

Peter Vinzens

So geht Fernsehen!

**Ein Leitfaden für Profis
und die, die es werden wollen**

SCHÜREN

Danksagung 7

1 Für wen das Ganze? 8

2 Prolog 12

3 Theorie 13

- 3.1 Von Psyche und Physis 13
- 3.2 Die Umsetzung in Film und Fernsehen 13
- 3.3 Lernen durch Erfahrung 14
- 3.4 Dramaturgie und der Kasperle-Effekt 16
- 3.5 Das visuelle Ereignis 18
- 3.6 Der visuelle Eindruck 20
- 3.7 Das akustische Ereignis 21
- 3.8 Der akustische Eindruck 22
- 3.9 Der audiovisuelle Eindruck 22

4 Technik 25

- 4.1 Ein Kasten, der Bilder macht 25
- 4.2 Kameragehäuse 25
- 4.3 Kameras und ihre Bauarten 26
- 4.4 Stativ, Schwenkhebel und Ihr Arm 36
- 4.5 Film als Medium 39
- 4.6 Das digital aufgezeichnete Bild 41
- 4.7 Filmbildgröße/Sensorgröße 43
- 4.8 Reihensbild/Zeilendarstellung 47
- 4.9 Optik 50
 - 4.9.1 Brennweite und Perspektive 51
 - 4.9.2 Blende 56
 - 4.9.3 Schärfentiefe 58
 - 4.9.4 Schärfentiefe 62
- 4.10 Belichtungszeit 64
- 4.11 Die richtige Belichtung 66
- 4.12 Farbe oder Schwarz-Weiß 69
- 4.13 Farbtemperatur, Weißabgleich, Filter 73

5 Planung 77

- 5.1 Eine Idee wird Wirklichkeit 77
- 5.2 Idee, Exposé, Treatment, Storyboard, Drehbuch 78
- 5.3 Planung Personen- und Aufgabenverteilung 84
- 5.4 Planung Geräte 86
- 5.5 Planung Drehorte 88
- 5.6 Drehplan, Transport 90
- 5.7 Sendeablauf (Sendefahrplan) 92
- 5.8 Planung Postproduktion 94
- 5.9 Kalkulation, Nachkalkulation, Checkliste 95
- 5.10 Planung Finanzierung 104

6 Verträge 108

7 Rechte 111

- 7.1 Stoffrechte 111
- 7.2 Rechte am eigenen Bild 111
- 7.3 Musikrechte 114
- 7.4 Rechte an Klammerteilen 115
- 7.5 Rechte Veröffentlichung 115

8 Dreh 117

- 8.1 Allein oder im Team 117
 - 8.1.1 Videojournalist – ein Einzelkämpfer 118
 - 8.1.2 Auswahl und Vorbereitung des Teams 123
 - 8.1.3 Teamführung 125
 - 8.1.4 Gruppendynamik 126
- 8.2 Kameraarbeit 129
 - 8.2.1 Aufnahmeposition 130
 - 8.2.2 Kadrange 132
 - 8.2.3 Kamera auf Augenhöhe 137
 - 8.2.4 Einstellungsgröße 140
 - 8.2.5 Statistische Darstellung der Einstellungsgröße 142
 - 8.2.6 Einstellungslänge, stehen lassen 144
 - 8.2.7 Sprung, Gegensprung, Achsensprung 148
 - 8.2.8 Bewegung im Bild 150
 - 8.2.9 Bewegung der Kamera 150
 - 8.2.10 Optisch simulierte Bewegung 152
 - 8.2.11 Bewegung der Schärfestufen 153
- 8.3 Der Kinolook 154
- 8.4 Fotokamera als Videogerät 156
- 8.5 Ton 158
 - 8.5.1 Tongerät 158
 - 8.5.2 Tonaufnahme 161
 - 8.5.3 Atmo 161
 - 8.5.4 O-Ton 162
 - 8.5.5 Sprache 163
 - 8.5.6 Geräusch 166
 - 8.5.7 Musik 167
 - 8.5.8 Stille 168
 - 8.5.9 Aufnahme/Beschaffung 170
- 8.6 Licht 171
 - 8.6.1 Lichtgerät 172
 - 8.6.2 Natürliches Licht 175
 - 8.6.3 Künstliches Licht 175
 - 8.6.4 Lichtgestaltung 176
 - 8.6.4.1 Führung 176
 - 8.6.4.2 Aufhellung 176
 - 8.6.4.3 Kante 177
 - 8.6.4.4 Low-Key-Beleuchtung 177
 - 8.6.4.5 Realistische Beleuchtung 177
 - 8.6.4.6 High-Key-Beleuchtung 177
 - 8.6.5 Die Drei-Scheinwerfer-Technik 178
 - 8.6.6 Lichtmix 179

