

Dramaturgie des Kurzbeitrags

Einleitende Sätze

Um einen guten Beitrag zu gestalten, braucht es nicht nur eines dramaturgischen Kniffs. Es sind mehr Bestandteile: ein gutes Thema, eine eigene Meinung, gute Auffassungsgabe, Recherche, die richtige Bestandteile, ein gutes Team, Planung und Dramaturgie. Mit dem wichtigsten für einen spannenden Kurzbeitrag fangen wir an:

Das Thema

Ein spannender Beitrag hängt maßgeblich von einem interessanten Thema ab. Doch was zeichnet ein interessantes Thema aus?

Das Thema muss etwas zeigen, dass neu, ungewöhnlich oder wichtig ist. Für gewöhnliche Dinge muss man nicht in den Fernseher, sondern aus dem Fenster schauen. Die Geschichte „Hund beißt Mann“ ist gewöhnlich. „Mann beißt Hund“ wiederum wäre spannend. Deswegen sollte man sich fragen: Ist das Thema so ungewöhnlich oder spannend, dass sich andere dafür interessieren? Und: Warum interessiert mich selber das Thema?

Das Thema muß relevant sein! Es sollte etwas zeigen, das für die Erfahrungswelt der Zuschauerzielgruppe wichtig ist. Der vielbeschworene Sack, der in China umfällt, ist es eben nicht. Bestenfalls ist es eine Nachricht im Wortsinne, *nach* der sich der Zuschauer also *richten* könnte. Drohendes Hochwasser oder die Vogelgrippe wären solche Themen.

Ein gutes Thema eignet sich für laufende Bilder, mehr als für Ton oder Schrift. Der Finanzhaushalt einer Stadt etwas sehr Wichtiges, aber leider bildarm und eher etwas für die Zeitung. Der Bericht über ein neues Unternehmen, das Ballonflüge über die Stadt anbietet ist unwichtiger, bietet aber spannende Bilder. Optimal ist die Kombination von gutem Inhalt und starken Bildern. Vermeintlich trockene Geschichten können aber durch eine gute Idee, Personalisierung oder einen dramaturgischen Kniff lustig und spannend werden.

Das Thema lässt sich im Rahmen der bestehenden Möglichkeiten ausreichend umsetzen. Ist es von der technischen Seite realisierbar und kann ich es in 3 bis 5 Minuten abhandeln? Passt es in das Format der Sendung für die ich arbeite. Komme ich nah genug an die Sache mit einer Kamera heran? Der Bericht über die Zustände in einer Justizvollzugsanstalt, wenn man keine Bilder von ihr und/oder keine Interviews mit Betroffenen bekommt, muss kurz ausfallen.

Ich traue mir eine eigene Meinung zu dem Thema zu. Erst die eigene Meinung ermöglicht es die Dinge einzuordnen und zu gewichten. Objektiv ist es, dann alle Seiten redlich zu Wort kommen zu lassen. Filme die versuchen sich völlig Meinung zu enthalten werden schlechter erinnert und langweiliger beurteilt.

Die eigene Meinung

Häufig besteht eine gewisse Angst ein Urteil über etwas zu fällen. Nur, wenn man selbst nicht urteilt, wie sollen die Zuschauer urteilen können? Als Journalist muss man sich schnell eine Meinung bilden und sei diese im Einzel-

fall auch mal falsch, sie ist die Brille mit der man das Ganze sieht, durch sie sortieren sich die Fakten und damit auch die Struktur des Beitrages.

Mit dieser Brille wird man vor, beim und nach dem Drehen sehr genau auswählen, was an Informationen, an Bildern und Tönen gebraucht wird. So wird man am Ende weniger Material drehen, weil man bereits vor dem Schnitt den Film grob im Kopf hat. So spart man dem Team, der Cutterin und sich Zeit, Arbeit und Nerven.

Themen finden:

Unabdingbar für einen guten Beitrag sind spannende Themen, deswegen hier ein paar Tipps, wie man sie finden könnte:

Zeitung lesen und andere Medien beobachten. Man muss nicht alles 1:1 fortsetzen, aber inspirieren lassen sollte man sich. Außerdem ist es gut zu wissen, was die anderen Medien für Themen haben und um zu wissen, was auf der politischen Agenda steht.

Sich für viele Email-Newsletter von für seine Themen interessante Organisationen anmelden. Dabei hat man eine kleine Trefferquote, aber findet manchmal auch echte Perlen. Tipp: Gerade Newsletter kleinerer oder weniger im Rampenlicht stehende Institutionen abonnieren (z.B. Uni). Über Pressemitteilungen kommt man auch früher auf die Themen, die in der Zeitung stehen und man hat mehr Themenauswahl. Technisch komfortabler: RSS-newsfeeds.

Man kann **Themen fortsetzen.** Themen die schon im eigenen Programm waren oder auch welche aus Radio und Zeitung. Dann sollte man auch die Stärken des laufenden Bildes nutzen, um sich von den anderen Medien abzusetzen und etwas Neues zu bieten. (s.o.)

Mit offenen Augen durchs Leben gehen. Im Alltag und auch beim Dreh wird man immer wieder auf Themen gestoßen. Deshalb sollte man immer ein Notizbuch dabei haben! Alle Einfälle sollten gleich notiert werden – sonst sind sie schnell vergessen.

Bei der Recherche zu einem Thema stößt man schnell auf weitere. Dann aber nur die Idee und die wichtigsten Rahmendaten aufschreiben und sich nicht vom eigentlichen Pfad für den Tag abbringen lassen.

Das Format: der Rahmen des Themas

Bevor man den Beitrag zu entwerfen kann, muss das Format klar sein, für das gesendet werden soll.

- Welches Profil hat die Sendung? Welche Vorgaben ergeben sich?
- Welche materiellen, personellen und zeitlichen Möglichkeiten bestehen?
- Gibt es Vorgaben für verschiedene Gattungen, wie z.B. Meldungen.
- Welche Länge und welcher Stil ist gefragt?
- Wer ist die Zielgruppe der Sendung? Je mehr ich die potentiellen Zuschauer kenne, desto einfacher ist der inhaltliche Zuschnitt des Beitrags

Es wird in Nachrichten- oder Magazinsendungen unterschieden in News/ Nachrichtenfilme/NiF, Bericht und Impression. Ein Nachrichtenfilm ist meist ein bildarmes Thema, das in 20/30 max. 60 Sekunden abgehandelt wird. Hierzu braucht man meist keinen oder ein sehr kurzen O-Ton und eigentlich nur einige Bilder vom Ereignis als Bilderteppich um die W-Fragen abzuhandeln. Dramaturgie gibt's wenig. Der Magazinbeitrag ist zumeist 2 1/2 bis 5 Minuten hat eine klare Dramaturgie sowie mehrere O-Töne. Die Impression ist fast immer fürs Sendungsende und ist nicht länger als 1,5 Minuten. Sie enthält keinen oder wenig Kommentar, zumeist Musik. Wichtig sind ästhetische Bilder.

