

Arbeiten für das Fernsehen 2010
c-tv wird DREI
Konferenz zum 3. Jahrestag des Sendestarts
Dienstag, 4. Mai 2010 FH St. Pölten



c-tv wird DREI

Konferenz: Arbeiten für das Fernsehen 2010

In Zeiten, in denen Ein-Personen-Produktionen ON Air oder auf den Festplatten der Web-TV Server distribuierbar sind, in denen sich die Medienbranche inmitten großer Umwälzungen begreift, will die Konferenz auch im zweiten Jahr eine Auseinandersetzung mit einzelnen, spezialisierten und jeweils auch durch die Akteure selbst (mit-) geformten Arbeitswelten aus aktuellen TV Produktionsprozessen fokussieren, aktuelle Themen, Grenzen und Freiheiten innerhalb der Handlungsfelder der SpezialistInnen erfahren und die Ausbildungsszenarien künftiger TV MacherInnen diskutieren.

Rosa von Suess
FH Dozentin, Leitung der Konferenz

Arbeiten für das Fernsehen 2010

c-tv wird DREI

Konferenz zum 3. Jahrestag des Sendestarts

Dienstag, 4. Mai 2010 FH St. Pölten

fh
st. pölten

Vorträge:

Neue Formate für das Fernsehen

Mike Kraus

Videojournalismus für Online und TV

Eine der wichtigsten Entwicklungen in der Fernsehindustrie im letzten Jahrzehnt ist die Kostenreduzierung von TV-Produktionen. Produktionsequipment wurde erschwinglicher, Programme sind nicht länger von großen Crews abhängig, sondern es ist dem Einzelnen möglich, Ideen zu produzieren, drehen, schneiden und anschließend zu präsentieren. Im letzten Jahrzehnt gingen auch die Einnahmen aus Werbungen zurück, was die Nachfrage nach billigeren TV-Produktionsmethoden steigerte. Die Frage, die sich nun stellt, ist: Was wird Videojournalismus künftig produzieren?

Der Nachrichtenstandard im kommenden Jahrzehnt wird davon abhängen wie sich Videojournalismus entwickelt. Ist es nur ein Weg billiger Fernsehen zu machen oder bietet es die Chance eine Geschichte auf eine neue, persönlichere Weise zu erzählen.

In dem Vortrag wird auf die Stärke des Videojournalismus eingegangen und wie man dadurch persönlichere und fesselnde Filme kreieren kann. Was den Videojournalismus besonders macht, ist der Zugang zu persönlichen Geschichten und die Kontrolle über die Art, wie diese erzählt werden, sowie die Freiheit, Risiken einzugehen. Durch Beispiele wird veranschaulicht, wie diese Charakteristiken in die Produktionsmethoden des Videojournalisten einbezogen werden.



Mike Kraus arbeitete als Videojournalist für BBC und produzierte stilistische einzigartige Filme. Für seine Serie „Looking for Love in London“ erhielt er den International Video Reporter Award 2004. Für andere BBC Produktionen bekam er den Royal Television Society und Ruby Award. 2006 lehrte er Video Journalismus an der Bauhaus Universität in Weimar und bei zahlreichen Europäischen Broadcast Betreibern. Heute betreibt er Goldenpin Productions, eine Video Produktionsfirma in New York.

Schreiben für das Fernsehen

Ines Häufler

Von Drama und Consulting

Der Beruf der Film- und Fernsehredaktur geschieht aus der zweiten Reihe heraus und im Verborgenen, meistens sogar ohne Credit im Abspann des TV Movies oder der Fernsehserie. Dabei beginnt die Arbeit manchmal bereits mit der ersten Idee der AutorInnen und ProduzentInnen. Diese wollen eine Beratung durch einen Blick von außen, denn es geht um entscheidende Fragen: Passt der Stoff zu einem bestimmten Slot eines Senders? Kann man die Grundidee packend in die 5 Zeilen der Zusammenfassung einer Fernsehzeitschrift hineinformulieren? Vermittelt sich die Intention der AutorInnen?

