

Euer gutes Recht

Der erste große Fehler der Verlage war es, Texte gratis ins Netz zu stellen. Wenn professioneller Journalismus überleben soll, müssen sie einen zweiten vermeiden. *Von Christoph Schwennicke*

Früher war auch nicht alles besser, nicht einmal wirklich anders. Gab es zum Beispiel die gute alte Zeit wirklich, in der grenzenloser Pluralismus und Medienvielfalt existierte? Die Pressefreiheit, befand 1965 der Gründungsherausgeber der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, Paul Sethe, sei „die Freiheit von zweihundert reichen Leuten, ihre Meinung zu verbreiten“. Aber, und das ist der Unterschied zu heute: Die Sichtbarkeit auf dem Markt der Meinungen war für alle gleich. Wer wollte, gründete eine Zeitung oder eine Zeitschrift. Einzige Bedingungen waren die Existenz von Druckmaschinen und ein funktionierender Vertrieb. Danach war die Zeitungslicenz über Jahrzehnte auch die Lizenz zum Gelddrucken. Die Firmen und Marken rannten den Anzeigenabteilungen die Schalter ein, die Zeitungen schollen durch die Werbung zu holzscheidenden Ausgaben an. Das sicherte die Grundlage für guten und kostspieligen Journalismus. Und damit ganz nebenbei auch die Grundlage für eine pluralistische Gesellschaft.

Die Verlage haben nicht gesehen, wie schnell eine technische Neuerung alles verändern würde

Während der goldenen Jahrzehnte hinkte die Branche notorisch hinter der Wirklichkeit hinterher. Die Verlage haben weder geahnt noch gesehen, wie schnell eine technische Neuerung mit einem Mal alles verändern würde. Die Druckmaschine und der Vertrieb sind heute ersetzt durch den digitalen Raum und die digitalen Leitungen. Wer sich hier etabliert, der hat auch die Hegemonie über die Meinungen und bestimmt, was überhaupt existiert. Googles Algorithmus legt fest, welche ersten Plätze beim Suchbegriffspaar „Putin“ und „Ukraine“ von wem belegt werden. Analog hat der Algorithmus von Facebook die Macht darüber, wessen Post bei wem und in welcher Intensität ausgespielt wird. Ihr Monopol ist mit Wettbewerb nicht mehr zu brechen. Wer droht zum Konkurrenten zu werden, wird aufgekauft. Das Prinzip, dass es nur einen Sieger geben kann, steigert sich im digitalen Kapitalismus ins Absolute.

Auch wenn eine Regulierung mühsam und viel zu langsam nachgeholt wird, fehlt sie doch aktuell schmerzhaft. Die Plattformen agieren weitgehend unbehelligt von Recht und Steuern und verdienen sich dumm und steuernd dabei. 80 bis 90 Prozent allen Anzeigenaufkommens hat sich zu ihnen hin verlagert, und diese Tendenz galoppiert weiter. Die konventionellen Pressemagazine, Magazine und Zeitungen inklusive ihrer digitalen Kanäle dürfen einen Rest unter sich aufteilen, der jedes Jahr kleiner wird.



Was taugt die Suchmaschine von Google ohne Inhalte? Nichts. FOTO: NG HAN GUAN/AP

Dabei gäbe es Chancen, das zu ändern. Man müsste sie nur erkennen. Der Vermögensverwalter Blackrock Inc. mit Sitz in New York hat sie erkannt. Mit einem Jahresumsatz von 16,2 Milliarden US-Dollar und einem verwalteten Vermögen von über 10 Billionen Dollar ist Blackrock ein Trüffelschwein des Geldes. Die Investmentfirma weiß, wo die Zukunft liegt.

Nun hat Blackrock den Schatz der Rechte entdeckt und beginnt, ihn zu heben. Hipgnosis heißt der eine Milliarde Dollar schwere Fonds, mit dem die Firma Musikrechte aufkauft. Der Fonds hat schon einen Großteil der Kompositionen von *Fleetwood Mac* sowie die Gesamtwerke der *Red Hot Chili Peppers* und von Leonard Cohen im Portfolio. Auch Bob Dylan verkaufte seine Songrechte. Sting und Bruce Springsteen. Sie alle haben begriffen, wie viel Geld sich mit den Rechten an ihren Schöpfungen verdienen lässt.

