

Andre Zalbertus/ Michael Rosenblum

VIDEOJOURNALISMUS
DIE DIGITALE REVOLUTION

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Autor: Andre Zalbertus/ Michael Rosenblum

Videojournalismus

Die digitale Revolution

A. Zalbertus/ M. Rosenblum – Berlin: uni-edition, 2003

ISBN 3-937151-10-9

Erhältlich im Buchhandel oder im Internet-Buchshop des Verlages.

Sie finden uns im Internet unter www.uni-edition.de

Der Text dieses Buches entspricht den Regeln der neuen deutschen Rechtschreibung.

© uni-edition GmbH, Berlin

Zehrendorfer Str. 11, D – 12277 Berlin

Die Verwertung der Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: AZ Media AG

Lektorat: Sylvia Hartmann

Herstellung: Schaltdienst Lange, Berlin

Printed in Germany

INHALT

Vorwort	9
Vom Abenteuer einer Revolution in Deutschland	11
Vom Zen des Videojournalismus	17
Wie funktioniert eine Revolution im TV- Alltag eines Redaktionsleiters?	77
Die gelebte Veränderung – VJ im Nachrichtenalltag	89
Die Revolution: Fernsehkameras und Schnitt- systeme für jedermann	107
Warum die Gefühle so wichtig sind	133
Erfahrungsberichte	137

1 Vorwort

Dieses Buch ist eine deutsch-amerikanische Koproduktion. Wir berichten aus verschiedenen Perspektiven über ein ungemein spannendes Thema: der Entwicklung des Videojournalismus und dem daraus resultierenden neuen Berufsbild des VJ – des Videojournalisten. Bereits heute kann sich jeder für wenig Geld im Elektronikmarkt eine Ausrüstung kaufen, mit der grundsätzlich fernsehtaugliches Material produziert werden kann. Natürlich merkt der Benutzer schnell, dass die Technik toll ist, aber bis ein fertiger Beitrag da ist ... das ist noch ein langer Weg.

Dieses Buch ist ein Erfahrungsbericht mit vielen Tipps und Tricks und richtet sich sowohl an den interessierten Laien als auch an jene Profis, die ahnen, dass sich in den nächsten Jahren im Fernsehmarkt einiges ändern wird. Die digitale Revolution hat still und beharrlich längst begonnen, sie wird Chancen und Risiken mit sich bringen, sie wird traditionelle Berufsbilder erschüttern, aber auch nicht alles radikal abschaffen. Neue Berufsbilder werden entstehen, Fernsehen als Medium wird in Zukunft auch in lokalen Fenstern finanziell attraktiv werden und somit auch verstärkt im Wettbewerb stehen zu Lokalzeitungen.

Vielleicht wird Fernsehen auch politischer und ehrlicher werden. Mit den neuen Datenautobahnen und der VJ-Technologie werden immer mehr Bürger die Möglichkeit haben, ihre Sicht der Dinge einem größeren Publikum kundzutun. Dem Internet wird dabei als Transportmedium in Zukunft größte Bedeutung zukommen. In Amerika gründet in diesen Tagen der ehemalige Vize-Präsident Al Gore einen Nachrichtensender der besonderen Art. Mit vielen hundert VJ's (und mit Unterstützung von Michael Rosenblum) will Al Gore ein Gegenwicht schaffen zur Bush-Administration und dem eingefahrenen Meinungsbild der großen US-Networks. Die geringen Kosten machen ein solches Projekt heute möglich.

Dieses Buch wäre nicht möglich geworden ohne die tatkräftige Mithilfe des Teams von Michael Rosenblum in New York und allen Mitarbeitern der AZ Media in Köln, Hamburg, Berlin, Hannover und Leipzig. Ohne den oft außergewöhnlichen Einsatz in den letzten Monaten wären dieses und andere Projekte nicht so erfolgreich verlaufen.

Ein besonderer Dank für die Mitarbeit an diesem Buch gilt Lara Hughey, Iris Bettray, Anke Angeli, Christian Angeli, Frank Vossstätter, Thomas Müller, Jörg Zajonc, Markus Brauckmann, Tom Kurth, Petra Rippler, Christian Kühne, Maximilian Leo, Thorsten Sehr, Christian Weibezahn, Steffen Reeder und Markus Engelhardt. Nicht zu vergessen unsere komplette VJ-Redaktion, die uns 18 Monate lang als Beobachtungsobjekt diente.

Köln und New York, im September 2003

2 Vom Abenteuer einer Revolution in Deutschland

Die neue Zeitrechnung unserer Firma begann am 27. Oktober 2000 in London. Am Abend dieses Tages war ich zum ersten Mal verabredet mit dem New Yorker TV-Produzenten Michael Rosenblum.

