

Studie: Spotify ist Erfolgsmodell für Journalismus

VON VERA SCHWARZ

Wissenschaftler empfehlen Medienhäusern, digitaljournalistische Angebote nach einem Plattform-Modell à la Netflix oder Spotify anzubieten. So solle Nutzern der unkomplizierte und schnelle Zugriff auf ein Gesamtangebot an Online-Inhalten ermöglicht werden, ohne zwischen Anbietern wechseln zu müssen. Die Zahlungsbereitschaft sei bei Online-Lesern gering. Dies ergab eine Nutzerstudie der Landesanstalt für Medien NRW mit circa 6000 Teilnehmern, die am Dienstag vorgestellt wurde. Mehr als 75 Prozent der Befragten gaben an, die Grundidee des Internets sei es, Informationen auf kostenlosem Wege zu erhalten. „Die Zahlen lassen sich nicht beschönigen“, so Tobias Schmid, Direktor der Landesmedienanstalt, und verwies auf die mangelnde Motivation der Online-Community, für digitale Inhalte zu zahlen.

Hier spielen die Personalisierung, Kuratierung und Zugänglichkeit des Angebots eine entscheidende Rolle. Aufgrund der extremen Masse an digitalen Informationen seien die Nutzer überfordert. Die repräsentative Befragung ergab, dass die Zahlungsbereitschaft durch eine gute Aufbereitung und Moderation des Angebots steige – bis zu zehn Euro monatlich waren die Befragten demnach durchschnittlich zu zahlen bereit. Allerdings nicht für „reine Informationen“, sondern vor allem für exklusive, ansprechend und individuell gestaltete Inhalte.

Werbefreiheit und personalisierte Werbung sind laut Studie ebenfalls wichtige Faktoren. Zum einen wünschen sich die Befragten werbefreie Plattformen. Dadurch sei eine Preisdifferenzierung möglich. User seien bereit, „für Werbefreiheit zu zahlen“, heißt es. Andererseits wünsche sich die Online-Community für ein individuelleres und attraktiveres Nutzungserlebnis eine bessere Personalisierung der Anzeigen und attraktivere Formate.

ALBUM DER WOCHE

The Black Keys: „Let's Rock“ – Erst mal herzlichen Glückwunsch zum generischsten Album-Titel aller Zeiten. Die vergangenen fünf Jahre benötigten Dan Auerbach und Patrick Carney – die Black Keys aus Acron, Ohio – um sich vom Tourgeschäft und wohl auch voneinander zu erholen.



In dieser Zeit rückte bluesgetränkte Rockmusik, wie sie die Black Keys in platonischer Idealform vertreten, noch weiter an den Rand des musikalischen Geschehens. So weit, dass eine Sammlung kompetent komponierter Dreieinhalb-Minuten-Songs mit verzerrter Gitarre, wie sie die Black Keys jetzt veröffentlichen, beinahe subversiv wirkt. Beinahe. Es gibt nette, wenn auch überdeutliche Anklänge an Fleetwood Mac („Tell Me Lies“) und Stealers Wheel („Sit Around and Miss You“), es gibt ein Überangebot an Riffs, das sich spätestens beim nächsten Konzert bezahlt machen wird. Aber „Let's Rock“ bleibt doch vor allem eine Aufforderung, im Ewig-Gestrigen an seinen Leisten herumzuschustern. (cbo)



Scott McFarland reinigt mit dem T-Shirt die Linse seiner Kamera: Einmal in Gelb und einmal in Rot.



Fotos: McFarland

Alles andere als fusselfrei

Die Kölner Galerie Choi & Lager zeigt Fotografien von Scott McFarland

VON DAMIAN ZIMMERMANN

„Die beste Kamera ist die, die man bei sich hat.“ Dieser Satz wird der Magnum-Legende Elliott Erwitt zugeschrieben, und er beendet eigentlich die sich ständig wiederholende Frage unter Profi- wie Amateurfotografen, welche Ausrüstung denn nun die einzig Wahre sei. Das gilt für Kameras und Objektive, aber auch für sämtliche anderen Zubehörtteile, die man kaufen kann und die in der schier unendlichen Zahl an Fotozeitschriften vorgestellt, besprochen und empfohlen werden.