Der Streit um die digitalen Rechte erinnert an koloniale Raubzüge

Die deutschen Verlagshäuser haben dagegen bis heute nur begrenzt verstanden, dass sie gegenüber den großen Plattformen wie Facebook und Google über einen ähnlich lukrativen Schatz verfügen. Das sind ihre eigenen, aufwendig recherchierten und aktuellen Inhalte, die auch nach dem Erscheinen millionenfach weiterverwertet werden. Doch sie haben sich noch

nicht gelöst vom analogen Vertriebsdenken, dass eine Zeitung nach ihrer Auslieferung keinen Wert mehr hat.

Das stimmt aber nicht. Vor allem, weil seit Juni vergangenen Jahres in Deutschland wie in vielen anderen europäischen Ländern ein Presseleistungsschutzrecht gilt. Das ist ein Recht auf Basis einer europäischen Richtlinie, das am Urheberrecht andockt und die Verlage mit einem enormen Forderungspotenzial gegenüber den digitalen Konzernen ausstattet. Deren Geschäftsmodell basierte bisher darauf, die Inhalte von Presseverlegern kostenlos in ihren Diensten zu nutzen und ihr Angebot mit diesen Inhalten für Nutzer attraktiver zu machen.

Die Verlagshäuser waren lange so naiv, für die Weiterverbreitung ihrer Inhalte auf diesen Plattformen dankbar zu sein. Über den wahren Wert ihrer Inhalte sind sich viele auch nach der Einführung des neuen Rechts noch nicht bewusst. Stattdessen erinnert der Streit um die digitalen Rechte an koloniale Raubzüge. Google und Facebook bieten den Eingeborenen für scheinbar ödes Land ein paar Glasperlen, um dann die Schätze und Rohstoffe zu schürfen. Geschickt finden sie wichtige Verlage einzeln ab und drücken so die Preise. Erfolg ist für die Verlage allerdings nur gemeinsam möglich. Nur bei einem gemeinsamen Vorgehen können die Vergütungen weit höher liegen als das, was die Monopol-Giganten von sich aus anbieten.

Dabei ändert sich gerade vieles zu Gunsten der Verlage. Neben dem Presseleistungsschutzrecht schafft auch der Digital Markets Act der Europäischen Union die rechtlichen Grundlagen für fairen Wettbewerb. In den USA debattiert man ganz anders über die Verantwortung der Digitalkonzerne und die Frage, wer Inhalte wie verwerten darf. Vor allem aber haben Streamingdienste wie Netflix und Amazon die Nutzerinnen und Nutzer an das Abomodell gewöhnt. Die sind nun bereit, für Qualität im Netz auch zu bezahlen.

Statt die Chance zu nutzen, liefern sich Verlage peinliche Schlammkämpfe

Irgendwann begriffen sogar die großen Plattformen, dass da ein Prozess im Gange ist, der ihr Geschäftsmodell untergräbt. Ohne Inhalte funktioniert Google nicht mehr. Niemand braucht eine Suchmaschine. Aber jeder braucht Suchergebnisse. Und die kommen zu großen Teilen von der Presse. Ohne Presseinhalte ist auch Facebook todgeweiht, denn kein Mensch schaut sich auf Dauer nur diesen schlecht gelaunten Schund an, den viele Teile der Nutzer dort verbreiten. Facebook lebt zu einem guten Teil davon, dass Menschen ihren Freunden Presseinhalte anbieten. Das Überleben der traditionellen Medien ist auch für die Plattformen selbst existenziell.

Gerade mit diesem Mehrwert ist das neue Presseleistungsschutzrecht zu begründen. Es sollte die Digitalmonopolisten zwingen, für die Presseinhalte pauschal zu bezahlen, mit denen sie bislang gratis ihr Geschäftsmodell zum eigenen Vorteil betrieben. Dieses Recht ist das schärfste Schwert, das die Presse bislang im Überlebenskampf gegen die Digitalkonzerne von der Politik an die Hand bekommen hat.

