

Webvideos für Tageszeitungen

Christian Jakubetz

VSZV

April 2013

INHALT:

1. Webvideos 2013 – ein Überblick
2. Voraussetzungen für Mitarbeiter/Redakteure
3. Formate
4. Technische Voraussetzungen/Equipment
5. Mobile Reporting

Media Convergence is like teenage sex. Everybody thinks that everybody else is doing it. The few who are actually doing it aren't very good at it.

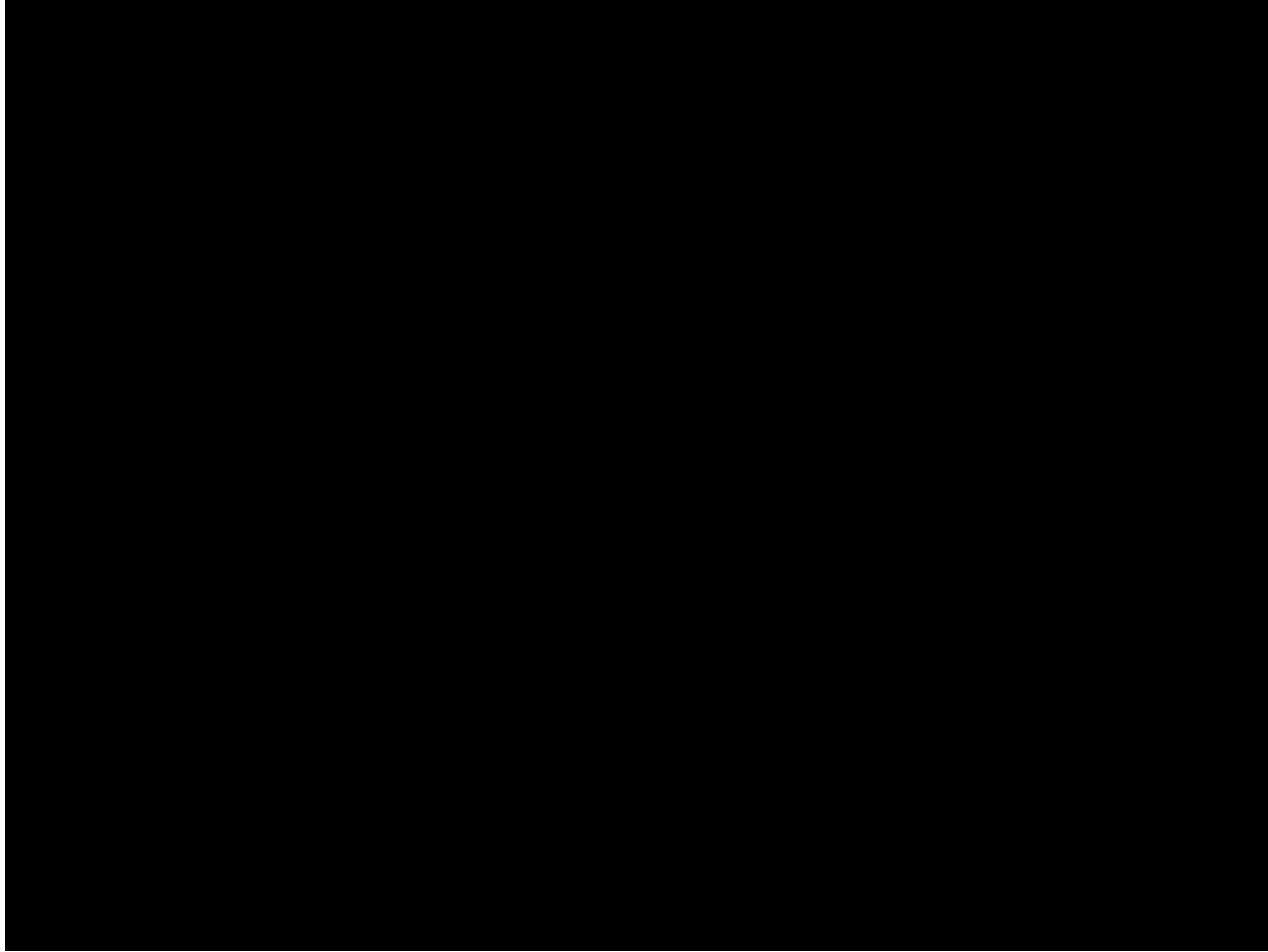
(Ulrik Haagerup)

Wer Videos wo einsetzt – und wie sie genutzt werden

Bestandsaufnahme: 2013

Niemand produziert nur noch das, was früher sein Kerngeschäft war. Fernsehsender produzieren nicht mehr nur Fernsehen. Sie produzieren Bewegtbild in vielen unterschiedlichen Varianten für viele unterschiedliche Kanäle. Jeder Kanal und jede Darstellungsform hat Eigenheiten.

Wir nennen es Video



Quelle: Werbespot wilmaa.com (Schweiz)

Bewegtbildnutzung

- Über 70 % der Online-User nutzen Bewegtbild im Netz
- Keine Darstellungsform wird so intensiv genutzt wie Bewegtbild
- Bewegtbild wird zunehmend auch mobil (iPad/Smartphones!)
- Konvergente Endgeräte machen Bewegtbild zum Standard für alle



Videos – weit verbreitet

- Rund 2/3 der deutschen Tageszeitungen bieten Videos an
- Rund 90 % der Anbieter verwenden nicht-exklusive Videos
- Nur rund 12 % setzen ausschl. auf eigenes Material

Mobiles Bewegtbild

Das Fernsehen der Zukunft wird zunehmend mobil – Smartphones und Tablets ermöglichen eine intensive und qualitativ hochwertige Nutzung

Die Darstellungsformen werden sich erweitern – mobile

Bewegtbildnutzung bietet dem User völlig neue Optionen

WM 2006

- 1 Jahr vor der Erfindung des iPhone
- Erstes Projekt zu Mobile TV zur Fussball WM 2006 in Deutschland
- Youtube wird 1 Jahr alt



WM 2010

- Weltweit 50Mio iPhone User
- Hohe Usability von Smartphones
- Hohe Akzeptanz von Mobilem Bewegtbild



WM 2014?