Entwicklung des Themas

Zur Vorbereitung eines Magazin- oder Nachrichtenbeitrag, sollte man eine gute Idee für den Beitrag haben und diese mit folgenden Fragen weiterentwickeln:

1. warum berichte ich? Was interessiert mich eigentlich an dem Thema?
2. welche Fragen fallen mir selbst als erstes zum Thema ein?
3. was ist meine Meinung/Gefühl dazu?
4. wer hat was gemacht und was bedeutet das?
5. was könnte ein guter Einstieg, was ein guter Ausstieg sein?

6. welche attraktiven Bilder bieten sich an?
7. welche Elemente bieten sich an?
8. welcher Konflikt ist in dem Thema enthalten, zwischen welchen Polen steht der Protagonist? (Fallhöhe)
9. welchen Spannungsbogen könnte ich entwickeln?

10. welche Interviewpartner stehen mir zur Verfügung, was für Aussagen möchte ich von Ihnen?
11. was wird einen am Drehort erwarten, wo könnten Schwierigkeiten liegen?
12. welches Vorwissen beim Publikum kann ich voraussetzen?
13. mit diesen Fakten überlegen was in die Geschichte hinein soll und wie man sie erzählen könnte

Die Recherche – was ist das Thema?

Die erste Recherche dient dem Abklopfen des Themas. Verspricht das Thema ausreichend neu, ungewöhnlich und formal tauglich genug zu sein? Die Fakten werden anrecherchiert und wo der Konflikt und das Besondere des Themas ist. Auch wie das Thema inhaltlich und bildlich umgesetzt werden kann und wer als Interviewpartner in Frage kommt.

Nur nach Infos suchen, die gebraucht werden. Seitenaspekte und umfangreiche Vorgeschichten können warten. Wenn sich in ihnen weitere gute Storys verbergen oder wenn sie wichtige Zusatzinfos enthalten, Idee notieren für einen späteren Beitrag. Nicht vorher tot recherchieren!

Nach Bildern recherchieren, die die Geschichte tragen. Das heißt man fragt schon beim Telefonat, danach was es vor Ort zu sehen gibt, ob es jemanden

gibt, der als Protagonist zur Verfügung stünde und recherchiert Bilder im Archiv oder von anderen, die man zusätzlich verwenden kann. Auch sollte man nach möglichem Ein- und Ausstiegssbild suchen.

Gute Recherchenquelle neben dem Internet ist der persönliche Kontakt. Für gewöhnlich erzählt jeder gerne, woran er arbeitet. Und häufig verschafft man sich so am schnellsten einen Überblick. Eventuell ergibt sich dabei auch interessante Film-Geschichte, weil an einem Detail etwas sehr deutlich wird.

Wichtig ist auch zu sagen für welches Medium und welchen Zweck der Beitrag produziert wird – das schafft Klarheit auf der Seite des Angerufenen. **Den Angerufenen kann man gut nach weiteren möglichen Experten fragen.** Über das Tiefeninterview kann man auch schon mal herausfinden, ob der Gesprächspartner auch im Interview ausreichend gut erklären kann.

Als Arbeitspapier hilfreich sind auch Pressemitteilungen oder Zeitungsartikel, denen man schon mal Namen und Fakten entnehmen kann. Beim Drehen deswegen immer evtl. nützliche Papiere mitnehmen.

Recherche vor Ort nutzen, auch wenn man sie erst kurz vor dem Dreh macht. Hier kann man gut Zeit überbrücken, während das Kamerateam noch aufbaut oder Equipment zusammenstellt.

Weitere mögliche Recherchenquellen sind : Kollegen, Freunde, Bekannte, Lehrer, Experten, die Telefonauskunft, Nachschlagewerke, Lexika, der OECKL (Kontaktdatenbank/buch), das Adress- und Telefonverzeichnis aller Bundes- und Länderbehörden, sowie von vielen Vereinen und Organisationen; Agenturen, Parteien, Initiativen, Organisationen, Vereine, Bibliotheken, Buchhandlungen, Pressestellen, Zeitungen, Zeitschriften, Magazine, Universitäten, und natürlich: Pressekonferenzen.

Alles was im Filmtext gesagt wird, muss durch die Recherche abgedeckt sein. Sollen Informationen aus Vorgesprächen verwendet werden, kann es zur eigenen Absicherung sinnvoll sein ein Diktiergerät mitlaufen zu lassen. Dafür muss die Zustimmung eingeholt werden.

Recherche liefert Sicherheit in der Argumentationskette und ist die Basis der journalistischen Arbeit

Planungspapiere

Besser also man hatte einen Plan, der geändert wird, als gar keinen! Wenn man Anfänger ist, sollte man immer vor dem Drehen einen Filmplan anfertigen. Im Filmplan wird die Ideen in Bildern und Informationsblöcken konkretisiert. Er gibt Aufschluss über die genaue Länge des Beitrags und der Sequenzen, die Drehorte und über Statements der vorgesehenen Interviewpartner. Routiniertere Redakteure machen diese Aufstellung nur im Kopf oder auf einem Schmierzettel. Sie geben ihre Ideen dabei mündlich konkret genug weiter ans Team. Kameraleute und Cutter sind geschlagen, mit einem Redakteur der ohne Plan ungeheure Mengen von Material drehen lässt, die nachher ohne erkennbaren Zusammenhang stehen.

Beispiel für einen Filmplan:

Lfd. Zeit	Szenen-dauer	Inhalt/Funktion der Sequenz	Bilder	Ton
00:00	00:15	Einstieg: Thema darstellen. Parkprobleme Innenstadt	Suchende Autofahrer	
00:15	00:25	Veränderung darstellen	Aufstellen von Parkuhren	
00:25	00:45	Argument 1: O-Ton Experte: Bürgermeister zu Einführung Parkgebühren	Antextbild, Interview am Schreibtisch	O-Ton: notwendig, weil fehlenden Parkmöglichkeiten für Geschäfte
00:45	01:00	Einordnung	Bilder von Parkuhrnutzern	
01:00	01:15	Argument 2: O-Ton ADAC-Vertreter.	...	Staat reguliert zu viel
01:15	01:30	Fazit	Politesse entleert, Auto fährt weg.	

Für Anfänger kann es noch hilfreicher sein, sogar den Kommentartext vorher zu formulieren. Dies Konzept ist zwar starrer, hilft einem aber bei dem, womit man am Anfang die meisten Probleme hat: am Drehort die richtigen Dinge und die passenden Interviewsätze zu drehen.

Jeder im Filmteam kann anhand eines solchen Filmplans erkennen, was von ihm erwartet: der Kameramann kann seine Ausrüstung zusammenstellen und überlegen, welche Bilder zum Thema passen könnten, der Tonassistent kann die entsprechenden Mikrofone vorbereiten.

Perfektionisten machen ein Storyboard, in dem die wichtigsten Bilder des Films gezeichnet werden. Dazu reichen auch Strichmännchen-Skizzen.

Der Drehablaufplan (engl. break down) ist Grundlage für die Produktionsplanung. Er setzt das Treatment so um, dass die Einstellungen des Films nicht chronologisch, sondern am effektivsten für den Ablauf der Dreharbeiten zusammengefasst sind. Drehorte, Drehzeiten, das benötigte Material und Personal stehen ebenso im Plan, wie die Treffpunkte und die Auf- und Abbauzeiten. Bei einem Kurzbeitrag reichen ein paar Notizen.

