

JUGEND FORSCH(T)



*Ständig online, Fernsehen nur noch nebenbei und für klassische Werbung nicht mehr zu begeistern: Die junge Generation treibt den TV-Machern Sorgenfalten auf die Stirn. Dabei ist es ganz leicht, sie zu verstehen – man muss nur zuhören. Screen.tv hat vier Youngster zum Gespräch ins Kölner Café Bauturm eingeladen. Mit am Tisch: iPhone-Podcaster und Social-Media-Berater **Philipp Riederle**, 16, **Matthias Roll** alias TC, 19, von der Youtube-Comedytruppe Y-Titty, **Cliffish-Star Daniele Rizzo**, 27, und Radio-Bremen-Hoffnung **Lena Döring**, 27, die dem Thinktank „Digitale Garage“ angehört.*

Text: Jochen Voß, Köln Fotos: Martin Menke

*

Wir wollen über die Zukunft des Fernsehens reden.

Haben Sie überhaupt noch einen Fernseher?

Lena Döring: Ich habe noch eine Röhre und ich weigere mich, sie abzugeben, weil das noch richtiges Fernsehen ist!

Daniele Rizzo: Der Fernseher läuft eigentlich immer. Das hängt auch damit zusammen, dass ich aus Italien komme. In meiner Kindheit lief die Kiste rund um die Uhr.

Philipp Riederle: Ein eigenes Fernsehgerät habe ich nicht, ich wohne noch bei meinen Eltern und schaue dort im Wohnzimmer. Ich sehe aber fast gar kein Fernsehen mehr.

Matthias Roll: Ich auch nicht. Ich habe zwar ein Gerät, aber keinen Receiver. Ich kann nur DVD gucken.

Wann haben Sie zuletzt ein Buch gelesen?

Rizzo: Zählen Comics zu Büchern? Das meiste lese ich online. Nur Drehbücher werden noch ausgedruckt.

Riederle: Ich versuche mich immer daran, mit dem iPad zu lesen. Es ist schon genial immer alles dabei zu haben. Es ist aber auch irgendwie schade, kein Buch mehr im Pool auf der Luftmatratze lesen zu können.

Roll: Wenn ich etwas Neues lernen will, schaue ich mir Tutorials auf Youtube an. Da wird alles sehr genau erklärt. Der Computer – oder wenigstens das iPhone – sind eigentlich immer an. Das ist für Y-Titty wegen der Community wichtig. Man muss das Publikum ständig anheizen: „Hey, habt Ihr Bock auf ein Video?“ Die Fans wollen Dir nah sein und denken: Die sind genau wie ich und haben es geschafft. Früher wollten alle Superstar oder Sänger werden. Heute wollen sie Youtube-Partner werden.

Riederle: Das ist das Tolle am Internet: Alle sind gleich und jeder



*Daniele Rizzo, Lena Döring, Philipp Riederle und Matthias Roll (v.l.)
im Café Bauturm, Köln*

hat die Möglichkeit, die Stimme zu ergreifen. Einer macht es dann und die anderen, die es genauso gut hätten machen können, werden zu Fans.

Wie muss Fernsehen aussehen, damit es Sie interessiert?

Roll: Fernsehen sollte neu aussehen. Ich habe mir letzstens „17 Meter“ mit Joko und Klaas angeschaut, weil ich dachte, das ist total lustig. Die kommen auch im Internet gut an und haben etwas mit Youtube gemacht. Es war dann aber doch nur eine typische TV-Show.

Döring: Die Altersfrage wird überschätzt. Wenn man etwas Jüngerer macht, springen die Älteren nicht automatisch ab. Es herrscht auch die Meinung, junges Fernsehen sei Trash: Wackelkamera und weiche Themen. Das stimmt aber nicht.

Roll: Auf unserem zweiten Kanal, wo wir unseren Alltag dokumentieren, wackelt es wirklich manchmal. Das liegt daran, dass wir die Dinge machen, so gut wir können – das ist vielleicht auch unser Vorteil.