Vermittelt hatte den Kontakt mein südafrikanischer Freund Peter Henderson. Peter kannte ich seit sieben Jahren, er hatte Anfang der 90er Jahre auf Zypern die Firma „Newsforce“ gegründet. Seine mobilen TV-Übertragungsschüsseln nutzten alle großen Sender im ersten Golfkrieg zur Übertragung aus Bagdad. Peter hatte schon früh erkannt, dass Kriege mehr und mehr „live ins Wohnzimmer“ kommen und hatte durch die Kombination verschiedener Technologien und erstklassiger Bedienungsmannschaften, die er weltweit rekrutierte, eine Dienstleistung angeboten, die vor allem auch die US-Networks schätzten.

Newsforce-Schüsseln standen immer in der ersten Reihe. Bedient wurden sie von Briten, Amerikanern und vor allem auch jungen australischen Kollegen, die in ihrer Heimat eine exzellente technische Ausbildung genossen hatten. Viele von ihnen liebten den Kitzel der Kriegs- und Krisengebiete und wurden zu sehr gefragten Fachkräften als „Allrounder“. Newsforce-Kollegen konnten Bilder drehen und schneiden, sie konnten die SNG bedienen und alles Mögliche reparieren, auch wenn es krachte. Und, sie konnten organisieren, behielten immer einen klaren Kopf, wenn es brenzlich wurde. Eine solche Truppe konnte süchtig machen.

Peter und ich arbeiteten eine Zeitlang von Zypern aus zusammen und trafen uns später immer wieder zum Gedankenaustausch. Er war mein Technikexperte, ich schilderte ihm von den Bedürfnissen eines Auslandskorrespondenten und „Newshunters“, also jemand der abends die beste Geschichte mit den besten Bildern in seinem Programm sehen möchte. Bessere Geschichten und bessere Bilder als die Konkurrenz. An jenem Abend im Oktober 2000 in London sagte Peter zu mir: „Du musst Michael Rosenblum treffen“.

Als ich Michael im Restaurant sah, erinnerte er mich ein wenig an Woody Allen. Die nächsten vier Stunden vergingen wie im Fluge. Er faszinierte mich sehr schnell: Er war frei im Kopf, wir diskutierten über das Fernsehen an sich, über Formatideen, über Geschichtenerzählen im Fernsehen und: über digitale Technologie. Er schilderte mir seinen Weg als ehemaliger Auslandskorrespondent und wie er schließlich Zugang fand zu kleinen DV-Kameras. Wie er erst heimlich damit arbeitete und die geschnittenen Beiträge dann auf das Beta-System für Profis umkopierte. Wie dann die Sender in Amerika neugierig wurden, weil seine TV-Serien irgendwie anders waren, näher dran am Menschen. Wie er schließlich die Produktion seiner Frau und seinem Partner übergab und nun ausschließlich als Berater und Trainer in Sachen digitaler TV-Technologie durch die Welt reiste. Am späten Abend driften wir ins philosophische. Michael orakelt, die digitale Technologie werde im TV-Bereich eine Revolution auslösen. Eine spannende Begegnung, die mich insgesamt an die Gesprächsintensität erinnerte, die ich als Auslandskorrespondent erlebt hatte, wenn Nachrichtenmacher aus aller Welt nach getaner Arbeit zusammensassen.

Die Gedanken dieses Abends ließen mich in den folgenden Monaten nicht mehr los. Im kleinen Kreis erzählte ich Mitarbeitern meiner Firma vom Abend mit Rosenblum. Viele waren skeptisch. Die kleinen Kameras hatten keinen guten Ruf. Laptop-Schnittplätze? Bitte nicht für professionelles Fernsehen. Ich hatte einen schweren Stand. Man könne doch nicht mit einer kleinen Kamera zu einer Pressekonferenz gehen! Und die würde ja nur wackeln. Und überhaupt die Qualität... Mein engster Mitstreiter wurde Thomas Müller. Ich hatte ihn kennen gelernt, als er noch Elektrotechnik studierte. Wir unterstützten seine Diplomarbeit, die sich mit Videostreaming

