

Einleitung

Stell Dir vor, Du machst einen Film mit Deinem Camcorder, stellst ihn online ... und fünf Millionen Menschen schauen ihn an!

Im Internet kannst Du Zuschauerzahlen erreichen, von denen sonst nur Thomas Gottschalk oder Stefan Raab träumen können. Du kannst aber auch grandios auf die Nase fallen. Ein Flop ist als Online-Video nicht tragisch. Niemand hindert Dich, einen neuen Film zu drehen.

Was die Gutenberg-Pressen für Bücher geschafft hat, schafft das Internet für Videos: Endlich kann jeder Filmemacher ein Publikum für seinen Film finden.

Bislang gab es für angehende Filmemacher zwei Möglichkeiten, an ein Publikum zu kommen: Du konntest Deine Filme bei einem Festival einsenden oder Du konntest versuchen, Dich beim Fernsehen hochzuarbeiten.

Bei Filmfestivals hing alles davon ab, ob Dein Film den aktuellen Geschmack der Jury fand. Da hattest Du ein Jahr Deines Lebens und Deine Ersparnisse in einen Film gesteckt. Und im besten Fall konntest Du erreichen, dass Dein Film einmal in einem halbleeren Saal gezeigt wurde, inklusive lauwarmer Applaus danach.

Du konntest auch eine Praktikantenstelle bei einem Fernsehsender annehmen und dort Kaffee kochen. Und wenn Du es geschafft hast, höflich zu bleiben, ließ man Dich irgendwann eine Kamera anfassen. Aber nur kurz und unter Aufsicht. Du schlepptest Dich von Tag zu Tag, immer mit der Hoffnung, eines fernen Tages einen Fernsehfilm selbst drehen zu dürfen, um ihn zaghaft der Welt anzubieten.

Mit DV-Kameras und Online-Video funktioniert die Welt anders. Du kannst den lustigsten, schönsten, persönlichsten und aufregendsten Film drehen, den Du zu drehen in der Lage bist. Wenn er gut ist, wirst Du ein Publikum finden. Wenn Dein Film schlecht ist, wird er floppen und kein Mensch will ihn sehen. Doch in jedem Fall Du lernst Deine Lektion ... und machst noch einen Film!

Wenn Du mit einer Kamera Geschichten erzählen möchtest, ist Online-Video das perfekte Medium für Dich. Online-Video ist mehr als nur billige Filmverteilung. Online-Video ist ein Kommunikationsmedium. Menschen sprechen mit Menschen, sie tun es, indem sie Filme ins Netz stellen.

In diesem Buch zeige ich Dir, wie Du richtig gute Filme für das Internet produzierst. Ich gebe Dir einen Überblick über die Technik und liefere ausreichend Tipps für gute Drehs. Du bekommst eine Handvoll nützlicher Medientheorie mit auf den Weg. Du erfährst etwas über die Möglichkeiten, mit Online-Videos Geld zu verdienen.

Wenn Du einen guten Film drehst, ist es nicht schwer, im Internet Tausende von Zuschauern zu finden. Du brauchst Ideen (Ich zeige Dir, wie Du gute Ideen findest), etwas Ausrüstung (Du erfährst hier, was unbedingt nötig ist) und etwas Fleiß (Das musst Du schon selbst leisten).

Dushan Wegner
Köln, im November 2007

Anleitung zum Buch

Dieses Buch ist geschrieben für ...

1. Filmemacher, die Online-Video als neues Medium nutzen möchten,
2. Journalisten, die lernen wollen, wie Online-Video funktioniert,
3. Hobby-Filmemacher, die Filme für das Netz machen und dabei hohe Ansprüche haben,
4. Manager, die Online-Video als Teil der Unternehmensstrategie einzusetzen erwägen,
5. Menschen, die Online-Video einfach nur verstehen möchten, ohne gleich selbst kreativ zu werden.

Dieses Buch ist anders als andere Medienbücher!

Mit diesem Buch wirst Du viel über die Technik hinter Online-Filmen lernen ... und trotzdem ist es kein »Technik-Buch«. Technikbücher sind von Technikern und Programmieren geschrieben. Sie erschlagen den Leser mit technischem Know-how, so als würden sich gute Filmemacher dadurch auszeichnen, dass sie sämtliche Menüfunktionen aller auf dem Markt befindlichen Kameras kennen. Dieses Buch konzentriert sich auf das Know-how, das Du speziell für Online-Video brauchst.