Rizzo: Würde aber ein Fernsehmacher versuchen, diesen Charme einfach zu übernehmen, wäre der Effekt: Extra schlecht gemacht. Bei Euch sagt man: „Wow, schau mal, wie die sich angestrengt haben!“

Riederle: Der hohe Altersdurchschnitt beim Fernsehen liegt auch mit daran, dass da so viel erklärt wird. Wenn man einfach gewisse Dinge voraussetzt, die Leute ein bisschen authentischer anspricht und nicht immer nur darauf achtet, dass es auch alle verstehen, dann kann man auch an jüngere Leute herankommen. Ich sehe fast nur noch Fernsehen, das sich durch Events rechtfertigt und



„Ich hole mir im Internet neues Rüstzeug, um dann irgendwann mit einer ausgereiften Idee im Fernsehen zu landen.“ Daniele Rizzo (r.)

rede gleichzeitig bei Facebook und Twitter darüber. Das Internet macht die Welt zum Wohnzimmer und das Fernsehen gibt vor, worüber man spricht.

Greifen Sie dieses Bedürfnis nach Echtzeit-Kommunikation auf?

Döring: Bei uns gibt es leider nicht so viele junge Inhalte. Aber Werder Bremen ist ganz klar ein Thema. Wir setzen uns zum Chat neben die Sportreporter. Da macht nicht sofort die große Masse mit, aber man muss ja auch mal anfangen. Auch unser Chat mit den „Tatort“-Kommissaren läuft gut. Es ist wichtig, sich für bestehende Marken Beiboote zu schaffen, die beim jungen Publikum ankommen. Man sollte jetzt aber auch nicht hysterisch an allen Ecken „Online first!“ rufen und sich nur noch an den Facebook-Freunden messen.

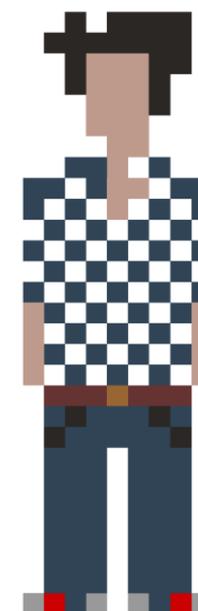
Riederle: Das Internet ist für das Fernsehen wichtig, um meine Generation überhaupt zu erreichen. Denn wenn ich etwas gerne sehe, könnte ich das meinen Freunden ohne die Youtube-Clips nicht weiterempfehlen.

Sind Internet und Fernsehen für Sie noch getrennte Medien?

Rizzo: Professionelles Fernsehen mit den alten Herren behandelt das Internet von oben herab und die Underdogs recken im Gegenzug die Mittelfinger nach oben. Es hat sich doch längst vermischt. „DSDS“ läuft auch im Internet super. Die Zuschauer können dort alles noch einmal sehen und halten das Format damit warm für die nächste Staffel. Heute wird noch viel zu oft gesagt: „Da ist das Internet zu Ende und da geht das Fernsehen los.“

Roll: Das kommt aber eher vom Fernsehen, weil es dort heißt:

„Professionelles Fernsehen mit den alten Herren behandelt das Internet von oben herab und die Underdogs recken im Gegenzug die Mittelfinger nach oben.“
Daniele Rizzo



„Was sind schon 500.000 Klicks?“ Würde man uns – so wie wir jetzt sind – ins Fernsehen stecken, würde das nicht funktionieren. Im Fernsehen ist viel klarer vorgegeben, wie ein Sketch auszusehen hat, wie lang er sein darf und wann er gezeigt werden muss.

Warum ist Fernsehen überhaupt interessant für Y-Titty?

Geht es um Ruhm und Ehre oder ums Geld?

Roll: Uns geht es nicht primär darum, ins Fernsehen zu kommen. Es geht uns um die Erfahrung und das Wissen: Beim Fernsehen arbeiten Leute mit Ahnung. Wir machen Videos seit wir 14 Jahre alt sind und haben alle drei keine Ausbildung. Wir können uns untereinander nicht viel beibringen, weil wir das meiste auch nur aus dem Internet wissen. Außerdem glauben wir, dass es unseren Humor im Fernsehen noch nicht gibt.

