



Mario Sixtus –

# Der Rosinenpicker

Es war nicht das erste Mal, dass sich Mario Sixtus nach einem Interview ärgerte. Aber diesmal ärgerte er sich ganz besonders. Gerade hatte er ein Gespräch mit dem us-amerikanischen Netz-Philosophen David Weinberger geführt, einer faszinierenden Persönlichkeit wie er fand, dem er mit viel Spaß zugehört hatte. Doch von seinem Charisma, dem Spaß und den Emotionen war in seinem Interview-Transkript nicht mehr viel übrig geblieben. »Da habe ich mir in meiner kindlichen Naivität gedacht: Hätte ich doch eine Kamera dabei gehabt. Warum mache ich nicht einfach mal was mit Video? Das ist doch heute so einfach!« Von diesem Zeitpunkt an nahm Sixtus zu seinen Interviews eine kleine Kamera mit – und machte was mit Video. Vom Filmen und vor allem vom Schneiden hatte er zwar zunächst gar keine Ahnung, aber er war halt schon immer experimentierfreudig. Aus dem Experiment wurde ein Projekt: Aus dem Journalisten und Internet-Experten Mario Sixtus wurde der *Elektrische Reporter*. Und aus der Idee, Interviews mit der Kamera aufzunehmen, eines der innovativsten und erfolgreichsten Online-Videoformate in Deutschland: [www.elektrischer-reporter.de](http://www.elektrischer-reporter.de)

Seit Mitte 2006 interviewt Sixtus regelmäßig im Auftrag des *Handelsblatts* Vordenker in Sachen Internet. Wie verändert das Netz die Welt? Diese Frage schwebt über allem. Rund 50 Gespräche hat er mittlerwei-

le geführt, mit Erfindern und Entwicklern, mit Wissenschaftlern und Web-2.0-Pionieren, mit Vordenkern und Visionären. Die Liste der bisher Interviewten liest sich wie ein kleines ›Who ist Who‹ der nationalen und internationalen digitalen Szene: Neben Weinberger ist Medienprofessor Clay Shirky dabei, Internet-Archiv-Gründer Brewster Kahle, Wikipedia-Boss Jimmy Wales, Creative-Commons-Initiator Lawrence Lessig, *Twitter*-Erfinder Biz Stone, die Science-Fiction-Autoren Bruce Sterling und Cory Doctorow, die *Bildblogger* Christoph Schultheiss und Stefan Niggemeier (s. Porträt Niggemeier), *Tagesspiegel-Online*-Chefin Mercedes Bunz (s. Porträt Bunz), der Schriftsteller Peter Glaser (s. Porträt Glaser) und der Bundesdatenschutzbeauftragte, Peter Schaar. Sie alle lässt Sixtus ausführlich und unaufgeregt zu Wort kommen, nur unterbrochen von fragenden oder erklärenden Zwischentexten in Schriftform. Manche der Köpfe (vor allem die amerikanischen) hat der *Elektrische Reporter* am Rande von Kongressen erwischt, viele von ihnen sind ausgesprochen seltene Gäste vor einer Kamera – umso spannender ist es, ihren Antworten zu lauschen, etwa denen der hübschen Google-Vizepräsidentin Marissa Mayer, die mit weit aufgerissenen Augen immer wieder die Datenschutzrichtlinien ihres Unternehmens preist und versichert, dass zwischen den einzelnen Google-Diensten keine Daten ausgetauscht würden.

