



Feature / Hörspiel / Hintergrund Kultur

Freistil

Die Hit-Maschine

Klicks in Zeiten der knappen Aufmerksamkeit

Von Ina Plodroch und Simon Kamphans

Produktion: Dlf 2018

Redaktion: Klaus Pilger

Erstsendung: Sonntag, 09.12.2018, 20:05 - 21:00 Uhr

Regie: Simon Kamphans und Ina Plodroch

Es sprachen: Eva Becker, Heiko Obermüller und Benno Schulz

Ton und Technik: Simon Kamphans

Urheberrechtlicher Hinweis

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt und darf vom Empfänger ausschließlich zu rein privaten Zwecken genutzt werden.

Die Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung, die über den in §§ 44a bis 63a Urheberrechtsgesetz geregelten Umfang hinausgeht, ist unzulässig.

©  Deutschlandradio

- unkorrigiertes Exemplar -

O-Ton Max

So. (*Griffgeräusche*) Ich stehe morgens auf und natürlich ist der erste Blick aufs Handy verbunden mit einem Blick in die sozialen Netzwerke.

O-Ton Derek Thompson

A Hit? What is a hit?

O-Ton Max

Ich öffne jetzt erst mal Instagram.

O-Ton Daniel Finke

Wenn wir diese Formel schon gefunden hätten, dann wären wir viel besser dran.

O-Ton Max

Hier sehe ich von einem befreundeten Fotografen, der hat anscheinend eine Plakatkampagne gemacht

O-Ton Simone Schibor

Man entwickelt ein Gespür dafür, was hittig ist und was nicht so hittig ist.

O-Ton Max

Dann sehe ich einen Gitarristen, dem ich folge.

O-Ton Matthias Storath

In Social Media, da gibt's jeden Tag eine andere Sau, die durch's Dorf getrieben wird.

O-Ton Max

Dann bekomme ich hier irgendwelchen viralen Witze angezeigt.

O-Ton Markus Beckedahl

Viral bedeutet, dass sich etwas von Mensch zu Mensch weiterverbreitet

O-Ton Max

„Jimmy Kimmel live“ hatte anscheinend Mariah Carey zu Gast. Das seh ich. Matthias Schweighöfer steht zwischen zwei Autos.

O-Ton Christian Brandes

Viral heißt natürlich wenn Dinge exponentiell schnell geteilt werden.

O-Ton Max

Ähm, Werbung.

O-Ton Markus Beckedahl

Das erreicht in der Regel innerhalb kürzester Zeit sehr viele Menschen und ist dann in der Regel nach drei Tagen wieder vergessen.

O-Ton Max

Lukas Podolski bedankt sich für die Geburtstagswünsche.

O-Ton Christian Brandes

Am Ende geht es auch darum: Wann wird etwas gesehen und wann wird etwas viral - das muss ja die Leute irgendwo an irgendeinem Punkt berühren.

O-Ton Max

Ja ich komm vielleicht nachher noch mal rein. Das ist mir alles zu unergiebig hier. Ich mache jetzt mal schnell aus. (*Klick*)

Sprecher

Die Hit-Maschine.

Klicks in Zeiten der knappen Aufmerksamkeit

O-Ton Derek Thompson

A Hit? What is a hit?

Sprecher

Ein Feature von Ina Plodroch und Simon Kamphans

O-Ton Markus Beckedahl

Die Überproduktionen mit massiver kapitalistischer Gewalt.

Sprecherin

Es war einmal das Internet. Ein Ort, an dem jeder Mensch zu einem Star werden kann. Ohne Mittelsmänner, ohne Sender oder große Konzerne, die im Hintergrund bestimmen, wer der nächste Popstar wird. Der demokratische Traum.

O-Ton Daniel Finke

Du hast die Möglichkeit über das Internet relativ schnell mit dem richtigen Song zur richtigen Zeit am richtigen Ort und ein bisschen Glück an die Öffentlichkeit zu geraten, oder vielleicht sogar einen Hit zu landen.

Sprecherin

So beginnt das Internet-Hit-Märchen.

O-Ton Markus Bechedahl

Das ist die Geschichte, die Plattformen wie YouTube natürlich versprechen wollen.

Sprecherin

Markus Bechedahl ist Chefredakteur von netzpolitik.org, einem Onlinemagazin zu digitalen Themen.

O-Ton Markus Bechedahl

Du gibst uns deine Inhalte und möglicherweise bist du einer von denen, die dann durch die Decke gehen, und deren Ruhm explodiert.

Musik

Chance The Rapper – No Problem

O-Ton Derek Thompson

There are some pop stars that have come up on Soundcloud or were not attached to a major label who have been relatively successful like Chance the rapper and a lot of Soundcloud rappers.

Voiceover Derek Thomspen

Es gibt Popstars, die ohne großes Label über Soundcloud erfolgreich geworden sind, so wie Chance The Rapper und alle die anderen Soundcloud-Rapper.

Sprecherin

Ein wahr gewordenes Internet-Märchen: Chance The Rapper aus den USA.

Während der High School war er noch Michael Jackson-Fan, seine Eltern haben zu Hause Jazz und Gospel-Musik aufgelegt. Das hat ihm gefallen, bis er eines Tages „Through the Wire“ von Kanye West gehört hat.

Musik

Kanye West – Through The Wire

Sprecherin

Dieser Song hat ihn so sehr beeindruckt, dass er sein letztes Jahr in der High School damit verbracht hat, sein erstes Mixtape, also Album, zu schreiben. Dann hat er es bei der Musikplattform Soundcloud hochgeladen. Ohne Label oder Vertrieb im Hintergrund.

O-Ton Markus Beckedahl

Es gibt eine ganze Menge Fälle von Künstlern, die es geschafft haben, über das Internet bekannt zu werden, und über diese Popularität im Netz erst von Plattenfirmen entdeckt zu werden. Und die dadurch die traditionelle Herangehensweise auf den Kopf gestellt haben, nämlich, dass du erst mal eine Plattenfirma brauchst, um überhaupt von Medien wahrgenommen zu werden, um überhaupt Fans zu erreichen.

Sprecherin

Chance The Rapper gewinnt fünf Jahre nachdem er dieses erste Mixtape ins Netz gestellt hat drei Grammy Awards.

O-Ton Beckedahl

In der Regel mag das in Einzelfällen so passiert sein, aber die Wahrscheinlichkeit,

dass man selbst, egal wie kreativ etwas ist, ohne finanzielle Hilfe, zu einem viralen Star auf diesen Plattformen wird, ist doch schon sehr gering.

Musik

Chance the Rapper – Same Drugs

Sprecherin

Doch es gibt die Ausnahmen. Chance The Rapper ist tatsächlich ein „Indie“ geblieben. Er hat keinen Vertrag bei einem großen Label unterschrieben, sondern sorgt selbst dafür, dass sich seine Musik verbreitet. Dank des Internets ist das heute möglich. Weil die Fans seine Songs in den sozialen Netzwerken am Anfang seiner Karriere, direkt nach der High School, geteilt haben. Das ist der Grundgedanke des demokratischen Internets: Jeder Nutzer wird zum Sender. Die große Macht, was populär wird, verteilt sich auf viele Millionen Nutzer und liegt nicht länger bei den Labelchefs oder Radioredakteuren.

O-Ton Max

So, ich muss jetzt mal ein Stück zu Fuß gehen. Natürlich eine willkommene Gelegenheit mal wieder aufs Handy zu gucken. Und erst mal E-Mails checken.

Sprecherin

Max, Anfang 30, lebt in einer deutschen Großstadt. Er nutzt Facebook, Instagram, Twitter. Am liebsten auf seinem Smartphone.

O-Ton Max

So, was gibt es Neues bei Instagram? Ehm. Ja so ein Posting von einer Abschlusspräsentation des Neo Magazins, da sind ein paar Bekannte von mir drauf. Bei Instagram ist ja immer maßgeblich so Freundeskram. Und man scrollt hier so durch und bleibt irgendwie nicht so richtig irgendwo hängen.

Atmo

Telefonklingeln. Abnehmen, Gegenüber meldet sich mit „Christian Brandes..“

Sprecherin

Berlin-Schöneberg, in einem sogenannten Coworkingspace, in dem sich Start-Ups und kleine Agenturen angesiedelt haben.

Autorin aus Aufnahme

Hallo ich bin jetzt hier am Eingang.

O-Ton Christian Brandes aus Telefon

Ich hole dich mal eben ab.