- Penetration von mobilem Internet wird stationäre Internetnutzung überholt haben
- iPad, iPhone & co. bieten hohe Reichweiten und ein hochwertiges Bilderlebnis



Die Problematik

- Videoproduktionen sind aufwendig
- Videos müssen häufig „nebenbei“ gemacht werden
- Ausrüstung entspricht kaum den Standards
- Qualitätsstandards sind zu niedrig angesetzt
- Redaktionen sind in Videoproduktion nicht ausgebildet

Formate für Webvideos

Was Videos sind, was sie können – und was nicht

Die ersten Beiträge in der Geschichte des Fernsehens sahen aus wie die Wochenschau im Kino. Die ersten Beiträge des Web-TV adaptierten klassisches TV. Videos im Netz und für mobile Plattformen suchen noch nach eigener Handschrift und eigenem Stil – aber sie werden sich entwickeln.

Neue Anforderungen an Bewegtbild

- Schneller
- Mobiler
- Einfacher
- Plattformunabhängig
- Situationsabhängig

Neue Geräte, neue Formate

- DSLR mit Full-HD-Funktion
- Hochwertige Camcorder
- Smartphones



Webvideos sind...

- ...kein Fernsehen
- ...nur eingeschränkt formatiert
- ...eine eigene Gattung
- ...in ständiger Entwicklung
- ...schnell
- ...unkonventionell
- ...trotzdem nicht billig
- ...und dennoch von hoher Qualität

Fernsehen im Netz funktioniert nicht!

Die Besonderheiten (1)

- Webvideos unterliegen keiner zeitlichen Beschränkung
- „Aufmerksamkeitsspanne“: Bei Interviews länger, bei steigender Informationsdichte abnehmend
- Zwei Minuten für ein Nachrichtenstück reichen aus

Auch im Netz gilt bei Videos: So lange wie nötig, so kurz wie möglich!

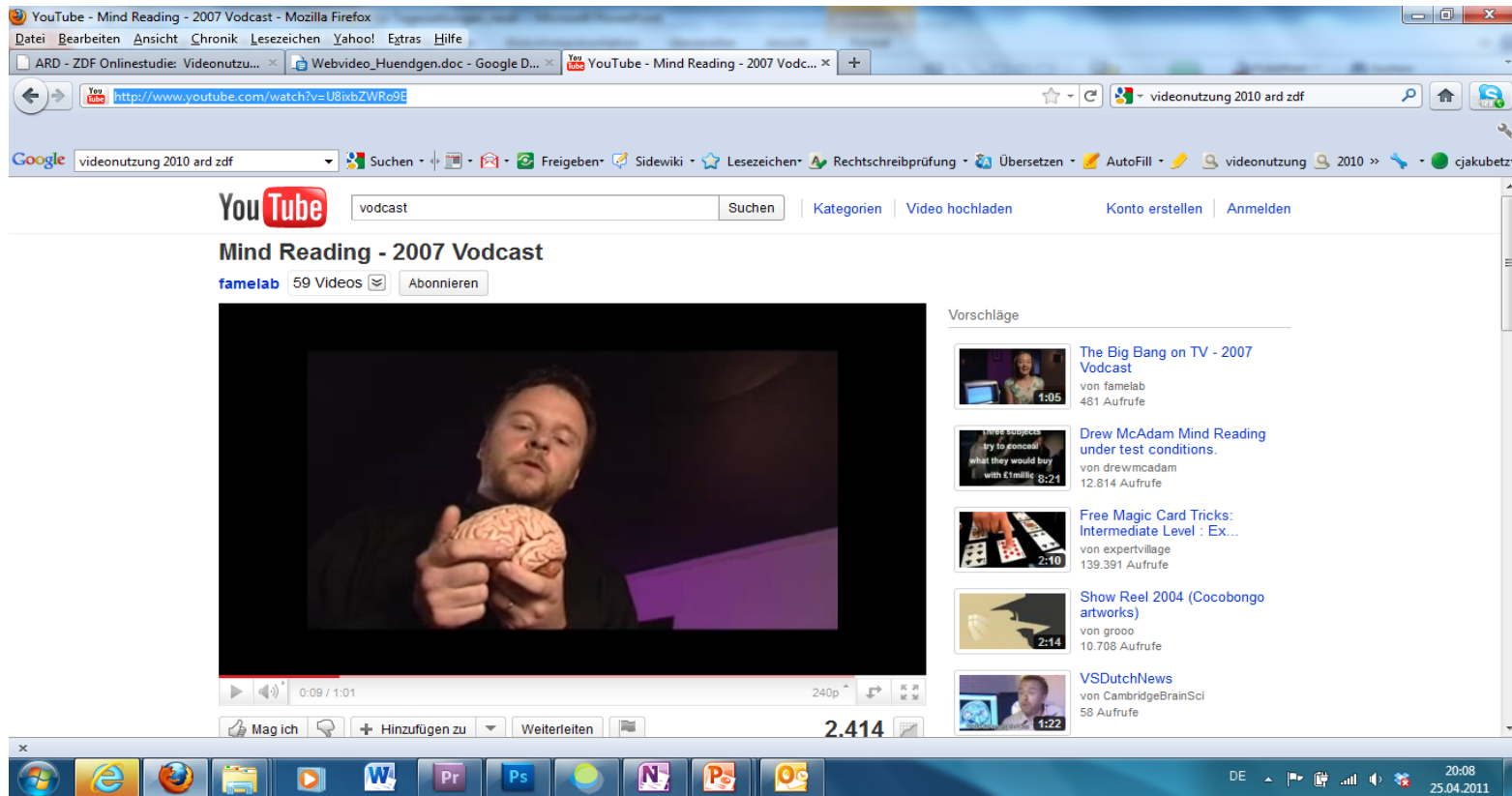
Die Besonderheiten (2)

- Zuschauer-Entscheidung fällt im Netz viel früher als im TV
- Die ersten 10 Sekunden sind entscheidend
- Zuschauer legen keinen Wert auf Spielereien
- Keine Vorspanne, keine Abspänne, keine Texttafeln
- Schnell anfangen, zügig zum Ende kommen!