Mit diesem Buch wirst Du auch solide Grundkenntnisse über die Kunst des Geschichtenerzählens erwerben. Trotzdem ist es kein reines »Inhalte-Buch«, geschrieben von einem vergeistigten Intellektuellen. Dieses Buch zeigt Dir vielmehr, wie Du Dir die Werkzeuge »Film« und »Internet« zu eigen machst, um spannende Storys zu erzählen.

Manche Sachbücher versuchen, Dir ein Maximum an Informationen zu geben. Es steht alles drin, was dem Autor zum Thema einfiel. Meine Absicht mit diesem Buch ist das genaue Gegenteil: Ich gebe Dir die Informationen und das Rüstzeug, das ich aufgrund meiner Lehrtätigkeit und meiner Online-Videopraxis für das Minimum halte. (Und selbst für dieses Minimum sind fast eine halbe Million Buchstaben nötig.)

Dieses Buch klammert zwei Dinge ganz bewusst aus: Den Umgang mit Deiner Schnittsoftware und die Bedienung Deiner Kamera. Es macht keinen Sinn, dass ich die Bedienungsanleitung Deiner Kamera oder Deiner Schnittsoftware neu schreibe.

Die Kamera und die Schnittsoftware sind wichtige Werkzeuge und Du solltest sie sicher beherrschen. Ich empfehle aber, dass Du begleitend zu diesem Buch Literatur zu Deiner Schnittsoftware und auch zu Deiner Kamera durcharbeitest.

Du kannst die Abschnitte und Kapitel dieses Buches in beliebiger Reihenfolge lesen. Prinzipiell ist dieses Buch aber so geschrieben, dass man es von der ersten bis zur letzten Seite durcharbeiten sollte. Wenn Du am Ende angelangt bist (und fleißig mitgemacht hast), bist Du stolzer Chef eines professionell aufgezogenen Online-Videoprojekts. Du wirst in der Lage sein, mithilfe der Kamera überraschende Geschichten zu erzählen, mit Deinen Zuschauern in Kontakt zu bleiben und vielleicht sogar mit Online-Video etwas Geld zu verdienen.

Lass uns anfangen!

Das ist Online-Video

Du möchtest also Deine Videos über das Web vertreiben. In diesem Buch stelle ich mehrere Verfahren vor, wie Dir das gut gelingen kann. Die Schwierigkeit dabei ist: Um Online-Video zu verstehen, muss man eigentlich das ganze, große Bild sehen, muss alle Geräte und alle Arbeitsschritte verstehen. Beim Erklären jedoch muss man bei einem Punkt anfangen und wird sich erst später zu den anderen durcharbeiten. In diesem Buch beginne ich bei der nötigen Technik, dann arbeiten wir uns zu den Inhalten vor.

Bevor wir in die Details der Ausstattung einsteigen, will ich in einigen kurzen Absätzen drei verschiedene Wege beschreiben, Videos zu drehen und ins Internet zu stellen.

YouTube

Die einfachste Möglichkeit, Zuschauer für Deine Filme zu finden, ist die Filme per YouTube (*www.youtube.com*) ins Internet zu stellen.

Zuerst nimmst Du ein Video auf, sei es mit einem Video-Handy, einer Digitalkamera mit Videofunktion oder mit einer ausgewachsenen DV-Kamera.

Du kannst das Video per Computer direkt zu YouTube hochladen. Du kannst es aber auch schneiden: in einfachen Programmen wie iMovie und Windows Movie Maker, aber natürlich auch mit ausgereifter Software wie Final Cut Express und Avid. Von dort aus exportierst Du Deine Film und lädst die neu erstellte Filmdatei bei YouTube hoch.

YouTube gibt Dir nach dem Hochladen eine Internetadresse, an der Dein Video abrufbar ist. Menschen können dann auf der YouTube-Website Dein Video suchen nach den Stichwörtern, die Du dazu eingetragen hast. Falls die Zuschauer Dein Video besonders mögen, können sie bei YouTube Deinen »Channel« besuchen, eine Übersichtsseite zu Deinen Videos.

Download

Sicher ist YouTube die einfachste Möglichkeit, Filme per Internet zu zeigen. Die klassische Variante seit den Kindertagen des Internets ist aber das Anbieten von Filmdateien zum Download. So macht es zum Beispiel Apple mit seinen Kino-Trailern in HD-Auflösung: Du klickst auf einen Link und die Datei wird anschließend auf Deinen Rechner heruntergeladen. (*www.apple.com/trailers*)

Diese Lösung ist zunächst einmal einfach zu bewerkstelligen. Du brauchst wieder eine Filmdatei und zusätzlich eine eigene Homepage. Du lädst den Film mit einem FTP-Programm (einer Software zum Transfer von Dateien) zu den Daten Deiner Homepage. Dabei ergibt sich die Internetadresse (URL) Deiner Filmdatei.