Sprecherin

Hier hat das Bohemian Browser Ballett ein paar Büroräume gemietet.

Atmo

Ina? Ja Hallo, Christian, Moin.

Sprecherin

Christian Brandes. Im Internet ist er durch seinen Blog Schlecky Silberstein bekannt geworden. Nun ist er Chefautor des Bohemian Browser Balletts. Ein Internet-Satire-Projekt von Funk, dem jungen Angebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Internet.

O-Ton Christian Brandes

Also unsere Brainstormings sind natürlich Topsecret.

Sprecherin

Christian Brandes und sein Team arbeiten gerade an neuen Folgen ihres Satire-Projekts. Heute mal in der Sonne auf der Terrasse eines Cafés, direkt neben einer Baustelle.

O-Ton Christian Brandes

Das wäre nicht so schön, wenn du da was aufzeichnest. Es geht einfach darum, wenn wir da quatschen, dann werden da auch blöde Witze gerissen.

Sprecherin

Und sowieso: die Ideen für ihre kurzen Videos, die sie auf Facebook und Youtube veröffentlichen, sollen nicht verraten werden.

Autorin aus Aufnahme

Ich sage nur kurz ‚Hallo‘, nehme das noch mit auf und mache es dann aus.

O-Ton Christian Brandes

Hallo. Das ist Ina, Ina, Tim, Hi. Du machst ne Reportage darüber, wie Viralphänomene, also, wie was Virales gebaut wird. Irgendwelche viralen Angelegenheiten“

Sprecherin

Die Macher vom Bohemian Browser Ballett sind nicht nur darauf aus, dass sich ihre Videos viral im Netz verbreiten. Aber die Suche nach der großen ungeteilten Aufmerksamkeit – dem viralen Hit - schwingt immer mit.

Sprecherin

Mit einigen ihrer kurzen Videos waren sie auch schon erfolgreich.

Ausschnitt Video

Als Frau Künast nach den Vorfällen in Würzburg die Frage stellte, ob dieser tödliche Schuss wirklich notwendig war, war die Empörung natürlich groß.

O-Ton Raphael Selter

Das war ganz am Anfang bei unserem ersten viralen Video zum Beispiel,

Sprecherin

Raphael Selter ist einer der Autoren beim Bohemian Browser Ballett.

O-Ton Raphael Selter

Da gab's einen Tweet von Renate Künast dazu, dass ein Terrorist irgendwie mit der Axt erschossen wurde...und sie hat gesagt, hätte man den nicht kampfunfähig schießen können.

Sprecherin

Im Juli 2016 war das. Der jugendliche Axt-Täter wurde auf der Flucht von einem Polizei-Sondereinsatzkommando erschossen, nachdem er fünf Bahnreisende verletzt hatte. Grünen-Politikerin Renate Künast fragte sich damals via Twitter:

Sprecherin Tweet

Tragisch und wir hoffen für die Verletzten. Wieso konnte der Angreifer nicht angriffsunfähig geschossen werden???? Fragen!

O-Ton Raphael Selter

Und dann haben wir eben wirklich einen Tag später ein Video gemacht über Methoden, wie sich die Polizei vor Angriffen schützen kann, ohne denjenigen umzubringen.

Ausschnitt Video

Wir als Polizei sind dafür da, Menschenleben zu retten, und nicht Menschenleben zu nehmen. Aus diesem Grund haben wir die neuen ‚Only tales of defence‘-Techniken entwickelt, mit denen wir Axtangriffen in Zukunft besser begegnen können.

O-Ton Raphael Selter

Ist natürlich völlig übertrieben.

Ausschnitt Video

Im Notfall muss der Polizist handlungsfähig bleiben und sich auch körperlich zur Wehr setzen. Hier empfiehlt sich der Wurf mit dem Stiefel. Als ultima ratio.

O-Ton Raphael Selter

Und das ist dann innerhalb kürzester Zeit viral gegangen.

Ausschnitt Video

Gewalt kann nicht die Antwort auf Gewalt sein. Vielen Dank, Frau Künast, für eine Debatte, die wir endlich führen müssen.

Sprecherin

Über 500.000 Aufrufe bei Youtube. Auf Facebook mehr als 3 Millionen Aufrufe, rund 30.000 Likes, über 50.000 Mal geteilt.

O-Ton Raphael Selter

Also ich meine Viralität ist ja nicht nur, dass es viele Leute sehen, sondern auch ein bisschen der Weg dahin, nämlich dass Leute es ihren Freunden zeigen, die das wieder weiterverbreiten.

Sprecherin

Ein Grund, warum es sich so gut verbreitet hat, war:

O-Ton Raphael Selter

Weil es ein Thema war. Es war in den Talkshows zu der Zeit, es haben sich alle drüber aufgeregt, aber es hatte noch niemand wirklich einen Gag gemacht.

Sprecherin

Tagesaktualität. Ein Grund für die Viralität, meinen die Macher vom Bohemian Browser Ballett. Aber viel mehr wollen sie nicht verraten. Ihr Geheimnis, sagen sie.

O-Töne Christian Brandes

Und deswegen sind immer alle Handys aus. Aber gerade beim ausdenken. Da wird nichts mitgeschnitten, außer das, was man sich quasi im Kopf recorded.

Autorin aus Aufnahme

Ich mache das jetzt aus. *(Klickgeräusch.)*

Sprecherin

Die Verbreitung von Musik, Filmen, Videos oder Ideen hat sich durch das Internet verändert. Es sind nicht mehr bloß Radiosender, Fernsehanstalten und Zeitungen, die Informationen verbreiten. Im Netz wird jeder Nutzer zum potentiellen Sender, wenn er in den sozialen Netzwerken ein Video mit seinen Freunden teilt oder selbst eines hochlädt. Viralität ist zum wichtigen Verbreitungsmechanismus geworden.

O-Ton Derek Thompson

Virality in epidemiology in disease research means something relatively specific. It means: I'm sick and then I get a handful of people sick and then they get a handful of people sick and so on and so forth. When you're talking about information however sometimes information spreads purely person to person like say a rumor in high school.

Voiceover Derek Thomspson

In der Epidemiologie bedeutet Viralität etwas sehr Spezifisches.

Sprecherin

Derek Thompson

O-Ton Derek Thompson

It means: I'm sick and then I get a handful of people sick and then they get a handful of people sick and so on and so forth. When you're talking about information however sometimes information spreads purely person to person like say a rumor in high school.

Voiceover Derek Thompson

Nämlich: Ich bin krank und stecke einige andere an, und die stecken wieder andere an und so weiter und so weiter. Und manchmal verbreiten sich auch Informationen von Mensch zu Mensch, wie ein Gerücht in der Schule.

O-Ton Max

Was kann man noch gucken? Was sagt denn Instagram?

Sprecherin

Max hat wieder sein Smartphone aus der Tasche geholt.

O-Ton Max

Jennifer ist jetzt in Japan angekommen. Seh ich auch. Und Paul hat was Neues aus England. Oh, und das ist das Model, das ich bei Rock am Ring kennengelernt habe. Die hat sich anscheinend Herzchen angemalt. Ansonsten gibt es hier New York

irgendwelche Speißekarten zu sehen und World Press Photo hab ich auch schon mal irgendwo gesehen

Atmo Baustelle

O-Ton Christian Brandes

Tut das Not, dass das Moped so laut ist?

Sprecherin

Berlin Schöneberg, das Autorentreffen des Bohemian Browser Balletts im Café direkt neben der Baustelle.

O-Ton Raphael Selter

Es ist schon wichtig im Internet, dass man die Leute reinzieht - die haben keine Geduld.

Autorin aus Aufnahme

Werden eure Videos zu Ende geschaut?

O-Ton Raphael Selter

Äh, Betriebsgeheimnis...

O-Ton Christian Brandes

Im Internet wird nichts zu Ende geschaut. Das ist eine eiserne Regel. Das Gute, wenn man im Internet arbeitet, ist, dann kriegt man ja für alles Statistiken. Und unsere Statistiken, oder alle Statistiken sagen: Wenn man z.B. auf Facebook ein Video präsentierst, dann verringert sich die sogenannte Watchtime, also wie lange man diesen Clip überhaupt schaut, mit dem Alter. Also 14jährige sind irgendwie in der Lage, nach drei Sekunden schon zu entscheiden, ob sie den Clip mögen, der insgesamt anderthalb Minuten dauert.