Die Besonderheiten (3)

- Videos sind nicht immer die beste Lösung
- Fernsehen muss jede Nachricht bebildern – das Web nicht
- Faustregel: Nur Themen mit starken Bildern als Video planen
- Geeignet: Menschen, Tiere, Sport, Wetter...
- Ungeeignet: Pressekonferenzen, Ratssitzungen...

Die Besonderheiten (4)



- Vodcasts: Direkte Interaktion eines Journalisten mit dem Publikum vor der (Web-)Kamera
- Einfachste Produktion, die Person zählt

Die Besonderheiten (5)

- Pflegen und sammeln Sie ihre Online-Arbeiten z.B. in einem Blog, damit die Nutzer sich unkompliziert ein Bild von Ihnen machen können.
- Verlinken Sie in der Beschreibung des Videos auf die genutzten Quellen.
- Berichten Sie im Blog über Hintergründe zum Dreh und eigene Erfahrungen.
- Setzen Sie während des Drehs Statusmeldungen, z.B. über Twitter ab.
- Sagen Sie wann Sie wo im Einsatz für die Geschichte waren. Nutzen Sie dafür Locationbased-Services wie FourSquare.

Die Besonderheiten (6)



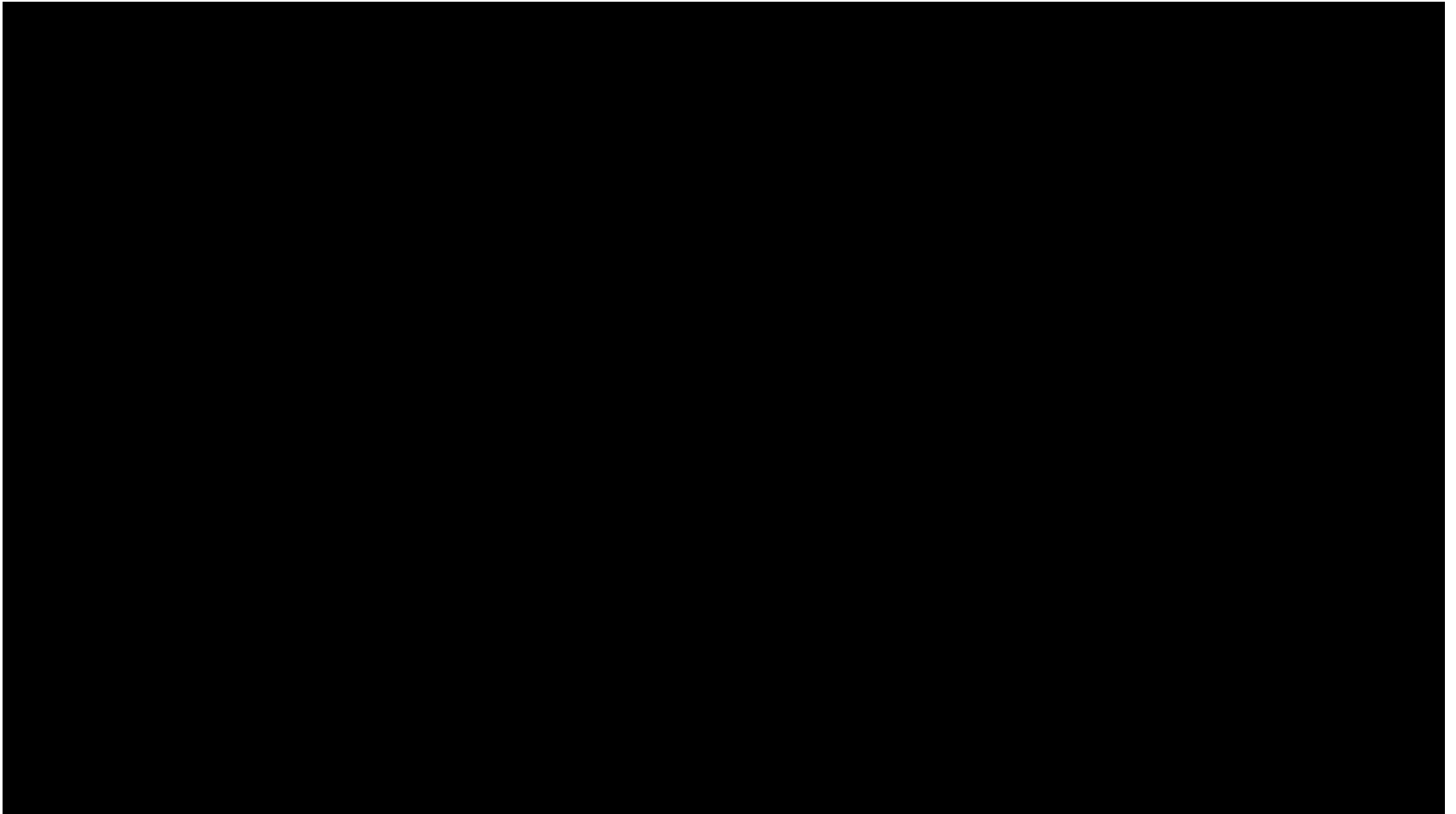
- Handwerkliche Qualität spielt eine geringere Rolle als im TV
- Dennoch: „Wackler“ etc. gehören auch in ein Webvideo nicht
- Inhalt zählt mehr als Handwerk

Die Besonderheiten (7)



- Neue Erzählfomen und Multimedialität fließen zusammen
- Klassisches Storytelling ist nicht mehr zwingend Voraussetzung

Die Besonderheiten (8)



Der Blogger und Journalist Richard Gutjahr berichtet mit dem Smartphone von den Protesten in Kairo. Keine O-Töne, keine Off-Texte. Die Dokumentation zählt (siehe auch: Live-Streaming)

Die Besonderheiten (9)

- Software wie Popcorn macht einfache Erstellung von interaktiven Videos möglich (www.mozillapopcorn.org).

