

campus

DIGITAL

IST

**Kai-Hinrich Renner
Tim Renner**

BESSER

INHALT

EINLEITUNG	11
-----------------------------	-----------

1. TEIL – EVOLUTION

Die Digitalisierung ist die Fortsetzung der Popkultur mit anderen Mitteln

Kapitel 1 – Geboren in einer Medienfamilie Trotz eines Vaters, der sich als Regisseur verdingte, und einer kulturbeflissenen Mutter war unser Elternhaus keine Heimstatt für Pop	21
Kapitel 2 – Aufgewachsen in einer Bibliothek Mit dem zweiten Ehemann unserer Mutter kamen noch mehr Bücher, und sie blieben – bis heute	25
Kapitel 3 – Press Record + Play! Ein Kassettenrekorder macht aus Medien konsumierenden Brüdern Mediengestalter	30
Kapitel 4 – Pop Music Wie wir die Demokratisierung der Musikproduktion am Beispiel der elektronischen Musik erlebten	35
Kapitel 5 – Die »Hamburger Orgienpost« Wie uns Fanzines eine Vorstellung von der Demokratisierung der Kommunikation gaben	40

Kapitel 6 – Urheberrechtsverletzung	
Wer ungefragt Ideen anderer nutzt, kann Neues schaffen	45
Kapitel 7 – Grenzgänger	
Jenseits des Wertekanons des Bildungsbürgertums verwischen die Grenzen von Medienproduktion und Medienkonsum	50
Kapitel 8 – Sozialisation und New Wave	
Globale Musikszene werden zur neuen Heimat	56
Kapitel 9 – Radiostar	
Wie man den Programmauftrag des Radios selbst in die Hand nimmt	62
Kapitel 10 – Mein Mixtape	
Von Partizipation zum Powerplay, oder wie das Radio sich vom Musikliebhaber entfernte	66
Kapitel 11 – Der Kampf um die Programmhoheit	
Wie Musikvideos und Zapping eine TV-Landschaft vorbereitet haben, in der die Zuschauer bestimmen, was läuft	72
Kapitel 12 – Original, was ist das?	
Warum es mittlerweile sinnlos ist, zwischen Kopie und Original zu unterscheiden	80
Kapitel 13 – CD is killing music	
Über den nachvollziehbaren Wunsch des Musikkonsumenten, nur das zu hören, was er auch wirklich hören will	86
Kapitel 14 – Vivaldi-Fan	
Warum es gerade im digitalen Zeitalter sinnvoll ist, zwischen Pop- und Bildungsbürgerkultur zu unterscheiden	92

2. TEIL – REVOLUTION

Wenn die Masse Medien macht, machen Massenmedien keinen Sinn

DIE NEUE GENERATION

Kapitel 15 – Papi, ist das Sondermüll? Es gibt keinen guten Grund, natürliche Ressourcen für Güter aufzuwenden, die man auch digital verbreiten kann	99
Kapitel 16 – Als die Information laufen lernte Einst verbreiteten sich Informationen vor allem durch Texte, im Netz treten sie als bewegte Bilder auf	106
Kapitel 17 – Unbundle the Bundle Die Folgen des Kontrollverlusts über Text, Autor und Leser	112
Kapitel 18 – Der Prosumer am Auslöser Wie mit der digitalen Fotografie jeder zu seinem eigenen Andy Warhol werden kann	117

HANDEL

Kapitel 19 – Prinzessin Lillifee 2.0 Wie der Buchhandel in der Digitalisierung mit altem Know-how und neuem Sortiment bestehen kann	125
Kapitel 20 – Das Praecox-Problem Wie die Logik der Charts dazu führt, dass die Medienindustrie illegale Downloads attraktiv macht	133
Kapitel 21 – Einfach gewinnt Wer die illegale Konkurrenz schlagen will, muss einfach das bessere Angebot machen	140

Kapitel 22 – Kein zweiter Frühling im »Walled Garden«
Warum Innovationen im Fernsehen von den Privaten ausgehen
und ein eingeschränktes TV-Angebot keine Antwort auf die
digitale Vielfalt sein kann 148

Kapitel 23 – Feixende Urheberrechtsverletzer auf der Rückbank
Weshalb Kopierschutz technisch sinnlos ist und nur den Ehrlichen
bestraft 156