Geräusch: *Sinus-Testton 3x 1 Sekunde*

O-Ton Christian Brandes

Aber bilden sich dann auch ein Urteil, und teilen das Ganze dann auch. Und je älter die Menschen werden, desto länger schauen sie zu. Das ist so ne alte Faustformel.

Autorin aus Aufnahme

Die halten dann auch mal Anderthalb Minuten aus?

O-Ton Christian Brandes

Nee das auch nicht. Aber eine Minute.“ Es ist ja Facebook. Der Fernseher ist ein Fernseher das Kino ist ein Kino. Aber wenn einer was auf Facebook schaut, dann hat er parallel noch Nachrichten Tabs offen, dann hat er seine Mails wahrscheinlich noch, links unten und oben und unten drüber sind auch schon wieder andere Clips und Nachrichten. Deshalb muss alles viel schneller gehen.

Geräusch: *Sinus-Testton 3x 1 Sekunde*

Sprecherin

Wie also herausstechen aus der Masse? Schon das erste virale Video überhaupt war kurz. Aber aus völlig anderen Gründen.

O-Ton Beckedahl

Die ersten viralen Videos hatten natürlich das Problem,

Sprecherin

Markus Beckedahl

O-Ton Beckedahl

dass damals nur wenige Menschen in der Lage waren, aufgrund mangelnder Bandbreite, sich die auch im Internet anschauen zu können.

Sprecherin

Der Videoclip Bad Day.mpg ist 27 Sekunden lang und aus dem Jahr 1997. Ein Mann sitzt vor seinem Computer, haut auf den Bildschirm. Wird noch wütender und klopft

mit der Tastatur auf den Bildschirm ein, bis alles zu Boden fällt. Und er noch mit den Füßen drauftritt.

Video Atmo Tritt

O-Ton Derek Thompson

There are studies that show that that content that is funnier tends to be shared more.

Voiceover Derek Thompson

Studien zeigen, dass Nutzer am liebsten lustige Inhalte teilen.

Atmo Katzenvideo

Sprecherin

Ein Klassiker: Katzenvideos.

O-Ton Markus Beckedahl

Es gibt natürlich die Videos, die viral gehen, weil alle diese Katzen so süß finden.

Sprecherin

Markus Beckedahl, der Chefredakteur von netzpolitik.org.

O-Ton Markus Beckedahl

Es gibt auch noch die Ad hoc Videos - das heißt, man hält zum richtigen Zeitpunkt eine Kamera hoch und hatte etwa die süßen Katzen oder sonst etwas vor der Kamera. Was halt emotional sehr viele Menschen erreichen deswegen geteilt wird. Und es gibt natürlich die Überproduktionen, die dann fast schon Blockbuster sind, die mit massiver kapitalistischer Gewalt quasi in den Netzwerken verteilt werden.

O-Ton Max

Paul Ripke hat irgendwen zu Gast, den ich nicht kenne Natürlich gucke ich mir das alles ohne Ton an, weil der Ton eh aus ist, ich bis eben noch das Radio gehört hab. Okay, war nicht so lustig. Christian Lindner , dem ich aus unersichtlichen Gründen folge.

Sprecherin

Vermutlich, weil der FDP-Politiker Christian Lindner 2017 mit seiner Wahlkampfkampagne einen Viral-Hit gelandet hat:

O-Ton Max

An der Stelle auch mal „nicht mehr folgen“

Ausschnitt Video

Haben sie mal was gemacht, von dem sie überzeugt waren, dass es richtig ist?

O-Ton Matthias Storath

Das war ja für den Landtagswahlkampf in Nordrhein-Westfalen.

Sprecherin

Matthias Storath ist ist Kreativchef der Digitalagentur Heimat aus Berlin. Er hat die Kampagne für den Politiker konzipiert.

O-Ton Matthias Storath

da haben wir diesen Film gemacht mit Christian Lindner mit ganz vielen Schwarz-Weiß-Foto aus seinem Leben.

Ausschnitt Video

Da schickt dir niemand eine SMS und sagt: ‚Das war richtig, das hast du gut gemacht.‘ Da explodieren die Kommentare: ‚Jetzt drehen sie durch, Idioten, ganz falscher Weg, wer soll das wählen‘. (läuft im Hintergrund weiter)

Sprecherin

Der Politiker Lindner steht vor einer Wurstbude und sitzt halb schräg hinten im Auto und tippt auf seinem Smartphone rum. Vor allem die Ästhetik und Anmutung des kurzen Clips unterscheidet sich von herkömmlichen Wahlkampffilmchen. Die Umsetzung und die Idee waren also neu. Ein Grund, warum es sich so verbreitet hat.

O-Ton Matthias Storath

Der Film selbst ist für eine Landtagswahl zwar sensationell geklickt worden über eine Million Mal. Das ist natürlich für einen Viralfilm relativ wenig. Was aber viral gegangen ist, ist z.B. ein einziges Foto aus diesem Film, wo Christian Lindner im T-Shirt da sitzt.

Sprecherin

Viralität heißt über 20 Jahre nach dem ersten Viralhit nicht mehr, dass ein Video möglichst oft angeklickt wird. Heute geht es um etwas völlig anderes.

O-Ton Max

Zum Thema Viralität: Wölfe. Anscheinend haben wir in Deutschland momentan ein Wolfproblem. So oft wie ich in letzter Zeit Wölfe bei mir im Feed sehe, müsste man eigentlich minütlich damit rechnen, dass irgendwo mal einer steht.

O-Ton Derek Thompson

A Hit? what is a hit.

Voiceover Derek Thompson

Ein Hit? Was ist ein Hit?

Sprecherin

Derek Thompson, Autor des Buches "Hit Makers".

O-Ton Derek Thompson

A hit is a cultural product that is commercially successful. but there are lots of different ways that a cultural product can be successful. because in the Internet age a lot of things that are extremely popular don't make any money right.

Voiceover Derek Thomspson

Ein Hit ist ein kulturelles Produkt mit kommerziellem Erfolg. Aber es gibt viele Wege, wie ein kulturelles Produkt erfolgreich werden kann auch ohne, dass es Geld einspielt. Denn im Netz wird mit vielen Videos oder Songs überhaupt kein Geld verdient.

Sprecherin

Aber wie wird ein Hit zum Hit?

O-Ton Derek Thompson

One of the interesting things that we're seeing happen right now is that for a long time into the 20th century you didn't have a lot of broadcast channels. And because you had scarcity of distribution you tended to have large companies large organizations that could control distribution control information flow and as a result they could often dictate popularity.

Voiceover Derek Thompson

Im 20. Jahrhundert hatten wir für eine sehr lange Zeit nur wenige Fernseh- oder Radiosender. Durch diese Knappheit konnten große Unternehmen und Sender kontrollieren, wie sich Informationen verbreitet haben. Sie konnten entscheiden, was populär wird, und was nicht.

O-Ton Daniel Finke

Ein Hit hat immer einen musikalischen Konsens, weil er möglichst viele Leute anspricht.

Sprecherin

Daniel Finke, ist Streaming Manager bei Sony Music Columbia. Vorher war er Musikchef des Privatradiosenders NRJ. Den Konsens haben die Hitradios schon früher nicht dem Zufall überlassen.

O-Ton Daniel Finke

Früher hat man als Label eine Single veröffentlicht, indem man sie ans Radio gegeben hat, also man hat sie erst mal ans Radio gegeben, und dann hat man dem Radio irgendwie sechs Wochen Vorlauf gegeben, um dieses Single mal bekannt zu spielen, und dann hat man die Single veröffentlicht, oder hat das Album dazu veröffentlicht.

O-Ton Derek Thompson

They could decide for example in the music business that they wanted a certain song to be big.

Voiceover Derek Thompson

Labels konnten entscheiden, welchen Song sie groß machen wollten.

Sprecherin

Radios und Labels haben die Hits bestimmt. Aber nie unabhängig vom Hörer.

O-Ton Benjamin Plätzen

Ich setze mir jetzt einen Kopfhörer auf bekomme jetzt eine Telefonnummer.

Sprecherin

Ein Marktforschungsinstitut in Köln. Für das Jugendradio eines öffentlichen rechtlichen Radiosenders ruft Benjamin Plätzen einen möglichen Hörer an.

O-Ton Benjamin Plätzen

„Guten Tag, wir führen für ein bekanntes Radioprogramm eine Umfrage zur Bekanntheit und Beliebtheit von Musiktiteln durch da sie fragen ob sie Zeit und Lust haben an dieser Befragung teilzunehmen. Das Ganze würde zirka 15 bis 20 Minuten dauern.

