wohlgeerntet. Um ihren dramaturgischen Play-off für die

Geschichte zu offenbaren. Das habe ich dann in einem ZDF Film sogar mal befolgt. Hat auch was.“ Das ist das eine Zitat. Dann das andere Zitat: „bei manchen Serien sagt die reine Länge allerdings gar nichts, weil den eigentlichen Rhythmus die Werbeunterbrechungen vorgeben. Da musst du alle 12 Minuten einen Cliffhanger machen, um das Publikum über die Werbepause zu fesseln.“

Das letzte Zitat von Herrn Graf: „Als ich mit Fernsehen anfang, musste ein Tatort auch noch nicht 88 Minuten lang sein. Der konnte auch mal 100 oder mehr haben. Diese brachiale Effektivität des Dramaturgischen ist bei Programmbetonlängen ein Drangsal auch fürs Publikum.“

Finde ich sehr schöne Zitate von Herrn Graf. Wenn ich gleich an den anderen Fernsehschaffenden, der sich wahrscheinlich auch schon mit solchen Leuten unterhalten hat, die sagen: also 88,30, danach ist Ende...

V: Schicht!

D: Schicht. Wie geht man so als Filmemacher, der ja auch wirklich kommerziell schon gearbeitet hat, und wo ja auf Quote geguckt wird. Das ist ja bei den öffentlich-rechtlichen auch nicht weniger als bei den Privaten. Wie geht man damit um, um dann trotzdem noch etwas zu machen, was einen selbst befriedigt? Wie kriegt man diesen Spagat hin?

V: Der Punkt mit der Quote ist ja immer ein heikler. Weil natürlich will ich Quote machen. Natürlich will ich möglichst viele Zuschauer in mein Programm reinziehen. Dafür mach Ichs. Damit möglichst viele Leute gucken. Die Frage ist, ob die Idee deines Programms oder deines Films oder was auch immer, der Quote. Dann wird's gefährlich. Deshalb glaube ich immer, ich schaue mir immer an, wo kann ich eine Idee hinbringen im Fernsehen. Wo genau, wer ist dafür ansprechbar? Mit 24 Stunden Berlin geh ich halt nicht zu RTL2. Es ist klar, weil ich weiss a)die haben das Geld nicht b)die interessieren sich dafür nicht.

D: Das wären dann 24 Minuten Berlin geworden vielleicht...

V: Nöö, vielleicht auch 24 Stunden, aber das wäre dann in einem Container gewesen und die haben das Modell mit diesem Container ja durchaus erfolgreich durchgezogen. Deshalb glaube ich, ist die Frage immer nicht: verkaufe ich mich, oder verkaufe ich mich nicht. Weil wir leben in einer Marktwirtschaft und ich weiss, ich muss mein Produkt am Ende des Tages verkaufen. Sondern: schaffe ich mir, wenn ich da drin unterwegs bin, schaffe ich mir darin eine Teil-Autonomie und kann ich die behaupten gegen Redakteure, gegen Zuschauer-Interessen und was weiss ich... Und ich glaube da kommt dann am Ende dann doch wieder ein Moment von: wie wahrhaftig gehst Du als Autor mit deinem Programm oder Deinem Projekt um. Das ist dann eine Frage, die sich in diesem Zusammenhang immer wieder und immer aufs Neue stellt.

Das andere ist, man kann ja Kämpfe kämpfen. Aber ich kann nicht den Kampf kämpfen, ich mach jetzt einen Tatort 2 Stunden 30 Minuten lang. Das ist ein Kampf, den werde ich verlieren. Wenn ich einen Krimi machen will, der 2h 30 Minuten lang sein soll, dann würde ich woanders hingehen und versuchen, den zu finanzieren. Aber Tatort ist Tatort. Manchmal muss man sich mit den Dingen auch arrangieren und dann gucken, wie kann

ich damit umgehen. Was sind meine Möglichkeiten da drin? und dass ist, was ich selbst versuche.

D: Wie gehst Du mit dem Thema Netz um?

V: Ja natürlich, aber das ist etwas, was mir eben bei der Aufzählung auch fehlte. Weil Web-TV ist vollkommener Blödsinn. Entschuldigung. Weil Web-TV ist der Versuch, Fernsehen ins Internet zu bringen. Und das ist genauso Quatsch, als wenn ich Kino ins Fernsehen bringen will. Oder Theater ins Fernsehen. Oder ein Buch ins Fernsehen. Du musst ja versuchen, für Dein Medium, in dem du arbeitest, Formen zu finden, die diesem Medium entsprechen. Mich interessiert überhaupt nicht Web-TV im Internet sondern mich interessiert Internet im Internet, genauso wie mich Fernsehen im Fernsehen interessiert und nicht Kino im Fernsehen. Und auch nicht Theater im Fernsehen. Es gibt immer total abstruse Diskussionen, ich war jetzt auf so einer Konferenz in Budapest, veranstaltet vom Goethe-Institut. Kultur im Fernsehen. Da sitzen dann Nasen drum rum und die reden die ganze Zeit: wie kriegen wir jetzt Bildende Kunst ins Fernsehen, wie kriegen wir Theater und Oper ins Fernsehen. Wir wollen jetzt, dass Gedichte vorgelesen werden, Samstag um 20:15 Uhr, zur besten Sendezeit in der ARD. Ich meine, es interessiert kein Schwein. Gedichte sind okay, im Gedichtband. Da gehören sie hin. (LACHEN). Wenn ich was über Gedichte mache, dann brauche ich eine Umsetzung von Gedichten ins Fernsehen. ***Und das ist das, was mich interessiert: Was ist die Kunst des Fernsehens?*** am Ende. Und genauso würde ich sagen: Was ist die Kunst des Internets? Oder was kann ich darin überhaupt veranstalten?

D: Du hast das eigentlich, finde ich, wahnsinnig schön mal in einem Satz zusammengefasst, der da heisst: „Der typische ARTE Seher hat gar keinen Fernseher.“

N: Der ist nicht von mir der Satz, das ist ein Zitat, mit Anführungsstrichen.