*Internet à la Heinz Haber und Hoimar von Ditfurth*

Sixtus garniert seine Interviews mit klugen An- und Abmoderationen. So empfiehlt er seinen Zuschauern bei Frau Mayer kurz und knapp, sich als ›Googlologen‹ zu betätigen, in Anlehnung an die so genannten ›Kremlologen‹, die einst aus den leisesten Zwischentönen der Sowjetführer und vor allem aus dem, was sie nicht gesagt hatten, vermeintlich weitreichende Schlüsse zogen. Ohnehin: Die Moderationen sind nicht nur wegen ihres Sprachwitzes zum Markenzeichen von Sixtus geworden. Im Stile einer Schwarz-weiß-Wochenshow steht er da, ernst und steif, mit markanter Brille und großem Mikrofon, sein Duktus leicht

geschwollen, manchmal etwas umständlich, ohne große Gefühlsregungen – und unterstützt wird das Gesagte immer von einer etwas zu spät einsetzenden Kopfbewegung. Das alles sieht auf den ersten Blick etwas altbacken aus, ein bisschen wie bei den TV-Ikonen Heinz Haber oder Hoimar von Ditfurth, die in den 1970er-Jahren äußerst bieder, aber äußerst erfolgreich dem deutschen Fernsehpublikum Welt und Weltall erklärten. Und genau so soll es auch rüberkommen: »Haber und Ditfurth sind Idole meiner Jugend. Eine Verpackung, die ganz eindeutig von vergangenen Tagen inspiriert ist, für eine Reihe mit Gesprächspartnern, die viel in die Zukunft denken – diese Schere fand ich äußerst reizvoll.« Unterstützt wird dieser Kontrast durch kleine Science-Fiction-Sequenzen, die permanent im Hintergrund laufen, mal aus einem alten amerikanischen Schulfilm, mal aus einem schlechten japanischen Fünfziger-Jahre-Streifen. Sixtus saugt sie rechtfrei aus dem Bewegtbildlager *archive.org*; allein um die passenden Passagen zusammenzuschneiden braucht er zuweilen auch schon mal einen ganzen Tag.

Wie erwähnt: Mario Sixtus experimentiert gerne. Der Kettenraucher und passionierte Anzugträger – böse Zungen sagen, er trage sogar einen im Bett – geht mit Vorliebe eigene Wege. Manche nennen ihn deshalb einen Eigenbrötler, manche einen schlaun Eigenbrötler. Und manche einen Goldgräber im Riesenreich des Internets. Was er allerdings definitiv nicht ist: ein Nerd. Viele derjenigen, die wie Sixtus in den frühen Tagen des Internets dabei waren, sind Nerds geworden, haben sich in irgendwelche Ecken verzogen und sind dort geblieben. Sixtus hat sich weiterentwickelt, ist heute anerkannt und geschätzt, interessanterweise sowohl in der Blogger-Szene als auch in Entwickler- und Technikerkreisen – was nicht vielen vergönnt ist. Die Gründe dafür liegen in seiner Vita. Wenn man ihn nach seinem Lebenslauf fragt, antwortet er: »Schreib' einfach: professioneller Autodidakt. Das reicht.« Ihm werde schnell langweilig, sagt er – und dann bekommt er die Krankheit des Autodidakten: einfach mal ausprobieren, was noch geht. Das sei schon immer so gewesen.

Die Schule hat er abgebrochen, danach ist er jahrelang als Musiker durch die Lande gezogen, als Bassist von New-Wave- und Punk-Bands. Irgendwann hat er für seine Musik auch den Computer entdeckt, einen Atari ST. 1993 wählte sich Sixtus dann das erste Mal ins weltweite Diskussionsnetzwerk *Usenet* ein. Dieser Ausflug kam nach eigenen Worten einem »religiösen Erweckungserlebnis« gleich und veranlasste Sixtus, seinen beruflichen Fokus von der Klangerzeugung auf die vernetzte Kommunikation zu verlagern. Während der aufkommenden Web-Euphorie Mitte der 1990er-Jahre schraubte Sixtus als freiberuflicher Programmierer und Web-Designer erfolgreich an den Internet-Seiten von Konzernen wie Karstadt, Seat und Renault herum – bis ihn auch dies langweilte und er quasi über das Thema den Journalismus entdeckte: Er begann Artikel über das Internet zu schreiben, über elektronische Lebensaspekte, zunächst für das Magazin *De:Bug*, dann für immer mehr Zeitungen und Online-Medien. Gute Autoren, die sich mit Netzthemen beschäftigten, waren damals zwischen den IT-Schreibern und den vielen Jubel-Persern, die jedes Start-Up über den grünen Klee lobten, rar gesät. Sixtus war ein guter, ein kritischer Schreiber – und dementsprechend gut im Geschäft.