Manchmal spielt man aber auch Feuerwehr – der Stoff entwickelt sich schon zu lange in die falsche Richtung, der Drehbeginn naht, die RegisseurInnen haben andere inhaltliche Vorstellungen, die Redaktionen verlangen plötzlich massive Änderungen, Locations brechen weg, AutorInnen werden ausgetauscht, der Cast gewechselt, das Budget gekürzt.

Film- und Fernsehredaktur zu sein bedeutet viel mehr als nur Drehbücher zu lesen. Man muss das Gelesene präzise analysieren können, und vor allem muss man es in Worte fassen, oft schriftlich, fast immer aber auch in Gesprächen, an deren Anfang beim Gegenüber oft Angst, Unsicherheit und Konflikte stehen. Man ist manchmal die erste Leserin, aber primär Analytikerin, Mediatorin, Komplizin, Therapeutin, Beschützerin, Kämpferin. Und man tut vor allem eines: Man liebt Menschen, egal ob real oder erfunden, und die Geschichten, die sie erzählen.



Ines Häufler, geboren 1974, studierte Kommunikationswissenschaft und Germanistik. Nach einigen Jahren als Regieassistentin an Theatern in Österreich und Deutschland ist sie seit 2003 als Script Consultant für Film und Fernsehen tätig. Ines Häufler arbeitet als freiberufliche Drehbuchberaterin u.a. für Monofilm, Satelfilm, Lotus Film und Bo Films und betreut neben TV Filmen und Fernsehserien auch diverse Kinoproduktionen. Zusätzlich unterrichtet sie Dramaturgie und Stoffentwicklung an der Universität Salzburg und an der FH St.Pölten. Ines Häufler lebt und arbeitet in Wien.

Arbeiten für das Fernsehen 2010

c-tv wird DREI

Konferenz zum 3. Jahrestag des Sendestarts

Dienstag, 4. Mai 2010 FH St. Pölten

Doku Slots

Maria Magdalena Koller

Von Reenactment und Authentizität

Doku-Fiktion hat sich im Fernsehen längst etabliert. Doku-Soap und Doku-Drama sind nur einige der neuen Formate, in denen immer mehr Gestaltungselemente aus dem Spielfilm übernommen werden. (Fast) alles ist möglich! Doch wo sind die Grenzen dieser Experimentierfreudigkeit oder wie es der Philosoph Paul Watzlawick formuliert: Wie wirklich ist die Wirklichkeit?

Für mich als Dokumentarfilmerin bietet dieser Mix aus klassischer Dokumentation und Neuinszenierung / Reenactments - eine spannende Herausforderung. Das Verweben von Dokumentarmaterial, Aussagen von Zeitzeugen und neu inszenierten Sequenzen ermöglicht mir, eine Geschichte auf mehreren Ebenen zu erzählen und den dramaturgischen Bogen inhaltlich und visuell zu verdichten. Für mich ein faszinierender Weg, näher an die Wirklichkeit/Wahrheit heranzukommen.

Dass es dafür einer genauen Recherche bedarf, ist für mich als Historikerin und Journalistin Grundvoraussetzung. Denn nur wenn ich mit einer Geschichte bis ins letzte Detail vertraut bin, kann ich das, was ich zwischen den Zeilen eines Dokuments lese, bzw. die „Leerstellen“, die sie aufgrund von fehlendem Dokumentarmaterial ergeben, transparent machen auch visuell umsetzen. Reenactments sind für mich deshalb eine gestalterische Bereicherung, um ein Thema stärker zu emotionalisieren. Sie können authentisches Material jedoch niemals ersetzen, auch wenn sie noch so gut gemacht sind.

Wie das konkrete Arbeiten zwischen Dokumentation und Fiktion in der Praxis aussieht, möchte ich am Beispiel des Doku-Dramas „Tod im Morgengrauen“ erörtern. Ein Film, den ich vor zwei Jahren für ORF ARTE und ZDF gemacht habe.