Häufig wird der Auftrag für einen Beitrag nur mündlich mit einer losen Themenidee in der Redaktionskonferenz gegeben. Manchmal muss man jedoch ein **Exposé** vorlegen um ein Thema zu bekommen. Es enthält den Titel, die relevanten Fakten und eine kurze Inhaltsangabe, die erzählerische Idee und den Aussagewunsch. Bevor man selbst ein Thema in der Konferenz vorschlägt, sollte man sich zumindest dies im Kopf zu Recht gelegt haben.

Dramaturgie

Ein Drehbuch für einen Spielfilm wird nie die Fakten nur logisch aneinander reihen oder die Story einfach chronologisch erzählen. Es wird sich die Szenen der Story nehmen, die besonders dramaturgisch, im Sinne von: hier konzentriert sich Aussage über Handlung oder Darsteller, und sie so anordnen, das sie dem Zuschauer fesseln, weil er stets mit neuen, offenen Fragen (=Spannung) konfrontiert ist. Niemand schaut gerne einen Film, wenn er weiß, wie es weiterläuft. In diesem Sinne:

Dramaturgie ist die Anordnung von Information im Film. Und über diese Anordnung müssen sich Produzenten von dokumentarischen Filmen oder Beiträgen ebenso Gedanken machen.

Im Zuschauer immer wieder neue Fragen anstoßen, die zwar beantwortet werden, nicht aber, ohne wieder neue anzustoßen, die das Interesse des Zuschauers am Film halten. Hitchcock ist ein Meister in dieser Art der Spannung, sie ist aber auch im Kurzbeitrag einsetzbar. Ein ehrbarer, aber für die Spannung unproduktiver Begriff von Objektivität ist es, Informationen wie in einer wissenschaftlichen Hausarbeit von vorne nach hinten aufzureihen.

Das Thema muss spannend sein. Man hat mit 3 Minuten-Beitrag hat man nicht so viele dramaturgische Möglichkeiten wie im Spielfilm, Um so wichtiger ist es deswegen ein neues und/oder ungewöhnliches Thema auszuwählen, das man adäquat oder auch ungewöhnlich umsetzt. Dazu gehört ein Schuss Kreativität, Gespür für das jeweilige Thema und ein Auge für gute Bilder und Situationen.

Jeder Film braucht einen Einstieg und einen Ausstieg. Deswegen früh genug Aussicht nach dem möglichen Einstiegs- und dem Schlussbild halten. Ein Schlussbild ist ein Bild, das dem Zuschauer ermöglicht „Abschied“ vom Beitrag zu nehmen. Gerne genommen wird hierfür: eine Tür, die sich schließt oder ein Fahrzeug, das in die Ferne fährt. Möglich ist auch, einen inhaltlichen Bogen, der am Anfang begonnen wurde am Ende zu schließen und dies durch ein Bild auszudrücken. Rein in die Geschichte!

Mit dem stärksten Bild anfangen. Das ist ähnlich wie bei James Bond-Filme gleich mit einer rasanten Actionszene einsteigen. Man zeigt man dem Zuschauer gleich das stärkste Bild um ihn in die Geschichte hinzuziehen. Von da erzählt man die Geschichte in zeitlichen und inhaltlichen Rücksprüngen. Sachlich korrekter ist es mit einer Außentotale worauf man die Einleitung spricht anzufangen, aber auch wenig dramatisch.

Besonders dramatische – im Sinne von: hier verdichtet oder kristallisiert sich Aussage – Momente aus dem Leben über das berichtet wird, herausgreifen. Einige Themen eignen sich besser, wie z.B. der Castortransport mit einer klar aufgeladen Meinungskonfrontation und einer zugespitzten Handlung („Ganz Gallien? Nein, ein kleines Dorf unbeugsamer...“). Der Haushalt einer Stadt ist hier weniger dramatisch.

Gegensätze schaffen. Die polarisierenden Facetten der Geschichte herausarbeiten und im Grundkonflikt der Geschichte anlegen. Bsp. der Familienvater, der Angst vor Wasser und Ertrinken hat, jetzt aber seiner Tochter zu Liebe einen Schwimmkurs macht. Dann muss diese Angst und seine Motivation, in

diesem Fall die Wassernixen-Tochter herausgearbeitet werden und nicht sein Faible für Oldtimer.

Protagonisten finden, durch den die Geschichte bildhaft wird. Bestenfalls ist er selber ungewöhnlich und treibt die Geschichte eigenständig als Person voran, auch weil er einfach gut reden kann, charmant oder originell ist. Manchmal muss man ihn erfinden um einen Sachverhalt vom Allgemeine ins Konkrete umzusetzen. Welche Einfluss hat z.B. der Sparhaushalt der Stadt auf die Betreuung Behinderter am Beispiel eines Behindertenpflegers.

Es werden nur Informationen gut gespeichert, die sich an Bekanntes anschließen, also **beim konkreten Beispiel ansetzen**. Nicht beim bei den Langtagsetatberatungen um den Milliardenhaushalt, den keiner zu Hause hat, sondern bei konkreten Auswirkungen, die Institutionen und Personen betreffen werden.

Nicht Fakten aneinander reihen, sondern eine Geschichte damit erzählen. Erzähle die Geschichte mit Emotionen und anhand konkreter Beispiele.

Ausgehen von dem was da ist. Meist gibt es gesetzte Termine und Themen, das schränkt ein, macht es aber auch einfacher. Was für Bestandteile sind vorhanden (z.B. Experten-O-Ton bei einer Neuvorstellung)? Was lässt sich daraus zusammenstellen, mit einem Schuss Inszenierung und Kreativität dazu?

Inszenieren! Auch wenn es unlogisch klingt, das man Dokumentarisches inszeniert. Leider passieren Ereignisse häufig nicht so, dass sie gut und verständlich zu filmen sind. Da muss man eben ein wenig Nachhelfen, um sie für den Zuschauer nachvollziehbar zu zeigen. Wichtig ist, dass man dabei redlich bleibt, also dass die Fakten stimmen, auch wenn der Ablauf ein wenig gestellt ist. Manchmal muss man sich einen kleinen Parcours für seinen Protagonisten ausdenken, aber wenn es dem Verständnis der Sache hilft und der Protagonist auch Geduld und Verständnis dafür hat, umso besser. Zudem: Inszenierte Szenen lassen sich besser schneiden und verbrauchen weniger Kasstentzeit.

Grafik als Informationsmedium einplanen. Viele Dinge lassen sich im laufenden Bild schlecht zeigen, wohl aber in einer Grafik, wie bspw. Landkarten oder Tabellenvergleiche.

Strukturieren

Sei einfach und logisch! Jeder Zuschauer sieht den Bericht nur einmal, und meist nicht mit voller Konzentration und mit voller Ton- und Bildqualität. Stell dir vor dass jemand beim Hemdenbügeln der Sache noch folgen können soll. „Surprise, but don't confuse the audience“.

