

FALTER Kultursommer 2015

35.000 Veranstaltungen. Österreichweit. 104 Seiten.



Hier gratis
anfordern!

falter.at

auf falter.at suchen ...

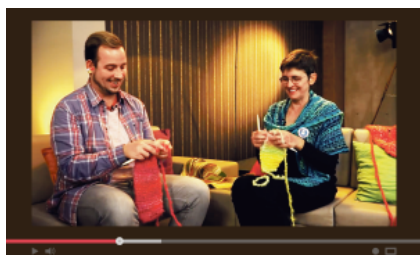
FALTER WAS LÄUFT WIEN, WIE ES ISST RATGEBER ONLINE BÜCHER & MAGAZINE SHOP SERVICE ÜBER UNS

AKTUELLE AUSGABE POLITIK MEDIEN FEUILLETON REZENSIONEN STADTLEBEN STEIERMARK FALTER:WOCHE SPOTS HEUREKA E-PAPER FALTER-APP ABO

Die Revolution des Fernsehens

Youtube ist zehn Jahre. Die Plattform hat die Welt verändert und das Leben von Leuten wie Elisabeth Wetsch

von [Benedikt Narodoslawsky](#) | aus [FALTER 08/15](#)



Youtuberin Elisabeth Wetsch erklärt, wie man strickt und häkelt. Sie hat damit eine treue Fangemeinde gewonnen (Foto: Youtube)

Am 22. Juni 2008 filmte Elisabeth Wetsch einen Anschlag mitten in Wien. Die politische Lage im Land schien außer Kontrolle geraten. Die SPÖ stand vor einer Zerreißprobe, auf innerparteilichen Druck hatte der rote Kanzler Alfred Gusenbauer die Parteiführung abgeben müssen. Der Regierungspartner ÖVP wollte die Koalition in die Luft sprengen. Und Elisabeth Wetsch ... strickte.

„Stricken lernen 1 – Maschenanschlag“. 1,1 Millionen Mal wurde ihr erstes Youtube-Video bislang angeklickt. Blaue Wolle, zwei Hände, zwei Stricknadeln. „Wichtig ist zu beachten, dass nach rechts sehr viel Faden hängen bleibt“, sagte Elisabeth Wetsch im Video mit sanfter Stimme. Heute sagt sie: „Das allererste Video ist zufällig passiert. Es war scheiße.“

Anfangs hatte Wetsch nur wissen wollen, wie dieses Youtube funktioniert, von dem sie schon so viel gehört hatte. Sie stellte die erste Serie von Videos auf die Internetplattform. Als sie die Seite Wochen später wieder besuchte, war die Regierung längst zerbrochen, und draußen auf der Straße tobte der Wahlkampf. Die Zugriffszahlen ihrer Videos waren explodiert.

Zigtausend Menschen hatten ihre erste Strick-Videoserie in der Zwischenzeit angeklickt. Fremde hatten die Videos bewertet, sie mit Fragen bombardiert. Und warteten seither auf Antwort. Im Sommer 2008 lernte Wetsch die Macht von Youtube kennen. In den darauffolgenden Jahren hat sie sie genützt.

Die Kraft von Youtube, sie hat ihren Ursprung im kalifornischen Silicon Valley. Vor zehn Jahren ärgerten sich die drei Freunde Chad Hurley, Steve Chen und Jawed Karim, weil sie im Internet nichts fanden, mit dem sie schnell Videos hochladen konnten.

Sie nahmen die Sache selbst in die Hand und konzipierten eine neue Videoplattform. Die Nutzer sollten nicht mehr wie im klassischen Fernsehen zu Zusehern degradiert werden. Nein, sie sollten selber Videos produzieren. Sich vernetzen. Videos bewerten und kommentieren können. Am 14. Februar 2005 ließen die drei Freunde ihre Webseite registrieren. Angelehnt an den alten Röhrenfernseher (englisch: „tube“) gaben die drei ihrer Plattform den Namen: „Youtube“. Das Motto: „Broadcast yourself“ – „Sende dich selbst“.