„Man bricht sich keinen Zacken aus der Krone, wenn man sich dem neuen, offenen Geist anpasst, ohne Qualität einzubüßen.“

Lena Döring



„Es herrscht auch die Meinung, junges Fernsehen sei Trash: Wackelkamera und weiche Themen. Das stimmt aber nicht.“ Lena Döring

Welche Perspektiven bietet das Internet?

Rizzo: Ich hole mir im Internet neues Rüstzeug, um dann irgendwann mit einer ausgereiften Idee im Fernsehen zu landen. Im Netz probiert man aus und kann auch mal was falsch machen. Das Handwerk ist überall gleich.

Riederle: Ich fühle mich mit meinen Podcasts im Internet sehr wohl. Ich habe keine Verpflichtungen, bin nicht eingeeignet und habe direkten Kontakt zu den Zuschauern. Ich muss mich vor niemandem rechtfertigen. Ich kann machen, was mir gefällt und das Geld kommt über das Sponsoring.

Meckern die Fans eigentlich darüber, dass Sie mit Ihrem Hobby jetzt auch Geld verdienen?

Roll: Es klingt ein bisschen abwertend, wenn Leute zu uns sagen: „Mein Gott, werdet ihr kommerziell“. Man kann doch auch

sagen: „Ich finde es gut, dass Ihr den nächsten Schritt geht.“

Riederle: Meine Zuschauer wissen, dass ich mich und die Technik refinanzieren muss. Darum wird ein Stück Kommerzialität auch akzeptiert. Man muss es nur noch schaffen, dass die Kids das auch verstehen. Wichtig ist, dass ich das nicht mit meinen Inhalten vermische. Würde ich Produkte in den Himmel loben, weil ich dafür Geld bekomme, würden das die Zuschauer merken. Aber wenn einem etwas gefällt, darf man das ruhig zeigen.

Döring: In der alten Welt sieht man immer die Gefahr, dass jemand etwas verkaufen möchte. Die Digital Natives fühlen sich mündig und sehen die Dinge lockerer, weil man sich sagt, man entscheidet alles selbst.

Riederle: Wir wissen doch ganz genau, dass klassische Werbung steril und flachgebügelt ist. Ich sehe keine klassische Werbung und behaupte, dass 90 Prozent der Leute in meinem Alter auch keine sehen.

Sie kümmern sich nicht nur um die Inhalte, sondern müssen auch die Technik beherrschen. Wie viel Zeit nimmt das in Anspruch?

Rizzo: Es wird leider immer mehr. Künstlerisch ist das aber gut für mich, denn ich verstehe dadurch, was sich mit Kamera und Schnitt alles machen lässt.

Roll: Um den gewissen Y-Titty-Style zu behalten, müssen wir alles selbst machen. Bei uns ist jeder für einen Bereich verantwortlich. Und wenn etwas nicht klappt, gibt es einen Anschiss.

Döring: Ich habe zwar eine journalistische Ausbildung, muss aber auch wegen des Sparzwangs alles können. Das ist auch ein bisschen schade, denn das Spannende beim Fernsehen ist doch, dass bei einer Geschichte mehrere Leute mitdenken.

Riederle: Ich war schon immer technikverliebt. Vor zwei Jahren habe ich mir mein eigenes Aufnahmestudio gebaut und dabei viel gelernt. Langsam ist aber ein Punkt erreicht, an dem es mich



„Das Internet macht die Welt zum Wohnzimmer und das Fernsehen gibt vor, worüber man spricht.“ Philipp Riederle (r.)

nur noch nervt und ich mich mehr auf die Inhalte konzentrieren will.

Wer schaut sich Ihre Podcasts eigentlich an?

Riederle: Das ist schwer zu sagen. Einblick gibt mir nur die Facebook-Seite. Bei mir schauen Männer und Frauen zwischen 25 und 35 Jahre. Meine Altersgruppe ist stark vertreten, es sind aber auch ältere Menschen dabei. Ich habe mal mit einem Siebzjährigen gesprochen, der sich auf meine Videos hin ein iPhone angeschafft hat.