Konzentration auf das Wesentliche. Die Geschichte auf die Kernaussage reduzieren und beim Aussagewunsch bleiben und sich nicht verzetteln. Es sollte ein gezielter Weg beschritten werden und nicht ein „und dann, und dann und noch was“ entstehen.

Realistisches Timing halten und die ZuschauerInnen nicht mit zuviel Fakten überfordern. Bei langen Beiträgen auch ruhige Passagen (mit Musik?) zum Erholen einplanen.

Kapitel bilden. Nicht alles miteinander vermengen, sondern eine sinnvolle Abfolge bauen.

Jede Szene muss die Handlung/Geschichte oder die Kernaussage vorantreiben. Das gilt beim Kurzbeitrag wie beim Spielfilm. Wenn Langeweile droht, die Szene beenden. „If you doubt, strike it out.“ nach Shakespeare: Wenn du zweifelst, streiche es. Lass weg was überflüssig ist. Es sei denn, man will damit gezielt ein Verwirrungsmänöver starten.

Klärung der W-Fragen, ggf. als Einleitung und Orientierung. Hierbei beachten, welche Informationen die Anmoderation ggf. schon gegeben hat. Wer hat was getan? Wann, wo, Wie, Warum? Ggf. auch: aus welcher Quelle wissen wir das? muss ansonsten beantwortet werden.

Bildstarke Passagen suchen und auch mal stehen lassen – eventuell auch mit Musik. Nicht alles mit Kommentar zutexten.

Orts- und Zeitlogik wahren. Nicht zuviel in Zeit und Raum springen. Übergänge deutlich machen. Der Zuschauer will sich orientieren können in der Geschichte. Eigentlich ein Thema der „Auflösung“, muss aber schon bei der Planung bedacht werden.

Ton-Bild-Scheren vermeiden, aber auch zu große oder zu kleine Komplexität auf beiden Kanälen gleichzeitig. Das eine verwirrt, das andere langweilt.

Musik dient dazu Stimmung zu erzeugen und nicht Text einzusparen. Nicht zu viel unterschiedliche Musik einsetzen.

Die Abnahme in der Redaktion nutzen um ein Feedback zu bekommen.

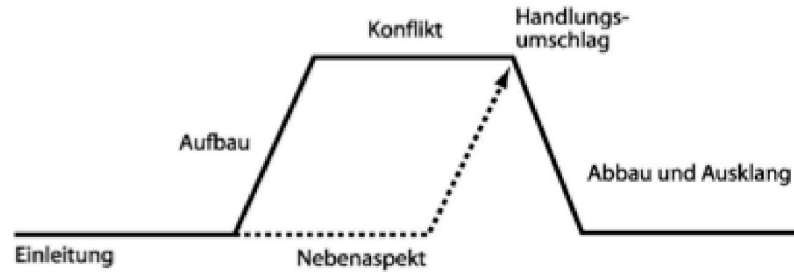
Exkurs: Wissenschaftliche Untersuchungen haben ergeben, dass Menschen sich am besten Informationen erinnern können, wenn sie sie gelesen haben. Erst danach kommt das Radio und dann erst das Fernsehen. Erstaunlicherweise schreiben die meisten Menschen dennoch dem Fernsehen die höchste Glaubwürdigkeit zu und die höchste Priorität für den eigenen Nachrichtenkonsum. Die sollte uns Fernsehschaffenden einmal mehr die Bedeutung unserer Arbeit verdeutlichen. Wir sind die subjektiv bedeutsamsten Auswähler und Vermittler für Informationen, die aus der Vielfalt der möglichen zu den Zuschauern vordringen. Außerdem ein Grund mehr, auf verständliche Beiträge, die besser erinnert werden können, zu achten.

Notfallkonzepte

Jedes Projekt sollte geplant sein, nur sollte es dazu aus irgendwelchen Gründen nicht gereicht haben, drehen sie in drei gedanklichen Blöcken:

- Bilder vom Ereignis (z.B. laufende Demonstranten mit Anfangsplakat vor Opernhaus, Demo-Redner),
- Interviews mit Experten oder TeilnehmerInnen des Ereignisses und
- Schnittbilder (Plakate, Gesichter)

Dramaturgie-Pyramide nach Peter Kerstan



Die Einleitung gibt dem Zuschauer die Gelegenheit, sich zu orientieren. Die **W-Fragen sollten soweit beantwortet werden, wie dies notwendig ist**. Die handelnden Personen werden eingeführt, Orte und Schauplätze gezeigt.

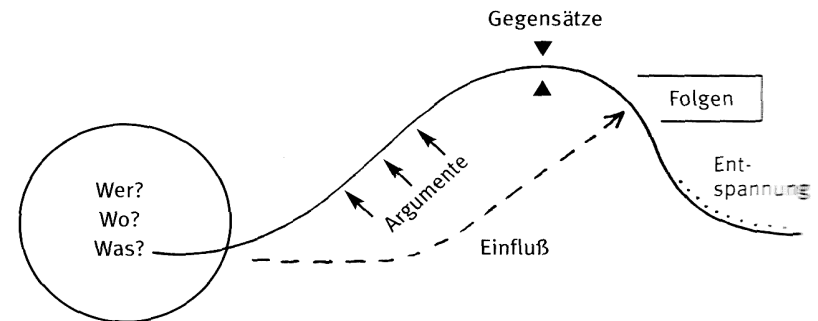
Der **Aufbau** bereitet die Grundlage für den folgenden Konflikt. Argumente, Pro und Kontra, werden ins Feld geführt und einzelne Motive der Personen, die im Konflikt beteiligt sind.

Der Konflikt ist nicht immer eine handfeste Interessenkollision, wie zwischen Arbeitgebern und Streikenden. Er kann auch nur ein Problem sein, wie die Widrigkeiten für eine behinderte Reiterin oder steigende Benzinpreise. In beiden Fällen gibt es Opfer und Umstände mit denen zu kämpfen haben.

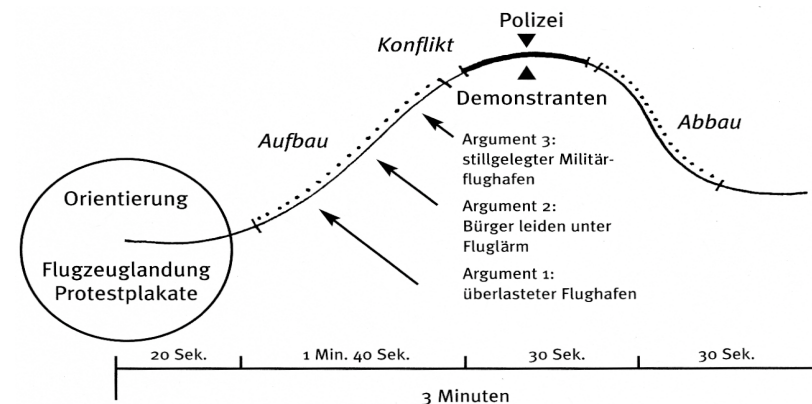
Der Nebenaspekt und der **Handlungsumschlag**. Im Spielfilm gibt es auf dem Höhepunkt des Konflikts, einen Wendepunkt, den Handlungsumschlag. Auf einmal wendet sich doch alles zum Guten und der Held ist gerettet. So etwas gibt es im dokumentarischen TV-Beitrag eher selten. Es gibt aber Ursachen und Einflüsse (Nebenaspekte) die Auswirkungen (Handlungsumschlag) haben. Diese gilt es zu beschreiben und dramaturgisch anzuordnen.