9 Postproduktion 180

- 9.1 Wir fügen Bilder und Töne zusammen 180
- 9.2 Wandlung der Bildabmessungen 180
- 9.3 Schnitt- und andere Programme 182
- 9.4 Bild-Ton-Schere 184
- 9.5 Schnitt 186
 - 9.5.1 Was, Wann, Wer, Wo? 188
 - 9.5.2 Die 99 goldenen Schnittregeln 191
 - 9.5.3 Unsichtbarer Schnitt 195
 - 9.5.4 Horizontalmontage 195
 - 9.5.5 Schuss – Gegenschuss 196
 - 9.5.6 Ransprung 196
 - 9.5.7 Zusammenfügender Schnitt 196
 - 9.5.8 Parallelmontage 197
 - 9.5.9 Springender Schnitt 197
 - 9.5.10 Split Screen 198
 - 9.5.11 Blenden 198
 - 9.5.12 Synchronität 199
- 9.6 Farbkorrektur 201
- 9.7 Lautheit/Lautstärke 202
- 9.8 Frequenzverteilung 203
- 9.9 Mischung 203

10 Verbreitung 205

- 10.1 Fernsehen mit Auftrag einer Redaktion 205
- 10.2 Fernsehen ohne Auftrag einer Redaktion 206
- 10.3 Internetmedien am Beispiel «Osthessen News» 206
- 10.4 Industriefilm 208
- 10.5 Kino 209
- 10.6 Agentur 209
- 10.7 Events 209
- 10.8 Eigene Vorführung 209

11 Darstellungsformen 211

- 11.1 Der Bericht 211
- 11.2 Die Nachricht 211
- 11.3 Der Kommentar 213
- 11.4 Die Reportage 213
 - 11.4.1 Der Reportagemarkt in Film und Fernsehen 213
 - 11.4.1.1 Was ist eine Reportage? 215
 - 11.4.2 Theorie: Herangehensweise an die Reportage 215
 - 11.4.2.1 Woher kommt der Begriff? 215
 - 11.4.2.2 Geschichtliche Entwicklung 216
 - 11.4.2.3 Die Reportage im Theater 217
 - 11.4.2.4 Die Reportage in der Zeitung 217
 - 11.4.2.5 Die Reportage im Radio 217
 - 11.4.2.6 Die Reportage in Film und Fernsehen 218
 - 11.4.2.7 Neue Entwicklungen in der Reportage 219

- 11.4.2.8 Stellung und Rolle des Reportage-Teams 220

- 11.4.2.9 Stellung und Rolle des Dargestellten 221

- 11.4.3 Praxis: Instrumentarien der Reportage 221

- 11.4.3.1 Möglichkeiten der Umsetzung 221

- 11.4.3.2 Themenauswahl 223

- 11.4.3.3 Recherche 224

- 11.4.3.4 Das Verhalten des Teams 224

- 11.4.3.5 Das Verhalten des Reporters 225

- 11.4.4 Kamerabilder 226

- 11.4.4.1 Filmen aus der Hand 226

- 11.4.4.2 Filmen vom Stativ 226

- 11.4.4.3 Mischung aus Stativ- und Handkamera 227

- 11.4.5 Toneindrücke 227

- 11.4.6 Licht 228

- 11.4.7 Die Komposition 228

- 11.4.7.1 Die Dramaturgie der Reportage 230

- 11.4.7.2 Die Themenwahl 230

- 11.4.7.3 Inhalt der Reportage 231

- 11.4.7.4 Die Bilder 231

- 11.4.7.5 Die Töne 231

- 11.4.7.6 Der Text 232

- 11.4.7.7 Die Komposition 232

- 11.4.8 Der dramaturgische Spannungsbogen 233

- 11.4.9 Was lehrt uns das? 234

- 11.4.10 Fehlersuche 236

- 11.4.11 Die Stimme des Kommentators 236

- 11.4.12 Zielgruppenbetrachtung 237

- 11.4.13 Was also ist eine Reportage? 237

- 11.5 Das Feature 238

- 11.6 Die Dokumentation 239

- 11.6.1 Dokumentarfilm 239

- 11.6.2 Reality-TV 240

- 11.6.3 Scripted Reality 241

- 11.6.4 Reenactment 241

- 11.6.5 Doku-Soap 241

- 11.7 Das Dokumentarspiel 242

- 11.7.1 Mockumentary 243

- 11.7.2 Doku-Drama 244

- 11.8 Der Spielfilm 244

- 11.8.1 Telenovela 244

12 Die Katastrophenliste 246

13 Epilog 250

14 Glossar 251

15 Fachzeitschriften 252

16 Adressen 254

An dieser Stelle möchte ich mich bei Kollegen bedanken, die mir beim Schreiben dieses Buches geholfen haben.