Frau Döring, ich sehe Schmerzen in Ihrem Gesicht.

Döring: Ja! Es tut weh, dass wir uns diese Zuschauer mit einem Regionalprogramm abschminken können. Selbst wenn ich mein Stück so gestalte, dass es der Zielgruppe gefällt – sie würden es

bei uns nicht erwarten und damit auch nicht konsumieren. Die Zuschauer, die wir gerade verlieren, würden gar nicht auf die Idee kommen, „buten un binnen“ einzuschalten.

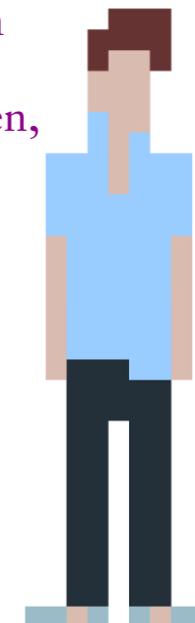
Rizzo: Aber mit dieser fatalistischen Sicht seid Ihr gefangen in der Abwärtsspirale. Warum macht Ihr keine junge Rubrik?

Döring: Genau das ist Teil des Problems: Fernsehmacher sind auf Formate getrimmt – mit vorne Hallo und hinten Wetter. Das funktioniert in der Zielgruppe der unter 40-Jährigen nicht mehr. Deshalb sehe ich auch wenig Sinn darin, erfolgreiche Programme einfach zu verjüngen.

Wie wollen sie das Problem sonst lösen?

Döring: Wir suchen uns neue Kanäle für die Inhalte. Wir arbeiten gerade zum Beispiel an einer Plattdeutsch-App. Das ist auch nicht der Weg, um alle zu erreichen. Aber es geht darum, dass die

„Es hat seinen ganz besonderen Reiz, Vorstandsvorsitzende von einem Thema zu überzeugen, auf das sie selber keinen Bock haben.“ Philipp Riederle



Leute Radio Bremen wieder wahrnehmen und etwas in ihrem Alltag mit sich herumtragen, worauf unser Logo zu sehen ist.

Riederle: Das ist ja erstmal ganz cool.

Döring: Daraus ergibt sich aber das nächste Problem: Die Älteren, die noch auf Quote getrimmt sind, fragen als erstes, wie oft etwas runtergeladen wurde und ob das viel oder wenig ist. Für uns ist es schon ein Erfolg, dass es überhaupt jemanden interessiert.

Roll: Das sehen wir auch bei den alten Medien: Wir waren mit einer Doppelseite in der „Bravo“. Unser Management hat lange gebraucht, die von uns zu überzeugen. Die Alternative für die Seite war eine Newcomerband, von der es hieß: „Die werden auf Viva gespielt.“

Rizzo: Gibt es Viva noch?

Roll: Eben! Wer kennt noch Viva oder die Band, die da läuft? Wir konnten mit unseren Abonnenten argumentieren. Man muss aber

„Wir können uns untereinander nicht viel beibringen, weil wir das meiste auch nur aus dem Internet wissen. Außerdem glauben wir, dass es unseren Humor im Fernsehen noch nicht gibt.“
Matthias Roll



„Früher wollten alle Superstar oder Sänger werden. Heute wollen sie Youtube-Partner werden.“ Matthias Roll (r.)

immer noch erklären, dass im Internet 500.000 Klicks viel sind.
Riederle: Auch wenn wir weniger Menschen erreichen als das Fernsehen: Die Kontakte sind viel wertvoller, weil die linearen Medien nur zur Berieselung eingeschaltet werden. Es kommt nicht darauf an, wie viele Fans man hat, sondern wie nah sie einem stehen. Wer irgendwann mal wegen eines Gewinnspiels geklickt hat, ist für eine Marke nichts wert.

Wie viel ist denn die Empfehlung eines Freundes im Internet wert?

Riederle: Wenn mir jemand, den ich auch persönlich kenne, etwas empfiehlt, schaue ich mir das an. Ich will über Netzwerke in Dialog treten und in Kontakt bleiben. Sobald mich einer nervt oder mir etwas verkaufen will, fliegt er raus.