### *Magie der dezentralen Distribution*

Die Sache mit den Videos ist nun wieder ein neuer Weg, den Sixtus geht, aber in gewisser Hinsicht auch eine logische Weiterentwicklung, wie er findet. »Es ist nach wie vor der Journalismus, der mich treibt, ich mache schließlich keine Comedy«, sagt er. Moderner Journalismus. Fernsehmacher, vor allem die Anhänger der reinen Lehre, schütteln über den *Elektrischen Reporter* zuweilen den Kopf. Für sie scheint das alles nicht ganz zusammenzupassen: zu lang, optisch nicht konsequent gedacht, zu viel Nische – wer schaut sich das an? Die Antwort ist einfach: Ein Format wie der *Elektrische Reporter* funktioniert nach einer anderen Logik als herkömmliches Fernsehen, als normale Fernsehbeiträge, auch als Filme im Web 1.0. »In der Broadcast-Welt sind

Kanäle und Sendezeit begrenzt, in der Print-Welt sind Platz und Auflage begrenzt. Im Netz ist es jedoch genau umgekehrt, da ist die Aufmerksamkeit des Nutzers begrenzt«, erklärt Sixtus. »Wenn man im Internet publiziert, steht man in Konkurrenz zu allem, was sich dort herumtreibt, und wenn es eBay ist. Jede Minute, die der Nutzer irgendwo anders verbringt, ist er eben nicht bei mir.« Will man das vermeiden, müsse man die Inhalte vom Netz trennen. Sixtus hat dies als einer der ersten radikal getan und offeriert seine Episoden als Filme zum Mitnehmen, als »Video to go«. In einer Zeit, als mit Begriffen wie »Podcasting« noch kaum jemand etwas anfangen konnte, stellte er seine Videos bereits unter eine Creative-Commons-Lizenz und bot für den *Elektrischen Reporter* unterschiedliche Download-Formate sowie zahlreiche Video- und Audio-Feeds an; darüber hinaus sendet er nicht nur unter seiner eigenen Domain, sondern auch über die »angeschlossenen Funkhäuser«, von *Handelsblatt.de* über *Sevenload* bis *YouTube*. Sixtus nennt das die »Magie der dezentralen Distribution«.

So beginnt er jede Folge des *Elektrischen Reporters* konsequenterweise mit den Worten: »Liebe Zuschauer daheim an den Empfangsgeräten oder von wo auch immer Sie uns gerade zusehen.« Von wo auch immer, das kann tatsächlich überall sein: im Zug, im Flugzeug, im Garten, über das Notebook, das iPhone, auf DVD gebrannt – komplett zeitsouverän also. Dieser Gedanke gefällt Sixtus. Was im klassischen Fernsehen (noch) nicht funktioniert, schafft im Netz Unverwechselbares: Fernsehen ohne Kompromisse. Klicks und Visits interessieren ihn nicht wirklich. Und Längenvorgaben und Maßstäbe im Grunde auch nicht. »Es ist klar: Wenn man den User beim Surfen erwischt, dann sollte ein Video nicht länger als drei Minuten sein. Doch mit den Möglichkeiten des Web 2.0 spielt das keine Rolle mehr. Da kann ein Film auch mal eine Stunde lang sein – den lädt man sich runter und schaut ihn sich dann halt an, wenn man die Zeit hat.« Sixtus hat schon lange aufgehört, nur 1.0-ig zu denken. »Das Netz ist der große Entgleichzeitiger der Medienwelt«, schreibt er in einem Aufsatz für das *Jahrbuch Fernsehen 2008*, und das sei gut so: »Netzbewohner sind nun mal Rosinen-Picker und lassen sich

keine Wundertüten mit Gemischtwaren mehr andrehen.« Das Archiv wird zum Schatz: Das *Elektrische-Reporter*-Interview mit Jimmy Wales wird – geschickt verlinkt – täglich immer noch rund 100 Mal abgerufen, obwohl die Episode bereits über ein Jahr alt ist.