O-Ton Simon

15-20 Minuten? Können wir machen, gerne.

Sprecherin

Aus Datenschutzgründen ist das Gespräch von Benjamin Plätzen mit dem Autor dieser Sendung simuliert.

O-Ton Benjamin Plätzen

Jetzt hätte ich gern ihre Meinung zu einer Reihe von einzelnen Musiktiteln erfahren und dazu spiele ich Ihnen jetzt jeweils einen kurzen Ausschnitt dieser Titel vor und stelle ihnen im Anschluss dazu drei Fragen zu den einzelnen Titeln. Hier kommt der erste Titel

Musik aus Telefonat (Portugal the Man - Feel it still)

O-Ton Benjamin Platzen

Die erste Frage dazu. Haben Sie den Titel schon mal gehört?

O-Ton Simon

Mir kommt die Melodie bekannt vor, aber nicht der Titel, nicht der Song.

O-Ton Benjamin Platzen

Welche von den folgenden Aussagen würde Ihnen spontan durch den Kopf gehen?
Diesen Titel möchte ich öfter hören. Diesen Titel möchte ich weniger hören. Oder:
dieser Titel wird genau richtig gespielt.

O-Ton Simon

Den kann man schon noch öfters hören.

O-Ton Benjamin Platzen

Wenn Sie also der Meinung sind dass ich an dem Titel satt gehört haben dann
antworten Sie bitte mit Ja ansonsten mit Nein.

O-Ton Simon

Nein.

Sprecherin

Immer wieder muss der Angerufene sagen, welcher Song ihm gefällt, welchen er
kennt, welcher ihn nervt. Alle zwei Wochen führt das Institut diese Umfragen am
Telefon durch. Auch wenn es anachronistisch wirkt: auch heute noch. Laut der
Chefin führen vor allem Privat- und Jugendradiansender diese Befragung durch.

O-Ton Benjamin Platzen

Es wird keinen Titel geben, der in den Charts auf Platz 20 einsteigt, sich über drei,
vier Wochen langsam nach oben arbeitet, den wir nicht im Test drin hatten.

O-Ton Sabine Haas

Das kommt aus den USA, also wurde in den USA relativ früh entdeckt, dass es für

die Werbekunden sehr vielversprechend ist, wenn ein Radioprogramm - so hat man das genannt - formatiert wird.

Autorin

Sabine Haas ist die Geschäftsführerin des Forschungsinstituts.

O-Ton Sabine Haas

Das heißt, es wird von morgens bis abends verbindlich in gleicher Struktur angeboten, und das Ziel war, immer die gleichen Zielgruppen anzusprechen. Und es ist natürlich auch irgendwann zur Hörgewohnheit geworden, dass man das so kennt. Die Privatsender haben es natürlich sofort auch nachgemacht, was da in den USA vorgemacht wurde. Das war natürlich auch sehr erfolgreich, weil man als Jugendlischer oder als älterer Hörer genau wusste: Bei der Welle krieg ich mein Programm, und das war auch die erste Welle, die man eingeschaltet hat.

O-Ton Benjamin Platzen

Wir sind im Moment dabei, umzuziehen und entsprechend haben wir unser Archiv auch einmal aufgeräumt. Und weil ich halt hier für die Musiktitelforschung zuständig bin, wurde mir auch die WDR Musikstudie mit der Umfrage unter Radiohörern von 1984 wieder auf den Schreibtisch gelegt.

(Autorin aus Aufnahme:) „Das heißt wir sehen hier Schreibmaschinenziffern.“

Sprecherin

Über 30 Jahre später wertet Benjamin Platzen die Daten natürlich am Computer aus.

O-Ton Benjamin Platzen

Wir sehen hier Titel dabei, die in 2017 schon mit dabei waren, die jetzt noch getestet werden. Mit Verlaufsgrafiken und übersichtlichen Tabellen.

Sprecherin

Am wichtigsten ist aber eine Kategorie:

O-Ton Benjamin Platzen

Bekanntheit und Gefallen sind die primären Daten. Und es wird dann auch im

zweiten Schritt geschaut, sollte dieser Titel häufiger gespielt werden bzw. sollte man den irgendwann doch aus der Hot Rotation rausnehmen.

Autorin aus Aufnahme

Ja, das heißt, da oben haben wir jetzt zum Beispiel den Ed Sheeran und Eminem Song und da sehen wir, 96 Prozent kennen den Song.

O-Ton Benjamin Plätzen

96 Prozent ist schon ein sehr, sehr hoher Wert. Was wir hier auch sehen ist, dass auch über alle unsere internen Vergleichsgruppen die Bekanntheit gleich hoch ist.

O-Ton Sabine Haas

Also alles, was unbekannt ist, gefällt nicht.

O-Ton Derek Thompson

We do like new songs but we like new songs that sound like old songs that we already like. And one of the most elegant summaries of this concept comes from industrial design and it's an industrial designer named Raymond Loewy.

Voiceover Derek Thompson

Menschen mögen neue Songs, aber nur solche, die wie alte klingen. Wie solche, die sie schon kennen. Die beste Zusammenfassung dieses Konzepts stammt vom Designer Raymond Loewy.

Sprecherin

Der Industriedesigner hat das Lucky Strike-Logo, die erste Raumstation der Nasa oder die ersten Fernbusse und Züge entworfen.

O-Ton Derek Thomspson

I mean this guy just designed the entire 1950s of American life and his insight into American psychology is summarized by this slogan called Maya, M A Y A - most advanced yet acceptable. And this theory says that the human mind is torn between two relatively equal forces on the one hand an interest in discovering new things and on the other hand a deep preference for things that are sneakily familiar.

Voiceover Derek Thompson

Dieser Mann hat ungefähr die gesamten 1950er Jahre des Amerikanischen Lifestyles gestaltet und seine Erkenntnisse aus der Psychologie mit dem Slogan Maya zusammengefasst. Das Neueste, das akzeptiert wird. Diese Theorie besagt, dass Menschen sich von zwei Kräften angezogen fühlen: Sie wollen das Neue entdecken, fühlen sich aber auch beim Alten und Bekannten wohl.

Sprecherin

Genau darauf verlässt sich seit jeher das Musikprogramm der Formatradiostationen.

O-Ton Daniel Finke

Es gibt Radiosender, die vertrauen zu hundert Prozent auf ihre Zahlen und sagen: ‚Wenn mein Hörer das sagt, dann ist das so.‘

Sprecherin

Daniel Finke, der Streamingmanager bei Sony Music Columbia, der auch die Seite der Radiosender als ehemaliger Musikchef des Privatradiosenders NRJ gut kennt.

O-Ton Daniel Finke

Und es gibt Radiosender, die sagen: ‚Ja, das ist ein nützliches Tool, aber es ist auch nur ein Tool. Das, was ein ausgebildeter Musikredakteur der meinen Markt und mein Format und meinen Hörer kennt, das was der da einbringt, ist bis zu einem gewissen Prozentsatz genauso wertvoll.‘

Sprecherin

Um einen Hit zu landen, war das Radio für ganz lange Zeit unverzichtbar.

O-Ton Daniel Finke

Das ist dann das Internet geworden, das ist jetzt Streaming. Die Musikindustrie hat damals gedacht - und vielleicht auch gehofft - dass der Streamingkonsument musikinteressierter ist, und mehr darauf aus ist, neue Musik zu entdecken. Das ist aber nicht der Fall. Der durchschnittliche Streamingnutzer konsumiert genauso Charts bei Spotify oder im Streaming wie er das beim Radio auch tut.

Sprecherin

Haben das Internet und das Musikstreaming deshalb das Radio bald abgelöst?
Können die Streamingdienste endlich den exakten Geschmack der Massen treffen,
also das, was die Formatradiosender seit jeher anstreben?

--

Atmo Treppenhaus und Tür

Romina Halewat: „Hallo. Ina, richtig? Schön dich kennen zu lernen.

Autorin: Hallo. Danke, dass ich kommen darf!

Romina Halewat: Komm rein. Herzlich willkommen bei Deezer.“

Sprecherin

Romina Halewat ist Pressesprecherin von Deezer. Das ist ein Streaminganbieter neben Spotify und Apple Music, die den Markt beherrschen, ein Konkurrent von Youtube Music oder Napster .

O-Ton Romina Halewat

Und hier sitzt einmal unser Adsales-Team.

Sprecherin

Das helle Großraumbüro in zwei ehemaligen Wohnungen liegt in Berlin-Mitte.