Um Deinen Zuschauern die Möglichkeit zu geben, sich Deinen Film anzuschauen, musst Du einfach nur einen Link auf diese Datei setzen. Diese Vorgehensweise ist nicht besonders komfortabel für den Zuschauer. Üblicherweise wird dies nur eingesetzt bei besonders hoch aufgelösten, qualitativ hochwertigen Filmdateien. Bei diesen geht man aus diversen technischen Gründen davon aus, dass der Zuschauer sie zuerst vollständig herunterladen möchte, bevor er sie sich dann in guter Qualität anschaut.

Video-Podcast

Video-Podcasts sind Videos, die der Zuschauer automatisch auf seinen Rechner herunterladen kann. Sie sind die derzeit interessanteste Möglichkeit, Videos über das Internet zu vertreiben.

Das Prinzip hinter Podcasts ist einfach: Als ersten Schritt stellst Du eine Filmdatei ins Internet, wie beim oben beschriebenen Download. Der Clou an Podcasts ist aber, dass zusätzlich innerhalb eines Blogs die Information online gestellt wird, dass die Datei jetzt verfügbar ist. Es gibt einen Standard für diese Art von Informationen (»RSS-Feeds«). Ein »FeedReader« sammelt diese Informationen von vielen verschiedenen Podcast-Anbietern und gibt dem Zuschauer Bescheid, was es alles Neues gibt. Der Zuschauer kann die Videos verschiedener Anbieter abonnieren und so sein eigenes Filmprogramm zusammenstellen.

... und einige Möglichkeiten mehr!

Das Internet produziert ständig neue Möglichkeiten, Filme weltweit zu verbreiten. Immer aber sind diese neuen Möglichkeiten Varianten, Verbesserungen und neue Anwendungen der bisherigen Technologie.

Dieses Buch gibt Dir einen Überblick über den aktuellen Stand der Dinge. Ich zeige, wie das Medium Online-Video funktioniert und wie Du es nutzen kannst, um Deine Geschichten zu erzählen. Wenn Du die aktuellen technischen Lösungen und Filmvertriebswege verstehst, wird es Dir ein Leichtes sein, neue Videotechnologien zu verstehen und einzuordnen.

Was ist überhaupt ein Film?

Ein Film ist eine Geschichte, die Du mithilfe von Bildern und Text und Musik erzählst. Die meisten Filme bestehen aus einigen regelmäßig wiederkehrenden Elementen.

Mögliche Elemente eines Films sind:

- Interview (häufigstes Element von Podcasts)
- Moderation (häufigstes Element von Webshows)
- Gespielte Szene (Spielfilme und Sketche bestehen hieraus)
- Aufnahme von Menschen, die etwas tun (typisches Reportage-Element)
- Aufnahme von Dingen ohne Menschen (auch Reportage-Element, meist langweilig)
- Visualisierungen, Diagramme und Ähnliches (Elemente von Businessfilmen, die ein Unternehmen darstellen, aber auch Reportagefilmen, die ein Problem analysieren)

Eine gute Geschichte und ein sehenswerter Film behandeln immer (!) einen Konflikt. Jede gute Story basiert darauf, dass zwei Menschen, Staaten oder Institutionen gegeneinander kämpfen. Das kann Kain sein, der gegen Abel kämpft. Das kann auch ein kleiner Rentner sein, der sich mit einer großen Firma anlegt, damit diese aufhört, Gift ins lokale Gewässer zu pumpen. Und manchmal kämpfen Menschen gegen sich selbst. (Zum Beispiel in »Fight Club«.)

Wenn Du einen Film planst, sind dies die beiden wichtigsten Fragen vorab:

- Wer kämpft gegen wen?
- Welche Erzählelemente bieten sich an?

Im ersten Teil dieses Buches wirst Du einige Dinge über die Technik zu Online-Videos finden, schließlich bestehen Filme ja aus Bild und Ton. Um per Video Geschichten zu erzählen, musst Du lernen, wie man Bild und Ton in verschiedenen Situationen richtig aufnimmt. Im zweiten Teil des Buchs lege ich den Schwerpunkt auf den Inhalt, also darauf, wie eine gute Geschichte im Film gebaut wird.

Maschinen und Technik zu beherrschen ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Aspekt der Filmkunst. Scharfe Bilder und klarer Ton nützen nichts, wenn die Inhalte langweilig sind. Ein guter Film ist technisch sauber gearbeitet und erzählt eine spannende Geschichte. Er erzählt eindrucksvoll und witzig, wer gegen wen »kämpft«. Und er setzt dafür die richtigen Filmelemente ein.