Kapitel 24 – Die Konsumentenmaschine
Über die Hoffnung der Medienmacher, mit Geräten wie dem iPad
aus Medienproduzenten wieder Konsumenten zu machen 162

QUALITÄT

Kapitel 25 – Das Ende des Herrschaftswissens
Wie die digitale Revolution den Journalismus verändert 168

Kapitel 26 – Kino ohne Popcorn
Wie man ein Medium mittels Qualität und Spitzenförderung retten
kann 177

Kapitel 27 – GEZ für alle
Warum ARD und ZDF künftig anderen Anbietern etwas von
ihren Gebühren abgeben sollten 182

NUTZER

Kapitel 28 – Jesus Street View
Über die oft unbegründete Angst vor Datenerhebungen und
den Irrtum, dass mehr Daten zwangsläufig zu mehr Transparenz
führen 192

Kapitel 29 – Das multiple Ich auf Facebook
Soziale Netzwerke auf dem Weg zum privaten Medium, zur
Realität und zur totalen Vision 200

Kapitel 30 – Egoshooter in Erfurt und Winnenden Wenn Popkultur Gemeingut ist, werden die digitalen Welten der Games zur Flucht	205
--	-----

3. TEIL – KONKLUSION

Zukunft gestaltet, wer bereit ist, auf Kontrolle und Deutungshoheit zu verzichten

Kapitel 31 – Riepl Remixed Wenn der Computer nicht zwischen bewegtem Bild, Ton und Text unterscheidet, gibt es auch keinen Unterschied mehr zwischen Fernsehen, Radio und Presse	213
---	-----

Kapitel 32 – 1,2,3 und raus bist du Weshalb der Zugriff auf das Netz ein Teil der Grundversorgung ist, die der Staat schützen muss	218
--	-----

Kapitel 33 – Blade Runner Schirmmacher Warum ein FAZ-Herausgeber sich von digitalen Doppelgängern umstellt sieht	226
--	-----

IST DIGITAL BESSER?

Diskurs über Chancen und Gefahren der digitalen Zukunft	234
---	-----

DANKSAGUNG	240
-----------------------------	-----

REGISTER	241
---------------------------	-----

Für Erfa Renner

EINLEITUNG

Es ist noch gar nicht so lange her, da war das wirkliche Leben jenseits unserer vier Wände ebenso faszinierend wie bedrohlich. Faszinierend war es, weil man da draußen unbekannte Menschen mit interessanten Meinungen treffen konnte. Es gab neue Kulturen zu entdecken, und man konnte sich verlieben. Dort war es aber auch verdammt gefährlich: An jeder Ecke lauerte jemand, der unsere Gefühle verwirren, unsere festen Standpunkte unterminieren, uns um unser Hab und Gut, ja sogar um unser Leben bringen konnte. Der Spießbürger, wie wir ihn einst kennenlernten, verließ deshalb sein Haus nur, wenn unbedingt nötig. Es reichte ihm völlig aus, die Welt von seinem offenen Fenster aus zu betrachten, die Arme auf ein bequemes Kissen gestützt.

Diese Zeiten sind endgültig vorbei. Der Spießler von heute weiß, dass man zu Hause keineswegs vor den wahren Gefahren dieses Lebens gefeit ist. Im digitalen Zeitalter schleichen kleine Ganoven und echte Schwerverbrecher unbemerkt über digitale Kabel, DSL-Leitungen und UMTS-Frequenzen in unsere vier Wände. Sie spionieren unsere Daten aus, räumen unsere Konten leer und schänden unsere Kinder. Selbst wer Internet, Smartphones und digitales Fernsehen nicht aktiv nutzt, ist vor Cyber-Kriminellen nicht sicher. Denn wenn Google mit seinen Aufnahmewagen auch unser kleines Häuschen fotografieren lässt und anschließend die Bilder in sein Online-Angebot Street View stellt, weiß jeder Übeltäter, wie es bei uns aussieht.

Ja, der »Tatort Internet« und nicht etwa irgendwelche finsternen Straßenzüge in Problemvierteln ist heute der wahre Schauplatz krimineller Umtriebe. In dieser Meinung bestärken uns nicht nur Boulevardmedien wie RTL II und *Bild*. Auch seriöse Wochenzei- tungen und Nachrichtenmagazine warnen gerne und intensiv vor den Gefahren, die von Online-Medien ausgehen.