O-Ton Romina Halewat

Und da hinten ist unser Editorialteam.

Autorin aus Aufnahme

Editorial heißt...?

O-Ton Romina Halewat

Das heißt Musikredaktion. Diese Menschen machen fleißig Playlisten und hören ganz viel Musik.

Sprecherin

Musikstreaming gehört mittlerweile - neben dem Radio - zum wichtigsten Verbreitungskanal für Musik. Der deutsche Musikmarkt hat im ersten Halbjahr 2018 knapp 48 Prozent mit Musikstreaming umgesetzt. Laut einer Studie des Digitalverbandes Bitkom streamen sieben von zehn Internetnutzern zumindest hin

und wieder Musik bei einer der Plattformen. Mit nur einem Klick können Nutzer nahezu jeden Song der Musikgeschichte anhören.

O-Ton Romina Halewat

...die eine Bürohälfte hier in dem Büro. Hallo. Das ist schon die Simone.

Sprecherin

Simone Schiborr ist Musikredakteurin bei Deezer.

O-Ton Simone Schiborr

Unser Haupt-Playlisting-Tag ist eigentlich der Freitag, weil da die neuen Sachen rauskommen oder die neuen Titel.

Sprecherin

Gemeinsam mit Richard Wernicke stellt sie jede Woche etwa 25 Playlisten zusammen. Neben den Endlosplaylisten, die ein Algorithmus auf jeden Nutzer zuschneidet, sind die kuratierten Playlisten das Herz jedes Streamingdienstes.

O-Ton Richard Wernicke

Zusätzlich ist es unsere Aufgabe anhand der Playlists, anhand der Titelauswahl, die Nutzer ein wenig zu leiten, weil sie ansonsten wahrscheinlich von diesem Überangebot überfordert wären.

O-Ton Simone Schiborr

Das heißt Freitags verbringe ich eigentlich die ganze Zeit damit, neue Musik zu hören und zu gucken, in welche Playlisten die passen.

Sprecherin

Zum Beispiel die Rap-Playlist. Simone sitzt vor zwei großen Bildschirmen, hat mindestens 20 Tabs in ihrem Browser geöffnet und sucht sich aus, welche Songs ganz oben in der Rap-Playlist landen. Die hat fast 270.000 Nutzer, die regelmäßig die Songs auf der Playlist in der Reihenfolge, die Simone gewählt hat, hören. Deshalb funktioniert Streaming ein bisschen wie Radio: Musikredakteure empfehlen dem Hörer Songs. Playlisten wie ‚Rap Caviar‘ beim Streamingdienst Spotify haben

fast zehn Millionen Abonnenten. Das heißt: Der Song, der ganz oben in dieser Wiedergabeliste steht, den hören viele Menschen.

Autorin aus Aufnahme

Könnt ihr einen Song zu einem Hit machen?

O-Ton Richard Wernicke

Wir können als Deezer unterstützend eingreifen, maßen uns aber nicht an, wir alleine können einen Song zum Hit machen.

Autorin aus Aufnahme

Und wenn man alle Streamingdienste zusammen nimmt und sie gegen das Radio ausspielt. Können sie das dann?

O-Ton Richard Wernicke

Das ist Spekulation. Das Radio ist für uns kein Feind.

O-Ton Simone Schiborr

Ich glaube, dass wir mehr Daten zur Verfügung haben. Also dass wir sehen, wann oder dass ein Song geskippt wird und beim Radio hörst du ja nicht wann die Leute abschalten.

Sprecherin

Was die Formatradios seit Jahrzehnten in den sogenannten Call-Outs, den Hörerbefragungen per Telefon, versuchen herauszufinden, wissen die Streamingdienste also ganz genau. Simone Schiborr kann sehen, wann die Deezer-Nutzer einen Song weiterskippen, also den nächsten Song starten. Oder wenn sie einen Song immer und immer wieder anhören.

O-Ton Simone Schiborr

Freitags werden die neuen Songs reingefahren in die Playlist und dann gucke ich mir in der darauffolgenden Woche an, wie gut die performt haben, sprich: Wie oft wurden die gestreamt und wie oft wurden die geskippt.

Sprecherin

Indirekt bestimmen also die Nutzer, was auf den Playlisten landet – und bleibt. Heißt das denn aber auch, dass in der Streamingwelt die Major Labels Sony, Universal und Warner Music, weniger Macht haben, also nicht mehr so stark entscheiden können, wer als Sängerin oder Band erfolgreich wird?

Sprecherin

Bürowechsel bei Deezer. Simone packt ihren Laptop unter den Arm und geht in einen kleinen Besprechungsraum.

O-Ton Simone Schiborr

Und zwar hab ich gleich meinen wöchentlichen Call mit Universal und da werden ein paar Vertreter der Universal-Labels sitzen und mir erzählen, was ihre Prios für diesen Freitag sind. Also was rauskommt, und was ich wissen muss.

Sprecherin

Sie hat nun eine Excel Tabelle geöffnet, um sich die ‚Prios‘ der Labels zu notieren, also die Songs, die das große Label für besonders wichtig hält.

O-Ton Simone

Das machen wir halt einmal pro Woche.

Atmo aus Anruf

Telefonklingeln „Hallo? ‚Hallo, Simone‘. Hi, na... da bist du ja.

Sprecherin

Der Mann vom Majorlabelvertrieb stellt ihr nun vor, welche Songs er für besonders wichtig hält.

Atmo Anruf

„Dann leg mal los“

Sprecherin

Und Simone Schiborr tippt mit. Die Auswahl, wer am Ende weit oben auf der Playlist landet, trifft sie. Aber ein Song, der hier vorgestellt wird, hat natürlich größere

Chancen als einer, der komplett ohne großen, professionellen Vertrieb auskommt. Um sich alle neuen Songs anzuhören, die auf Youtube, Soundcloud oder Bandcamp hochgeladen werden von den Musikern selbst, dafür hat sie kaum Zeit. Sie muss auf die Vorauswahl der Labels setzen.

Atmo Anruf

Die hören das wahrscheinlich über eure Kollegen dann auf internationaler Ebene

Sprecherin

Welcher Musiker oder welche Musikerin ganz oben auf der Playlist landet, hängt auch von anderen Faktoren ab.

Musik

Eunique - Wer ist so nice

Sprecherin

Ein Beispiel: Deezer fördert die Rapperin Eunique in einem Nachwuchsprogramm.

O-Ton Simone Schiborr

Das ist schon so ausgelegt, dass es ein partnerschaftliches Programm ist. Wir unterstützen sie. Aber sie gibt uns quasi auch Social-Liebe zurück.

Sprecherin

Simone Schiborr würde sie auf den ersten Platz der Playliste nehmen und ein Foto von ihr als Cover der Playliste. Aber nur, wenn im Gegenzug zur prominenten Playlistenplatzierung die Künstlerin einen Link zur Playlist über die sozialen Netzwerke teilt. Also für den Streamingdienst wirbt.

O-Ton Simone Schiborr

Und das hängt noch in der Luft. Und die haben auch gefragt, was wir auf unserer Seite für das Album machen.

Autorin aus Aufnahme

Das heißt jetzt hörst du das an und dann guckst du?

O-Ton Simone Schiborr

Genau. Entweder höre ich das jetzt schon mal an. In der Regel versuche ich dann schon über die Woche hinweg die Sachen anzuhören, und mir schon Notizen zu machen und zu sagen: das kann in die Playlist und das kann in die. Das ist gut. Das ist nicht so gut. Das ist schnell. Das ist langsam.

Autorin aus Aufnahme

Und hörst du raus, was ein Hit werden könnte?

O-Ton Simone Schiborr

Ja ich muss jetzt natürlich total selbstbewusst sagen: klar. Ich glaube man entwickelt, so ein bisschen so ein Gespür dafür, was das eher hittig ist und was nicht so hittig ist.

Autorin aus Aufnahme

Was ist diese Woche hittig?

O-Ton Simone Schiborr

Es ist tatsächlich so, dass ja Namen schon für etwas sprechen. Und ich glaube, dass die Ed Sheeran-Single wird funktionieren, weil Ed Sheeran immer funktioniert.

Sprecherin

Für den richtigen Hit benötigen die Labels und Musiker Radio und Streaming. Auch heute noch.