Der Hessische Rundfunk hat mir Türen geöffnet und Kollegen freigestellt, um mir Geräte zu zeigen und ihr Fachwissen zu verraten.

Besonderer Dank geht an Rüdiger Merx von der Kamerawerkstatt, Sylvio Militz vom Ton und an Peter Henrich von den Beleuchtern.

Weiterhin Dank an die Firma Viteg in Neu-Anspach und den Inhaber Bernd Geisler. Mir wurde in seinem Betrieb mit Rat und Tat geholfen. Dank auch an Martin Angelstein, Fulda («Osthessen News») für die vertrauensvolle Zusammenarbeit.

Nicht vergessen möchte ich den Dank an meine Frau Ursel, die es ertragen hat, dass ich viel zu oft hinter dem Computer verschwand um zu dichten. Trotzdem hat sie dieses Buch mit großem Wohlwollen und kritischer Beachtung begleitet. Nicht bedanken werde ich mich hier bei meinem Hund Romeo, der mich immer wieder (erfolgreich) an die frische Luft zerrte. Er bekommt eine Portion Leckerli. Ich glaube, das ist ihm lieber.



1 Das Foto zeigt Daniel Cohn-Bendit am 24. Mai 1968 auf dem Campus der Universität des Saarlandes, Saarbrücken, bei einem «teach-in». Wenig später wird er versuchen, beim Grenzübergang «Goldene Bremm» nach Frankreich zu gelangen. Starke deutsche und französische Ordnungskräfte werden ihn daran hindern. Die Medienaufmerksamkeit war groß an diesem Tag.

Alle Fotos und Grafiken, die nicht besonders gekennzeichnet sind, stammen von vtvfra.de, fernsehen & mehr, Peter Vinzens und Partner.

1 Für wen das Ganze?

Erfahrungen soll man zwar bekanntlich selbst machen, aber was nützt einem der beste Einfall, wenn man ihn nicht hat. Wie kommt man weiter, wenn die Fertigkeiten des Handwerks noch unvollständig sind. Was tun, wenn noch keine Erfahrung da ist. Wir reden hier über Filme und Fernsehen, über Video, Audio und Schnitt, über die Vermittlung von Unterhaltung und Information, über die Kraft des audiovisuellen Eindrucks und über Macher und Zuschauer.

Als ich vor vielen Jahren mich nicht entscheiden konnte, ob ich nun Journalist oder Kameramann werden sollte, war der Begriff Videojournalist (VJ) noch gar nicht erfunden. Trotzdem gab es eine kleine, exotische Gruppe von Damen und Herren, die durch ihre Tätigkeit Videojournalisten waren, sich aber nicht so nannten. Die Ausrüstung bestand damals meist noch aus einer 16 mm Arriflex St Filmkamera und einem kleinen, federwerksgetriebenen Tonbandgerät von Maihak. Zuerst musste der «Opérateur» den «Kurbelkasten» aufziehen, dann lief das Ding eine ganze Zeit lang. Das Verstärkerteil wurde von einer Batterie versorgt. Die Kamera hörte sich an wie eine Bohrmaschine und stand des-

halb tunlichst etwas weiter weg von der Schallquelle.

Georg Bense in Saarbrücken war zum Beispiel so einer. Er nahm bereits frühzeitig als Journalist und Regisseur selbst die Kamera in die Hand. Ich entschied mich dann irgendwann auch, vor der offiziellen Erfindung des VJ, als Reporter bei ausgewählten Produktionen selbst zu drehen. Heute gehört der Videojournalist zum normalen Erscheinungsbild in der Berichterstattung. Ob diese Vereinigung aller möglichen Funktionen sinnvoll ist, sei dahingestellt. Aber es gibt nun einmal inzwischen Videojournalisten in unserer Fernsehlandschaft, und die brauchen mehr Informationen als reine Journalisten, Kameralleute oder Cutter.

Deshalb wendet sich dieses Buch an Film/Fernseh-Macher, Profis und Amateure und solche, die es werden wollen. Es wendet sich an junge Kameralleute, an Journalisten mit Interesse fürs Fernsehen, an angehende Regisseure und Regisseurinnen, an Kollegen und Kolleginnen, die sich für eine Ausbildung als Videojournalisten interessieren und an all die anderen, die ein wenig mehr über Fernsehen und seine Spielregeln erfahren wollen. Interessant können die Informationen auch für junge, kleine Fernsehproduktionen sein, die hier die Grundzüge der Organisation und Kalkulation ihrer Vorhaben finden können.