Im Visier der Digital-Gangster ist aber nicht nur der Normal- bürger. Arglosen Medienkonzernen droht wegen der um sich grei- fenden Internetpiraterie gar der Ruin. Klar, da muss der Staat hel- fen: Während die Zeitungs- und Zeitschriftenverlage mit einem sogenannten Leistungsschutzrecht Gewerbebetriebe mit Internet- anschluss abkassieren wollen, ruft die Musikindustrie nach mehr Internetüberwachung, um illegale Downloads zu verhindern. Der- weil drohen Kinobesitzer und Filmverleiher in selbst produzierten Werbespots ihrer Kundschaft mit langjährigen Haftstrafen, sollte sie es wagen, ihre Filme illegal zu kopieren. Zudem lassen sie be- drohlich aussehende Platzanweiser mit Nachtsichtgeräten durch die Reihen marschieren, um Filmfreunde aufzuspüren, die wo- möglich mit digitalen Aufnahmegeräten unterwegs sind. Aber auch Regierungen und Staaten können durch die offensive Nutzung des Internets ins Wanken kommen, wie die Veröffentlichung geheimer Dokumente durch WikiLeaks mehrfach bewiesen hat. Als Konse- quenz fordern gestandene amerikanische Politiker die Todesstrafe für brisante Enthüllungen im Netz.

In dieser aufgeheizten Atmosphäre verkaufen sich Bücher prächt- ig, die ganz generell Internet und digitale Technik infrage stellen. Ob der gestandene Bildungsbürger und *FAZ*-Herausgeber Frank Schirrmacher in *Payback* vor digitalem Multitasking und den Stra- tegien »sadistischer« Computer warnt oder der Alt-Hippie und ehe- malige Cyberspace-Propagandist Jaron Lanier in *Gadget. Warum die Zukunft uns noch braucht* die Gefahr heraufbeschwört, der Mensch könne im Netz seine Individualität verlieren – kulturkriti- sche Betrachtungen zum Thema Internet haben Konjunktur.

Aber es hilft alles nichts: Trotz allerlei Bedenken und medialem Alarmismus boomt das Internet. Mehr als die Hälfte der deutschen Haushalte haben einen Anschluss ans World Wide Web. Drei von vier Bundesbürgern kommen, egal ob daheim oder im Büro, ins Internet. Darin zu surfen ist kein Privileg der Jüngeren mehr: Die meisten aller Neuanschlüsse ans Netz werden mittlerweile von über 60-Jährigen bestellt, auch wenn manch einer von ihnen noch beim Computerkauf im Elektromarkt die bange Frage stellt: »Ist da auch Internet drin?«

Die Reduzierung von Information auf Datencodes (Digitalisierung) und deren Verbreitung über Netzwerke (Internet) erfüllt offensichtlich einen massiven Wunsch der Konsumenten, sonst wäre beides nicht derartig erfolgreich. Wer die damit einhergehenden Möglichkeiten und Freiheiten versucht einzuschränken, wird abgestraft: Die Piraten, eine Partei, deren einziger expliziter politischer Inhalt die Gegnerschaft zu Netzsperrern war, holten aus dem Stand mehr Prozente als die Grünen bei ihrer ersten Bundestagswahl. CDU/CSU und SPD hingegen fingen sich trotz breiter, populistischer Kampagne pro Netzsperrern ihr jeweils schlechtestes Ergebnis aller Zeiten ein. Eines der ersten Gesetze der Großen Koalition, das nach der Bundestagswahl 2009 fiel, war jenes, das Netzsperrern ermöglicht hatte.

Auf ähnliche Akzeptanzprobleme wie heute die Digitalisierung und das Internet dürften vor einem halben Jahrtausend Gutenbergs Buchdruck und Luthers Bibelübersetzungen gestoßen sein. Bibeln waren nun keine handgeschriebene Mangelware mehr und in deutscher Sprache für jeden Schriftkundigen zugänglich. Diese Information aus erster Hand wurde begierig von den Gläubigen genutzt. Sie mussten nicht mehr glauben, was ihnen von den Kanzeln von oben herab erzählt wurde. Selbstbestimmt konnten sie sich ein eigenes Bild machen und ihren Glauben gestalten. Offensichtlich war das ein lange und tief gehegter Wunsch.