Leider ist die Branche zum zweiten Mal in einem Vierteljahrhundert dabei, einen Jahrhundertfehler zu machen. Statt die Gunst des Gesetzes zu nutzen, leistet sich die Branche Schammützel in ihrem Verband. Eitelkeiten, Animositäten und Missgunst triumphierten über Vernunft und Gemeinsinn. Nun steht vielen von ihnen das Wasser bis zum Hals. Sie brauchen das schnelle, kleine Geld von Google zum Überleben. Viele können auf das große Geld nicht warten, das vermutlich erst nach einem Gerichtsverfahren rückwirkend fließen wird. Die horrend steigenden Papierkosten machen die Lage nicht leichter. Die Digitalkonzerne nutzen die Not der Branche aus, die sie selbst geschaffen haben, und missbrauchen ihre Monopolstellung, um den Inhaltelieferanten Dumpingpreise zu diktieren.

Es bewegt sich aber etwas atmosphärisch. Und politisch. Die Plattformen werden nicht mehr romantisiert als Urquell einer neuen Form der Demokratie. Vielmehr wird ihre gesellschaftsersetzende Seite gesehen. Lange Zeit hat sich die Politik nicht an die Plattformen herangetraut. Lange Zeit herrschte auch in einem Teil der vor allem jüngeren Öffentlichkeit der irrierte Glaube vor, dass das Netz und seine Betreiber das Gute sind und jeder automatisch der Böse, der sie den fairen Bedingungen eines Marktes unterwerfen möchte. Längst sieht das Gros der Nutzerinnen und Nutzer die digitalen Räume äußerst kritisch. Die Politik hat das allmählich begriffen und handelt. Es wird Zeit, dass es auch die Verlage begreifen und ihren Fehler korrigieren. Sonst war es ihr letzter.

Der Autor ist Geschäftsführer der Verwertungsgesellschaft Corint Media, die die Urheber- und Leistungsschutzrechte von 180 Privatsendern und über 300 digitalen Verlagsangeboten vertritt.



„Wir waren immer zusammen, 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche.“ Hanna Bilobrova lernte Mantas Kvedaravičius vor gut fünf Jahren in Kiew kennen. Beide reisten im März nach Mariupol, um den Krieg zu dokumentieren. Dabei kam der Regisseur unter ungeklärten Umständen um. FOTO: PASCAL LE SEGRETAIN/GETTY

„Sie haben ihn kaltblütig ermordet“

Der Regisseur Mantas Kvedaravičius wurde in der Ukraine erschossen. Beim Festival von Cannes zeigt seine Partnerin Hanna Bilobrova seine letzten Aufnahmen aus dem Krieg

Es ist erst ein paar Wochen her, dass Hanna Bilobrova mit dem Leichnam ihres Partners aus der Ukraine geflohen ist. Sie waren in der Stadt Mariupol, wo Bomben vom Himmel fielen und in den Straßen geschossen wurde. Jetzt sitzt sie auf einer der Terrassen des Festivalpalasts von Cannes und schaut sich etwas irritiert um. Ein größeres Kontrastprogramm zum Kriegsgebiet kann man sich kaum vorstellen. Man hat von hier oben einen atemberaubenden Blick über den Hafen. Links das glitzernde Meer, rechts die Altstadt, unten wuseln gut gekleidete Menschen an Yachten wie der *Rose of Kingston* oder der *Olga I* vorbei. Es ist Mittagessenszeit, in den Restaurants an der Strandpromenade ist die Hölle los.



Das Wetter ist sommerlich warm, Hanna Bilobrova trägt trotzdem eine Lederjacke. Die 29-Jährige zündet sich einen Zigarillo an und benutzt ihre Kaffeetasche als Aschenbecher. „Nach der Beerdigung habe ich entschieden, dass ich unbedingt hierher kommen muss mit unseren Filmaufnahmen, nach Cannes.“

Die Ukrainerin Hanna Bilobrova und ihr litauischer Lebensgefährte, der Regisseur Mantas Kvedaravičius, lernten sich vor etwa fünf Jahren in Kiew kennen. „Seitdem waren wir nie getrennt voneinander. Wir waren immer zusammen, 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche.“ Zuletzt hielten sie sich für ein Dokumentarfilmprojekt länger in Uganda auf. Dann brach in Europa der Krieg aus, und Kvedaravičius sagte zu ihr: Wir müssen zurück. Er hatte bereits 2016, kurz bevor sie sich kennenlernten, die Dokumentation „Mariupolis“ über die Stadt in der Ostukraine gedreht, und über die Schwierigkeiten mit den von den Russen unterstützten Separatisten. Der Film lief auf der Berlinale. Jetzt sah er es als seine Pflicht, zu dokumentieren, was als Nächstes passiert, vielleicht auch die Menschen wieder zu treffen, die der damals porträtiert hatte.