Seit sieben Jahren strahlt Elisabeth Wetsch ihre Videos unter dem Namen „eliZZa“ aus. Wenn sie aus ihrem Büro im sechsten Bezirk in die Mollardgasse tritt, bleiben die Passanten nicht stehen und bitten sie um ein Autogramm. Auf der Straße ist sie bloß Elisabeth Wetsch, eine gewöhnliche Passantin, 58 Jahre alt, eine gestrickte, bunte Stola um den Hals.

Aber in der Häkel- und Strick-Community auf Youtube ist sie eliZZa, der Superstar. Sie hat auf Youtube eine Nische aufgemacht und eine neue Welt gefunden. In ihrem Loft in der Mollardgasse türmen sich Plastikboxen mit Briefen und Wollkunstwerken von Fans, denen sie mit ihren Videos die Handwerkskunst beigebracht hat. So viel Zeug lagert hier, dass langsam der Platz in den zwei Stöcken eng wird. Und es wird jeden Monat mehr. „Ich kann nichts



26/15



25/15



24/15



23/15

• Top-Stories

- [Top 3: die meistgelesenen Artikel](#)
- [FALTER-Archiv](#)
- [FALTER-Autoren](#)
- [FALTER-Abo](#)
- [FALTER auf Facebook](#)
- [FALTER auf Twitter](#)
- [Wiener Stadtgespräch](#)
- [RSS-Newsfeed](#)

• FALTER-Suche

im Artikelarchiv suchen...

ANZEIGE

RUSSEN IN WIEN

Wien 1945. Augenzeugenberichte und Fotos.



HIER BESTELLEN!

• Top-Stories nach Thema

- [Interview](#) (233)
- [Lokalkritik](#) (124)
- [Musik](#) (122)
- [Literatur](#) (97)
- [Kunst](#) (83)
- [Film](#) (66)
- [Justiz](#) (66)
- [Portrait](#) (66)
- [Theater](#) (66)
- [Integration](#) (58)
- [Internet](#) (56)
- [Architektur](#) (43)
- [Korruption](#) (43)
- [Journalismus](#) (39)
- [Reportage](#) (39)
- [SPÖ](#) (37)
- [Wahlen](#) (37)
- [Sport](#) (36)
- [Festival](#) (35)
- [Kinder](#) (33)

davon wegschmeißen“, sagt Wetsch, „das bringe ich nicht übers Herz.“

eliZZas Fans nennen sich selbst „Schäffchen“. Sie laden sie zu Häkel- und Stricktreffen im Ausland ein. Vergangenes Jahr, erzählt Wetsch, verreiste sie rund 20-mal – sie huldigten ihr in Bozen, Hamburg, Berlin, München, Dresden, Leipzig, Frankfurt. In Österreich trifft sie ihre Fans regelmäßig in der Nähe von Tulln und in Brunn am Gebirge. Manche heften sich bei den sogenannten „Sträkeltreffen“ sogar Buttons von eliZZas Logo an die Brust.

Größer als die Erfolgsgeschichten, die Youtuber schreiben, ist bloß die der Plattform selbst. Youtube startete wie eine Rakete. Das Erfolgsgeheimnis: Alles war von Anfang an simpel, gratis und schnell. Nur eineinhalb Jahre nach seiner Gründung arbeiteten im Start-up bereits 67 Mitarbeiter. 72 Millionen Menschen nutzten die Plattform und machten sie mit einem Marktanteil von 47 Prozent zum Marktführer und zu Platz 14 unter den meistbesuchten Webseiten der Welt. Im Herbst 2006 kaufte Google die Videoplattform um umgerechnet 1,3 Milliarden Euro auf, es war die teuerste Investition des Internetriesen. Sie hat sich bezahlt gemacht. Die technische Entwicklung schritt voran, das Internet wurde noch schneller. Um ein Video zu drehen, braucht man heute nur noch ein Smartphone.