Der **Abbau** und der Ausklang erfüllen neben inhaltlichen auch formale Anforderungen. Dramaturgisch gesehen kann man einen Beitrag nicht direkt nach dem Höhepunkt beenden. Der Bericht sollte langsam ausklingen. Meist reichen dafür 15 bis 30 Sekunden. Man kann ein Fazit geben, die wichtigsten Aspekte kurz wiederholen oder einen Ausblick geben. Und: Das letzte Bild muss stimmen: eine Schlusstotale in der Menschen davonfahren, eine Tür die zugeht, etwas bei dem der Zuschauer merkt: nun is' Schluss.

Kerstan schlägt selber eine Abwandlung für den Dokumentarbeitrag vor:



Das gleiche Schema, auf einen konkreten Beitrag angewandt:



Formel für den Erzählsatz nach Gregor A. Heussen

Zuschauer und -hörer müssen emotional bewegt werden, nicht nur rationale Erkenntnis, auch Gefühle müssen vermittelt werden. Ohne **Emotionsziel** (z.B. Bewunderung, Ärger, Mitgefühl, Erstaunen) entsteht beim Zuschauer / -hörer **kein Interesse für Informationen** und das **Argumentziel** (z.B. für Zusammenhänge, Kriterien für Abwägung, Charakter). Zwischen **Emotions- und Argumentziel** sollte eine **Spannung** bestehen. Eine hohe Grundspannung aktiviert den Zuschauer und erhöht den Unterhaltungswert. Das Emotionsziel sollte eine eindeutige Richtung haben, detailarm sein, während das Argumentziel detailliert und passend zur Lebenserfahrung des Zuschauers gestaltet sein sollte. Beide müssen in der Recherche begründet sein.

Die beiden Ziele bilden die Ausrichtung für die Darstellung: Bringen die einzelnen Sequenzen den Film dem Emotionsziel/Argumentziel näher?

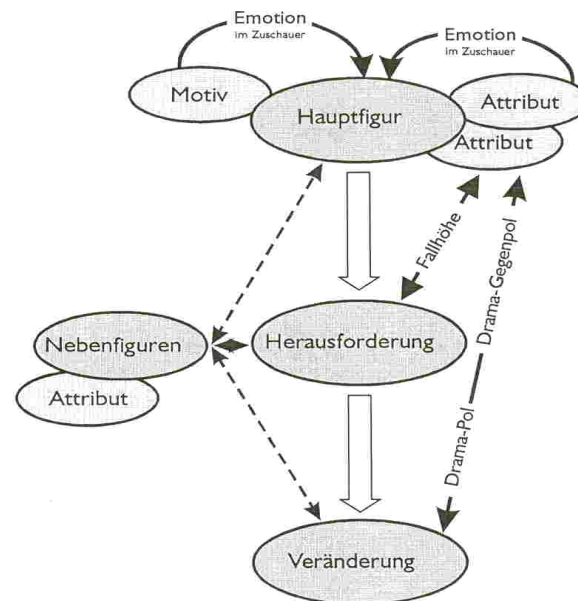
Die **Hauptfigur** hat ein **Handlungsmotiv**. Sie hat eine Herausforderung zu bewältigen. Mit Nebenfiguren geht sie Nebenbeziehungen ein. Während der Handlung (auf Haupt- und Nebenschauplätzen) ändert und entwickelt sich Hauptfigur.

Die Geschichte hat eine Startsituation und einen Roten Faden

Formel für den Erzählsatz:

Ich erzähle Euch	heute
	die Geschichte
von dieser	Hauptfigur
mit folgendem	Attribut (Attributen) und
und diesem	Handlungsmotiv.
Die Hauptfigur wird konfrontiert mit dieser	Herausforderung (Gegner, Konflikt, Aufgabe, Hindernis, Ungewissheit, Irritation)
Eine bestimmte Rolle spielen dabei diese	Nebenfiguren.
Sie stehen	in Beziehung zur Hauptfigur oder zum Hindernis oder zur Veränderung
Dabei geschieht mit der Hauptfigur diese	Veränderung / Entwicklung.
Die Geschichte spielt auf diesem	Hauptschauplatz
und folgenden	Nebenschauplätzen.
Die Geschichte entwickelt sich an diesem	„unerlässlichen“ Roten Faden
und könnte beginnen mit folgender	Startsituation.

Dramaturgische Beziehungen im Erzählsatz



Eine Emotion für die Hauptfigur entsteht im Zuschauer erst durch das Erleben von deren Attributen und Handlungsmotiv. Zwei Beziehungen schaffen die Grundspannung in einer Geschichte: die Fallhöhe und das Verhältnis von Pol und Gegenpol.

Elemente eines Beitrags

Eine schnelle Form zu einer Struktur für den Beitrag zu kommen ist es sich erst einmal zu überlegen welche Elemente, also z.B. Interviewpartner, Aktionen oder Bilder, zur Verfügung stehen. Aus diesen Zutaten kann man, wie beim improvisierten Kochen überlegen, was außerdem was im Kühlschrank ist, noch frisch eingekauft werden muss, damit ein guter Beitrag daraus wird. Nicht alle Zutaten müssen immer verwendet werden, sondern natürlich nur die, die ein geschmacklich rundes Ergebnis erzeugen!

- **Experteninterview.** Wohl die beliebteste Form im Magazinbeitrag. Inklusive Antextbild
- **Vox Pop/Straßenumfrage** als Reaktion auf ein Ereignis.
- **Aufsager.** Reporter steht irgendwo im oder vor dem Geschehen und spricht eine Analyse der Ereignisse. Bietet sich insbesondere an, wenn nicht genügend sinnvolle Bilder vorhanden sind, wenn der Reporter als Zeuge auftritt, oder wenn er als einordnende Bewertung oder sogar als Kommentar steht.
- **Der Reporter als Erklärer** oder als Detektiv der durch den Beitrag führt
- **Inszenierte Szenen,** können symbolischer Art sein, oder auch das Nachstellen von realen Szenen.
- **Bilder eines Ereignisses,** bestenfalls aufgelöst und logisch zum Kommentar passend
- **Bilder die zur Charakterisierung einer Person dienen,** also auch Beobachtungen eines Akteurs.
- **Bilderteppiche** für Kommentar. Man sieht Verkäufer und Käufer im Kaufhaus und es geht um die wirtschaftliche Konjunktur.
- **„Freistehende Strecke“** Steht frei von Kommentar, deswegen freistehend. Wichtig bei Kulturberichten oder auch Dingen, die mehr Zeit brauchen, aber dennoch sich von allein erklären oder Beobachtungen.
- **Bildstrecken ohne Kommentar.** Prominentestes Beispiel ist wohl Euronews mit „no comment“
- **Außentotalen** sind zwar nicht aufregend, aber manchmal ein wichtig zur Orientierung.