D: Ist ein Zitat, okay, wie auch immer. Das bringst aber natürlich total auf den Punkt. Da macht ARTE Fernsehen für, sagen wir, Nicht-Fernseher oder auch das ZDF macht ja so einen kleinen Spartenkanal mit ZDF NEO, mit einem Marktanteil von 0,1%, was immer noch der Marktführer unter den digitalen Spartensendern ist, die sich dann darum kümmern, das so Menschen wie wir vom Prinzip, also Menschen unter 50, die auch vielleicht einen Beruf haben, oder unter Umständen auch Familie, auch beim Fernsehen wahrgenommen fühlen. Jetzt sagt er links außen: Fernsehen im Internet ist Quatsch! Ich will Internet im Internet, oder Fernsehen im Fernsehen. Ich vermute da einen kleinen Dissens...

F: Es gibt ja Video im Internet, ob man das jetzt Bewegtbild nennt, was Niko total hasst, diesen Begriff. Ich kann mit dem Begriff was anfangen, weil ich halt für Online-Agenturen arbeite, für Werbeagenturen arbeite, und: Bewegtbild ist halt mehr als Fernsehen. Und Internet ist mehr als Fernsehen. Aber in guter Clip oder ein guter Film bleibt halt auch ein guter Film, was Niko auch gerade gesagt hat, das stimmt ja.

V: Kann ich da mal intervenieren? Du kannst einen Film wie Viscontis Leopard...

N: Den kannst du auch auf YouTube sehen...

V: Den kannst Du nur im Kino gucken. Tschuldigung. Wenn Du den im Fernsehen siehst, dann pennst ein nach 30 Minuten. Zu Recht.

N: Ne, das stimmt nicht.

V: Das sind unterschiedliche Medien mit unterschiedlichen Wahrnehmungs-Ebenen. Und dem muss man auch in einer bestimmten Form gerecht werden. Also wirklich: Viscontis Leopard. Irgendwie. Sorg.

F: Dann dürfte es ja gar keine ERst- und Zweitverwertung und Drittverwertung geben in unterschiedlichen Sektoren. Nach Deiner Theorie könnten die ja gar nicht funktionieren. Da könnte ein Kinofilm nur im Kino funktionieren, da könnte ja die Zweitverwertung im Fernsehen und auf DVD gar nicht funktionieren.

Ich gucke amerikanische Fernsehserien

V: Serien

F: auf DVD, bei mir auf dem Rechner, auf der Couch. Und ich sehe die an einem Stück. Ich sehe die nicht in der Form, in der die konzipiert wurden, dass ich die wöchentlich sehe. Sondern ich sehe die in einem Stück und es ist ein Wahn, darin abzutauchen. Und es ist großartig.

V: Ja klar, aber das ist Fernsehen.

F: Eine Woche The Wire am Stück zu sehen und im Bett zu liegen und auf dem Rechner zu schauen. Das ist ein Hammer! (LACHEN)

V: Ja, aber das ist Fernsehen im Fernsehen. Punkt!

F: Nein, das ist Fernsehen auf ner DVD auf dem Rechner.

V: Egal.

S: Es geht doch dann letztendlich um Fernsehen als Tätigkeit. Dann ist es eigentlich egal, in welchem Medium das stattfindet. Sondern, was er da gerade beschreibt ist doch wirklich ganz klassisch: Fernsehen als Tätigkeit und dieses „Ich Machs an“ „Ich Klicks an“ lass mich einfach unterhalten oder guck mal eine Dokumentation schnell an. Dann ist es doch eigentlich egal, ob ich das in der Flimmerkiste oder auf dem Rechner anschau. Aber letztendlich das Bedürfnis, nach Fernsehen als Tätigkeit. Das ist ja einfach da.

V: Ne, da würde ich wirklich widersprechen. Weil a) es gibt einen Größenunterschied. Der Leopard von Visconti. Der ist auf YouTube ne harte Nummer.

S: Ich spreche auch nicht von einem Kinofilm, den ich mir auf Youtube angucke, ich spreche von...

V: The Wire ist natürlich entstanden, und hat sich vielleicht auch davon emanzipiert, von einer Form, im Fernsehen Geschichten zu erzählen. Das ist die Serie. Natürlich guckt man die im Fernseh-Format dann.

F: Aber The Wirre funktioniert im eigentlichen Format im Fernsehen viel schlechter als im Derivat, auf DVD. Weil du es auf DVD am Stück sehen kannst, und auf dem Rechner siehst Du auch erst, was für eine beschissene Auflösung PAL ist. (LACHEN)

D: Okay, ich mach jetzt mal hier einen Cut. Ich finde aber sehr spannend, ich kann für mich behaupten, dass ich wahrscheinlich bei Viscontis Leopard auch im Kino einschlafen würde nach 30 Minuten.(LACHEN) Das ist aber jetzt weder gegen Herrn Visconti noch gegen Deine Sicht der Dinge. Ich würde das eigentlich gern vertiefen und mir Deine kurze Präsentation mit Euch ansehen. Wenn das Passwort auch stimmt.

45:33

V: Ich hab ne ganz stinknormale PPT Präsentation. Sorry.

47:36

V: Ich hab tatsächlich, wer glotzt TV? die Frage können nur Statistiker beantworten, deswegen versuche ich sie erst gar nicht zu beantworten. Ich gehe einfach auf die nächste Frage: was ist TV? Ich habe eine ähnliche Gegenüberstellung gemacht, bloß nicht Web/Fernsehen, sondern hab versucht das auf eine andere Ebene zu kriegen, nämlich da wo bei mir der eigentliche Bruch war, nämlich vom Kino zum Fernsehen. Da sieht man ganz schön, was ist Kino auf der einen Seite, auf der anderen Seite: was ist Fernsehen? Kino ist ausgehen, man geht also raus, Fernsehen ist heimkommen, man guckt es zu Hause. Kino ist endlich, nämlich: man geht hin- es hat ein Anfang und ein Ende. Beim Fernsehen ist das nicht so. Das Programm dauert immer. Es gibt ein Vorher und Nachher, eine Vorfreude und eine Enttäuschung oder es war doch gut, dass man das Geld dafür ausgegeben hat. Das ist beim Fernsehen auch nicht so, weil das dauernd läuft. Kino ist Mittelpunkt, das ist dieses Guck-Situation und deswegen meinte ich, es ist etwas unterschiedliches, ob ich jetzt im Kinosaal sitze und nach Vorne gucke und habe keine andere Chance als genau das zu sehen, oder ob ich vorm Fernseher sitze und mir wird ein Programm präsentiert oder ob ich vorm Computer sitze und kann alle mir alle möglichen Programme hervorholen und in den Programmen auch noch suchen, das sind unterschiedliche Situationen. Und zwar für den Zuschauer. Kino ist im Mittelpunkt und Möglichkeit, und Fernsehen ist nur eine Möglichkeit und beim Kino hat man die Aufmerksamkeit und beim Fernsehen die Zerstreung. Für mich habe ich dann irgendwann den Schluss daraus gezogen, nämlich folgenden: Kino ist ein Ereignis, Fernsehen ist ein Zustand. Weil es eben immer, dauernd da ist.