*Die User machen »kackfrech, was sie wollen«*

Für Sixtus steht fest: Dieser Prozess des Rosinen-Pickens lässt sich nicht mehr aufhalten. Und manch einer aus der schönen alten Medienzeit habe damit so seine Probleme: Kein Wunder, meint Sixtus, »dieser ganze Pull-Krams ist den gelernten Push-Menschen aus der Verlags- und Broadcast-Welt« eben nicht ganz geheuer. Mechanismen, die hundert Jahre offline prima funktioniert haben, laufen plötzlich nicht mehr rund, weil Zuschauer und Leser längst zu Usern gereift seien und »kackfrech machen, was sie wollen«: Sie holen sich die Informationen, die sie brauchen, ohne Filter, ohne Sortierer – und alle Schreckensszenarien von der »Informationsüberflutung«, die seit den 1970er-Jahren immer wieder mal entworfen werden, wurden nie Realität. »Wir haben immer mehr Informationen, aber irgendwie können wir auch immer besser damit umgehen.« Eine Erklärung dafür hat Sixtus im Interview mit David Weinberger bekommen. Die Heilung für den Informationsüberfluss sei mehr Information, Meta-Information sozusagen, Information über die Information. »Das wird spannend zu beobachten in den nächsten Jahren: Wie entwickeln sich Empfehlungsmechanismen? Sprich: Man empfiehlt sich bestimmte rss-Feeds oder bestimmte Infoquellen, die der andere dann in seine Infoflussregelungsmaschinerie einbetten kann. All das wird immer intelligenter, geht immer automatischer.«

Sixtus selbst kann sich anderes Arbeiten als im Web 2.0 nicht mehr vorstellen. Für seine Recherchen nutzt er rss-Reader, *delicio.us* als Bookmarktool, *Twitter* und Social-Networks. Diese Möglichkeiten heutzutage auszulassen empfindet er – frei nach Kant – als »selbstverschuldete Unmündigkeit«. Gerade Social-Networks wie *Xing* oder *Facebook* seien mehr als nette kleine Plauderclubs, nämlich gute Instrumente,

um Kontakt zu Experten aufzunehmen – ohne den Umweg über Uni-Pressestellen oder den *Informationsdienst Wissenschaft*. Dass einer wie Sixtus, der quasi permanent online ist, dann aber doch auch ganz gerne mal zum Telefonhörer greift, »wenn's schneller gehen muss und man gleich nachhaken will«, auch das passt irgendwie ins Bild. Sixtus, der Pragmatiker, der sich für Retro, für scheinbar Altmodisches als auch für Zukunftsmusik gleichermaßen begeistern kann. Und der dabei immer wieder herrliche Bilder kreiert: Das »Zeitalter des Paketschnürens« sei vorbei betont er, die Tendenz, dass sich jeder seine Informationen individuell zusammenstelle, werde sich künftig noch verstärken. »Der *Spiegel* verkauft ein Paket für 3,50 Euro, mit Anzeigen für X Millionen drin, die er hat, weil das Paket so häufig gekauft wird. Im Netz kannst du keine Pakete mehr schnüren. Die Online-Medien, wie sie jetzt existieren, in sich abgeschlossen, wie *SPIEGEL ONLINE*, *Focus Online*, *sueddeutsche.de*, halte ich deshalb auch für ein Übergangsphänomen.« Er vergleicht das mit der Musikindustrie: Früher habe man sich eine CD von Madonna gekauft, mit zwei guten Songs und zehn mittelmäßigen –, ein Paket also. Heute kaufe man sich etwa bei iTunes die beiden guten, die zehn mittelmäßigen aber nicht.