Roter Faden/Klammern eines Beitrags

Jedes Thema bietet aus sich heraus bestimmte Bilder und Möglichkeiten an. Von da aus bieten sich einige Herangehensweisen an, andere schließen sich aus. Die beliebtesten hier kurz vorgestellt:

Klassischer Nachrichtenstil : linear, chronologisch. Die meisten Nachrichtenbeiträge haben einen sachlichen Einleitungskommentar, O-Töne und Kommentar im Wechsel und eine Bewertung oder Schluss im letzten Kommentar des Beitrags.

Chronologie eines Ereignisses. Meist nicht die beste, aber die einfachste Art ein Thema abzugehen. Auch dann muss man sich überlegen, was die wesentlichen Elemente des Ereignisses sind, die gezeigt werden sollen.

Einen Protagonisten begleiten. Diese Herangehensweise ist hilfreich um etwas Allgemeinem, wie Steuererhöhungen oder KiTa-Streichungen, ein Gesicht

zu geben. Ein Betroffener zeigt sein Anliegen, oder man begleitet ihn über einen längeren Zeitraum bei seiner Tätigkeit. Bei dieser Art von Beitrag muss besonders auf Anschlüsse, Auflösung und inhaltlichen Zusammenhang geachtet werden. Zudem steht und fällt alles mit der Bereitschaft und dem Talent und Charisma des Protagonisten.

Reporter begibt sich in die Rolle des Protagonisten. Er arbeitet z.B. einen Tag im Zirkus oder als 1-Euro-Kraft. Bekanntestes Beispiel ist der Dokumentarfilmer Michael Moore in Fahrenheit 9/11

Rückblick mit Betroffenen. Funktioniert nur bei einigen Themen, kann aber sehr reizvoll sein, einen oder mehrere Betroffene z.B. mit Fotoalbum oder vor Ort, zu ihren Erfahrungen und Erinnerungen zu befragen. Unterlegt mit Fotos oder Archivaufnahmen kann das für einige Themen eine sehr reizvolle Form sein.

Konflikt zwischen zwei oder mehr Menschen. Gerne verbunden mit dialektischem Schnitt. Zwei oder mehr Betroffene des Themas scheinen in ihren Interviews miteinander im Streitgespräch zu sein. Diese Herangehensweise eignet sich insbesondere für Konfliktthemen. Achtung: die Fragen müssen so gestellt werden, dass sich die Interviewpartner aufeinander beziehen können.

Glosse. Mehr noch als in der Zeitung hat man Möglichkeiten zu karikieren. Der Ton kann durch Musik überspitzen, die Bilder können skurril sein und O-Tonpartner kann man auch schon mal in ihrer Aussage auf die Schippe nehmen. Insgesamt eine Beitragsform, die mehr Kreativität und evtl. auch mehr Mühe verlangt, dafür aber auch um so mehr Freude bereitet.

Impression. Zumeist der Rausschmeißer der Sendung mit ästhetischen Bildern ohne großen Kommentar und mit Musik. Gutes Beispiel aus dem nachrichtenbereich ist das „no comment“ Format von euronews.

Umgang mit Kommentar und Interviews

Meinungen und Expertenerklärungen in den O-Ton, Informationen und Fakten in den Kommentar! Häufig wird der Fehler gemacht Dinge, die der Kommentar besser und schneller erzählen kann, einem O-Ton zu überlassen. O-Töne sollten nie dazu benutzt werden, einem die Arbeit des Kommentarschreibens abzunehmen.

O-Töne sinnvoll einbinden: Ein paar Sekunden zu viel Pause zwischen Text und O-Ton können lang werden. Daher die Länge des Kommentartextes während des Schnitts durch Probesprechen überprüfen. Am elegantesten ist es den so O-Ton einzubinden, dass Kommentartext und O-Ton nahtlos ineinander übergehen und der Name des Interviewten lediglich eingblendet wird. Z.B. „nach Auffassung der Bundesregierung dürfen Rinder nur transportiert werden, wenn sie... (O-Ton mit Untertitel): wenigstens alle sechs Stunden mit Wasser und Futter....“

Welche Aussagen brauche ich im On von meinem Gesprächspartner? Ein Interviewpartner ist ein wichtiger Informant, der einem wichtige Hintergrundinfos, Adressen und Fachleute empfehlen kann. Doch all das braucht er nicht vor laufender Kamera zu sagen. Deswegen sollte man die Zeit nutzen, solange das Team aufbaut um, alles Wichtige abzufragen und die Fragen vorzustellen und den Interviewpartner einzustimmen und um sicherer zu werden, welche Fragen für den Beitrag wichtig sind und welche Antworten der Interviewpartner bereit ist vor der Kamera zu geben. Zusätzlich hat man hoffentlich ein gutes Vorgespräch geführt. Immer Namen und Funktion aufschreiben lassen oder nach der Visitenkarte fragen, damit man dies für die Grafik-Untertitelung weitergeben kann.

Welche Frage stelle ich wo? Bei einem längerem Dreh mit einem Protagonist wird es mehrere Drehorte geben. Hier sollte man sich vorher überlegen, welche Fragen man an welchem Drehort stellt. Dazu muss natürlich ein grobes Konzept für den Beitrag stehen.

Dinge über die gesprochen wird, versuchen im Bild zu zeigen. Nicht durch stark irritierende Zwischenschnitte, sondern dadurch, dass man den Interviewpartner vor etwas stellt, das seine Aussage unterstreicht. Die Schulterkamera kann während des Gesprächs etwas einfangen über das gesprochen wird, oder es wird später als Zwischenschnitt nah gedreht um eingeschnitten zu werden. Dazu sollte es in der totaleren Einstellung aber zu sehen gewesen sein. Wenn für so ein Interview etwas inszeniert werden muss, um so besser. Meist sind Bilder, die extra für die Kamera inszeniert werden aussagekräftiger und attraktiver, als wenn versucht wird die Kamera nur mitlaufen zu lassen. Dabei, wo es geht an die Auflösung denken. Schön sind auch Interviews aus einer Situation heraus, in der der Protagonist gerade etwas vor die Kamera tut.

Passende Hintergründe für Interviewpartner aussuchen. Den Professor also vor die Bücherwand und den Bauern vor seine Kühe.

Welche Information überlasse ich der Anmoderation des Beitrags? Vermieden werden sollte eine Dopplung der Informationen von Anmoderation und Einstiegskommentar. Eine längere Anmoderation kann bei bildarmen Themen

sinnvoll sein, sowie bei Themen bei denen der inhaltliche Einstieg visuell schwierig ist und eine gewisse Vorabinformation des Zuschauers notwendig ist, damit die ersten Bilder verständlicher sind.

Beim Drehen!

Nicht sofort mit der Kamera loslaufen, sondern die Leute erstmal so ansprechen, um sie nicht gleich zu verschrecken.

Immer **was zu schreiben dabei** haben für Infos, Zitate und Gedanken. Und ständig Notizen machen, damit genügend Auswahl für Infos für den Kommentar und die Strukturierung später vorhanden sind.