Experimentieren Sie, lernen Sie das Handwerk, auch wenn Sie in Ihrem Le-

2 Maihak Reportofon

3 Arriflex 16 St
(16mm-Kamera)



ben nie eine Kamera führen möchten. Wenn Sie von Kameralenten verlangen, dass Ihnen «schöne», authentische Bilder geliefert werden, müssen Sie gelernt haben, wie authentische und vielleicht auch «schöne» Bilder aussehen. Fernsehjournalisten sind nicht nur für den Text zuständig, sondern für die Gesamtheit der Geschichte. Kameralente sind zwar in erster Linie für die Bilder zuständig, können aber authentische, zutreffende Bilder nur liefern, wenn Sie das Wesen, den Inhalt und die Aufgabe von Journalismus verstanden haben und für die zu drehende Geschichte umsetzen können. Sprüche wie «Ich mach' hier nur die Kamera» oder «Ich bin Journalist und mach' den Text» sind denkbar schlechte Voraussetzungen, eine auch nur einigermaßen brauchbare Story hinzubekommen. Sie müssen die Aufgabe der Kollegen nicht selbst glänzend beherrschen, Sie müssen aber wissen, was machbar ist.

Wenn Sie kein Interesse an Bildern haben und auch nicht lernen wollen, wie man diese Bilder zu einer Geschichte zusammenbastelt, dann gehen Sie zum Radio (da stören die Bilder nicht) oder zu einer Zeitung mit viel Text. Vielleicht können Sie exzellente Texte verfassen und in Worten die kompliziertesten Zusammenhänge schlüssig erläutern. Solange Sie aber nicht die Macht der Bilder und der Töne erkannt haben und mit ihnen arbeiten wollen, sind Sie beim Fernsehen am falschen Platz. Sie werden dort nicht glücklich werden. Ihre Stärken liegen auf anderem Gebiet.

Um Ihnen «Fernsehen» nahezubringen, gibt es dieses Buch. Es soll eine Anleitung zur Praxis sein, was aber – leider – nicht bedeutet, dass es keine Theorie gibt. Wer eine Fremdsprache lernen und sprechen will, muss, auch ich kenne es aus eigener, bitterer Erfahrung, die Grammatik beherrschen. Die Grammatik des Fernsehens und des Films beruht auf Hintergrundwissen. Um nur ein Beispiel zu nennen: Warum verändert sich die Schärfentiefe eines Bildes, wenn ich an der Blende herumdrehe? Da möchte ich doch eigentlich den berühmten «Kinolook» in meinem Video haben und dann ist dieser schöne «Look» plötzlich wieder weg. Es fehlt zur Ergründung des Prob-

lems Hintergrundwissen, und deshalb ist der/die «Macher/in» dann frustriert. Nun, Sie kennen den «Kinolook» noch nicht? Dann sind Sie hier richtig. Hier werden Sie ihn kennenlernen.

Es gibt eine Menge technischer und theoretischer Fragen, die Ihnen in der Praxis begegnen werden, über die alleine schon dicke Bücher geschrieben wurden. Ich werde versuchen, sie für Unkundige möglichst verständlich zu erklären. Fachleute aus der Computertechnik und aus anderen Gebieten werden womöglich an einigen Stellen die Nase rümpfen ob der Vereinfachungen in den Erklärungen. Das aber wollen wir gemeinsam ertragen. Dieses Buch ist keine computertechnische Analyse, kein wissenschaftliches Werk, kein Fachbuch über Optik und Mechanik, sondern die schlichte Anleitung, Filme zu machen.

Nicht jeder kann es sich leisten, viel Geld und Arbeit in Projekte zu investieren, die unvollkommen bleiben werden. Aber es gibt Bücher, Programme und Workshops, und natürlich das «Learning by Doing». Die Informationen in Büchern und Zeitschriften vom Kiosk scheinen oftmals zu vielfältig und kompliziert zu sein. Dieses Buch ist hoffentlich verständlicher.

Glauben Sie nicht alles, was in vielen sogenannten Fachzeitschriften steht. Bei einigen Blättern geht nichts unter der neuesten Kamera, dem teuersten Zubehör, der kompliziertesten Software. Dort steht häufig zu lesen, die alte Ausrüstung sei eigentlich Schrott, auch wenn sie erst zwei Jahre alt ist. Dieses Geschreibsel ist Unfug. Technik ist Werkzeug, mehr nicht.