Nach Angaben der Videoplattform laden die Nutzer heute aus aller Welt sekundlich fünf Stunden Videomaterial auf Youtube hoch. Eine Milliarde Menschen klicken sich durch Youtube, das mittlerweile in 75 Ländern operiert und in 61 Sprachen verfügbar ist. Es ist hinter Facebook zum zweitwichtigsten sozialen Netzwerk herangewachsen – und zum mit Abstand größten Videoarchiv der Welt.

Kaum ein historisches Videodokument, das man hier nicht findet. Aus dem unglaublichen Fundus bedienen sich längst auch klassische Medien für ihre aktuelle Berichterstattung. Denn Youtube liefert Bilder, die sonst nirgends sind. Als etwa die Terroristen in Paris im Jänner einen Polizisten hinrichteten, landete das Video davon nur wenig später auf Youtube.

Die Plattform hat Außergewöhnliches alltäglich gemacht. Man findet Aufnahmen der ausgestorbenen Stadt Tschernobyl, aufgenommen von Drohnen. Man sieht, wie ein taiwanesisches Passagierflugzeug abstürzt und in die Brücke kracht – zufällig festgehalten von einem Autofahrer. Man staunt über Videos aus dem All und ekelt sich vor Videos aus dem Dickdarm. Es gibt Videoanleitungen fürs Gewichtheben, Maultrommelspielen oder für die Reanimation von Hunden. Und wer stricken lernen will, landet bei eliZZa.

Youtube hat kein Platzproblem, es bietet auch kleinen Nischen großen Raum. Etwa für Gronkh, einen der erfolgreichsten deutschsprachigen Youtuber. Er kommentiert Videospiele, während er sie spielt. 3,5 Millionen Menschen folgen ihm auf Youtube. Er zieht vor allem junge Nutzer an, die es gewohnt sind, Kanäle ihrer Stars zu abonnieren, und sich so ihren eigenen individuellen Fernsehsender programmieren.

In Österreich zählt eliZZa mit mehr als 150.000 Abonnenten zu den heimischen Youtube-Größen. Als die Webprogrammiererin im Sommer 2008 das Potenzial der Videomaschine erkannte, begann ihr Siegeszug. Sie beantwortete die Fragen ihrer Zuseher, lud sie zum Mitmachen ein, drehte immer mehr Videos. Sie baute eine eigene Vorrichtung, um ihre Handarbeit noch sauberer aufzunehmen. Die Zugriffszahlen stiegen. Und mit ihnen die Nachfrage. Wetsch begann, ihre Clips auf DVDs zu brennen und zu verkaufen. Sie machte einen Online-Shop auf, preist nun Strick- und Häkelanleitungen an, verschickt dazu auch Wollpakete mit Nadeln und Garn. Wetsch verdient mit Youtube Geld.

Dabei hilft ihr auch Youtube selbst. „Die beobachten ihre Nutzer ja genau“, sagt Wetsch. „Sie sind auf mich zugekommen und haben mich gefragt, ob ich einen Partnerkanal will.“ Sie stimmte zu. Youtube kümmerte sich um Wetsch, die Google-Tochterfirma lud sie nach Berlin ein, brachte sie dort mit Experten aus London zusammen, die ihr erklärten, wie sie ihre Technik und ihr Equipment weiter verbessern kann, um noch mehr Klicks zu generieren.

Vor Wetschs Videos läuft nun Werbung, sie kassiert pro Klick. Seit Herbst arbeitet sie mit einer eigenen Vermarktungsfirma zusammen, die ihren Kanal analysiert, um ihre Präsenz weiter zu optimieren. Heuer hat sie die Firma an Puls 4 vermittelt. Slow TV, Stricken nach Mitternacht. Im Februar wurde die letzte Folge der Serie „Nadelspiel * Stricken & Häkeln mit eliZZa“ ausgestrahlt. Der Youtube-Star war nun auch im Röhrenfernseher zu sehen.