Augen auf für gute Bilder auf dem Dreh – Fernsehen wird spannend durch starke Bilder. Auch Bildern suchen, die für den Kommentar als Metaphern nützlich sein könnten, wie z.B. dunkle Gewitterwolken über dem Verhandlungsort.

Möglichst viel die Bilder sprechen lassen, damit der Kommentar daran ansetzen, sie ergänzen kann. D.h. auch zu versuchen möglichst viel im Bild einzufangen, was den Beitrag inhaltlich unterstützt. So vermeidet man Bild-Ton-Scheren.

Ohren auf für knackige Sätze/Zitate und sie versuchen vor der Kamera nochmals einzufangen.

Beschränke dich auf eine Geschichte. Häufigster Fehler ist es zu viele Details inhaltlich, wie bildlich zu drehen, die nicht sinnvoll zur Hauptaussage passen und nur schwer in einen Beitrag zusammen passen

Wie interessant und nützlich ist das Thema wirklich für meine Zuschauer? Wenn man vor Ort das Gefühl hat, das Thema war keins, dann sollte man es entweder ganz kurz halten oder ausfallen lassen. Wichtig ist die Suche nach Aspekten die von allgemeinem Interesse sind –das sind häufig andere als die der Veranstalter, die vor allem ihr Logo oder Gesicht im Fernsehen sehen wollen.

Visitenkarten für Bauchbinden und Rückfragen mitnehmen, oder zumindest Namen und Handy-Nummer aufschreiben

Pressematerial und anderes Infomaterial mitnehmen. Im Schnitt braucht man vielleicht noch mal eine Info.

Das richtige Drehverhältnis zu finden ist nicht einfach. Für dokumentarische Beobachtungen braucht man mehr Drehmaterial als für O-Töne oder Inszeniertes. Trotzdem darauf achten, dass genügend Schnittbilder und Zwischenschnitte gedreht werden. Das ist aber auch etwas das viel Erfahrung voraussetzt.

Ein **Sichtungsprotokoll** ist eine Auflistung des Rohmaterials unter Angabe von Bild, Ton und Timecode. Es kann kurz sein, wichtig ist, dass die Inhalt und Timecodes der Stellen festgehalten werden, die verwendet werden sollen. Bei langen O-Tönen (z.B. auf Pressekonferenzen, Ansprachen) schreibt man sich schon beim Drehen die Timecodes von wichtigen Aussagen mit.

Kern-Aufgaben des Redakteurs beim Drehen:

- Organisation: Parkplatz, Ansprechpartner, Anfahrt, Drehzeiten
- Recherche am Drehort (sofort nach Ankunft um Leerlauf zu vermeiden)
- Regie für die Kamerabilder
- Interviews und Aufsager machen
- Kommentar vorbereiten
- Kontakt zum Sender halten

Checkliste: 25 Schritte zum Magazinbeitrag

von Sören Köpke

Schritt 1-7: Planung

1. Thema aussuchen
2. Brainstorming zum Thema
3. Recherche zum Thema. Geeignete Ansprechpartner finden.
4. Thema eingrenzen, Richtung bestimmen
5. O-Ton-Partner abklären, Termine machen
6. Kameraleute abklären, Equipment buchen
7. Anfahrtsskizzen, Stadtplan anschauen, realistische Zeitplanung machen

Schritt 8-15: Dreh

8. Aussagewunsch mit Kameraperson und Kameraassistentz gemeinsam formulieren
9. Equipment zusammenpacken
10. Anfahrt mit Üstra, Teilauto oder zu Fuß, Anmeldung vor Ort
11. kurzes Vorgespräch mit Interviewpartner, Scheu vor der Kamera nehmen, Bild einrichten (lassen)
12. Interview führen
13. Insertbilder und Antextbilder nicht vergessen!
14. Visitenkarte hinterlassen, voraussichtlichen Sendetermin und freundliches Dankeschön
15. Verschnaufen.

Schritt 16-25: Schnitt

16. Material sichten
17. Material eincapturen mit CutterIn
18. Rohschnitt machen
19. Kommentartext schreiben
20. Feststellen, dass nicht genug Material vorhanden ist. Zurück zu 8.)
21. Kommentartext einsprechen, eventuell Musik oder Fremdatmo einspielen
22. Feinschnitt machen
23. Ton mastern
24. Ausspielen
25. MAZ-Karte ausfüllen und Anmoderationsvorschlag abgeben!

Profil einer Sendung

Das Profil oder Selbstverständnis einer Sendung ist wichtig für alle, den Zuschauer, damit er die Sendung immer wieder erkennt und für die Mitarbeiter, damit sie Orientierung haben bei der Erstellung ihrer Beiträge.

Mindestens folgende Fragen sollte das Profil beantworten:

- Was sind Themen?
- Stil der Sendung
- Standards für Beiträge: Wie lang sind die Beiträge, Welchen Ansprachestil haben? Gibt es Gattungen von Beiträgen, wie z.B. Meldungen oder Satiren.
- Wie ist der normale Verlauf der Sendung, welche Elemente soll sie haben?
- Corporate Design. Logo, Bauchbinden, Grafiken, Studiodeko, Einstiegstrailer und andere Designelemente sollten sich grafisch gleichen.
- Warum sind diese relevant? Für wen sind sie relevant?
- Mit wem wird konkurriert? Was können andere besser (z.B. Bundesnachrichten)
- Was können wir besser? Was ist unser Alleinstellungsmerkmal? Was unsere weiteren Stärken?
- Warum sollten sich Zuschauer einschalten?
- Wie lang ist das Magazin, wie häufig wird gesendet?

Corporate Design beschließen, Gegebenenfalls auch Farben festlegen.

Der Zuschauer

Das Lokale ist wichtigster Bezugspunkt! Die Studien, die es zu OK's und zu anderen Medien gab, haben herausgearbeitet, dass die Zuschauer/Zuhörerinnen starkes Interesse an lokalen Nachrichten haben. Je aktueller desto besser. Evtl. können so gemeinsam mit der Zeitung Themen gesetzt und weiterverfolgt werden.

Je kleiner die Stadt, desto größer das Interesse am lokalen Sender. Die kleinsten OK's haben die größte Einschaltquote. Das hat sicherlich damit zu tun, dass dort die Konkurrenz am geringsten ist.