O-Ton Richard Wernicke

Also in erster Linie sind wir eine Plattform. Die Auswahl an Musiktiteln machen wir deswegen, weil wir den Nutzer an die Hand nehmen, und ihm Sachen zeigen, von denen wir denken, dass sie gut sind, und dass sie ihn interessieren könnten. Dazu gehören auch Newcomer. Gerade in dieser Zeit, in der wahnsinnig viel Musik produziert wird. Durch dieses Überangebot an Musik ist es noch mal viel wichtiger, auch Künstler, von denen wir sagen, die solltest du hören und entdecken, nach vorne zu stellen.

Sprecherin

Es gibt zwar ab und zu Hits, die kein Label oder Vertrieb ausgewählt haben, sondern die sich einfach durch die Nutzer immer erfolgreicher werden. Aber: Das bleiben die Ausnahmen. Der Nutzer hat nur eine Pseudomacht.

--

Musik

Carly Rae Jepsen – Call me Maybe

O-Ton Derek Thomsson

I think it's important to point out that in an age where distribution is fragmented it still is important to have a distribution strategy and to have a marketing strategy.

Voiceover Derek Thomsson

Selbst in einer Zeit, in der die Verbreitung und der Vertrieb von kulturellen Produkten so vielfältig ist, braucht es noch eine Verbreitungs- und Marketingstrategie.

Sprecherin

Derek Thompson, der amerikanische Journalist.

O-Ton Derek Thompson

I still think that distribution matters. That a lot of times in an age of seeming virality a lot of people think that if you make something that is catchy enough or sticky enough or great enough that it will simply distribute itself.

Voiceover Derek Thomsson

Vertrieb und Verbreitung sind immer noch total wichtig. Im viralen Zeitalter denken viele: Wenn ein Song „catchy“ genug ist, dann wird er sich schon verbreiten.

Sprecherin

Am 20. September 2011 veröffentlicht die Sängerin Carly Rae Jepsen ihre EP “Curiosity” in ihrem Heimatland Kanada. Daraus ist auch die Single “Call Me Maybe”.

O-Ton Derek Thompson

And so when explaining the success of a cultural product like a song like 'Call Me Maybe' it makes a lot of sense to not only say well yes the chorus was catchy and you know Carly Rae Jepsen is a lovely singer and a very talented songwriter. But in cultural markets content is of course important. But distribution is just as important.

Voiceover Derek Thomspson

Bei der Erklärung, warum ein Song wie "Call Me Maybe" so erfolgreich wurde, reicht es nicht aus, nur zu sagen, dass der Refrain großartig ist und Carly Rae Jepsen so eine talentierte Sängerin ist. Der Inhalt ist natürlich wichtig. Aber Verbreitung spielt genau so eine Rolle.

O-Ton Derek Thompson

Someone might have said watching 'Call Me Maybe' bloom from a unpopular song to a relatively popular song to a world conquering hit, they might have said: 'Wow, Call me maybe is going viral.' I'm sure it was said many, many times but in fact if you study the story of Call Me Maybe you see: It had a sudden explosion in popularity.

Voiceover Derek Thomspson

Irgendwer hat bestimmt gesagt: 'Call me Maybe' entwickelt sich von einem unbekannte Song zu einem Welthit, der Song geht viral.' Das wurde bestimmt total oft behauptet, aber eigentlich ist es beidem Song ganz anders gelaufen. Die Popularität ist nämlich in einem bestimmten Moment extrem gestiegen.

Sprecherin

Im Dezember 2011 reist der Popstar Justin Bieber nach Kanada, hört den Song im Radio. Und twittert an seine 107 Millionen Follower:

Sprecher Tweet Justin Bieber

„Call me maybe by Carly Rae Jepsen is possibly the catchiest song I've ever heard lol“

O-Ton Derek Thompson

So clearly that video benefited from a broadcast moment.”

Sprecherin

“Call Me Maybe” hat sich also nicht viral von Nutzer zu Nutzer verbreitet. Sondern dadurch, dass der kanadische Popstar Justin Bieber das Video bei Twitter gepostet hat und viele seiner über 100 Millionen Follower sich deshalb den Song angehört haben.

O-Ton Derek Thompson

Popularity used to be dictated top down, gatekeepers used to have a lot more power over deciding what consumers and voters and audiences would like. And now I think taste and popularity is a little bit more chaotic because it's more bottom up. So Justin Bieber is not a traditional gatekeeper according to the 20th century definition. He's not a company. He is not a studio. He's not a label. He's an individual he's a celebrity.

Voiceover Derek Thomspson

Mittelsmänner, Plattenfirmen und Radiosender haben die Popularität von kulturellen Produkten bestimmt. Sie konnten entscheiden, was das Publikum mögen wird. Heute sind Geschmack und Popularität viel chaotischer und mehr von unten, von der Gesellschaft, mitbestimmt. Und von Influencern wie Justin Bieber. Er ist keine Plattenfirma und kein Radiosender, sondern ein Star, der andere Musiker bekannt machen kann.

Sprecherin

Berühmte Social Media-Nutzer wie Justin Bieber oder Jan Böhmermann haben mehr Follower als jeder Radiosender oder Streamingdienst.

O-Ton Derek Thompson

First I think that virality is essentially a myth as we currently conceive of it when something becomes popular very quickly we tend to say ‘oh it just went viral’.

Voiceover Derek Thomspson

Viralität ist also eigentlich ein Mythos. Es wird so oft behauptet, irgendwas hat sich viral verbreitet, auch wenn es überhaupt nicht so ist.

O-Ton Max

Das nervt mich einfach, weil das typisch Socialmedia in der schlechtesten Art ist. Hier geht es gar nicht mehr um Inhalte, sondern nur noch um so verspieltes Mitmachtheater. Und das nervt mich.

Sprecherin

Damit sich Videos, Ideen oder Songs wirklich viral verbreiten, müssen Millionen Nutzer diese in den sozialen Netzwerken teilen. Reicht es auch, einfach nur spannende und neue Inhalte zu erstellen – dann wird sich der Clip schon verbreiten?

Autorin aus Aufnahme

Okay, ich habe es jetzt mal angemacht.

Sprecherin

Das Autorenteam vom Bohemian Browser Ballett in Berlin-Schöneberg arbeitet weiter an seinen Satire-Folgen.

O-Ton Raphael Selter

Wir haben gebrainstormt zu bestimmten Themen. Und so ein bisschen schon mal Clipideen erarbeitet und die gesammelt.

Autorin aus Aufnahme

Und Ich durfte nicht mitschneiden, warum?

O-Ton Produzent

Naja, also natürlich ist sind die Ideen das Kernstück unseres Produktes und daher natürlich einem erhöhten Schutz unterworfen.

Autorin aus Aufnahme

Und der andere Aspekte war ja auch ein bisschen, das war jetzt hier nicht so Thema, wenn es darum geht, wie entsteht Viralität also ein Erfolg, das war... Zu viel wollt ihr auch nicht verraten.

O-Ton Produzent

Die Coca-Cola Company gibt ja auch nicht die Rezeptur von Coca Cola raus. Es gibt nicht Schema F. Auch wir haben kein Medikament für Viralität entwickelt und ein Patent angemeldet, aber wir haben ein Gefühl entwickelt, und wir wissen ungefähr, wann was wie zündet und diese Mechanik geben wir natürlich nicht preis.

Sprecherin

Wie muss so ein virales Video gestrickt sein?

O-Ton Derek Thomspen

Why do people share certain items or certain pieces of content online versus others.

Voiceover Derek Thomspen

Warum teilen Nutzer das eine Video und das andere nicht?

O-Ton Christian Brandes

Das Ziel ist ja, dadurch, dass wir ja eigentlich ein Online-Format sind, versuchen wir eigentlich einen Beitrag beziehungsweise eine Perspektive in den Raum zu stellen, mit der sich Leute idealerweise identifizieren können.

O-Ton Derek Thompson

Sharing in real life, in the phsysical world, means giving something up. When I share a blanket than I have less blanket. But sharing online isn't the sacrifice of of a scarce good. It is the amplification of that god and therefore it is much more like just talking really than sacrificing.

Voiceover Derek Thomspen

Im realen Leben bedeutet Teilen, etwas aufzugeben. Wenn ich eine Decke teile, habe ich weniger von dieser Decke. Online heißt es aber nicht, dass ich etwas opfere. Im Gegenteil: Es verstärkt sich.

O-Ton Max

Ich hab vor ein paar Tagen so ein Video geteilt und auch einen Geburtstagsgruß geschickt und da gibt es immer noch Reaktionen drauf. Da sehe ich, Simon hat jetzt auch darauf reagiert, das ist ja schön.