Maria Magdalena Koller, geboren 1957, studierte Germanistik, Geschichte, Philosophie. Nach fünf Jahren als AHS Lehrerin in Graz und weiteren fünf Jahren im Team von Dr. Hugo Portisch arbeitet sie seit 1992 als Autorin und Regisseurin. Zu ihren Werken zählen eine Vielzahl an Dokumentationen aus den Bereichen Geschichte, Kultur, Gesellschaftspolitik, Religion und Natur. Viele davon waren Koproduktionen mit deutschen Sendern sowie ARTE und gewannen zahlreiche Auszeichnungen wie Silver World Medal /New York Festivals, Österreichischer Volksbildungspreis, Nominierung „Prix Europe“/Berlin und „Cine Golden Eagle Award“/Washington.

3D High Definition

Andreas Meschuh und Mario Kaufmann

Von Realbildern und Stereoskopie

Die Fakten über 3D Kinofilme: Im Jahr 2009 wurden 20 Filme in 3D produziert und das 62. Filmfestival in Cannes hat letztes Jahr zum ersten Mal mit einem 3D Film eröffnet - Tendenz stark steigend. Spätestens seit „Avatar“ kann man von einem neuerlichen 3D-Hype sprechen. Somit hat sich das Kino einen gewissen Vorteil erarbeitet, den die Wirtschaft nun aufzuholen versucht.

Seit 2010 gibt es erste TV Live Übertragungen in 3D und für iPhone-User den Zeiss Cinemizer, auf dem sich jeder 3D Filme am Handy aus dem Netz laden und anschauen kann. Die Entwicklungen in der 3D Präsentationstechnik gehen also rasch voran. Für Filmproduktionen gibt es nun sowohl technisch wissenschaftliche, als auch künstlerisch emotionale Ansätze, um sich dem Thema 3D zu nähern und die Vor- und Nachteile für den Auftraggeber in punkto Kosten und Distributionswege klar zu definieren. Natürlich liegt das Interesse der Industrie darin, „3D for everyone“ zu entwickeln. Dadurch kommen momentan sehr viele exotische Produkte auf den Markt, die in Teilbereichen zwar funktionieren, aber ein umfangreicheres Arbeiten in 3D nicht zulassen, wodurch der oben angesprochene 3D Hype sich durchaus wieder ins Gegenteil kehren könnte, sobald Zuseher über Kopfweh und Übelkeit zu klagen beginnen, so wie es in den 80er Jahren bei den anaglyphen TV Sendungen der Fall war.

Arbeiten für das Fernsehen 2010

c-tv wird DREI

Konferenz zum 3. Jahrestag des Sendestarts

Dienstag, 4. Mai 2010 FH St. Pölten

Aus diesen Gründen kommt einer exakten 3D Aufnahme- und Postproduktionstechnik eine große Bedeutung zu: Um optimale Ergebnisse zu erzielen, muss man die Parameter des menschlichen Sehens auf die Kameratechnik übertragen und die Verarbeitung der optischen Reize im Gehirn verstehen. Die sich daraus ergebenden Regeln gilt es bei allen 3D Produktionen zu beachten, dann kann man auch mit Kränen, Dollies, Steadicam und Helikoptern diese 3D Realaufnahmen ausführen.



Andreas Meschuh, 1955 in Graz geboren, Studium an der TU Graz, seit 1980 tätig als Bildgestalter für TV Anstalten und Filmproduktionen. 1996 Gründung der Firma Art Media mit ersten 3D Entwicklungen und Regiearbeiten. 2003 Aufbau des Firmen Netzwerkes „Der Annenhof“, um Komplettlösungen im Bewegtbildbereich, sowohl in 2D, als auch in 3D anbieten zu können. www.hd3d.at www.art-media.at

Mario Kaufmann, 1955 Graz geboren, Studium Elektrotechnik an der TU Graz, Ausbildung zum Tontechniker. 1980-1984: Tonstudio Papst, Musiker und Tontechniker, 1984-1988 Firma SR-Film: Regie, Kamera- und Schnitarbeiten, Nominierung zum Werbefilmfestival in. 1988-1996 Leitung der Firma Cinevision, Dokumentationen für 3Sat, ZDF, Channel four, BBC. 1996 Gründung der Firma Art Media, Bereich „Spezialaufnahmetechnik“; Aufbau des Multimedia-Netzwerkes „Der Annenhof“; Gründung der Firma Bioscope Krainer Meschuh Postproduction OEG

Trend Spotting

Stefano Semeria

TV- und Onlineformate

Es ist nicht ohne subtile Ironie, das Thema der Konferenz in einem Zeitkontext zu lesen, in dem der Abgesang auf das Fernsehen ebenso gefeiert, wie seine Verteidigung zementiert wird. Sicher ist nur eines: es wird nichts bleiben wie es ist. Warum? Was bedeuten die Umbrüche, die wir zur Zeit erleben, für die Ausbildung und die Orientierung von Berufseinsteigern?