Technische Voraussetzungen

Wer was können und was haben muss

Was unverzichtbar ist

- Grundkenntnisse / Ausbildung von Redakteuren und MA
- Abgestimmtes und funktionierendes Equipment
- Infrastruktur für Kanäle und Vertriebsplattformen
- Formate klären

Grundausstattung (für alle)

- Kameras
- Stative
- Mikrofone
- Schnittprogramm
- Produktionsplatz



Grundausstattung (klein/mobil)

- Smartphone
- Kleines externes Mikro
- Ministativ
- Einfaches Schnittprogramm
- Externes Objektiv
- Wenn möglich: Kopfhörer

KOSTEN: zwischen 300 – 600 €



Grundausstattung (mittelgroß)

- Camcorder (1 Chip, ggf. HD)
- Externe Mikros (eines speziell für Sprache)
- Stativ (mindestens 1,60 Meter hoch)
- Gutes Schnittprogramm (Avid, Premiere, Final Cut)
- Kopfhörer



KOSTEN.: 1500-2500 €

Grundausstattung (DLSR)

- DLSR mit HD-Videofunktion
- Objektive
- Stativ
- Ausreichend Speicherkarten

Grundausstattung (groß)

- 3Chip-Kamera
- Diverse Mikros
- Schweres Stativ
- Kopfhörer
- Lampe/Licht
- Videoschnitt
- Audioschnitt



KOSTEN: 5000 – 10000 €

Wichtig: der gute Ton

- Gute Mikrofone
- Ideal: Funkstrecke

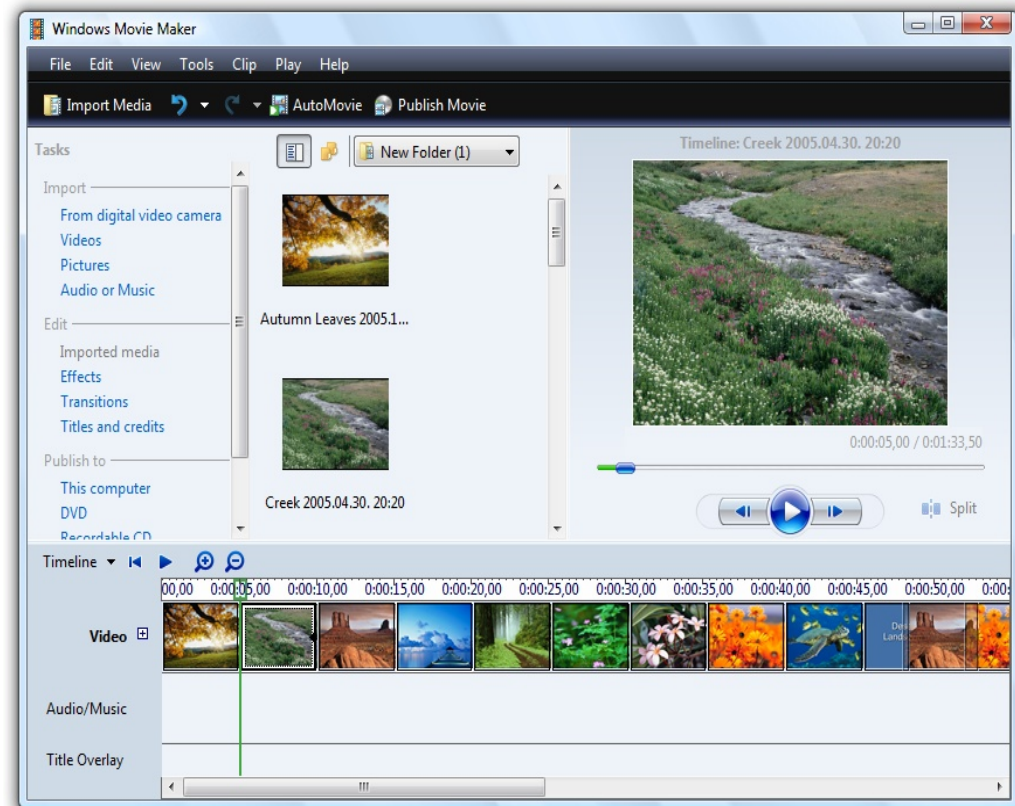
Überblick Schnittersysteme

Windows Moviemaker (in Windows vorinstalliert):

Einfaches Programm, das
sich für die Erstellung
simpler Videos eignet.