Wenn Sie an Ihre persönliche Zukunft denken, wann würden Sie sagen: Jetzt habe ich es geschafft?

Rizzo: Wenn ich den Oscar habe. Im Ernst: Auch wenn ich mich

im Internet austobe, fasziniert mich nach wie vor der Film.
Riederle: Für mich gibt es noch viele Ziele – ich bin ja erst 16. Meine Mutter sieht mich in Ihren Träumen immer als Moderator von „Wetten dass...?“. Ich finde es cool, vor der Kamera zu stehen, vor Leuten zu sprechen und kreativ tätig zu sein. Die Arbeit als Berater macht mir auf eine sehr spezielle Art und Weise Spaß. Zwar begeistere ich die Leute lieber mit meinem kreativen Auftreten, aber es hat auch seinen ganz besonderen Reiz, Vorstandsvorsitzende von einem Thema zu überzeugen, auf das sie selber keinen Bock haben.

Döring: Ich will nach wie vor einfach nur Fernsehreporterin sein. Ich hoffe, dass ich es schaffe, auch im klassischen Journalismus neue Dinge aufzugreifen und damit die Leute zu erreichen. Ob ich das als Videojournalistin mache oder im Team, ist mir egal. Es wäre natürlich toll, wenn es nicht immer so lange dauert, Neues zu etablieren. Man bricht sich keinen Zacken aus der Krone, wenn man sich dem neuen, offenen Geist anpasst, ohne

Qualität einzubüßen. Ich bin da zuversichtlich, denn der Leidensdruck wird immer größer.

Roll: Das einzige konkrete Ziel für uns ist irgendwann die Rente. Aber bis dahin gibt es viele kleine Ziele. Es muss ja immer etwas nachkommen. Wir probieren einfach viel. Wir machen jetzt auch mal Musik und hätten Bock auf einen langen Film. Ob der dann im Kino läuft oder bei Youtube ist erstmal egal. Mittlerweile liegt die durchschnittliche Verweildauer da ja schon bei über 20 Minuten.

Döring: Fast eine halbe Stunde! Als wir mit Jugendlichen „buten un binnen“ geschaut haben, hieß es: „Voll lang, ne halbe Stunde, das ist ja Horror!“

Wie wild sind die jungen Wilden denn wirklich noch?

Rizzo: Mich hat mal jemand Comedy-Punk genannt. Vielleicht bin ich das – so wie ich in verschiedenen Rollen auf die Stars zugehe, um sie aus der Reserve zu locken.

screen.tv n.07

AUSGABE 07 / AUGUST 2011
01. TITEL

JUGEND FORSCH(T)

SEITE 7

Roll: Man muss sich halt was trauen, um weiterzukommen. Klar muss ich für ein Video in Boxershorts auf der Domplatte stehen. Das ist ein komisches Gefühl, aber wenn wir das Video dann haben, sieht es echt cool aus.

Riederle: Ich find es toll, im Internet machen zu können was ich will. Und wenn ich vor diesen Vorständen stehe, dann muss und will ich wild sein.

Döring: Wild entschlossen! Wild entschlossen, weiter Fernsehen zu machen, auch wenn es irgendwann auf dem klassischen Weg keiner mehr guckt. Wenn wir die Kanäle ausweiten, können wir weiter bestehen! — *



Phillip Riederle – erklärt den Medievorständen, wie die Welt von morgen aussieht

Seit drei Jahren produziert und moderiert der heute 16-Jährige seine Tutorial-Videos „Mein iPhone und ich“ und kommt damit auf rund eine Million Abrufe pro Jahr. Regelmäßig führt Riederle die Podcast-Charts bei Apples iTunes an und landet damit zuweilen vor Angeboten der großen Medienhäuser. Im vergangenen Jahr hat er seine Reihe um „Mein iPad und ich“ erweitert.