Einer dieser Ausrüstungsgegenstände ist das Reinigungstuch, mit dem man seine Objektiven von Verschmutzungen befreien soll. Jeder Fotograf besitzt diese Reinigungstücher – aber tatsächlich benutzt werden sie eher selten. Das hat auch der Kanadier Scott McFarland festgestellt: Er wischt seine Linsen

lieber mit dem T-Shirt sauber, das er gerade trägt. Und weil das so gut und fusselfrei funktioniert, hat er sogar eine Lieblings-T-Shirt-Marke, die er immer bei Shootings überzieht. Als Hommage an diesen Umstand hat er die dreiteilige Arbeit „Cleaning Lens“ gemacht: Die Torso-Selbstporträts zeigen, wie

McFarlands Arbeiten sind so humorvoll wie selbstreflexiv

McFarland mit seinen Jersey-Shirts in den Grundfarben rot, gelb und blau seine Objektive sauberwischt. Eine Mehrfachbelichtung deutet dabei die Bewegung an, und in den Bilderrahmen hat McFarland zusätzlich unterschiedliche Arten von Staub, Dreck und Haaren hinein gelegt, als wären sie das Ergebnis seiner Reinigung. Das ist natürlich sehr medienreflexiv, aber

gleichzeitig auch sehr ästhetisch und humorvoll.

Die Arbeit ist Teil der aktuellen Ausstellung „Shattered Glass“ von Scott McFarland in der Galerie Choi & Lager in der Kölner Südstadt. Empfangen wird der Besucher dort von einer über zwei Meter hohen Fotografie eines Kamins, den McFarland in einer alten, verlassenen Villa entdeckt hat. Das Feuer in dem Kamin ist erloschen, zurückgeblieben sind nur Ruß und Dreck. Doch McFarland präsentiert das Foto nicht nur im Maßstab 1:1, sondern zudem als Leuchtkasten und als einzige Arbeit in dem unteren, dunklen Ausstellungsraum der Galerie. Unser Blick wird automatisch angezogen – eben wie von einem Kamin. Das moderne Kunstlicht tritt hier an die Stelle des anachronistischen Kaminfeuers.

Die Fotografie, die der Ausstellung ihren Namen gibt, zeigt eine extreme Panoramaaufnah-

me einer Landschaft. Nur können wir diese Landschaft nicht erkennen, weil McFarland sie durch eine zersplitterte Glasscheibe fotografierte. Abgesehen von der klein- und kleinstteiligen Wabenstruktur, die dadurch entstanden ist und das Bild in Tausende Einzelteile fragmentiert, spielt McFarland hier auch mit der Frage nach dem, was sichtbar ist: Normalerweise fotografiert man ohne groß darüber nachzudenken durch eine Glasscheibe hindurch und kein Objektiv kann ohne dieses Glas funktionieren. Nun, da es zersplittert ist, ist es zwar noch immer dasselbe Glas – aber der freie Blick ist unmöglich geworden (Preise von 5600 bis 37 500 Euro).

Galerie Choi & Lager, Wormser Straße 23, Mi.-Fr. 11-13 u. 14-18, So. 11-14 Uhr, bis 14. Juli (nach telefonischer Vereinbarung unter 0151/42 60 95 21 bis Ende August).

Jubiläum für den Kölner Kulturpreis

Die Auszeichnung für künstlerische Qualität wurde zum zehnten Mal verliehen

„Kunst ist zwar nicht alles, aber ich glaube, in Köln ist es doch so, dass ohne Kunst alles nichts ist.“ Mit diesen Worten zitierte Gerhart Baum den ehemaligen Kulturdezernenten Kurt Hackenberg, als am Montagabend der Kölner Kulturpreis im Museum für Angewandte Kunst verliehen wurde. Die Auszeichnung wurde in diesem Jahr zum zehnten Mal vergeben, sie wird vom Kulturrat der Stadt gestiftet; Baum war auch diesmal Vorsitzender der Jury. Anwesend bei der Preisverleihung waren die Kulturministerin des Landes Nordrhein-Westfalen, Isabel Pfeiffer-Poensgen, Kölns Oberbürgermeisterin Henriette Reker und die Kulturdezernentin Susanne Laugwitz-Aulbach sowie zahlreiche Bürger und Vertreter der Kulturszene.

Den Preis „Kulturmanagerin des Jahres 2018“ nahm die indische Filmemacherin, Autorin und Kuratorin Madhusree Dutta entgegen. Sie ist Künstlerische Leiterin der Akademie der Künste der Welt und hat nach der Ein-

schätzung der Jury „wichtige Akzente bei der Dokumentation und Untersuchung des urbanen Raums gesetzt und die Akademie stärker für die Stadtgesellschaft geöffnet“. In ihrer Dankesrede betonte Dutta die Bedeutung der Multikulturalität für eine Stadt wie Köln.

Der Preis für das „Kulturereignis des Jahres“ wurde gleich zweimal vergeben, ein Novum.



Madhusree Dutta (links) mit OB Henriette Reker

Foto: Goyert

Gewonnen haben die Inszenierung von Bernd Alois Zimmermanns „Die Soldaten“ an der Kölner Oper sowie das „Afrika Film Festival“. Das Kulturereignis wird von den Lesern von „Kölner Stadt-Anzeiger“, „Köllnischer Rundschau“ und der Jury gewählt. Platz drei erreicht die Lichtinstallation am Dom, „Donna Nobis Pacem“. Zur Auswahl standen zehn Ereignisse.

