

Das Ende der Videotheken

Autor(en): **Sennhauser, Michael**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Film : die Schweizer Kinozeitschrift**

Band (Jahr): **53 (2001)**

Heft 6-7

PDF erstellt am: **21.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-932517>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Das Ende der Videotheken

Mit dem Platzen der ersten Dotcom-Blase sind nicht nur viele Internet-Startups verschwunden, sondern auch ein grosser Teil des Enthusiasmus für die digitale Distribution – jener fürs Kino jedenfalls. Denn klammheimlich wird von den Unterhaltungsgiganten die tatsächliche Distributionsrevolution vorbereitet: Filme über Internet, *video on demand*, kurz VoD genannt

Michael Sennhauser

Anfang Mai, kurz vor dem Filmfestival von Cannes, haben Disney-Boss Michael Eisner und Viacom-Chef Sumner Redstone an einer Pressekonferenz bestätigt, dass ihre Firmen gemeinsam an einem Internet-basierten *video-on-demand*-Service arbeiten. Die Gerüchte lagen schon lange in der Luft, zumal auch die rivalisierenden Studios von Sony und Warner Bros. ähnliche Dienste vorbereiten. Warum nun aber die plötzliche Eile, mit News an die Öffentlichkeit zu gelangen?

Die Napster-Lehre

Das Napster-Debakel und die grosse Krise der Musikindustrie haben bei den Bildlieferanten das Bewusstsein für die Verwundbarkeit ihrer traditionellen Absatzkanäle geschärft. Zwar wurde Napster per Gerichtsbeschluss zerlegt, aber der Service hat ein- für allemal bewiesen, dass der öffentliche Hunger nach Unterhaltungs-«Software» über das World Wide Web gestillt werden will, und dass den in den letzten Monaten weiterentwickelten Distributions- und Kompressionstechniken für Musik und Video nicht beizukommen ist. «If you can't beat them, join them», hat sich der Bertelsmann-Konzern gesagt und zur Verblüffung der Industrie Napster kurzerhand aufgekauft. Die Angst vor Raubkopien hat sich in Hollywood keineswegs gelegt, und die grosse Hysterie um das neue DVD-Kopierschutzknackprogramm DeCSS ist noch nicht vorbei. Trotzdem hat sich Disney entschlossen, auf den Herbst hin mit den ersten DVD-Editionen ihrer wertvollen Animationsfilm-Klassiker auf den Markt zu kommen: Was der Markt will, soll der Markt haben. Und eines ist klar: Die Studios können ihre Software nur absetzen, wenn sie qualitativ mehr bieten als die Raubkopierer. Wenn nun also illegale Distributionen über Internet schon an-

nähernd VHS-Qualität erreichen, kann sich ein Studio nur wehren, wenn seine Datenträger mehr hergeben.

Kommerzielles Potenzial

Dass die Distribution übers Web allerdings durchaus kommerzielles Potenzial hat, haben die Firmenstrategen natürlich längstens ausgetüfelt. Da ist nämlich ein weiterer verblüffender Kostenfaktor am Werk: MP3-Musikfiles werden über so genannte *peer to peer*-Services wie Napster keineswegs gratis verteilt, wie immer wieder behauptet wird. Zwar erhalten die Inhaber des Copyrights tatsächlich nichts bei dieser illegalen Distribution. Die Verteilwege an sich aber sind sehr wohl an Kosten gebunden. Nur werden die Distributionskosten beim Download nicht vom Lieferanten getragen, sondern vom Kunden, beziehungsweise vom Kollektiv der Internetbenutzer. Dass dies dem An-

bieter deutlich weniger Kosten verursacht als beispielsweise der Transport von Millionen von Videokassetten oder DVDs über die klassischen Absatzkanäle in die Videotheken und Läden, versteht sich von selbst. Ganz zu schweigen von den Datenträgern und ihrer kostspieligen Fabrikation.

Eine Frage der Zeit

Da die so genannten «Codecs» zur Komprimierung von Videodaten in den letzten Monaten mit rasender Geschwindigkeit verbessert wurden, ist es theoretisch schon heute möglich, ganze Spielfilme über entsprechend schnelle Internetleitungen zu den Kunden zu bringen. Zwar noch nicht voll in Echtzeit (*streaming*), aber doch schon so, dass der Film nach einer Zwischenlagerung auf Festplatte bequem und bis zum Erreichen des «Verfalldatums» beliebig oft betrachtet werden kann. Danach löscht sich der Film je nach System selber oder ist einfach nicht mehr abspielbar. Ein vergleichbares System mit einer Wegwerf-DVD, welche das Zurückbringen in die Videothek hätte überflüssig machen sollen, hat sich nicht durchgesetzt, weil die Kunden offensichtlich nicht gewillt waren, einen «selbsterstörenden» physischen Datenträger nach Hause zu tragen. Aber VoD via Internet wird sich über kurz oder lang durchsetzen, davon sind nicht nur die *streaming*-Pioniere wie Quicktime (Apple), Microsoft (Windows Media), Real (Realplayer) oder die deutsche get AG (www.get-digital.de) überzeugt, sondern mittlerweile eben auch die Filmproduzenten, die alle daran sind, ihre tot geborenen Internet-Filmsites, die einst spezielle Internetfilmchen hätten anbieten sollen, zu echten Distributionskanälen zu machen.

Es ist theoretisch schon heute möglich, ganze Spielfilme über entsprechend schnelle Internetleitungen zu den Kunden zu bringen

Der Quicktime-Viewer von Apple ist zurzeit der beste Standard für digitale Videos. Entsprechend bietet mittlerweile fast jede grössere Produktion zumindest den Trailer im Quicktime-Format an.