Programme organisieren diesen Zustand, das heisst man hat immer die Tagesthemen, die Tagesschau, man heute, man hat Taff, oder Red auf Pro Sieben oder was auch immer. Das heisst: Fernsehen hat einen dauernd organisierten Zustand, den man sich anschaut. Aber: Ein Zustand braucht immer auch wiederum ein Ereignis, da beisst sich die Katze in den Schwanz- weil: Zustand ohne Ereignis bringt nichts. Dann merkt man nicht, dass man einen Zustand hat. Also wird das gesamte Fernsehprogramm heute so gesteuert, dass man permanent Serien durchgeschossen hat, und Serien sind ja auch die älteste Doku-Soap des deutschen Fernsehens ist ja die Tagesschau. Die Hauptprotagonisten können alle vier Jahre abgewählt werden, diese Serien organisieren diesen Zustand und gleichzeitig muss das Fernsehen dauernd Ereignisse produzieren.

Und das ist ein Widerspruch. Da kommt das Fernsehen eigentlich nie raus. Gleichzeitig ist dieser Widerspruch so ein bisschen der Motor des ganzen. Man darf nicht zu verpennt sein, das machen gerade die öffentlich-rechtlichen falsch. Die sind sehr verpennt. Man darf aber auch nicht zu innovativ sein, sonst verliert man die Leute. Weil: die kommen nicht mit. Es gibt nur eine Form im Fernsehen oder zwei, das eine ist das Fußballspiel live, das andere ist die Serie. Die Serien nutzen praktisch diesen Widerspruch zwischen Zustand und Ereignis perfekt. Weil sie nämlich einen Zustand erzeugen: jeden Dienstag 21 Uhr, oder jeden Tag 20 Uhr, und gleichzeitig aber permanent darin etwas neues erzeugen. Für mich war das dann irgendwann der Punkt, dass ich gesagt habe: weil ich bin aufgewachsen mit Leuten, die sich noch als Filmemacher verstanden haben. Die haben gesagt: ich mache meinen Film. Egal was vorher war, was nachher kommt: es ist mein Film. Die konnten sich auch nie vorstellen, für Serien zu arbeiten. Ich hab dann für mich entschieden, im Fernsehen ist die Serie eigentlich DAS Ding. Das war vor zehn Jahren für mich der eigentliche Kick. Man muss jetzt etwas machen, im Fernsehen, Serien entwickeln, die genau diese Möglichkeit, die das Fernsehen einem bietet ausschöpft. Das war für mich eigentlich der Punkt. Und ich bin damals wirklich gegen viele Wänden gerast. Denn das was heute selbstverständlich ist, mit The Wire, mit Soprans usw. vor Zehn Jahren war Serie eigentlich der letzte Dreck. Und als wir die ersten seriellen Dokumentationen gemacht haben, wurden wir dafür arg beschimpft. Also auch das hat sich verändert in den letzten Jahren. Es gibt dann dieses berühmte Beispiel von 24, das im Grunde genommen die Krise zum permanenten Zustand macht. Also da muss ja dauernd die Welt gerettet werden. Ich dachte, damit wir auch mal was zum gucken haben, gucken wir das mal an...

FILM Einspieler.

54:03

V: Der Grund, warum ich das zeige ist, weil ich finde, dass 24 abgesehen davon, von dieser Kult-Idee, natürlich perfekt mit dem Medium Fernsehen spielt. Diese Gleichzeitigkeit, mit der Echtzeit, und natürlich mit diesem dauernden: gleich geht die Welt unter! Was ja eigentlich auch ein CNN-Leitmotiv ist. Das hat im Grunde genommen viele Bewegungen im Fernsehen aufgenommen und auf den Punkt gebracht und umgesetzt.

Für mich war das dann irgendwann, dass ich gesagt habe: vielleicht kann man das ja auch ganz anders spielen. Dann habe ich gesagt: Was ist, wenn wir den Zustand zum Ereignis machen?

Wenn wir im Grunde genommen im Fernsehen, das ein permanenter Zustand ist, ein Ereignis schaffen. Und was macht das Ereignis? Es erzählt Alltag, also Zustand.

D: Aber eben auch in Echtzeit.

V: Genau, das war das wichtige. Du hast halt eine Form, die du benutzt wie ein Hebel, der dann den Zuschauer erstmal aufmerksam macht, überhaupt, dass es sowas gibt und mit dem du ihn dann reinholst. Ich glaube, das ist etwas, das immer wichtiger wird, dass man eine Form findet, einen Ansatz, um eine Geschichte zu erzählen. Wir haben das eben so gemacht, das wir gesagt haben: gut, dann erzählen wir eben den Alltag von ganz normalen Menschen. Ich hab auch ein Beispiel mitgebracht, das ist von einem

Paar, das in einer halben Stunde heiratet, und die Frau hat gerade das Make-up gemacht bekommen

55:40 Einspieler.

57:44

V: Ich glaube, dass was in der Krise ist, das stimmt, das ist das Fernsehen als ein Programm, das sozusagen den Leuten etwas anbietet. Gleichzeitig glaube ich aber auch, dass genau dieser Nachteil eine Chance sein kann, dass wenn man überall dauernd irgend was kriegt, sind vielleicht Programme, die eine Struktur vorgeben, manchmal auch so etwas wie ein Haltepunkt, wo man sagt: ich muss mir hier nicht dauernd überlegen: was ist das? Deshalb glaube ich auch nicht an diese Riesen Versprechungen, **** und ich glaube woran man immer denken muss: Medien sterben nicht. Sondern sie verändern sich. Und Fernsehen wird bestimmt seine Vormachtstellung in den nächsten 25 Jahren verlieren und eine andere Funktion übernehmen. Wie die aussieht weiß halt im Moment noch keiner.