Mittlerweile ist aus dem Hobby das eigene Unternehmen Phipz Media mit Sitz in Burgau geworden, das mit Werbung in der spitzen Zielgruppe Geld verdient. Mit professionellem Selbstbewusstsein und jugendlicher Direktheit erklärt der Schüler den alten Hasen auf Kongressen unverblümt wie Social Media geht und warum klassische Medien und Werbegeschrei die Jugend nicht mehr hinterm Ofen hervorlocken können. Wie die meisten seiner Altersgenossen ist Riederle kein blasser Nerd, an dem das Leben vor lauter Internet vorbeigeht. Er unternimmt viel mit Freunden, fährt Snowboard und weiß, was seine Videos wert sind.



Matthias Roll – kann auch ohne Fernsehshow Millionen zum Lachen bringen

Als TC ist der 19-Jährige Teil der dreiköpfigen Comedytruppe Y-Titty, die seit 2006 mit wachsendem Erfolg Videos über Googles Videoportal Youtube verbreitet. Mehr als 250.000 Abonnenten schauen sich mittlerweile die Sketche, Song- und Filmparodien der drei Freunde TC, Philipp (Phil) Laude und Oguz (OG) Yilmaz an.

Mit einzelnen Beiträgen knacken sie immer wieder die Millionenmarke. Der Durchbruch kam im Herbst 2009 mit ihrer Parodie auf die Teenie-Reihe „Twilight“. Ihre Eminem/Rihanna-Parodie aus dem vergangenen Sommer kommt auf mehr als zehn Millionen Abrufe. Als Youtube-Partner ist Y-Titty seit 2009 an den Werberlösen der Inhalte beteiligt, so dass das Trio mittlerweile sogar von den Videos leben kann. Y-Titty stehen für eine ganze Reihe von Youtube-Stars, die in der jungen Zielgruppe als Idole verehrt werden und für die eine Karriere beim Fernsehen nur eine Möglichkeit ist – keineswegs jedoch das unbedingte Ziel.

INFO Die Teilnehmer





Daniele Rizzo – nutzt das Internet als Labor für die große Bühne

Vielleicht ist der 27-Jährige die Eier legende Wollmilchsau unter den jungen Medienmachern. Er arbeitet redaktionell bei einer Fernsehproduktionsfirma, hat Radio gemacht und als Schauspieler in Filmen und Serien mitgewirkt. Er entwickelt Drehbücher und kümmert sich beim RTL-Videoportal Clipfish vor und hinter der Kamera um Comedy-Interviews mit Hollywood-Größen. Darin begegnet er Stars wie Will Smith, Adam Sandler und Jake Gyllenhaal im inhaltlichen Kosmos ihrer neuen Filme und erreicht damit mehrere zehntausend Nutzer.

Daniele Rizzo gehört zu den Umtriebigen der jungen Generation, die ihre Stärken auf institutionalisierten und eigenen Wegen ausspielen und die Klaviatur der verschiedenen Medien und Jobs beherrschen. Auch wenn sein großes Ziel der Sprung auf die Kinoleinwand ist, so ist das Internet für Rizzo doch ein wichtiges Instrument, um Ideen zu testen und neue Inhalte zu erarbeiten.



Lena Döring – soll für Radio Bremen die Jugend zurückerobern

In der ARD blickt man voller Hoffnung auf die 27-jährige Jungredakteurin, denn sie soll die Inhalte von Radio Bremen auch für junge Zielgruppen interessant machen. Im vergangenen Jahr rief man dazu das Projekt Digitale Garage ins Leben, das nun im Herbst in eine eigenständige Redaktion überführt werden soll.

Bei einer Kiste Bier ging Döring gemeinsam mit weiteren Journalisten, Webdesignern und Programmierern auf die Suche nach neuen Wegen zu den Digital Natives. Mit Chats, Youtube-Clips, Geotagging und einer Plattdeutsch-App wollen sie die öffentlich-rechtlichen Inhalte von Radio Bremen wieder ins Bewusstsein der jungen Zielgruppe bringen und die Anstalt damit fit machen für Gegenwart und Zukunft. Auch als Mitarbeiterin des Regionalmagazins „buten un binnen“ sucht Döring ständig nach Möglichkeiten, um die Zuschauer ihrer eigenen Generation zu erreichen.