Vorteile: einfach zu
bedienen, kostenlos

Nachteil: eingeschränkte
Möglichkeiten, nur eine
Tonspur

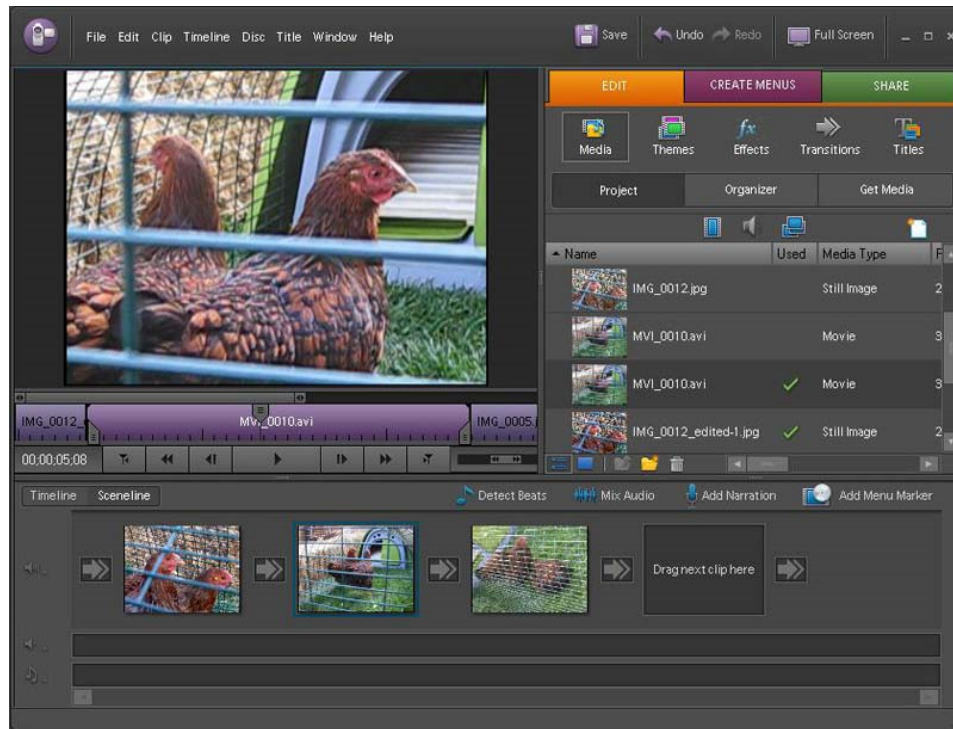


iMovie (Mac)



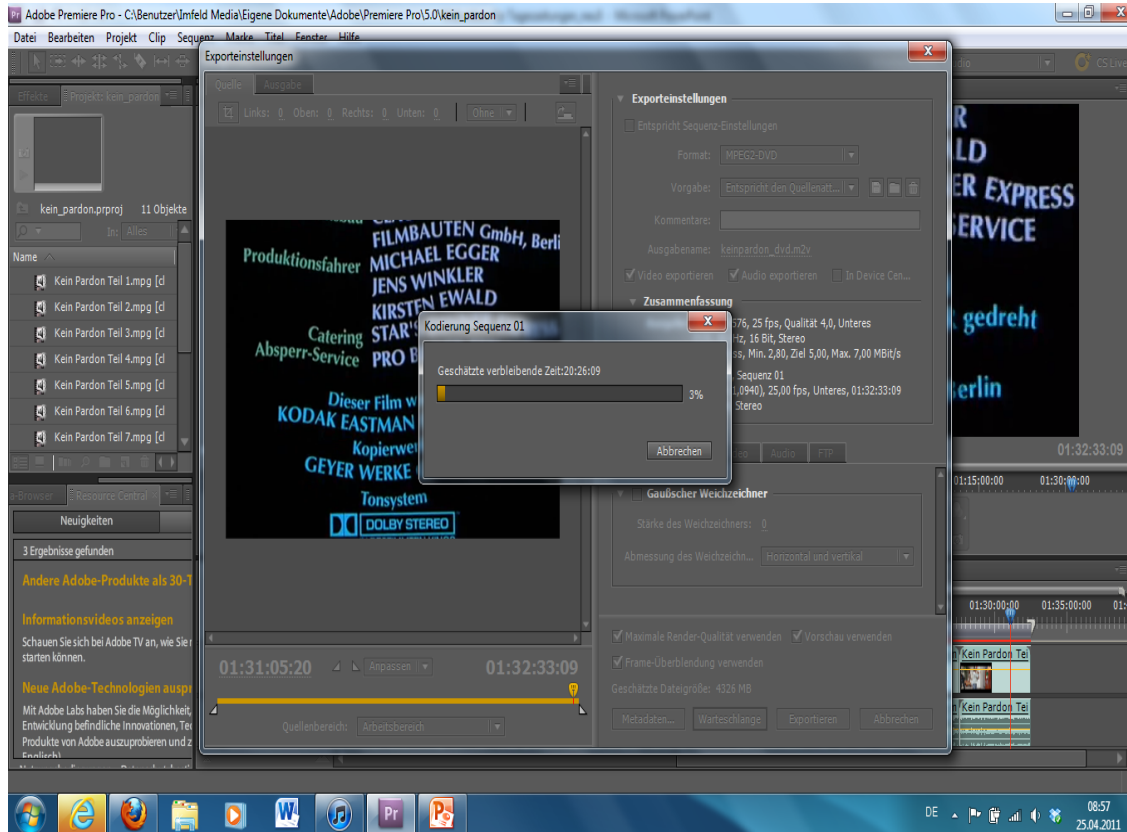
- Vorinstalliert auf Mac-Rechnern
- Einfache Handhabung
- Eingeschränkte Möglichkeiten, nur eine Tonspur