Danke. Applaus.

58:45: Für Dich muss Dir das ja alles auch ein bisschen komisch vorkommen, was Du da jetzt so hörst. So ein bisschen Berichte vom Krieg, so mit festen Programmplätzen und Quoten und so. Aber Du machst ja so als einzige hier, Du arbeitest als einzige hier ausschließlich im Internet und mit einem auch neuen Modell.

S: Ja, klar. Natürlich. Aber das schöne am Internet ist ja, dass Du sofort weißt: kommts beim user da draußen an oder nicht. Wir sind ja eigentlich wie so eine Art DJ, der auf die Tanzfläche gucken kann, und guckt, ob die Leute tanzen. Und wenn sie nicht tanzen, dann müssen wir auch gleich was am Programm ändern. Und so leben wir das auch. In sofern ist die Quote für mich etwas, mit dem ich tagtäglich arbeite. Und das andere, den Programmplan, den gibt es bei uns auch. In unserem Hauptstream sieht man morgens was anderes als Abends. Wir sind, da muss man auch wieder sagen, auf die klassische Planung, die aus dem Fernsehen kommt, greifen wir auch wieder zurück. Wir übertragen das eben aufs Netz. Und wenn ich als User das Bedürfnis habe, klassisch Fernsehen zu gucken. Dann kann er das auch bei uns. Wenn ich aber eher nach einem Video suche, zum Beispiel, also wirklich nur eine Sache sehen will, dann findet er das bei uns auch. Die bedienen wir im Prinzip beide.

D: Also so ein bisschen greifst Du auch das auf, was Nikolai gesagt hat, dass er eigentlich den Tatort nicht irgendwie nachmittags um drei im Netz gucken will, sondern 20:15 auf dem Sofa. Weil sonst ist das auch kein Tatort.

S: Wir bieten zwar keinen Tatort an, aber letztendlich ist es so, wir wollen Dir schon um 20:15 Uhr etwas bieten, das kannst du aber auch im Nachhinein abrufen bzw. wenn Du mir als tape.tv etwas vorgibst, was Du sehen willst, dann bieten wir Dir auch noch als Folgeprogramm etwas entsprechendes an. Das kann dann auch der Tatort, aber eher im musikalischen Sinne sein.

D: Dann würde ich Dich bitten, das noch etwas zu exemplifizieren....

1:01:15

(PRÄSE)

1:01:50

S: Der durchschnittliche ZDF-Zuschauer, der ist 61. Der entspricht also Thomas Gottschalk, der glaube ich 60 wird. Wir sagen einfach, dass wir das Fernsehen neu definieren, und zwar vor allem das Musikfernsehen. Warum machen wir Musik Fernsehen? Da zeigen natürlich ganz klar die Zahlen, dass Musik-Videos sehr sehr beliebt sind im Internet, aber man muss natürlich auch sagen da ist eine eigene Motivation, da ist eine Leidenschaft dahinter für Musikvideos, und das war auch der Beweggrund, warum wir das getan haben.

Was ist die Idee, die hinter Tape.tv steckt? Was wir uns immer wieder auf die Fahnen schreiben ist, dass wir die Einfachheit des Fernsehens. Es ist einfach so klasse: ich nehme die Fernbedienung, ich Klicke an und dann habe ich ein Programm, das ist einfach was, das muss man nicht neu erfinden, sondern man muss gucken, wie kann man das jetzt gut übertragen. Und natürlich die vielen Möglichkeiten des Internets und das ist unser Leitfaden, das wollen wir einfach miteinander verbinden.

(EINSPIELER)

1:04:05

S: Gut, kurz und knapp erklärt, was wir bei tape.tv machen.

D: Vielen Dank

(Applaus)

D: Jetzt hat man also auch wieder Lust, mal Musikvideos zu gucken. Dafür allein schonmal vielen Dank!

Du hast ja auch, das habe ich jetzt eben nochmal in meinen Unterlagen gefunden, Dich auch schonmal mit der Gründung eines Spartensenders auseinandergesetzt. Nämlich einem Fernsehen für Männer.

N: Ja auch.

D: Den wundervollen Sender DMAX, der sich ja auch im relativen Nischenbereich bewegt, und sich glaube ich auch immer noch bewegt...

N: 2% Marktanteil.

D: Okay. 2% ist ja schonmal mehr als der vorher angesprochene.

N: Auf jeden Fall.

D: In was für einer Weise, ich muss das ansprechen, weil ich den Unterschied noch relativ extrem finde zwischen Alexander Kluge auf der einen Seite und DMAX auf der anderen. Auf was achten man dann ganz besonders, wenn man so Zielgruppen

Fernsehen macht. Weil das könnte ja auch, oder es Scheint ja eine Lösung zu sein für viele Fernsehschaffenden zu sagen: wir machen Zielgruppen, wir machen Nischen-Kanäle, wir machen Comedy Central, wir machen ZDF Neo, wir machen was für Männer. Woran muss man da besonders denken?

N: Ich glaube, dass das Fernsehen sowieso ein Zielgruppen-Fernsehen wird. Und das ist ganz egal, ob man auf den Zug aufspringt oder nicht. Das ist jetzt egal, ob das technologisch gelöst wird, Axel Springer macht das mit WatchMe, so einer Set-Top Box, mit einer Recommendation Engine, die analysiert, was ich gerne gucke, zeichnet im Hintergrund das Zeug auf und bietet mir das selbst dann wieder als sequentiellen Kanal an, die macht sozusagen mein Spartenfernsehen. Das heisst, ich glaube diese VErsparung des Fernsehens, die kommt sowieso. Egal ob man auf den Zug aufspringt oder nicht.

VOn daher kann man das nur gut machen, wenn man das begreift. Und ich glaube, dass DMAX, man kann das jetzt mögen oder nicht, aber diese ganz klare Ausrichtung des Programms, ich kann einfach sagen: ich kenne keine Frau, die das gerne guckt.