Als „Junge Initiative“ würdigt die Jury das Projekt „LTK4 Klangbasierte Künste im Lutherturm“. Auf den Plätzen folgten die Film-Plattform „dokomotive“ sowie die Frauen-Initiative für Kunst, Kultur und Design „And She Was Like: BÄM!“.

Ehrenpreis für Helge Malchow

Zum neunten Mal wurde im Rahmen des Kölner Kulturpreises auch ein Ehrenpreis vergeben. Diesen erhielt der langjährige Verlagsleiter von Kiepenheuer & Witsch, Helge Malchow. In der Begründung der Jury heißt es: „Der Verleger muss ein Sensorium dafür entwickeln, in der Literatur das zu entdecken, was die Köpfe in diesem Land in Bewegung bringt. Literatur, die uns klüger und sensibler macht. Malchow ist das gelungen.“

Der Kölner Kulturrat e.V. vereinigt die Fördervereine und -institutionen des Kulturbereichs in der Stadt. Mit dem Preis möchte er die hohe Qualität der Kultur in Köln betonen und Impulse für ihre Entwicklung geben. (ksta)

Acht Milliarden für ARD und ZDF

Die Erträge aus dem Rundfunkbeitrag sind 2018 leicht gestiegen

VON ANNE BURGMEYER

Erstmals seit 2014 sind die Einnahmen aus dem Beitragsservice wieder gestiegen. Allerdings nur leicht auf 8,009 Milliarden Euro, das ist ein Plus von 0,43 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, wie der Beitragsservice am Dienstag zur Veröffentlichung des Jahresberichts in Bocklehmünd bekanntgab.

ARD, ZDF und Deutschlandradio erhielten davon 7,858 Milliarden Euro, 151 Millionen Euro flossen an die Landesrundfunkanstalten, an das Deutschlandradio gingen 229 Millionen Euro. Der Westdeutsche Rundfunk erhielt im Jahr 2018 knapp 1,2 Milliarden Euro, auf die Landesanstalt für Medien NRW entfielen 31,4 Millionen Euro. Bis 2020 ist der Rundfunkbeitrag auf 17,50 Euro festgelegt, wie hoch er danach sein wird, steht noch nicht fest.

Die Anzahl der angemeldeten Wohnungen stieg 2018 auf 39,5 Millionen, das ist ein Plus von einem Prozent. Die Zahl der zum Rundfunkbeitrag angemeldeten Betriebsstätten nahm im Vergleich zum Vorjahr um 1,4 Prozent auf 3,9 Millionen zu. Mehr als drei Millionen Menschen wurden 2018 aus sozialen Gründen vom Rundfunkbeitrag befreit, mehr als zwei Drittel von ihnen beziehen Sozialgeld oder Arbeitslosengeld II.

Zum vierten Mal in Folge rückläufig war die Zahl der Beitragskonten im Mahn- und Vollstreckungsverfahren, sie sank 2018 um 17,7 Prozent auf 5,5 Millionen. Das liegt unter anderem daran, dass zahlreiche Klärungsverfahren zu Beitragskonten, die noch auf der Umstellung auf den Rundfunkbeitrag resultierten, abgeschlossen werden konnten.

Melddatenabgleich

Zwei Themen beschäftigten den Beitragsservice laut Geschäftsführer Stefan Wolf im vergangenen Jahr besonders intensiv. Das war zum einen der bundesweite Melddatenabgleich, der am 6. Mai 2018 startete. Der Beitragsservice erhielt von den Einwohnermeldeämtern die Melddaten aller volljährigen Bürger. Wenn diese keiner bereits angemeldeten Wohnung zugeordnet werden konnten, wurden sie angeschrieben. Bis Ende 2018 verschickte der Beitragsservice insgesamt 3,3 Millionen solcher Schreiben. Bis 31. Dezember 2018 meldete er auf dieser Basis rund 600 000 neu an.

Das andere wichtige Thema 2018 war die Umsetzung des Bundesverfassungsgerichtsurteils vom 18. Juli. Dieses legte fest, dass Personen, die bereits für ihre Hauptwohnung zahlen, für ihre Nebenwohnung auf Antrag von der Beitragspflicht zu befreien sind. Bis Ende 2018 gingen 233 500 Vorgänge zur Befreiung für Nebenwohnungen beim Beitragsservice ein. Bis Ende des Jahres 2018 wurden für 19 500 Nebenwohnungen die Besitzer befreit. Wie hoch die Zahl insgesamt ist, ist zurzeit laut Stefan Wolf nicht zu beantworten, da es an Erfahrungswerten mangle. Daher könne man auch die Auswirkungen auf die Einnahmen noch nicht einschätzen.