Die Wechselwirkung zwischen Youtube-Karrieren und den klassischen Medien hat Musikwissenschaftlerin Pinie Wang in ihrer Doktorarbeit „Musik und Werbung“ nachgezeichnet. Darin untersuchte sie, wie Medien die Entwicklung der Musikindustrie beeinflussen. Youtube spielt dabei eine zentrale Rolle.

Wang führt ein prominentes Fallbeispiel an: Justin Bieber. Im Jahr 2007, als der heutige Superstar noch ein unbekannter trällernder Zwölfjähriger war, lud Biebers Mutter seine Coversongs auf Youtube hoch. Sie erreichten bald ein Millionenpublikum abseits der klassischen Medien. Der Erfolg auf der Videoplattform bescherte dem Jungen einen Plattenvertrag.

Seine erste Single wurde im April 2009 veröffentlicht, aber der Erfolg ließ noch auf sich warten. Erst als sein Lied auf Youtube hochgeladen wurde – der Junge hatte zu diesem

Zeitpunkt bereits 40 Millionen Abonnenten –, stürmte er die Charts. Heute hat sich Bieber zu einem der kommerziell erfolgreichsten Sänger gemausert.

Welchen Stellenwert Musik wiederum für Youtube hat, zeigt der südkoreanische Rapper Psy, der mit seinem „Gangnam Style“ das erfolgreichste Youtube-Video aller Zeiten schuf. Die Marke blieb bei 2,147 Milliarden stehen. Für mehr war Youtube nicht programmiert. Zum Zeitpunkt der Programmierung war unvorstellbar, dass jemals jemand die Maximalmarke knacken könnte. Für die Musikwirtschaft zieht die Dominanz der Videoplattform auch rechtliche Fragen nach sich. Das manifestiert sich im Rechtsstreit mit der deutschen Verwertungsgesellschaft Gema, die seit Jahren mit Youtube um eine faire Vergütung für die Künstler feilscht.

Youtube hat alles verändert. Die Öffentlichkeit. Das Fernsehen. Die Musik. Die Werbung. Elisabeth Wetsch. Und auch die Politik.

In seinem Buch „Die Macht der Vielen“ beschreibt Ramón Reichert, Professor für Neue Medien an der Uni Wien, wie Youtube auch Wahlen beeinflusst. 2004 spielten Onlinevideos noch keine Rolle; zu langsam waren die Modems, zu groß die Datenmengen. Das änderte sich mit Youtube. Im Kongresswahlkampf 2006 in den USA verglich der mächtige Senator George Allen aus Virginia Indianer mit Affen. Das Youtube-Video davon verbreitete sich rasch. Und kostete ihn den Posten.

Zwei Jahre später war Youtube bereits zu einer Wahlkampffront geworden. Sympathisanten wurden aktiv. Ein weiblicher Fan des damaligen Präsidentschaftskandidaten Barack Obama leistete mit dem erotischen Musikvideo „Crush on Obama“ Wahlhilfe. Es bekam Millionen Klicks, mischte Politik mit Unterhaltung und machte Stimmung für den Demokraten. „Die Wahlwerbung wird nicht mehr von oben nach unten in den Kreativlabors der Kommandozentralen konzipiert, sondern durch die Userinnen und User selbst generiert“, erklärt Medienwissenschaftler Reichert.

Die Schattenseite dieser Macht bekam eine FPÖ-Stadtofrau vergangenen Herbst zu spüren, als sie betrunken nach Hause torkelte und dabei gefilmt wurde. Ein anonymen Nutzer postete das Meuchelvideo auf Youtube und stellte sie in aller Öffentlichkeit bloß. Boulevardmedien griffen es auf, es hagelte Rücktrittsaufforderungen.

Auch das ist Youtube: die Angst vor der allgegenwärtigen Kamera. Und die Angst vor der Ermächtigung des Grauens. Weil Youtube das Videobusiness demokratisiert hat, kann heute jeder seine 15 Minuten Ruhm bekommen. Auch das Böse. Mobbende Jugendliche etwa, die ihre Mitschüler vor aller Welt per Video demütigen.