D: Dann funktioniert auf jeden Fall schonmal.

N: Von daher, die machen das echt gut.
(Lachen)

D: Das ist ein sehr starkes Statement zum Thema Zielgruppen-Fernsehen. Der ZDF-Intendant Markus Schächter hat vor kurzem mal irgendwo gesagt, man müsse Fernsehen günstiger produzieren und auch Synergien abschöpfen, was auch immer das in dem Zusammenhang jetzt bedeutet, aber günstiger produzieren ist natürlich ein heisses Ding, da fällt mir Dein Konzept so ein. Das ist überhaupt nicht despektierlich gemeint, es ist günstig produziert, aber das Ergebnis kann sich wirklich sehen lassen. Auf die Frage, was denn für Dich der heisseste Trend im Bereich Bewegtbild ist, hast Du geantwortet: digitale Spiegelreflexkameras. Kurz zusammengefasst: Fotokameras, die filmen können, die sagen wir mal ab 1500 EUR ohne Optiken ganz super-einfach runtergebrochen Kino Qualität oder großes Fernsehen-Qualität liefern, das ist so ein Quantensprung für bewegte Bilder.

F: Die haben halt ganz geringe Schärfentiefe und das ist eben das, was das Bild filmisch aussehen lässt. Das Bild ist ganz hübsch, die sind sehr günstig. Du brauchst ein, zwei, drei Festbrennweiten, vielleicht noch ein Zoom-Objektiv dazu. Das dokumentarische arbeiten damit ist relativ schwierig, weil Du halt Festbrennweiten hast, aber das Bild ist ein Knaller. Und Fernsehen, bei 24 die letzte Staffel glaube ich, wurde dann mit fünf D7 gedreht. Die Amis machen es, die Deutschen nicht. Die warten noch ein bisschen. Da gibt es jetzt die (Canon) 5D, die gibt es glaube ich seit einem Jahr, die Dinger verkaufen sich gerade wie geschnitten Brot. Und da tut sich ganz viel, man sieht natürlich online auch ganz viel. Das ist eine neue Ästhetik. Wahrscheinlich wird man der nach einer Zeit auch etwas über sein. Aber das Bild sieht halt ganz, ganz anders aus als was man von Video gewohnt ist. Video ist halt knalle-scharf und die DSLRS können punktuell scharf weichzeichnen, dieses Boquet, dieser Hintergrund sieht ganz hübsch aus. Da kann man ganz tolle Sachen mit machen.

Dass das ZDF da was mit macht, wüsste ich jetzt nicht.

D: Wir hatten das Thema auch schon vor der Veranstaltung kurz. Da kamt auch Ihr Zwei direkt ins Gespräch, da ist ein ganz schöner Satz gefallen. Du meinstest noch vor Zeitraum X, sagen wir 10, 15 Jahre, war Film einfach teuer, und dafür hat man immer ne Drehgenehmigung gekriegt, heute kostet das Filmen nichts mehr, man darf aber nirgendwo mehr drehen. Und du hast dann auch das Beispiel von irgendeiner Dokumentation in New York erzählt, wo man einfach konsequent für keine einzige Einstellung eine Drehgenehmigung bekommen hätte, und das ist dann wiederum ein noch toller Nebeneffekt an diesen winzigen, kleinen Fotoapparaten, mit denen man quasi Kino -ich vereinfache das jetzt bewusst- hinkriegt, kein Mensch merkt, dass man gerade fit. Und vielleicht ist das auch noch ein toller Nebenaspekt.

Ich würde Dich jetzt gerne bitten, zu unserer letzten kleinen Präsentation zu kommen für heute Abend.

F: Es sollte ein Film gezeigt werden, den ich nicht dabei hab.

1:10:32 Einspieler FRERK

1:14:36

D: Das ist doch auch wirklich ein Film für mich, eine beruhigende Schlusserkenntnis, jetzt für den Teil bevor wir in die Diskussion einsteigen, dass man also auch ohne einen Sender, ohne eine Produktionsfirma in diesem lustigen Internet solche Sachen machen kann, die dann toll aussehen und wirklich ein Gefühl vermitteln. Und jetzt machen wir hier so einen kleinen Cut und geben das Thema „Ich glotz TV“ Glotzt hier jemand? Was ist TV? an Euch.

1:15:29

MW: Ich bin ganz schön baff, ich bin vor allem baff darüber, wie viel einfach gemacht wird aus einem eigenen Antrieb, aus eigener Motivation, abseits von irgendwelchen Strukturen oder Förderungen, weil Ihr einfach Bock darauf habt, das zu machen. Das finde ich klasse. Ich glaube, da kann man sich echt eine Scheibe von abschneiden.

Applaus..

Zuschauer-Frage: Eine Frage an die Veranstalter: warum kein Sendervertreter da ist, würde mich einfach interessieren für den Dialog. Und dann eine Frage an Stephanie: ich fand, das klang ganz toll, was Du von Deinem Sender erzählt hast, ich kannte ihn gar nicht. Kannst Du davon was ableiten? Weil ich glaube, diese Mischung aus direkt sich was aussuchen, also video on demand und eine Programmstruktur ist relativ Zukunft weisend dafür, wie Fernsehen im Internet sein kann. Hast Du da ein paar Erfahrungswerte, wie sich das vielleicht für fiktionale Programm oder Angebote, was ihr da gelernt habt. Was funktioniert und was nicht.

S: Wir sind natürlich tagtäglich immer noch am lernen und probieren uns auch aus der Motivation, dass wir die Nähe zur Musik, zum Musikvideo haben, dauernd aus. Wie das dann mit anderen Contents funktioniert hab ich noch keine Antwort auf die Frage, das

muss ich ganz klar sagen. Ich glaube aber, natürlich aus der Überzeugung, weil wir das so bei tape.tv machen, dass da auf jeden Fall die Zukunft liegt. *** Weil Entertainment, ist meine feste Überzeugung, hat auch immer was mit Faulheit zu tun, und ich hab einfach keine Lust, mir so unglaublich viel immer Dinge zusammenzustellen, weil ich das den ganzen Tag tue, Informationen im Internet recherchieren, wenn ich dann entspannen will, wenn ich Entertainment haben will, dann will ich, dass mir das angeboten wird, was ich aber auch wirklich sehen will. Ich glaube, da liegt die Zukunft und nicht nur im Musikfernsehen, da liegt auch die Zukunft in artverwandten Bereichen wie Comedy, sonstiges. ***

D: Und warum haben wir keinen Sender hier?