*Abbildung 2-1
Michael Rosenblum im AZ-BootCamp*



beschäftigte. Schon damals waren Computer sein Leben, er wusste einfach alles, kannte sofort neueste Netzwerkentwicklungen, ich brachte ihm die Broadcastwelt näher. Ihm stellte ich meine tausend Fragen. Und besonders die eine der digitalen Revolution ... Im Frühjahr 2001 flog ich mit einer kleinen Expertengruppe der AZ Media nach New York. Wieder lange Gespräche, Analyse von Technik in Rosenblums Firma. Wir löcherten Videojournalisten im Umfeld von Rosenblum, die mit der kleinen Kamera arbeiteten. Thomas Müller begriff sehr schnell, was er da in New York sah. Ich glaube heute, ihm war am frühesten von uns allen klar, wie sich die Zukunft im Fernsehen verändern würde. Ich hatte noch Zweifel, ich brauchte ein emotionales Erlebnis. Michael erkannte meine Bedenken, er wusste, für mich sind die Inhalte wichtig, die beim Zuschauer ankommen und Akzeptanz finden. Am zweiten Tag unseres Besuchs in New York saßen wir im Showroom seiner Partnerfirma. Ich hatte die digitale Revolution verdrängt und schaute mir fast drei Stunden lang Fernsehformate an, die jene Firma produzierte. Ich war fasziniert, die Serien waren exzellent gemacht, sehr spannend, schnell geschnitten. Eine zum Beispiel handelte von Geburten im Krankenhaus, eine andere zeigte den Einsatz von Sanitätern während der Tornado-Saison. Solche Termine in Amerika genoss ich immer wieder, sie regten an und brachten neue Ideen für die inhaltliche Umsetzung. Am Ende sagte Michael im Nebensatz: „Das haben wir alles mit DV-Kameras gedreht“! Spätestens hier war mir klar: Wir werden diesen Weg gehen und Michael Rosenblum bitten, uns auf diesem spektakulären Weg in Deutschland zu unterstützen. Die spannende Frage für uns blieb: Was wird passieren, wenn in der Zukunft sich prinzipiell jeder für wenig Geld eine Ausrüstung kaufen kann, mit der er fernsehtaugliches Material herstellen kann? Bisher war es ja so, dass die Geräte zur Produktion von TV-Beiträgen einen hohen Geldbetrag erforderten. Auch in unserer Firma stehen solche Geräte, die zusammengerechnet mehrere Millionen Euro kosten.

In den nächsten Wochen reisten wir nach Großbritannien. Michael trainierte dort die Regionalbüros der BBC. Der neue Chef der BBC hatte ihn beauftragt, alle Regionalbüros nach seiner Methode umzubauen. Kein einfacher Job, Michael nannte die ersten Tage immer „Gehirnwäsche“.

Unsere Skepsis verschwand, fortan waren wir fasziniert. Unvergesslich der Film einer Teilnehmerin, die vor zwei Wochen das erste Mal eine Kamera in der Hand hatte. Sie porträtierte eine junge Heroinabhängige, die kurz vor einem Entzug in der Klinik noch einmal ihre Mutter besucht und dort 24 Stunden verbringt. Lange nicht mehr hatte ich eine solche Nähe zu einem Menschen in einem Fernsehfilm beobachtet. Meinen Kollegen erging es ähnlich. Spätestens von da an war uns klar: Wir werden diesen Weg gehen, wir müssen diesen Weg gehen, um in der Zukunft mit vorne zu stehen. Und er kann nur funktionieren, wenn wir Inhalte und Technik nicht losgelöst voneinander betrachten, sondern sie in einen logischen Zusammenhang bringen. Plötzlich erwies sich die Konstruktion unserer Firma als bestens geeignet für einen solchen Prozess: Wir hatten eine erfolgreiche Inhalte-Produktion, einen ordentlichen klassischen Broadcastbereich mit Kamera und Schnitt und auch einen Informationstechnologiebereich, der sich mit Netzwerken beschäftigte. Ich versuchte immer wieder, den Austausch zwischen diesen Bereichen anzuregen. Wir hatten ein bisschen nachgeholfen, indem wir im Erdgeschoß unseres Büros eine Bar installiert hatten, die abends eine regelmäßige Kölsch-Zufuhr garantierte und Treffpunkt von vielen Fachsimpeleien wurde. In dieser Phase entstand die Idee, eine VJ-Ausbildung für 14 Volontäre innerhalb unserer Firma zu beginnen. Das war der Startschuss für eine Entwicklung, die wir 2001 in ihrer Dimension noch gar nicht abschätzen konnten. Heute weiß ich, dass die digitale Revolution gerade erst begonnen hat. Heute bin ich sehr froh darüber, dass mir ein kleines bisschen Reporterglück half und ich Michael Rosenblum in London traf. Für uns war es eine Fügung, dass wir uns sehr früh in die dichte Materie eingearbeitet haben. Unsere erste Ausbildungseinheit, die 18 Monate dauerte, ist im August 2003 beendet worden ... Sie übertraf von den Ergebnissen selbst unsere kühnsten Erwartungen. Wir haben als Management der Firma täglich mitgelernt, haben vieles ausprobiert und haben nun einen sehr guten Überblick über die vorhandenen Technologien und können neue Entwicklungen sofort gut einordnen. Wir bauen mittlerweile sowohl komplette digitale Sendezentren für Sender, zeigen aber auch jungen Schülern und interessierten Amateuren, wie man „Fernsehen machen“ auch für die Freizeit nutzen kann. Das wir dabei das

eine oder andere Talent fernab der üblichen Wege finden, ist ein schöner Nebeneffekt.

2004 beginnen wir mit einer neuen VJ-Ausbildung, wieder für 15 junge Menschen, dieses Mal in Hannover zusammen mit der Nordmedia und dem Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft. Michael Rosenblum wird wieder mit dabei sein, natürlich mit seinem legendären „Boot-Camp“.

Amerikaner und Deutsche bauen zusammen ein Stück digitale Zukunft, eine gehörige Portion Umwälzung. Ein spannendes Abenteuer auf einem der größten Fernsehmärkte der Welt.