O-Ton Derek Thompson

And so sometimes I think when we share videos or articles online we are also communicating something about ourselves, that these products are representative of us that they are a piece of our identity.

Voiceover Derek Thomspen

Wenn Nutzer ein Video oder einen Artikel online teilen, dann wollen sie etwas über sich selbst erzählen.

O-Ton Max

Ja Likes zählen ist eigentlich das, was man bei Social Media macht, wenn man an so Tagen wie heute tatsächlich mal was gepostet hat, ist natürlich der Grund, warum man dann sich einloggt, auch hauptsächlich um zu zählen, was gibt's Neues, wie sehr wurde man abgeliked. Wichtiger Faktor bei Social Media“

O-Ton Derek Thompson

It means that you should make products, that when they are shared they make the sharer look really good. And content that is more outrageous which is to say that it fills its readers with moral outrage are more likely to be shared. And it turns out according to some recent social science that outrage is more likely to spread because outrage makes the so-called sharer seem to have a certain moral authority. so that for example when I share an article that says we need to stop eating chicken or share an article that says Donald Trump is really bad. That what I'm really trying to do is build up my moral authority on the issue of animal rights or liberal politics within that local network.

Voiceover Derek Thomspen

Inhalte, durch die Nutzer moralisch gut darstellen, verbreiten sich schneller und öfter. Artikel, über die sich Nutzer moralisch entrüsten können, funktionieren einfach gut. Es gibt Studien, die zeigen, dass sich Empörung online besser verbreitet, weil es den Sharer, also den Nutzer als moralische Instanz darstellt. Wenn ich also einen Artikel poste, der sagt: Hört auf Hühnchen zu essen. Oder: Donald Trump ist schlecht, dann will ich zeigen, wie moralisch ich bin.

Sprecherin

Wenn Nutzer Videos, Fotos, Artikel teilen, geht es aber nicht nur darum, dass diese lustig sind oder den Nutzer moralisch gut dastehen lassen. Manchmal geht's auch einfach nur ums Geld.

O-Ton Markus Beckedahl

Es gibt natürlich die Überproduktionen, die dann fast schon Blockbuster sind, die mit massiver kapitalistischer Gewalt quasi in den Netzwerken verteilt werden.

Sprecherin

Wenn eine Digitalagentur Facebook und Youtube Geld zahlt, dann sehen die Nutzer auf den Plattformen ihr Video häufiger. Wenn die Agentur dann noch ein paar Influencer dafür bezahlt, dass sie zum Beispiel das neue Werbevideo einer Supermarktkette teilen, dann ist die Popularität im Netz erkaufte.

O-Ton Max

So, das reicht jetzt aber mal wieder.

Atmo

Kellner: „Ein Schnitzel und eine Cola... 17,90 bitte.“

Sprecherin

Berlin Schöneberg. Das Autorenteam vom Bohmian Browser Ballett hat gerade Mittagspause gemacht.

Autorin aus Aufnahme

Was passiert jetzt gleich? Mögt ihr mir das sagen?

O-Ton Christian Brandes

Wir werden jetzt gleich die Runde in unserem Brainstorm eröffnen und Themen in den Raum werfen, diskutieren, zerkauen, verwerfen, verfeinern und später eventuell ausformulieren und in ein drehfertiges Skript zu gießen.

Autorin aus Aufnahme

Es gibt ja nicht nur Videos im Netz, sondern auch Aktionen, die haben ja auch andere Shows gemacht in letzter Zeit. Wie hieß das noch...

O-Ton Alle

Verafake

Autorin aus Aufnahme

Genau solche Geschichte, ist das auch was, wie man eine große Viralität, wie das entstehen kann?

O-Ton Christian Brandes

Also Aktionen wie z.B. Varoufake oder Verafake, die man kennt, die haben natürlich eine ganz andere virale Komponente, weil das sind halt klassische Pressethemen im Prinzip. Da hat man den Vorteil, dass man möglicherweise für ein gesondertes Video jetzt gar nicht mehr so sehr darauf achtet, wie oft wird das gesehen, sondern dann ist eher der Fokus darauf: Wieviele Leute reden darüber. Insofern sind Aktionen immer auch dankbar - wenn es nicht nur um die nackte Viralität geht -, wenn man die Viralität dann nicht an den Views misst, sondern wie viel Berichterstattung darüber stattfindet.

Sprecherin

Um es aus den sozialen Netzwerken heraus in die analoge Presselandschaft zu schaffen. Um noch mehr Menschen zu erreichen. Denn darum scheint es heute zu gehen: Viral im Netz zu sein. Aber auch: raus aus dem Netz. Beim Treffen im Sommer ahnen die Macher des Bohemian Browser Balletts noch nicht, dass sie es auch bald raus aus dem Netz schaffen würden.

Max

Ja, ich habe heute etwas gepostet und da gucke ich natürlich auch immer, ob es neue Likes gibt. Gibt's natürlich: 15 Personen gefällt dein Beitrag. Da wird natürlich immer fleißig Likes gezählt.

O-Ton Markus Beckedahl

Also es gibt schon Videos, die Teilöffentlichkeiten verbinden, die für wenige Tage quasi noch mal für viele Menschen so ein ‚Wetten, dass...- Feeling‘ schaffen, wo dann klar ist, dass man mit den meisten Menschen, die auch im Netz sind, die zumindest ein Smartphone besitzen, kann man sich halt über dieses eine Video unterhalten. Weil ähnlich wie früher Montags die meisten ‚Wetten, dass...‘ gesehen hatten.

Sprecherin

So wie beim Verafake von Jan Böhmermanns Fernsehsendung Neo Magazin Royal.

Sprecher und Sprecherin Collage Zeitungstitel

„Nach Böhmermanns "Verafake": RTL zieht Konsequenzen“

“#VerafakeBöhmermann schleust falschen Kandidaten bei „Schwiegertochter gesucht“ ein”

„Shitstorm wegen Fake bei "Schwiegertochter gesucht"

„RTL tauscht Team von "Schwiegertochter gesucht" aus“

„Was für ein Coup! Böhmermann entlarvt ‚Schwiegertochter gesucht““

„Jan Böhmermann schockt RTL mit #verafake: "Neo Magazin Royale" demaskiert "Schwiegertochter gesucht"

Ausschnitt Video Verafake

Ich habe viel nachgedacht in den letzten vier Wochen, viel nachgedacht über eine Frau. Eine ganz spezielle Frau. Über eine wichtige, mächtige Frau.

Sprecherin

Jan Böhmermann spricht von Vera Int-Veen, der Moderatorin der Sendung „Schwiegertochter gesucht“. Diese „mächtige“ Frau hat Böhmermann in seiner Fernseh-Sendung Neo Magazin Royal mit dem Verafake reingelegt.

Ausschnitt Video

Wir haben RTL zum zehnten Geburtstag von Schwiegertochter gesucht ein Geschenk gemacht, dass sie nie nie nie niemals wieder vergessen werden. Der

feuchte Traum eines jeden RTL-Redakteurs. Der perfekte Schwiegersohn: Ich bin der Robin, ich bin 21 Jahre alt.

Sprecherin

Jan Böhermanns Neo Magazin Royal hat 2016 einen Kandidaten beim RTL-Format „Schwiegertochter gesucht“ eingeschleust und damit die fragwürdige Praktiken des Senders vorgeführt, solche Sendungen zu produzieren.

Ausschnitt Video

„Ich interessiere mich für Reptilien.“ Regel Nr 2: Man braucht ne Asi-Wohnung „33 Schildkrötenfiguren, paar Bierflaschen. Zack Fertig.“

O-Ton Matthias Storath

Das ist auch der Unterschied zu Viralfilmen früher. Also früher gingen Filme viral, gibt's auch immer noch, aber es sind dann doch oft Ideen.

Sprecherin

Das Video zum Verafake wurde acht Millionen mal angeschaut. Nur diese Viewzahlen zählen, reicht aber nicht, meint Matthias Storath von der Digitalagentur Heimat in Berlin.

O-Ton Matthias Storath

Eine Idee ist nur dann wirklich viral, wenn sie das soziale Netzwerk verlässt. Das heißt, auch in den Mainstream-Medien besprochen wird, und dann kann man sagen: Das ist ein Viralerfolg. Sonst, in Social Media, da ist jeden Tag eine andere Sau, die durchs Dorf getrieben wird. Dass die View-Zahlen als Wert genommen werden, kommt aus einer Zeit, in der sie tatsächlich ein Wert waren. Heutzutage kann ich jede Viewzahl tunen, indem ich mehr oder weniger Geld investieren. Was aber wirklich schon ein Wert ist, ist wenn Medien darüber berichten.“

Ausschnitt Video

„Raus! Raus! Raus!“

Sprecherin

Drei Monate nach dem Treffen im Berliner Café hat es das Bohemian Browser Ballett auch raus aus dem Netz geschafft.