MW: Weil es eindeutig an Menschen gerichtet war, die was Neues machen, was einfach in diesen Senderstrukturen nur sehr schwer möglich ist. Ich wollte auch vermeiden, dass es eine Diskussion wird, die klassisch alt gegen neu, weil finden wir ganz langweilig und aus solchen Diskussionen kommt meistens nicht mehr hervor als heiße Luft, deswegen fanden wir es interessanter, diese Gruppe von Menschen herzubringen, die was neues machen und ohne diese festen Strukturen funktionieren zum größten Teil.

1:18:24

S: Ich muss da aber mal ein bisschen in die Bresche schlagen für öffentlich-rechtlich. Ich kann jetzt zwar nicht sagen, wer das ist, aber wir sind da auf jeden Fall auch schon im Gespräch, da gibt es durchaus mutige in den Sendern, die offen auf Sachen wie tape.tv zugehen und einfach sagen: lasst uns doch was gemeinsam machen, lasst uns doch gemeinsam einen neuen Weg finden, einen neuen Weg gehen. Meine Erfahrung bisher, die ich in den letzten Monaten so gemacht hab, da gibt es durchaus Leute, die sehen, da ist eine Zukunft, wir müssen raus aus unserem öffentlich-rechtlichen Sender, und gemeinsam mit den Leuten, die da draußen was bewegen auch was machen.

D: Haben wir noch weitere?

1:19:18

Zuschauerfrage Matthias Abel:

Ich hab auch nochmals eine Frage an die Dame von tape.tv, ich kannts auch nicht, ich finde es auch ganz toll. Meine Frage ist: wie Ihr Eure Profile entwickelt. Ist das so ein Analogie-Schluss, wie ich das von Genius oder Amazon kenne, dass ihr sagt, Leute die das gerne gesehen haben, haben auch das gerne gesehen. Weil ich hab mir eingebildet, ich hätte in Deinem Zusammenschnitt da was gesehen, was nach Verfasstheiten funktioniert. Irgendwo habe ich das Wort verliebt glaube ich gelesen.

S: Auf der einen Seite haben wir eine Redaktion, die wirklich ganz klassisch Programme zusammenstellt und da war, das ist eine Sache, die nennen wir „Moods“, so was wie verliebt, verspielt, klickst Du an und dann bekommst Du deinen entsprechenden Stream, den wir redaktionell zusammengestellt haben. Auf der anderen Seite haben wir

aber auch eine gewisse Logik entwickelt. Wir haben jedem Video eine Art Fingerabdruck gegeben, das fängt an, dass wir wirklich mit Beats per Minute gemessen haben, dass wir Moods entwickelt haben und die Videos von Videoredakteuren haben sichten lassen. Wir greifen so auf 30.000 Video zurück, das war eine große Fleißarbeit. Und wenn Du jetzt als User auf unsere Plattform kommst, du klickst auf ein Video, das Dir gefällt, haben wir eine entsprechende Maschine, die dir dann einen entsprechenden Endlos-Stream zusammenstellt. Also immer Analogien herstellt.

MA: Das ist jetzt das tolle, dass du gesagt hast, ihr habt Redakteure, die da eine eigene Expertise reinbringen und jetzt hast Du wieder das Wort Maschine gesagt, was so ein bisschen nach Algorithmus klingt...

S: Wir haben eine gute Mischung aus einer Maschine, wir haben aber auch auf der anderen Seite Redakteure, und die arbeiten zusammen. Weil wir der Überzeugung sind: ne Maschine alleine macht's nicht, Du brauchst einfach auch den Mensch dahinter. Das ist unsere Erkenntnis aus den letzten zwei Jahren das beides miteinander gut funktioniert.

MA: Finde ich total super, und auch ich finde auch spannend, weil Leute wahrscheinlich auch sehr unterschiedlich verliebt sind. Wenn sich das dann miteinander verknüpft, also auch die bpm können da manchmal sehr langsam laufen.

Zuschauerfrage: Eine Frage an die Stephanie. Kamen bei Euch schon Plattenlabels und haben gesagt: Schein gegen Sendezeit?

S: An der Stelle unterscheidet sich das glaube ich von früher. Sagen wir, wir arbeiten partnerschaftlich zusammen, inhaltlich, aber Scheine in der Form fließen nicht.

N: Bzw. in die andere Richtung oder? Also, vielleicht erklärst du das mal, weil man meint das nicht. aber ihr müsst die Musik lizenzieren, die Ihr sendet.

S: Wie gesagt, wir arbeiten da partnerschaftlich zusammen.

1:22:54

Zuschauerfrage:

Ich hab nochmals eine Frage an das gesamte Podium. Und zwar würde mich interessieren, wie Ihr die soziale Funktion des zukünftigen Fernsehens beurteilt. In Amerika ist ja gerade Co-Viewing ein Stichwort, sprich Applications zu den einzelnen Formaten dazu zu entwickeln. Wie beurteilt Ihr da die Zukunft? Glaubt Ihr, dass das die Killer-App für die nächste Generation ist?