Anhand von ausgewählten Aspekten, die auch meine eigene berufliche Entwicklung markieren, will der Vortrag ergründen, welche neue Aufgaben und Herausforderungen auf diejenigen warten, die demnächst in Fernsehberufen arbeiten wollen:

Administrativ: Im Dezember 2009 wird bekannt, dass die BBC ihren ersten „Head of content release“ einstellt. Dieser soll für alle Formen der Programmierung und das content management bei den linearen und nicht-linearen Services zuständig sein. Dies ist die erste große strukturelle Veränderung im Bereich der Programmplanung der BBC. Sie berücksichtigt auch Veränderungen der Sehgewohnheiten, die längst nicht mehr kongruent sind mit der Praxis bisheriger Auswertungsfenster.

Wirtschaftlich: ‚Digital Production‘ ist ein expandierender Bereich, der die Produktion für die digitalen Medien (online, digitale Datenträger, mobile, etc.) bedient und damit abgegrenzt ist von der Produktion für klassische On Air-Programme. In Japan bspw. hat der private TV-Sender TV-Asahi mit ‚brosta.tv‘ eine UGC-Showcase-Plattform für Profis und Amateure eingerichtet, die Aufträge im digitalen Produktionsbereich sichern soll.

Kreativ: Augmented Reality Apps, Interaktivität, ‚social viewing‘ – längst finden im TV und parallel oder exklusiv online wie auch mobil völlig neue Erzählformen statt. Wer gehört, wer wird zur neuen kreativen Avantgarde?

Analytisch: (online) ‚metrics‘, die mehr und Genaueres über das Mediennutzungsverhalten verraten, als es TV-Quoten je können werden, sind ungeheuer mächtige, neue Indikatoren für Markenaufbau und -pflege.

Diese und weitere Aspekte werden die Auswirkungen auf die (Ausbildung für) Fernsehberufe näher untersuchen.



Stefano Semeria (D) studierte Jura (Friedrich-Wilhelm-Universität Münster), Kulturwissenschaft & Europäische Ethnologie (Humboldt-Universität Berlin) und machte sein Diplom im Studiengang AV-Medienwissenschaft (Hochschule für Film und Fernsehen, Potsdam-Babelsberg). Seit 1.4.2009 Strategische Neuorientierung in selbständiger Tätigkeit mit dem Schwerpunkt TV- und Online Formate – Beratung, Entwicklung und Produktion.

Arbeiten für das Fernsehen 2010

c-tv wird DREI

Konferenz zum 3. Jahrestag des Sendestarts

Dienstag, 4. Mai 2010 FH St. Pölten

WebTV Serials

Michael Wentzel

Von DSLR Kameras und neuen Imagefilmen

Durch das Kommunizieren im Web entsteht eine grosse Transparenz. Man entwickelt ein Gespür für echt und fake. Man findet "seine" Leute auf facebook, Twitter etc. In diesem Umfeld entsteht eine digitale Heimat. Dort kennt man sich (aus). Sobald man ähnliche Denkansätze spürt entsteht ein offener Austausch. Wer nicht dazugehört wird ignoriert, weggeklickt oder geblockt.

Heute bin ich mit dem Milchaufschäumer von Tchibo hoch zufrieden. Das twittere ich in die Welt hinaus. Wer mir traut (oder mit folgt) wird sich das Teil angucken oder mich fragen. So entsteht eine sehr persönliche Identifikation mit den Marken, den Produkten und den Anwendern.