Premiere (Elements)/Magix/Pinnacle Studio/Final Cut Express



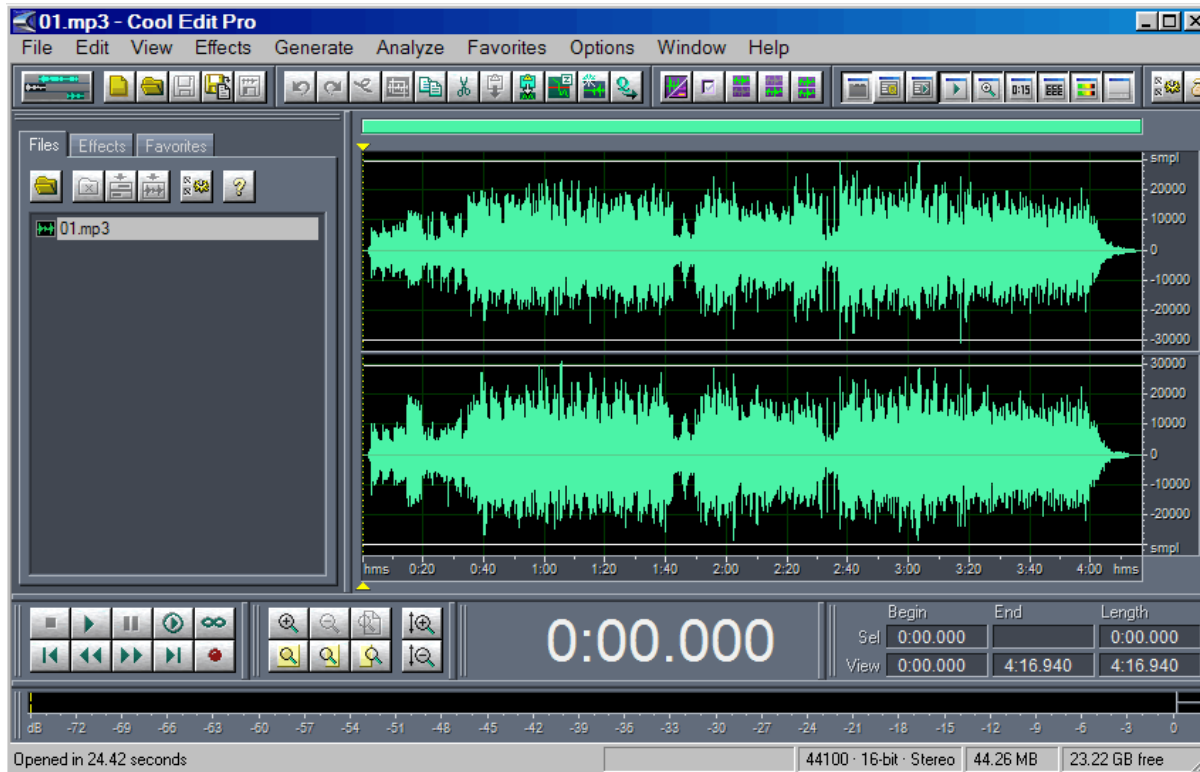
- Schnittprogramme zwischen 50 und 100 €
- Einfache Handhabung, aber deutlich einfacher als „große“ Programme
- Geeignet für Einsteiger und Fortgeschrittene

Adobe Premiere Pro/Final Cut/Avid



- Professionelle Programme mit allen Optionen, die für aufwändige Produktionen benötigt werden
- Preise zwischen 200 und 1000 €
- Sinnvoll nur für Fortgeschrittene

Vertonung

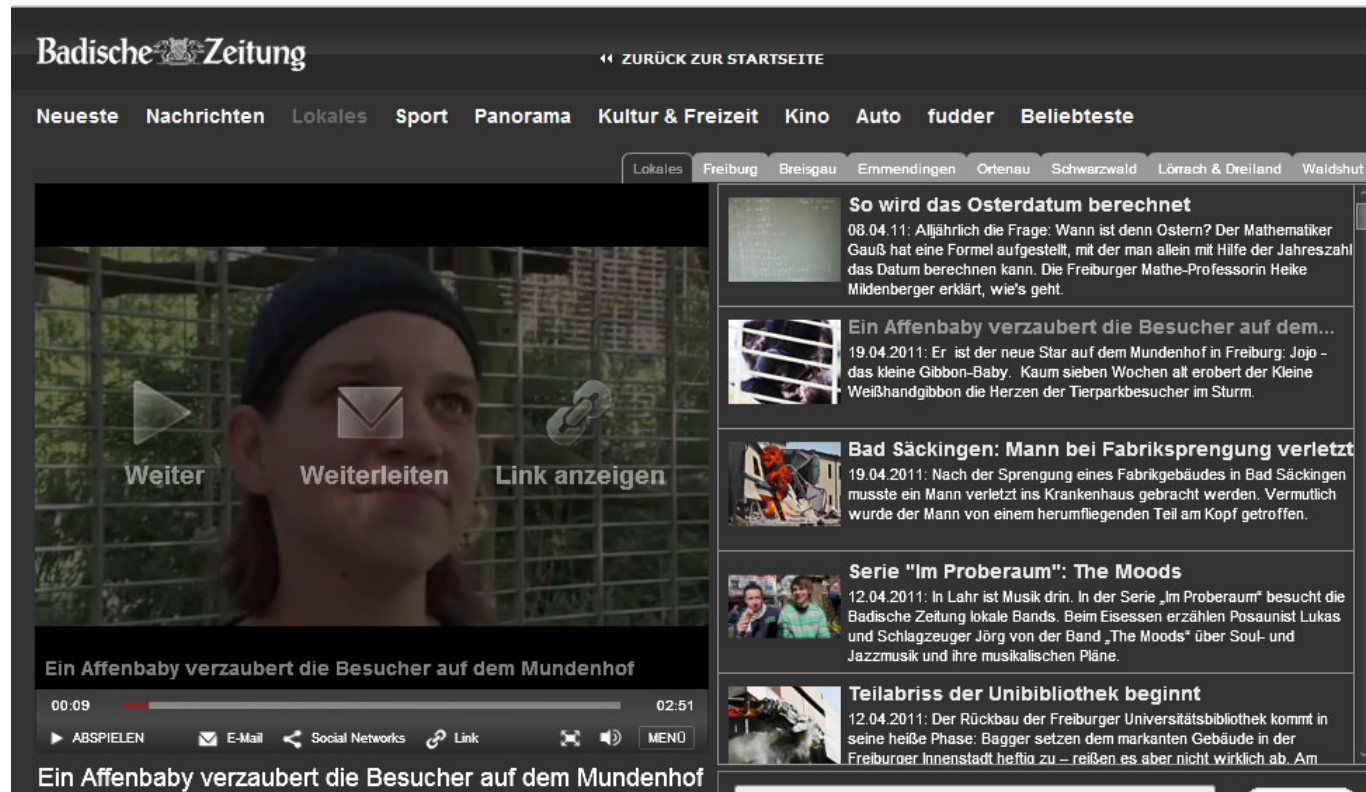


- Schnittprogramme wie Audacity (kostenlos), Adobe Audition oder Wavelab
- Bedienung reicht von einfach bis komplex
- Preise von kostenlos bis ca. 500 €