V: Ich glaube, das ist eine Möglichkeit, wir haben z.B. 24 Stunden Berlin so verstanden, dass wir gesagt haben: Fernsehen ist die Lokomotive und das Internet sind die Waggons. Wir haben sozusagen im Internet während das Live Blogs freigeschaltet, wo ich als Regisseur dann da saß und mich mit den Leuten auseinandersetzen musste. Und es ist das tollste, was man erreichen kann, für mich jedenfalls, wenn ich Filme und Programme gemacht habe, das fand ich immer so toll, wenn ich eine Reaktion bekommen habe. Normalerweise bist Du im Fernsehen ziemlich allein. Du machst was, es wird gesendet, ein paar Kritiker schreiben darüber. Und so gibt es auf einmal eine

Möglichkeit, Du musst Dich mit den Leuten auseinandersetzen. Du musst dein Programm verteidigen, Du musst erklären, warum Wowereit doch drin ist, das fand ich sehr sehr gut. Das ist eine tolle Möglichkeit, die auf einmal aufgegangen ist. Parallel haben wir immer gedacht, übers Internet können sich die Leute auch anders beteiligen. Sie können Filme einschicken, die dann mitgesendet wurden, wir haben für unsere wesentlichen Protagonisten immer Hintergrund-Informationen geliefert, man konnte dann kleine andere Filme gucken, ein Jahr später, was ist aus dem geworden usw. Und das mache ich jetzt praktisch bei jedem Programm, was ich mache, denke ich das immer sofort mit, weil Fernsehen ist vor allem eine Erzählmaschine, du musst relativ zügig Deine Geschichte erzählen, weil du sie in so einem Programmschema erzählen musst. Oft bleiben da Inhalte auf der Strecke, ich mache ne Kochserie wie gesagt, da kann ich immer nur ganz wenig an Inhalt erzählen, aber ich kann das alles viel besser im Internet machen. Das war für mich auch eine riesige Erweiterung meines Arbeitsfeldes, komplette Sachen, die wir früher unter dem Tisch haben fallen lassen, auch müssen, finden da jetzt ihren Platz und werden auch angenommen. Man kommt eben auch ins Zwiesgespräch. Und das ist bisher das, was internet dann eben ist: die Kommunikation, die zurückkommt. Dass es eben nicht mehr diese Einweg-Nummer ist.

N: Wenn ich da mal fragen darf, bekommt Ihr den Part mit finanziert, oder ist das noch so eine Art Hobby?

V: Teils, teils. Natürlich sind die Sender daran interessiert, das nennt man dann Programm begleitende Maßnahmen. Eine Programm begleitende Maßnahme ist dann immer: hier habt ihr noch einen Tausender und dann macht ihr was fürs Internet. Reicht nicht. Wir stecken da oft selbst eigenes Geld rein. Einfach, und das mache ich, weil ich das einfach ausprobieren will, weil mich das interessiert. Aber bei 24h beispielsweise haben wir uns einfach Partner gesucht, die das finanziell mitgetragen haben. Die haben uns das dann finanziert. Je nachdem.

Natürlich stellt sich im Internet massiv und wirklich sehr massiv die Frage des Geschäftsmodells, der Finanzierung. Da hat auch noch keiner wirklich eine Antwort gefunden. Wenn es die Antwort gäbe, würde ich sofort meinen eigenen Sender aufmachen.

F: Was ist es, wovon Du geredet hast? Ich kann damit nichts anfangen, mir sagt das Beispiel nichts. Das Beispiel in den USA, das Du genannt hast.

Zuschauer Frage pt II:

Das sind halt Applications, die gleichzeitig zu bestimmten Programmformaten rausgegeben werden, an denen man sich dann interaktiv beteiligen kann, natürlich zusätzlich Werberaum damit aufmacht.

F: Was ich gesehen hab, die Obama Wahl und dann bei facebook gleichzeitig parallel kommentieren. Sowas?

Zuschauer Frage pt III:

Ich hab die konkreten Beispiele jetzt nicht mehr im Kopf, es gibt da auch eine Serienfunktion, ich weiss nicht, ob jemand anders das kennt.

....

N: Es gibt echt viele spannende Projekte, die spannendsten sind meistens gar nicht mitkonzipiert, sondern erwachsen am Rande. Bei LOST gibt es so ne Crowd-Intelligence, ich weiss nicht, wer LoST guckt, das ist echt kompliziert, und es gibt LOST Predictions. dot irgendwas, wo man Vorhersagen machen darf, wie sich die Serie weiter entwickelt und die User stimmen über die Qualität der Vorhersagen ab. Und die passen erstaunlich gut. Also das ist sowas, was sich halt drum herum entwickelt. Deshalb glaube ich, ist das auch so ein bisschen die Antwort auf die Frage, ich glaube Fernsehen ist sowieso sozial geworden und es ist egal, ob man dabei die Applikation mitliefert oder nicht. Die jungen Leute gucken natürlich, während sie fernsehen haben sie den Laptop auf den Knien, oder inzwischen ein iPad. Und natürlich twittern die und facebooken und geben sich gegenseitig Empfehlungen und schreiben was drüber auf ihrem Blog. Das heisst, das muss man gar nicht mehr an einem Ort bündeln, vielleicht ist das auch nur sehr schwer möglich. Aber es passiert natürlich und wird damit auch Bestandteil des Mediums.

V: Ich meine, bei CNN läuft es ja: Watch With your computer, wo permanent Hinweise auf das andere Gerät mit drin sind. Aber ich denke, auch CNN wird irgendwann genau da landen, dass

D: ich hatte da mal so ein Highlight-Erlebnis zu dem Thema, ganz ohne Applikation, da lief der Wendler Clan auf SAT1 sonntags, und das war ein unfassbares Format, wo ich auch dachte: das ist ja so unfassbar. Gucke ich doch mal, ob das anderen auch so geht. Ob, die das auch so unfassbar finden. Und dafür hat ja der liebe Gott twitter erfunden, oder facebook, und dann guckt man nach der Wendler Clan und dann hatte ich ein Entertainment abseits des Fernsehprogramms, das wirklich wahnsinnig gut war. Da bekam man sowas wie 50 tweets alle zwei Minuten, das hat anscheinend auch richtig viele andere Twitter User echt beschäftigt. Da wurden die jeweils besten oder auch schwachsinnigsten Zitate aus dem Fernsehformat direkt weiter verwurschtet, weiter entwickelt. Und das war wirklich große Unterhaltung, wo man auf den Fernseher guckt aber eigentlich die ganze Zeit nur guckt, wie geht das denn eigentlich den anderen Menschen, die das gucken. Und dann hat man fast schon wieder dieses Erlebnis wie früher, wo der Fernseher ja der Altar des Wohnzimmers und die Tagesschau das Hochamt war. Wo wirklich alle in die selber Richtung gucken, nur eben das alles jetzt virtueller.