Ich möchte auf diese Verschmelzung nicht mehr verzichten. Denn es ist wie zuhause. Der Nachbar steht auf seine Jura, ich steh auf die Senseo, gemeinsam schimpfen wir auf die Nespresso, wegen der Alukapseln. Und wegen Nestle - ihr wisst schon das sind die, die Trinkwasser als Lebensmittel verkaufen (wollen) weltweit. Klassische Werbung wird kontrolliert und wir werden vom Gesetzgeber geschützt, indem wir WERBUNG im Print und im TV/Radio kenntlich machen. Das ist aber eigentlich Quatsch, denn wir sind nicht mehr bei Persil im Jahr 1920, sondern im digitalen Vor-Zeitalter.

Logische Folge: Weils im Web soviel Spass macht sich ohne Reglement (ausser die guten Sitten, bitte) auszutauschen, unterhält man sich auch über Konsum und Dienstleistung und deren Qualität. Hochgeschätzte Journalisten empfehlen oder kommentieren Apple-Produkte, ohne "Dauerwerbesendung" im Blog einzublenden und schicken mir den Link. Da wären intelligente Unternehmen ganzschön blind, wenn sie nicht in dieser Welt auch gezielt persönliche PR machen würden. Es funktioniert auch hier am besten, wenn der CEO wirklich (mit-) twittert oder wenigstens seine Tweets mit einem Kommunikatonsstab abstimmt (Obama). So einfach ist (zumindest ein kleiner Teil des) Social Media Marketing.

Text: <http://sebiturbo.com>



Michael Wentzel (D/CH)

Geboren 1962, Deutsch-Amerikanische Eltern, aufgewachsen in Hamburg. Anfang der 80er Jahre 4-jähriger Aufenthalt in New York bei der Werbeagentur McCann-Erickson. Wechsel nach München und Beginn einer langen Werbefilm-Karriere im legendären Filmhaus München. Leitung des Musikvideo-Produktionshauses FILM FOR YOU in Hamburg. Produktion von über 150 Werbespots und Corporate-, Imagefilmen; Umzug Zürich, Produktionsleiter und Entwickler von neuen Medienformaten für Online und TV am TV Productioncenter Zürich, einem Unternehmen des Schweizer Fernsehens (SRG SSR)

Alle Vorträge finden sich nach der Konferenz in der gesamten Länge auf der Homepage von c-tv; die Vorträge der Konferenz des Vorjahres: **Arbeiten für das Fernsehen 2009** können hier abgerufen werden:

<http://www.campusfernsehen.at/sendungen/konferenz-arbeiten-fur-das-fernsehen>

Weitere Dokumentationen finden Sie in Kürze auf Standard online und dem flickr Account von c-tv.

<http://www.flickr.com/photos/38817803@N06/sets/72157619021498261/>

Arbeiten für das Fernsehen findet anlässlich des 3. Jahrestags des Sendestarts von c-tv statt und ist eine Kooperationsarbeit des **Instituts für Medienproduktion**, Ltg. FH Prof. DI Hannes Raffaseder; der **Studiengänge Medientechnik** Ltg. FH Prof. Dr. Alois Frotschnig, **Digitale Medientechnologien** Ltg. FH Prof. DI Hannes Raffaseder und dem **Ausbildungsfernsehen c-tv**, Ltg. FH Prof. Mag. Rosa von Suess; alle **Department Technologie**, Ltg. Dr. Alois Frotschnig, FH St. Pölten).

Konferenzleitung:



Rosa von Suess (D). Fotografische und journalistische Ausbildung, Studium an der Universität für angewandte Kunst in Wien und an der Denmarks Designskole in Kopenhagen. Arbeitet seit 1989 als Gestalterin und Produktionsleiterin von Radio-/TV- und Medienkunstproduktionen, u. a. ORF, ars electronica, Van Gogh TV, Kunsthalle Wien, 3SAT; Lehraufträge an diversen Hochschulen (u. a. HdK Berlin, Universität für angewandte Kunst, Wien, Kunstuniversität Linz), Autorin und Kuratorin u. a. für die Forschungsplattform MKA; Upgrade! International; Dozentin am Department Technologie, Senior Researcher am Institut für Medienproduktion an der Fachhochschule St. Pölten, Leiterin des Ausbildungsfernsehens c-tv.