Wer was und wie macht

Beispiele aus der Praxis

Badische Zeitung



- Umfangreiches Angebot aus eigenem und fremden Material
- Einfache und trotzdem professionelle Produktion
- Professioneller und übersichtlicher Player

Video wird einfach – und allgegenwärtig



Die „Abendzeitung“ geht jeden Tag auf das Trainingsgelände und holt lediglich O-Töne ein. Es ist das meist abgerufene Video der Webseite.

Die Glocke (früher)



Die Glocke (heute)

Video Center

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Aktuelles

Nachrichten

Vermischtes

Sport

Literatur

Kino

Auto

Top Videos



Einfach süß: Tierbabys im Serengeti-Park



Gigantisch: Flugzeugträger aus Lego



William & Kate: Wachregiment will glänzen



Funk-Legende Bootsy Collins ist zurück



Fukushima-Region wird Sperrgebiet



Jurassic Park – live im Museum



Faszinierend: die Geburt eines Orca-Babys



Real: Pokal demoliert, Trainer abgeführt



Obama besucht Facebook



Hass-Prediger muss Deutschland verlassen

„Die Glocke“ verzichtet fast vollständig auf die Produktion eigener Videos und bietet stattdessen nur noch einen eingekauften Reuters-Player mit Agenturmaterial an.

How to...

Die elementaren Grundlagen bei der Videoproduktion

Die Grundlagen für eine gute Geschichte werden
mit Storyboard und im Dreh gelegt!

Gute Planung ist unverzichtbar

- **Grundsatz:** Keine Geschichte ohne Storyboard
- **Vorbereitung:** Keine Geschichte ohne präzise Planung
- **Organisation:** Im Vorfeld alle Gegebenheiten abklären

Die ersten Grundlagen beim Drehen

- Das Motiv bewegt sich - nicht die Kamera
- Anfangs nur stehende und einfache Einstellungen drehen
- Jede Sequenz mindestens zehn Sekunden lang aufnehmen
- Von jedem Motiv eine „Sicherungsaufnahme“ machen
- Komplexe Handlung nicht in Einzelteile zerlegen
- Komplexe Handlung aus verschiedenen Perspektiven zeigen
- Faustregel: Zehn Minuten Rohmaterial für eine Sendeminute

Grundlagen beim Drehen von Bewegung

- **Objekt bewegt sich alleine:** natürliche und beste Form der Bewegung
 - **Schwenk:** Kamera bleibt an Standort, wird von dort aus bewegt
 - **Fahrt:** Kamera bewegt sich von Punkt A nach Punkt B
 - **Zoom:** Motiv wird herangezogen bzw. weggeschoben
-

Ruhe bewahren! Jeder kleine Wackler wird vom Auge
überproportional stark wahrgenommen!

Drehen mit der DV-Kamera

- Im Regelfall wird aus der Hand gedreht
- Aufgelegt bzw. mit Stativ in den folgenden Situationen:
- Bild ohne Bewegung (sonst Kamera als subjektive Bewegung)
- Sitzinterviews
- O-Töne im Stehen mit Handmikrofon
- Alle Zoom-Ins
- Auch mit Stativ werden im Regelfall nur feste Einstellungen gedreht

Drehen mit der Kamera (2)

- Drehen mit größtmöglicher Weitwinkелеinstellung des Objektivs
- Weitwinkel-Einstellung sorgt für größtmögliche Tiefenschärfe
- Je mehr Zoom, desto unschärfer der Hintergrund des Motivs
- Für Close-Einstellungen so nahe wie möglich herangehen
- Wenn Zoom, dann (zunächst) nur aus dem Stativ heraus
- Tele-Einstellungen für Portraits und Close
- Totalen wirken schnell langweilig

Drehen mit der Kamera (3)

- Jede Einstellung mindestens 10 Sekunden drehen
- Im Gedanken (!) mitzählen
- Nach jedem Take Kamera aus-, vor jedem Take neu einschalten
- Auge bleibt am Display – am Sucher ist das Blickfeld eingeschränkt
- Jedes inszenierte Bild wirkt leblos – bilden Sie Wirklichkeit ab
- Zu jeder Zeit beim Dreh Kopfhörer tragen und Ton checken

Tiefenschärfe durch Weitwinkel



- Nahes Herangehen an das Motiv bei größtmöglicher Weitwinkeleinstellung sorgt für hohe Tiefenschärfe des Bilds.

Portraits mit Tele-Einstellungen



- Tele-Einstellungen eignen sich dann als Stilmittel, wenn beispielsweise Portraitaufnahmen mit bewusst unscharfem Hintergrund gedreht werden sollen.

Die „Tonleiter“ des Videos: 5 -Shots



- Mit „fünf Schüssen“ in jeder Szene alle Fragen beantworten
- Wer?
- Wie?
- Was?
- Wann?
- Warum?
- WOW!

5-Shots: So geht das!