Künftig werde alles sehr fragmentiert sein, prophezeit Sixtus. Es komme zu einer grundlegenden Umwälzung der Medienwelt, mit weitreichenden Folgen auch für den Journalismus. Blogs seien da nur die ersten Vorboten dieser Entwicklung: »In den USA gibt es bereits Fachblogs ohne Ende, von Experten, die einfach in die Welt hinausbloggen und Informationen aus erster Hand liefern. Früher gingen diese Informationen zunächst in die Redaktionen, heute sind sie direkt da, schwirren im Netz, sind direkt abrufbar. Da abonniert man den RSS-Feed und fertig!« Immer mehr Blogger spielten so eine immer größere Rolle; es entstehe laut Sixtus eine publizistische Grauzone mit Leuten, die durchaus journalistisch arbeiteten und sich auch an journalistische Standards hielten, aber von Berufs wegen keine Journalisten sind. Ein Problem sieht er darin nicht: »Ich halte Journalismus vor allem für einen Prozess: Informationen sammeln, aufarbeiten, publizieren. Es

gibt für mich keinen Grund, warum irgendein gescheiter Amateurschreiber, der beispielsweise Konzertkritiken liefert, nicht mindestens genauso gut sein kann wie jemand, der das beruflich macht.« Der Amateurschreiber wäre wahrscheinlich nur irritiert, wenn man ihn als ›Journalisten‹ bezeichnen würde.

*Das erste Videoformat aus dem Netz geht ins Fernsehen*

Das Internet – also eine Bedrohung für den klassischen Journalismus? Nein, sagt Sixtus. Die viel größere Gefahr hat er anderswo ausgemacht: In der »alten, analogen Medienwelt« werde mittlerweile vieles ›Journalismus‹ genannt, was nicht mehr viel mit dem Begriff im klassischen Sinne zu tun hat. Man müsse nur in einen Zeitschriftenladen schauen: »Wie viel Prozent der gedruckten Seiten ist dort wirklich harter Journalismus? Wie viel ist Klatsch? Wie viel ist PR, wie viel umformulierte Presstexte? Im Fernsehen sieht es ähnlich aus und vom Radio sprechen wir am besten überhaupt nicht.« Einen Bedarf an professionell arbeitenden Journalisten werde es daher immer geben, auch oder gerade im Netz. Die große Aufgabe für sie – insbesondere wegen der zunehmenden Fakten- und Infoflut – liege dabei vor allem in der Darstellung von Hintergründen, in der Einordnung von Fakten, im Transport von Meinung: »Agenturmeldungen sind überall. Die reine Nachricht ist wertlos. Damit kann man nichts mehr reißen. Man kann aber noch was reißen, wenn man sich einen Nachrichtenstrang schnappt, diesen einordnet, eine runde Geschichte daraus macht und das noch mal aufarbeitet. Das wird online momentan zu wenig praktiziert.« Zu wenig praktiziert werde im Netz auch die investigative Recherche – was allerdings fast schon medienimmanent sei. Der Netz-Denker Clay Shirky malt da dem *Elektrischen Reporter* gegenüber ein eher düsteres Bild: »Was mich nachts nicht schlafen lässt, ist der investigative Journalismus.« Dieser sei in einem anderen als im klassischen Medienmodell kaum zu praktizieren. Und vor allem: zu finanzieren. Eine Lösung sieht Sixtus dafür noch nicht.



Wie überhaupt viele Entwicklungen im Netz noch nicht abzusehen seien – selbst für einen, der als *Elektrischer Reporter* ja genau danach forscht und viele Meinungen gehört hat. Wie heißt es in den FAQ seiner Seite: »Filmchen für Filmchen soll auf diese Weise ein Bild entstehen, das skizziert, wie das Netz unsere Welt verändert«. Doch das Bild sei lange noch nicht komplett. »Warten wir noch mal 100 Folgen ab. Als der Buchdruck erfunden wurde, wusste schließlich auch noch niemand, dass an diesen komischen Bleileetern irgendwann mal sowas wie französische Revolution, Aufklärung und Demokratie hängen würde.«