Dies alles war der Kirche zutiefst suspekt. Sie verlor in der Folge ihre Deutungshoheit und somit auch die Macht über Staat und Ge-

sellschaft. Das System Katholische Kirche sah in Buchdruck und Luther einen Aufstand gegen sich, den sie mit allen Mitteln – Scheiterhaufen inklusive – niederschlagen wollte. Das Ergebnis ist bekannt: Die Mehrheit der gläubigen Deutschen sind Protestanten, auch Katholiken lesen die Luther-Bibel, der Vatikan ist schon lange keine Weltmacht mehr und musste sich ein neues Geschäftsmodell jenseits von Latifundien und Ablasshandel suchen.

Fast liegt es bei der Digitalisierung nahe, den Begriff Kirche durch Medienunternehmen zu ersetzen, um die Dramatik zu erklären. Genauso wie bei Buchdruck und Bibel ist es wichtig zu verstehen, dass mit der Digitalisierung Freiheiten und Wünsche verbunden werden. Es ist der Wunsch, sich zu vernetzen und aus erster Hand bei Facebook zu erfahren, was passiert ist. Es ist die Freiheit, sich über Google Street View dort umzuschauen, wo man hinfahren oder hinziehen möchte. Es ist der Wunsch des Konsumenten, nicht zu warten, bis die neuen Filme auf DVD erscheinen, wenn er sie doch gerne heute Abend im Bett anschauen möchte. Es ist die Freiheit, mit Freunden, denen man früher schon Musikkassetten zusammengestellt hat, die neusten musikalischen Entdeckungen zu teilen, besonders jetzt, wo das doch dank Internet so viel einfacher geht.

Egal ob Papst, Mullah, chinesischer Zensor oder Ursula von der Leyen: Wer versucht, Freiheiten, die erlebt, oder Wünsche, die bereits erfüllt wurden, wieder zu unterdrücken, wird scheitern. Kurzfristig helfen vielleicht Drohungen und Gewaltanwendung. Auf Dauer ist so aber nicht der Dampf im Kessel zu halten. Was im Rahmen der Digitalisierung brodelt, ist nämlich kein revolutionärer Prozess, sondern eine Evolution – wenn auch mit zum Teil revolutionären Folgen, zum Beispiel für die Medien. Deshalb spricht man auch von der digitalen Revolution.

Wir werden in unserem Buch diesen allgemein gebräuchlichen Begriff verwenden, obwohl er eigentlich falsch ist. Der Konsument erfüllt sich schließlich digital Wünsche, die er analog schon gehegt

hatte. Anders als eine Revolution, in der sich schnell und massiv eine Idee des radikalen Wandels durchsetzt, sind diese Wünsche über lange Zeit gewachsen. Anders als bei einer Revolution kann man eine Evolution bestenfalls verlangsamen, den Prozess aber niemals umkehren.

Man fragt sich, wo all die Schirmmacher, Laniers und die Freifrau zu Gutenberg waren, als wir Zeitschriften zerschnippten, um daraus unsere eigenen Magazine (die Fanzines) zu basteln, gerade so, wie es heute mithilfe von Copy/Paste manche Blogger tun. Durften Leute wie sie nicht mit, als die Gymnasien Schüleraustausch organisierten und man lernte, durch Besuche und Briefe internationale Netzwerke aufzubauen und zu pflegen, wie man es jetzt in den Social Communities tut? Haben sie keine Urheberrechte verletzt und Mixtapes zusammengestellt, wenn sie verliebt waren? Haben ihre Eltern den Familienurlaub nicht fast jedem Besucher auf Diashows präsentiert, als hätten sie einen offenen Flickr Account? Gab es bei ihnen zu Hause wirklich keine VHS-Kassetten, angefüllt mit Filmen und Serien, derer sie mittels des Medienverbands aus Fernsehgerät und Videorekorder habhaft wurden und die sie nutzten, als ob es YouTube wäre?