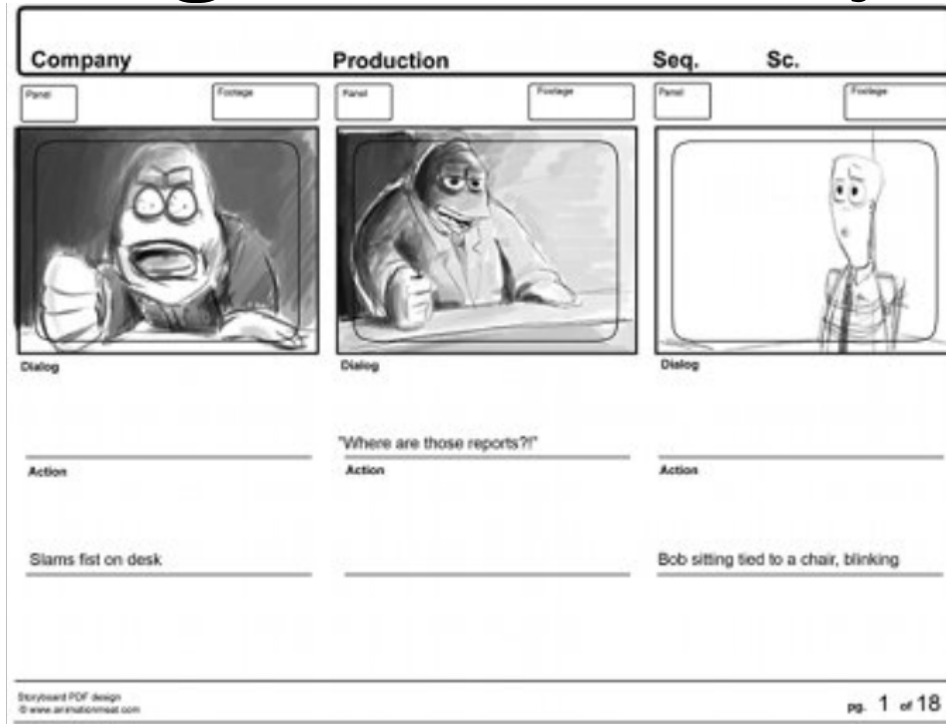
Die Vorteile der Regel

- Schon beim Dreh entstehen fertige Szenen
- 5-Shot-Regel ist immer anwendbar
- Nach Regel gedrehte Szenen sind im Regelfall brauchbar
- Gut gedrehte Szenen erleichtern Schnitt und Postproduktion
- 5 Shots sind wie kleine Bausteine für das Video
- 5 Shots garantieren Abwechslung
- 5 Shots sind leicht erlernbar



Das Storyboard

Aufgaben des Storyboards



- Grundlegende Struktur des Beitrags festlegen
- Grobes Storyboard am besten schon vor dem Dreh anfertigen
- Nach Sichten des Rohmaterials verfeinertes Storyboard anlegen

Die Vorbereitungen

- Dreherlaubnis erteilt?
- Licht- und Tonverhältnisse geklärt?
- Protagonisten gecastet und vorbereitet?
- Batterien/ Akkus überprüft?
- Band bzw. Festplatte gecheckt?
- Alle Kabel, Mikros, Zubehör gepackt?



Kleinigkeiten können einen ganzen Dreh zerstören!

A thick, solid orange horizontal bar spanning the width of the slide, positioned above the title.

Schnitt und Produktion

Gutes Schneiden, guter Beitrag

- Schnitt strukturiert einen Beitrag
- Schnitt nimmt die Zufälligkeit heraus
- Schnitt macht aus Rohmaterial einen sehenswerten Beitrag
- Bildsprünge vermeiden
- Kontinuität und Logik beachten (z.B. Kleidung der Protagonisten)
- Schnitt ist Magie – Schnitt macht ggf. alles andere überflüssig

Grundregeln für den Schnitt

- Storyboard muss vor (!) dem Schnitt stehen
- Upcutting: Alles raus, was der Zuschauer nicht sehen muss
- Zuerst Grobschnitt, dann Feinarbeit
- Die stärksten Bilder an den Anfang stellen
- Jedes Bild steht mindestens 3 Sekunden
- Schnitt, wenn ein Bild an Spannung verliert
- „Tote“ Bilder vermeiden
- Hart schneiden – Bilder müssen nicht auslaufen
- Überblendungen und andere Effekthaschereien vermeiden
- Nie in eine laufende Bewegung eines Menschen schneiden
- Kill your darlings!

Grundregeln für den guten Ton

- Text und Ton schließen sich im Regelfall aus
- Keine Musik unter O-Töne
- Musik am besten instrumental – Gesang irritiert
- Kurze Bildsequenzen ohne Musik – erst ab ca. 10 Sekunden
- Musik kann als emotionalisierendes Stilmittel verwendet werden
- Ton- und Musikpassagen werden soft getrennt
- Musik ca. drei Sekunden vor Einsetzen des O-Tons soft ausblenden
- Audiospur am besten nur aus einer Quelle

Was Ton bewirkt

- Bilder ohne gute Töne sind tote Bilder
- Ton erzeugt Emotion
- Ton erzeugt Räumlichkeit
- Ton erzeugt Atmosphäre
- Ton ist die Brücke zwischen Bildern aus verschiedenen Orten und Zeiten

ABER: Schlechter Ton ruiniert jeden guten Film!

Grundregeln für O-Töne und Atmo

- Bild unterstützen, mit Aussage korrespondieren
- Die Atmo muss klar und sofort zuzuordnen sein
- Gleichmäßige Lautstärke – häufige Wechsel irritieren Zuschauer
- O-Töne müssen Stimmung und Aussage des Beitrags unterstreichen
- O-Töne sind kein Statement (Länge!)
- O-Töne müssen in ganzen Sätzen gesprochen sein
- O-Töne können auch aus dem Off kommen

Antextbilder

- Zum Einführen/Vorstellen eines Protagonisten
- Zeigen des Protagonisten in seinem typischen Umfeld
- Einführung mit einem Standbild
- Einführung mit „stummen“ Protagonisten
- Vorsicht vor zu vielen Antextbildern: Meistens wirken sie gestellt
- Alternative Lösungsmöglichkeiten: Protagonist stellt sich selbst vor
- Protagonist wird mit Bauchbinde in die Geschichte eingebunden