Die Zukunft des *Elektrischen Reporters* ist hingegen abzusehen. Video macht Sixtus Spaß. Und so macht er mittlerweile immer mehr mit Video. »Feinsten Bewegtbildjournalismus« nennt er das, und so lautet auch der Claim seiner 2008 gegründeten Firma Blinkenlichten in einem Düsseldorfer Hinterhof. Seit einiger Zeit läuft seine Reihe *Lost in Deutschland* wöchentlich auf *Der Westen*, ein buntes Format, bei dem ein junger Brite schildert, was ihm so am Leben in Deutschland auffällt. Weitere Projekte sind in Planung. Sixtus' Experimentierfreude wurde mittlerweile mit dem Grimme Online Award belohnt. Die Begründung der Jury unter anderem: »Der *Elektrische Reporter* zeigt beispielhaft, in welche Richtung sich Online-Videoformate im glücklichsten Fall entwickeln können.« Der glücklichste Fall ist jetzt übrigens beim ZDF: Seit November 2008 läuft der *Elektrische Reporter* wöchentlich bei *ZDFinfo*, aus einem neuen Studio und zum Magazin weiterentwickelt. Es ist damit das erste Videoformat aus dem Netz, das ins Fernsehen geht – und nicht umgekehrt. Ein kleiner Ritterschlag. Einfach mal gemacht. Erfolg gehabt. Experiment geglückt.

**Mario Sixtus**

Geboren am 6. März 1965 in Ratingen

**Ausbildung**

Verließ das Theodor-Heuss-Gymnasium in Ratingen Anfang der 1980er-Jahre ohne Abschluss. Danach verlief seine Ausbildung nach eigener Aussage »non-linear« und abseits offizieller Bildungsinstitutionen

**Beruflicher Werdegang**

- 1985-1996 Musiker in den Düsseldorfer Bands Chim Chim Cheree, Panic in Slumberland und TILT! sowie Nutzer eines Atari-ST-Computers
- 1990-1995 Entwickler von Bildschirmtextinhalten (BTX), einem frühen Online-Dienst der Post
- 1995-2002 Freiberufliche Mitarbeit als Web-Entwickler und -Designer an Internet-Projekten, u.a. für Karstadt, Seat und Renault
- 1999-2002 Freier Autor für die Monatszeitschrift *De:Bug*
- seit 2002 Freier Autor mit Schwerpunkt Internet-Themen, u.a. für *Frankfurter Rundschau*, *Die Zeit*, *Focus*, *Handelsblatt*, für Fachzeitschriften wie *c't* und *Technology Review* sowie für Magazine wie *Brand Eins*, *P.M.* und *Neon*
- seit 2006 Produzent von Videointerviews von Netzpersönlichkeiten, unter dem Namen *Elektrischer Reporter* und im Auftrag des *Handelsblatt*
- 2008 Gründung des Video-Start-Ups Blinkenlichten Produktionen

**Auszeichnungen**

- 2008 Auszeichnung der Lead Academy
- 2007 Grimme Online Award in der Kategorie »Wissen und Bildung«
- 2007 Lead Award in Silber

**Literatur**

- 2008 Fernsehen, sei umschlungen! Wie deutsche TV-Sender den Weg ins Internet beschreiten. In: Dieter Anschlag/Claudia Cippitelli/Lutz Hachmeister/Uwe Kammann/Peter Paul Kubitz/Petra Müller (Hrsg.): *Jahrbuch Fernsehen 2008*, Marl/Berlin
- 2006 Von Blogs, pferdelosen Wagen und Damenunterwäsche. Die publizistische Revolution mit der virtuellen Buschtrommel. In: *Redaktion 2006*, Jahrbuch für Journalisten, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn
- 2004 Barbaren an der Tastatur. In: Gerfried Sperl/Michael Steiner (Hrsg.): *Was für Zeiten. Wiederkehr der Barbaren*, Wien/Graz