Oder der IS mit seiner gut geölten Propagandamaschine. Bis deren Köpfungsvideos gemeldet und von Youtube-Mitarbeitern gelöscht werden, verrinnt oft viel Zeit.

„Mit Youtube sind sehr viele Schranken gefallen“, sagt Elisabeth Wetsch. „Ich bin auch schon über Videos gestolpert, wo Leute ihre toten Babys zelebrieren.“ Das habe sie richtig schockiert.

Aber dann zieht sie die gehäkelten Blumen aus ihrer Box, die ihr ihre Schäfchen zum Geburtstag schickten. Sie habe schon „ganz arge Sachen“ erlebt, erzählt sie. Einmal habe ihr ein Fan geschrieben, das Stricken habe ihn vor dem Suizid bewahrt. Und manchmal widmen ihr die Fans deren Erstlingswerk und schicken ihr etwa den ersten gestrickten Socken. Wetsch sagt: „Da brech ich dann manchmal in Tränen aus.“ F

Ähnliche Artikel:

Die Gier nach Macht

Wie die Demokratie im Internet herausgefordert wird...

Das Ende einer Ära

Der Videodienst Netflix startet in Österreich und wirft die Frage auf: Wofür brauchen wir die anderen TV-Sender noch?...

Die Macht der Narren

Satire-News sind komisch, für junge Zuseher wichtiger als Nachrichtensendungen und verändern die Politik. Auf der ganzen Welt gibt es das...



Weitere Artikel aus [FALTER 08/15](#), von [Benedikt Narodoslawsy](#), zu den Themen [Internet](#) [Medien TV](#)

[Artikel kommentieren](#)

Bitte geben Sie Ihren vollständigen Vor- und Nachnamen, sowie eine gültige E-mail-Adresse ein. Wir behalten uns vor, Kommentare mit unvollständigen Angaben oder unangemessenem Inhalt nicht zu

veröffentlichen. Die geteilten Kommentare müssen nicht der Meinung der Redaktion entsprechen, die inhaltliche Verantwortung trägt ausschließlich der Verfasser des jeweiligen Kommentares.

Vor- und Nachname: *

E-mail: *

(wird nicht veröffentlicht)

Ihr Kommentar zu diesem Artikel: *



Bestätigen Sie den Code

Absenden

ANZEIGE



Alle Services auf falter.at

FALTER	Aktuelle Ausgabe Politik Medien Feuilleton Rezensionen Stadtleben Steiermark FALTER:WOCHE Spots HEUREKA E-Paper FALTER-App Abo
WAS LÄUFT	Events Kino Festivals Locations Partytimer Party-Blog Events-App Termin ankündigen Gratis in Wien Tickets
WIEN, WIE ES ISST	Lokalführer Lokalkritiken Die Besten Empfehlungen Einkaufstipps Bundesländer Zustelldienste Holzer-Blog "Wien isst" App
RATGEBER ONLINE	Reparaturführer BEST OF VIENNA creation/production Feste feiern!
MAGAZINE	FALTER Verlag Bücher Magazine Sonderbeilagen
SHOP	Falter Verlag Bücher Besprochene Bücher Falters Feine Filme DVDs & Blu-ray Hörbücher Besprochene CDs CDs FALTER-Abos FALTER Fanshop AGB
FALTER ABOS	FALTER Klassik-Abo FALTER Kombi-Abo FALTER Auslands-Abo FALTER Test-Abo FALTER Produkte BEST OF VIENNA DURST. Studentenmagazin.
SERVICE	Online-Zugang Abo ändern Rückruf Newsletter FALTER-Abos
ÜBER UNS	Stellenangebote Kontakt Mediadaten AGB print AGB online Offenlegung
B2B	FALTER & Sonderbeilagen BEST OF VIENNA Bücher COMPLETE MAGAZIN & LUXUS IKEA FAMILY MAGAZIN Onlinemedien Corporate Publishing

© 2015 Falter Verlagsgesellschaft m.b.H.