Bei uns und unserem selbst gewählten, kulturellen Umfeld bestanden immer der Wunsch und das Bedürfnis, die Grenzen zwischen Medienkonsum und Medienproduktion zu verwischen. Als Punk kam, haben wir uns natürlich auf die Gitarren gestürzt, egal ob wir sie spielen konnten oder nicht. Als Popper oder New Waver haben wir selbstredend mit Moden gespielt und variiert, um uns selbst auszudrücken. Medien und Kulturproduktion waren nichts, was man sich nur erarbeiten, sondern etwas, das man sich erobern musste. Genau in dieser medialen Sozialisation scheint der Unterschied zu liegen, der in Sachen Internet mittlerweile zum Kulturbruch führt. Wir, die wir mit Popkultur groß wurden, stehen staunend vor den Missverständnissen, die Bildungsbürgern beim Thema Digitalisierung unterlaufen.

Genauso wie die alten Meinungs- und Bildungseliten hätten wir beide jeden Grund, Internet und Digitalisierung zu verteufeln. Der eine von uns (Tim Renner) hat dadurch seinen Job bei einem Musikkonzern verloren, den anderen (Kai-Hinrich Renner) setzt es als Journalisten reichlich unter Druck.* Wir sind dennoch nicht der Meinung, dass uns und unseren Kollegen Unrecht geschehen ist. Im Gegenteil: Wir finden es spannend – wenn auch manchmal anstrengend – mitzuerleben, wie wir Bestandteil einer gigantischen Veränderung werden. Die Revolution spielt sich dabei aber nicht auf der Seite des Konsumenten ab. Er macht nur das, was er schon immer getan hat. Nur die Mittel zur Verwirklichung seiner Wünsche haben sich dank Digitalisierung und Internet optimiert. Die Revolution muss sich im Angebot und Denken von Plattenfirmen, Verlagen, Rundfunkstationen und allen anderen, die mit digitalisierbaren Gütern ihr Geld verdienen, vollziehen. Ein Optimieren von Geschäftsmodellen reicht da nicht aus, denn potenziell verschwinden eher ihre Strukturen als die Wünsche der Konsumenten. Darin besteht die gigantische Veränderung.

Wir haben in der eigenen Kindheit und Jugend gegraben, um zu verstehen, wieso uns keine Angst macht, was bei anderen auf großes Missverständnis und Sorge trifft. Indem wir darstellen, wie wir zu Medienkonsumenten und -produzenten heranwachsen, wollen wir zeigen, dass die Digitalisierung nur eine Fortsetzung der Popkultur mit anderen Mitteln ist. Diese Kultur hat uns geprägt, sie dominierte die Biografien unserer Generation. Manch einer wird deshalb in unserem Buch seine eigenen Erlebnisse wiederentdecken, andere werden wenigstens sehen, dass es da auch noch einen anderen Kosmos jenseits des Wertekanons der Bildungsbürger gibt. Und ohne Einblick in diesen Kosmos, ohne Verständnis der Popkultur, ist das

* Dieses Buch haben wir gemeinsam geschrieben. Doch abgesehen von der Einleitung und dem Schlusskapitel spricht darin jeder von uns immer mit seiner eigenen Stimme. Damit deutlich wird, wer jeweils spricht, steht das entsprechende Namenskürzel in den Kapitelüberschriften.

Phänomen der Digitalisierung gar nicht richtig zu begreifen, meinen wir.

Die Digitalisierung bewirkt große Veränderungen. Mit dem Ausblick, dass Massenmedien obsolet werden, wenn die Masse Medien macht, wollen wir aber niemanden verschrecken. Im Gegenteil, wir glauben an neue Geschäftsmodelle. Diese werden jedoch nur funktionieren, wenn sie mindestens so gut sind wie das, was das Netz bereits jenseits der Legalität bietet. Wer die vielen Vorteile der Digitalisierung nutzen will, wird dies nur erfolgreich tun können, wenn er bereit ist, die Kontrolle über Inhalte aufzugeben. Der Konsument wird sich nicht mehr vorschreiben lassen, wann er was unter welchen Bedingungen nutzen darf. Ohne sein Gewinnstreben aufzugeben, muss der Produzent loslassen können, wenn es um die Inhalte geht. Eine weitere Voraussetzung ist Transparenz. Neben Freiheit verlangt der Konsument nämlich auch Partizipation.

Freiheit und Teilhabe sind die Grundbedingungen einer demokratischen Gesellschaft. Wer will ernsthaft behaupten, dass eine Medienwelt, die auf diesen Werten beruht, eine schlechte sei?

Digital ist besser!