Also fuhren sie diesmal gemeinsam nach Mariupol. Das war Mitte März. Sie begannen, den Alltag einer Stadt im Überlebenskampf zu filmen. „Wir waren wie immer zusammen“, sagt Bilobrova – aber dann trennten sie sich für einen Tag doch. Was dann passierte, hat sich laut ihrer Schilderung so abgespielt: Kvedaravičius wollte einer Gruppe Freiwilliger helfen, Familien aus einem besonders umkämpften Viertel zu retten. Bilobrova blieb zurück, um in den Fahrzeugen keinen unnötigen Platz für die Flüchtenden zu blockieren. Am nächsten Tag kamen die Freiwilligen mit ein paar Geretteten zurück – aber ohne ihren Freund. „Ich bin fünf Tage durch die

Stadt gerirt, um ihn zu suchen“, sagt Bilobrova. Schließlich fand sie seine Leiche auf der Straße. Bauchschiess. Mantas Kvedaravičius wurde 45 Jahre alt.

Was genau passiert ist, ist bislang unklar, der Fall wird noch untersucht, die Ermittlungen laufen. Die Menschenrechtsbeauftragte der Ukraine, Ljudmyla Denissova, vermutet laut der Nachrichtenagentur Reuters, der Regisseur sei von den Russen erst entführt und dann getötet worden. Die russische Armee und die Separatisten haben sich zu dem Vorfall bislang nicht geäußert.

Hanna Bilobrova sagt: „Sie haben ihn kaltblütig ermordet.“ Er könne nicht zufällig gestorben sein, denn dort, wo sie ihn gefunden habe, sei kein Blut am Boden gewesen, und die Kleidung, die er trug, sei an der Einschusstelle heil gewesen. Sie vermutet, dass er erst nachträglich dort abgelegt wurde.

Es dauerte vier weitere Tage, aber es gelang ihr, die Leiche und die Filmkamera mit den Aufnahmen zurück nach Litauen zu Kvedaravičius' Eltern zu bringen. Mitte April wurde ihr Mann in seiner Heimatstadt Biržai in der Nähe der lettischen Grenze beigegeben. Die beiden waren nicht verheiratet, aber Bilobrova sagt trotzdem immer „mein Mann“. Sie spricht noch im Präsens von ihm.

Gemeinsam mit der Produzentin des Getöteten, Nadia Turincev, und seiner Cutterin, Dounia Sichov, wandte sie sich an das Festival von Cannes, das zu diesem Zeitpunkt längst sein Programm verkündet hatte. „Wir fragten, ob sie uns noch nachträglich aufnehmen würden, wenn wir es schaffen, innerhalb von vier Wochen bis zum Festivalstart aus dem Material, das wir hatten, einen Film zu schneiden.“ Festival-Programmchef Thierry Frémaux sagte sofort zu.

Es folgte ein Monat der Trauer, aber auch der Tag- und Nachtarbeit im Schneiderraum. „Wir hätten genug Stoff für zwei Filme gehabt, es war ein irrer Ritt, aber wir sind zwei Tage vor der Premiere fertig ge-

worden.“ Hanna Bilobrova zündet sich den nächsten Zigarillo an und wischt über die Lippenstiftflecken an ihrer Kaffeetasche. „Mantas wäre unglaublich stolz gewesen, dass sein Film in Cannes läuft, beim wichtigsten Filmfestival der Welt.“ Weil er ja schon mal in Mariupol gedreht hatte, hat sie den neuen Film schlicht „Mariupolis 2“ genannt.