Matthias Abel: Aber wäre das nicht auch eine Aufforderung an die Technologie-Provider, diese Gleichzeitigkeit zuzulassen. Das ist ja im Moment so sequenziell, wo ich diesen Medienbruch hinnehmen muss und springen muss, und die Parallelität vielleicht stattfindet, wenn ich so ein schickes iPad im Schoß hab oder sowas und gleichzeitig läuft irgendwie das im TV, müsste das nicht zusammenkommen auf den gleichen Bildschirm? So dass ich sozusagen Text und Kommentar als eines begreife?

F: Es gibt sowas, wie das was ich meinte, bei der US WAhl, eingebunden in Facebook, da konntest Du über Facebook kommentieren und hast dann Deine Freunde gesehen. Das hat eine merkwürdige Dynamik. Wenn Du was live guckst und es gleichzeitig siehst, wie

andere Leute kommentieren und wenn DU selbst kommentierst, das ist schon ziemlich faszinierend.

MW: Ich glaube ganz viel gibt es auch bei Boxee, wo man ja wirklich auch APps dazu installieren kann und die bieten dann auch Chats oder dass man sich verabreden kann mit Freunden, wer bringt Popcorn mit und so Kram. Da passiert eigentlich das gleiche in Grün, was bei APple im Appstore passiert für Fernseh-Anwendungen, um zu kommentieren...

****Matthias Abel: Es gibt ja echt viele Technologien, die aus dem Internet kommen, wie eben dass ich Freunde mitnehmen kann auf meine Reise im Internet usw. Warum funktioniert das nicht für TV? Warum funktionieren die Funktionalitäten, die mir das Internet bietet nicht auch als Format?

N: Ich glaub, dass an der Frage stört mich irgendwie was, und ich merk, dass das fast das gleiche ist, was davor kam. Nämlich diese strikte Trennung, das Kino was anderes ist als Fernsehen. Ich verstehe total den Gedanken dahinter, und das hat ganz viel mit einer Haltung zu tun habe ich das Gefühl, mit meiner Haltung, während ich da reingehe und trotzdem verschmelzen aber diese Geräte natürlich. Und das heisst, diese Frage, ob IT Technologie ins Wohnzimmer kommt, ist ja schon lange beantwortet. Aber sie kommt nicht mit einem Gerät da rein. Es sind eben Laptop, Spielekonsolen, internetfähige Fernseher usw. Das bedeutet eben auch für Dich, dass natürlich dieses, ob mein Fernsehen am Ende aus einer Antenne kommt oder aus ner Dose oder eben aus meiner Internet-Dose, und welche Applikationen dann dieses Gerät noch unterstützt, ich glaube, dass das schon heute total miteinander verwätscht. Die Antwort auf diese Frage ist ein ganz klares Ja, aber es ist heute schon so weit. Es geht gar nicht darum, wann kommt es, LOEWE baut diese Fernseher heute schon und Samsung, aber das machen eigentlich alle. Diese Flachbildschirme sind heute ja auch nichts anderes als Computerbildschirme. Das heisst quasi, für 200 Euro hast dem Ding noch einen COmputer mit reingeklinkt. Und dann kannst du halt Computer sehen da drauf. ***** Die Technologiefrage ist gar nicht so sehr das Zentrale, ich glaube viel mehr stellt sich gerade die Frage der Sinnhaftigkeit dabei. Ganz viel ist einfach echte Scheiße davon.

M.A. Es ist schon eine Formatfrage in dem Sinne, dass ich bei ganz vielen Sendungen finde ich einen, der mit dem Laptop daneben sitzt, ob das jetzt beim Doppelpass ist oder in vielen Talkshows. Wo dann die Frage aus dem Internet kommt. User XY hat im Internet dazu gepostet. Das ist ja extrem rudimentär. Es wäre doch viel spannender, da eine Parallelität zuzulassen und auch eine echte Interaktivität eben zwischen Text und Kommentar zuzulassen.

V: Aber das ist ja nichts neues. Dass die kulturellen Formen immer der Technik hinterher sind. Es gibt ein super Beispiel von der Mondlandung im deutschen Fernsehen. Der ersten Mondlandung, wo man eigentlich Fernseher hatte, wo man Kameras hatte, man hätte es eigentlich live mitnehmen können, war auch sehr spannend weil dann hatten die im Studio eine Mondfähre aufgebaut und wo dann jemand das nachgespielt hat, weil sie dachten: dadurch können wirs besser erzählen. Was totaler Quatsch war. ***** Und es gibt immer, glaube ich, die Technik ist immer ein Stück weiter als wir mit unseren Formaten. Es gibt unglaublich viele Möglichkeiten, die diese Technik bietet, und

du bist eigentlich immer nur dabei herauszufinden, was sind das für welche? Und wie kannst du sie für Deine Zwecke nutzen. Dafür musst du erstmal definieren: was ist Dein Zweck? Für mich war es so: mein Zweck ist, dass ich Geschichten erzählen will.

Dokumentarisch oder fiktional. Natürlich ist mein Traum im Moment: ich hab ne Serie oder so ein Programm wie 24 stunden und baue dauernd Beiboote, wo noch was anderes erzählt wird, wo noch ne Schicht aufgemacht wird, wo man noch mal nen Deckel haben kann, wo man irgendwas bei YouTube versteckt. Wo DU also diese ganze Palette spielst, dann ist natürlich eine ziemlich irrsinnige Vorstellung. Und gleichzeitig ist das das, was in den nächsten Jahren passieren wird. Dass solche Serien gemacht werden.

Dass es manchmal eben auch nicht identifizierbar ist, ist das nun real oder nicht? Gehört das zur Serie oder nicht? Diese Formen von Verwischungen auch, werden stattfinden. Aber: das ist jetzt schon möglich, aber ich glaube es dauert immer einen Moment, bis die Leute, die es machen, das auch können. Die ersten Sachen, die ersten Formate, sind meistens albern.

D: Ich finde ein ganz schönes Schlusswort. Wir Formate, wir Menschen, wir mit irgendeiner Form von Kreativität oder auch anderen Qualitäten ausgestatteten Menschen haben so unsere Ideen und gehen so unserer Wege. Aber wir hinken einfach natürlich immer der Technik hinterher. Heute Journal kommt ja jetzt... *****