O-Ton Christian Brandes

Die AfD hat uns da auf jeden Fall viel Reichweite beschert in Sachen Viralität.

Ausschnitt Video

„Wir sind das Volk“

Sprecherin

In dem Clip „Volksfest in Sachsen“ hat das Bohemian Browser Ballett eine rechte Demonstration parodiert und dafür einen AfD-Infostand nachgestellt. Das gefiel der Partei gar nicht. Es folgten: Morddrohungen. Ziemlich ernste Sache also. Aber auch: ziemlich erfolgreich, diese Sache.

O-Ton Christian Brandes

Das war jetzt insofern nicht geplant, aber im Endeffekt heiligt der Zweck die Mittel.

Sprecherin

Denn so gut wie jeder Radiosender und jede Zeitung hat über diese Morddrohungen berichtet. 5000 neue Facebook-Fans haben sie dadurch bekommen. Und nun endlich das Viralrezept entschlüsselt?

O-Ton Christian Brandes

Es geht ja vor allen Dingen darum in Sachen in Viralität, dass man schaut, dass man die Oberfläche groß hält. Ich glaube niemand kann wirklich hundertprozentig sagen, diese eine Sache wird nun funktionieren. Man muss im Prinzip immer am Ball bleiben, möglichst viele Ideen präsentieren, dann wird schon irgendwann irgendwas passieren wie in diesem Fall, nämlich dass irgendjemand anbeißt.

Sprecherin

Viralität per Zufall. Es gibt noch einen anderen Weg.

O-Ton Markus Beckedahl

Viele Menschen denken ja immer, dass diese ganzen viralen Videos einfach so von Menschen geteilt werden, weil sie sie gut finden.

Sprecherin

Markus Beckedahl, Chefredakteur von netzpolitik.org.

O-Ton Markus Beckedahl

Ganz wenige verstehen, dass dahinter eigentlich eine ganze Ökonomie steckt.

O-Ton Matthias Storath

Ganz viele Sachen, die als Viralfilme bezeichnet werden, da ist die Viralität zum großen Teil tatsächlich erkaufte.

Sprecherin

Matthias Storath

O-Ton Matthias Storath

Das heißt: Ich lade ein Video hoch auf Facebook auf Youtube und unterstütze das mit relativ viel Mediageld. Das heißt Youtube bekommt dann auch Geld dafür, dass dieses Video gepusht wird. Auch über Influencer oft.

O-Ton Markus Beckedahl

Das heißt, es gibt Agenturen, die garantieren dir als Auftraggeber, dass dein Video auch am Startzeitpunkt ausreichend oft an wichtigen Stellen geteilt wird.

O-Ton Matthias Storath

Das ist nicht mehr so, vor 15 Jahren hat man einfach einen Film hochgeladen oder produziert und dann verschickt und dann ging der wenn der wirklich sensationell war viral. Heute ist es dann doch, ich sag mal, in 95 Prozent der Fälle professionalisiert.

O-Ton Markus Beckedahl

Man bezahlt dann Blogger und sogenannte Influencer dafür, im richtigen Moment, nämlich kurz nach Erscheinen, die zu Teilen, auch um darüber Masse zu produzieren und natürlich auch Algorithmen zu beeinflussen die dann wiederum diese Videos eher in eine Empfehlung in eine Empfehlungsliste packen als Videos, die kaum sich einer anschaut.

Sprecherin

In der Agenturen-Fachsprache heißt das dann „Seeding“. Also aussähen.

O-Ton Matthias Storath

Seeding funktioniert heutzutage letztenendes so: Ich lade den Film und hab einen Teil, der wird oft bezahlt, das heißt ich stecke Mediageld rein. Und Facebook sorgt dafür, dass Leute das sehen in ihrem Newsfeed. Auf der anderen Seite ist das Seeding, ich spreche bestimmte Blogger an Influencer, aber auch Medien und sage: ‚hey, ich hab da was Interessantes. Habt ihr nicht Lust darüber was zu machen, zu berichten, etc.‘

O-Ton Markus Beckedahl

Also muss man sich eigentlich auch am besten immer mit anderen zusammenschließen, um einfach in diese Vertriebsstrukturen reinzukommen. Das unterschätzen halt sehr viele.

Sprecherin

Weil es im Netz schnell so scheint, als könne jeder ohne Hilfe und ohne die Mittelsmänner erfolgreich werden und bleiben.

O-Ton Matthias Storath

Es ist auch Zufall dabei. Ich glaube, das zu akzeptieren ist auch eine wichtige Sache. Also ich sag auch immer jedem Kunden: Ganz ehrlich, ihr müsst 10 gute Sachen machen, 10 wirklich gut Sachen, damit wirklich eine durch die Decke geht am Ende.

O-Ton Max

So!

Sprecherin

Max blickt ein letztes Mal in die Newsfeeds der Social Media-Kanäle.

O-Ton Max

Kurz und krass: Elefant bricht aus Zirkus aus und spaziert durch Neuwied. Nein, habe ich nicht gesehen. *Freund aus Hintergrund*: Das ist ganz lustig... Der läuft so

durch ne Einfamilienhaussiedlung und steht da so la la la. *Max lacht.* Ok, das ist gut. Das ist natürlich lustig. Das ist natürlich ein Viralhit.

Sprecherin

Das eine Viralrezept, mit dem jeder Song, jede Idee zum Hit wird, gibt es nicht. Die Klickköder auf Facebook wie „Diese 10 Fakten werden ihr Leben verändern“ haben sich morgen schon wieder abgenutzt. Was heute früh noch schockte, ist abends schon wieder vergessen. Viele virale Hits sind wie One Hit Wonder. Oder wer erinnert sich noch an den Elefanten, der durch das Neubaugebiet in Neuwied spaziert ist?

O-Ton Max

Wenn ich heute am Tag irgendwie 26 Mal aufs Handy geguckt habe, dann ist das eine totale Zerstreuung. Und selbst wenn ich dann irgendwie meinen Newsfeed anschau, prasseln zwar Informationen auf mich ein, aber sie erreichen mich gar nicht mehr. Ich will mich eigentlich nur zerstreuen und ablenken. Und das empfinde ich als Reizüberflutung.

Sprecherin

Die Nutzer werden im Netz von allen Seiten angeschrien: Songs, Videos, Aktionen wollen seine Aufmerksamkeit, einen Klick, ein Like, ein Share. Denn nur mit Zeitungen, Fernsehen oder auch Streaming verbreitet sich keine Idee. Der Eindruck entsteht, die Nutzer könnten wirklich bestimmen, welcher Song, welches Video erfolgreich wird. Dabei ist diese Viralität, in dem die Nutzer demokratisch über Erfolg und Misserfolg entscheiden, ein Märchen. Ein schöner Schein und die bloße Ausnahme im digitalen Alltag.

Absage Sprecher

Das war:

Die Hit-Maschine. Klicks in Zeiten der knappen Aufmerksamkeit

Ein Feature von Simon Kamphans und Ina Plodroch

Mit: Derek Thompson...

O-Ton Derek Thompson

Oh it just went viral!

Absage Sprecher

... amerikanischer Journalist; Markus Beckedahl,

O-Ton Markus Beckedahl

Die süßen Katzen.

Absage Sprecher

Chefredakteur netzpolitik.org; Christian Brandes und Raphael Selter,

O-Ton Christian Brandes

Im Internet wird nichts zu Ende geschaut.

Absage Sprecher

Autoren vom Bohemian Browser Ballett; Matthias Storath, Kreativchef der Digitalagentur Heimat.

O-Ton Matthias Storath

Da ist die Viralität tatsächlich erkaufft.

Absage Sprecher

Simone Schiborr und Richard Wernicke, Musikredakteure bei Deezer; Daniel Finke, Sony Music; Benjamin Platzen vom Markforschungsinstitut Result;

Es sprachen: Eva Becker, Heiko Obermüller und Benno Schulz

Ton und Technik: Simon Kamphans

Regie: Simon Kamphans

Redaktion: Klaus Pilger

Produktion: Deutschlandfunk 2018