Kvedaravičius war studierter Sozialanthropologe, er promovierte in Cambridge und unterrichtete an der Universität von Vilnius. Sein Fachgebiet sieht man seinen Filmen auch an. Bereits „Mariupolis“, der erste Teil, den man sich aktuell noch in der Mediathek von Arte ansehen kann, war eine Art Gegenmodell zur Netflixisierung des Dokumentarfilmgenres: keine hektischen Schnitte, keine dramatische Musik, keine Voice-over-Erklärungen oder Texteinblendungen. Nichts, was eine künstliche Dramatisierung herstellen oder von den Bildern ablenken würde.

„Mariupolis 2“ funktioniert ähnlich. Man sieht in nicht immer zusammenhängenden Sequenzen Menschen in der zerstörten Stadt Trümmer durchsuchen. Ein Mann berichtet von den Leichenteilen, die er von seinem Hausdach kratzen musste, und dass längst nicht mehr genug Särge

Es gibt in diesem Film überhaupt keine Musik. Geräuschkulisse sind Explosionen und Schüsse

da sind, um alle Nachbarn anständig zu bedürigen. Eine Gruppe Ukrainer, vor allem Ältere und Mütter mit ihren Kindern, hat im Keller einer Methodistenkirche Unterschlupf gefunden. Man sieht ihren Alltag im Krieg, denn auch der Krieg kann zum Alltag werden, und das war es, was Kvedaravičius interessierte. Die Bilder, die es nicht in die Hauptnachrichten schaffen.

„Oft passiert einfach nichts“, sagt Bilobrova, die im Abspann als Co-Regisseurin genannt wird. „Das ist ja das Quälende – das ewige Warten darauf, dass etwas

Schreckliches passieren könnte.“ Es gibt in diesem knapp zwei Stunden langen Film nicht nur wenig, sondern gar keine Musik. „Mariupolis 2“ dürfte den unheimlichsten Soundtrack dieses Kinjahres haben, im Hintergrund sind als Geräuschkulisse nur Explosionen und Schüsse zu hören, mal nah, mal weit weg, dann wieder ganz nah.



Der Regisseur Mantas Kvedaravičius wurde 45 Jahre alt. Er starb bei Dreharbeiten in Mariupol. Schon 2016 hatte er den Film „Mariupolis“ über die Stadt in der Ukraine gedreht. FOTO: FESTIVAL DE CANNES

Natürlich hätte man an diesem Film vermutlich noch länger feilen und schneiden können. Aber der Look einer Rohfassung passt zum Thema. Dass Bilobrova und ihr Team es überhaupt so schnell geschafft haben, ist erstaunlich. Normalerweise dauert ein Filmprojekt Jahre, mindestens viele Monate. Der Hollywoodstar Sean Penn fuhr nach Kriegsausbruch auch in die Ukraine, um eine Doku zu drehen. Sein Film wird in Cannes auf dem „Marché du Film“, einem der wichtigsten Filmmärkte der Welt, zum Verkauf angeboten – aber er wird eben noch nicht im offiziellen Programm gezeigt.

Als reines Kunstwerk lässt sich „Mariupolis 2“ aufgrund seiner Entstehungsgeschichte und seiner schnellen Herstellung kaum beurteilen, zumindest nicht so, wie hier in Cannes Filme sonst beurteilt werden. Aber der Film ist das Statement gegen die Häppchenpolitik der Fernsehsender geworden, das sein verstorbener Regisseur sich gewünscht hatte. Der Film soll, so wünscht es sich Hanna Bilobrova, auch im Namen ihres Partners, den Menschen in Mariupol ein Gesicht geben, denen sonst niemand ein Gesicht gibt.

DAVID STEINITZ

HEUTE

Feuilleton
Schönheit und Schrecken: Wagners „Walküre“ an der Oper Dortmund 10

Feuilleton
Seit Jahrzehnten dokumentiert der Fotograf Martin Parr das Leben der Briten. Jetzt wird er 70 11

Wissen
Subtypen des Coronavirus wie BA.4 und BA.5 unterlaufen den Impfschutz alter Vakzine 14

Politisches Buch
Ex-Botschafter Rüdiger von Fritsch erklärt schonungslos und präzise, wie Putin tickt 20

» www.sz.de/kultur



Da, wo die Nachrichtenbilder aufhören, wollte Mantas Kvedaravičius weitermachen. Ein Ausschnitt aus „Mariupolis 2“. FOTO: FESTIVAL DE CANNES