Die Leute wollen sich und ihre Stadt im Fernsehen sehen. Dabei kann es sich um Themen aus dem aktuellen Stadtleben, der Politik, des Sports, der Party-Szene, der Stadtentwicklung, der Stadtgeschichte handeln. Oder eben um Bürgerfeste und andere kommunale Großveranstaltungen. Die Leute haben Spaß an der anderen Art wie Bürgermedien Dinge anfassen! Eine gewisse Orientierung an technischen Standards ist sinnvoll, kopieren sollten wir aber nicht Attitüde und Formate anderer Sender.

h1 - Kriterien für einen sendefähigen Beitrag

Ton

- O-Töne und Kommentar sind deutlich verständlich.
- O-Töne, Kommentar und Atmo werden in einem richtigen Verhältnis gepegelt
- Bilder haben immer auch Atmo-Ton.
- Es gibt keinen Ton-Bild-Versatz
- Windgeräusche, Knacken und störende Umweltgeräusche sind möglichst minimiert
- Digital übersteuerte O-Töne und Kommentare sind nicht sendefähig
- Sendefertige Berichte sind auf 0 dB zu pegeln
- Verwendete Musik hat GEMA (für GEMA-Musik gibt es eine Freipauschale. Alles andere wäre eine Urheberrechtsverletzung)

Licht

- Die Farbtemperatur ist richtig, d.h. der Weissabgleich ist korrekt, das Bild ist nicht extrem blau- oder rotstichig
- O-Ton-Partner sind so belichtet, dass sie deutlich erkennbar sind
- Die Lichtsituationen sind schlüssig und werden nicht wild variiert
- Gegenlichtaufnahmen sind bei Interviews auf jeden Fall zu vermeiden

Bildästhetik & Auflösung

- Kameraführung und Schnitt sind stets darauf abgestellt, dem Zuschauer/der Zuschauerin inhaltliche Orientierung zu bieten
- Bildsprünge werden vermieden. Sie werden in Interviews durch Insertschnitte oder Weißblitze, in sonstigen Sequenzen durch Insert-Schnitte umgangen
- Einstellungsgrößen werden entsprechend dem Aussagewunsch variiert
- Aufnahmen, die vom Stativ gemacht sind, sind nicht verwackelt
- Interviewpartner sollen niemals direkt in die Kamera schauen
- Interviewpartner werden angemessen eingerückt und vor einem passenden, gegebenenfalls neutralen Hintergrund befragt
- Während eines O-Tons wird die Einstellung i.d.R. nicht verändert

Journalistischer Stil

Die Stilformen eines Berichts sind vielfältig. Im Besonderen sind folgende zu nennen:

Magazinbeitrag: Magazinbeiträge sind grundsätzlich durchgängig mit einem Kommentar versehen und dadurch eingeklammert.

Satire: satirische Sprachformen sind allerdings nur dort angebracht, wo der Charakter des ganzen Stücks dieses als ein humoristisches ausweist.

Nachrichten: Nachrichten verzichten bewusst auf Wertungen

Weitere Beitragsarten sind z.B. O-Ton-Film, Glosse oder Impressionen. Grundsätzlich gilt, dass die journalistische Berichterstattung sich um sprachliche Präzision und allgemeine Verständlichkeit bemüht. Dazu gehört auch ein angemessener Satzbau und der weitgehende Verzicht auf Fach- und Fremdwörter.

Ethik

- Unwahrheiten und Ungenauigkeiten sind unbedingt zu vermeiden.
- Sinnvolle Kürzungen von O-Tönen sind unvermeidlich, dürfen aber nicht sinnenstehend oder ehrverletzend wirken.
- Die Würde von Objekten der Berichterstattung ist in jedem Fall zu wahren.
- Journalismus soll aus einer informierten, d.h. recherchierten Warte über Personen und Sachverhalte berichten und kommentieren.
- Im Interesse des Senders sind urheberrechtliche Fragen im Vorfeld zu klären

Organisation

- Der Beitrag ist auf ein Band mit mindestens 30 Sek. Schwarzbild ausgespielt. Hinter dem Beitrag sind mindestens 10 Sekunden Schwarzbild und mindestens 2 Minuten durchgängiger Timecode
- Es gibt eine MAZ-Karte, die über Länge des Beitrags, über die am Beitrag beteiligten Personen und über Namen und Funktionen der O-Ton-Partner, sowie über weitere gewünschte Grafikeinblendungen informiert.
- Die wichtigsten Informationen zu einem Bericht sind in einem Moderationsvorschlag zusammengefasst. Dieser geht der/dem Moderator/in rechtzeitig, d.h. i.d.R. mindestens am Abend des Tages vor der Aufzeichnung der Moderation, schriftlich zu

Organisation der Redaktion

- Wer soll mitmachen? -> Wo finden wir noch mehr MitstreiterInnen?
- Selbstverständnis: Basisdemokratie vs. CvD, wie werden Entscheidungen getroffen
- Transparenz ist wichtig: Protokolle via Email, Sendeabläufe, Ansprechpartnerlisten
- Das Profil und feste Abläufe sollten schriftlich festgehalten werden, damit Einsteiger eine Orientierung haben.
- Redaktionssitzung: Ablauf klären, damit es effizient bleibt.
- Für die Atmosphäre und für eine Langfristplanung, in der Zukünftiges und Themen die sonst gerne mal liegen bleiben wie Öffentlichkeitsarbeit, Überarbeitung Studiodesign u.a., einen Samstag oder auch ein Wochenende im Tagungshaus außerhalb der wöchentlichen Redaktionssitzungsroutine treffen.
- Konflikte aushalten. So wie man einer behandelt wird (Rausschmiss, Raussekeln) so folgern andere zurecht, so könnte auch mit mir umgegangen werden. Deswegen: gute Klärung der Selbstverständnis und Moderation und Vorbereitung der Sitzung verhindern besser ausufernde Diskussionen.
- Stärken der Einzelnen nutzen, keine ständigen Wechsel in den Positionen. Die Materie ist häufig schon so kompliziert genug.
- Eine OK-Redaktion bleibt eine Ehrenamtlichen-Redaktion. Spaß und Arbeit müssen austariert bleiben. Es gibt 4 Motive zum Mitmachen in Bürgermedien: Kontaktmotiv, technisches Interesse, Beruflich Qualifizieren, soziales, politisches oder religiöses Motiv. Eine gesunde Mischung der Motive in der Gruppe ist meiner Erfahrung nachförderlich, ebenso wie die Toleranz der vielfältigen Interessen und Persönlichkeiten.

Sichten und Schneiden

Musik muss durch den Beitrag motiviert sein. Schlimm genug, dass so viele Urlaubsvideos und Industriefilme mit irgendeinem (gemafreiem) Gedüddel unterlegt sind. Im Zweifelsfall Finger davon lassen. Wenn es gelingen soll, muss eine gute Idee dahinter stecken.

Lieber nur ein musikalisches Thema verwenden, nicht Musikstile bunt durcheinander werfen. Gut ist die Verwendung von instrumentaler Musik.

Auf die Mischung kommt es an. Zu häufig gibt es keine oder zu laute Atmo. Wie war das? Bild kann, Ton muss. Textverständlichkeit ist die oberste Prämisse. Deswegen beim Mischen sorgfältig arbeiten.

Die Informationsaufnahme-fähigkeit des Zuschauers ist begrenzt. Gutes Timing muss auch ruhige Passagen zum Erholen berücksichtigen. Die Information wird leichter verdaut, wenn die zentralen Aussagen herausgestellt werden. Auch hier kann gelten: Weniger Information ist mehr.

Bei Kultur längere Strecken frei stehen lassen. Bei Beiträgen die über kulturelle Veranstaltungen berichten, hat man ja das Material von der Veranstaltung selber. Dies sollte einige Zeit ohne Kommentar frei laufen, so dass der Zuschauer sich einen eigenen Eindruck machen kann.

•