Es ist gleichgültig, ob Sie aus dem Amateurbereich kommen, ob Sie diesen Beruf erlernen oder ob Sie später einmal die Hintergründe erforschen wollen und dazu ein wenig Praxis benötigen. Es ist auch gleichgültig, wie teuer Ihre Kamera ist, ob sie goldene Zierleisten und bunte Rallyestreifen hat oder nicht. Hauptsache ist: Die Mühle nimmt Bilder und Töne auf. Entscheidend ist nämlich allein der Mensch hinter all der Technik. Sonst nichts.

Überlegen Sie sich, was Sie als Journalistin, als Journalist bei Ihren Kunden eigentlich erreichen wollen.

In einer Zeitung, einem Magazin, einem Buch vermitteln Sie Ihren Rezipienten Informationen, die von diesen aufgrund ihrer eigenen Erfahrungen interpretiert werden. Beschriebene Menschen bekommen eine Gestalt, haben eine bestimmte Stimmfarbe, entwickeln eigene Gerüche. Personen, Häuser, Stimmungen ähneln irgendwie bereits Erlebtem. Jeder Leser bastelt sich seine eigene Welt zusammen, die ihm logisch und liebenswert erscheint. In der Literatur ist alles möglich. Zauberer zaubern, Menschen fliegen, Geister vollbringen Wunder. Phantasie darf grenzenlos sein.

Beim Radio nehmen wir den Hörern schon einiges weg. Stimmfarbe, Betonung der Sätze, Aggressivität oder Angst, vieles ist durch Sprecher und Hintergrundgeräusche bereits festgelegt und deshalb nicht mehr interpretierbar. Radio schränkt unsere Vorstellungswelt deutlich ein. Es bleibt nur die Welt um die Protagonisten herum. Wir können uns noch vorstellen, wie sie aussehen, welche Kleidung sie tragen, wie ihre Welt aussieht. Noch immer können Zauberer zaubern, aber ihre Stimmfarbe ist festgelegt. Menschen können fliegen, auch wenn sie das nur behaupten. Geister müssen Geisterstimmen bekommen, die die Macher bestimmen, damit sie überhaupt geistern können. Der Phantasie werden Grenzen gesetzt.

Im Film und im Fernsehen ist Schluss mit Lustig. Hier ist alles definiert. Zauberer zaubern, die Tricktechnik macht's möglich. Menschen fliegen durch eingestanzten Hintergrund. Und Geister? OK.

Lesen Sie doch einfach die Geschichte *Herr der Ringe* von J. R. R. Tolkien und sehen Sie sich danach (nicht umgekehrt) die Filme im Kino an. Sie werden enttäuscht sein, denn die Bilder, die Sie im Kopf haben, finden nicht statt. Das ist wie «zu Hause selbst kochen» gegen «Fertiggerichte».

Ist damit das Ende der Phantasie erreicht?

Nicht ganz. Denn wir haben ein selbstständiges Unterbewusstsein, wir entwickeln Assoziationen, wir haben den Willen zur Phantasie, den Mut zur Kritik und wir denken – Gott sei Dank – nicht über alles so genau nach. Also

haben Sie als Journalist, als Journalistin immer noch die Möglichkeit Ihre eigene Geschichte zu erzählen. Sie müssen aber über Ihr Handwerk nachdenken und darüber, wie Sie Ihre Geschichte erzählen wollen.

Denn:

- Ihre Zuschauer können mitfühlen.
- Ihre Zuschauer können sich aufregen.
- Sie können Berichtetes mit Erfahrungem verbinden.
- Ihre Zuschauer können sich freuen, sie können trauern, leiden, sich erinnern, ablehnen, emotional reagieren.

Sie, als Journalistin, als Journalist können Bewegungen und Meinungsbildung mit Ihrer Geschichte hervorrufen. Sie können Menschen vernichten und erhöhen. Sie können Politik machen und Minderheiten vertreten. Aber Sie können auch Katastrophen herbeiführen und Verbrechen verniedlichen. Alle Wege stehen Ihnen offen. Seien Sie sich deshalb Ihrer Verantwortung bewusst.

Es stellt sich jedoch die Frage: Nützen mir als Journalisten diese Erkenntnisse überhaupt etwas? Wird nicht die Verbreitung von Fernsehbeiträgen übermorgen die alleinige Sache von finanzkräftigen, globalisierten Konzernen sein, die damit auch die Informations- und Deutungshoheit über aktuelle Geschehnisse haben? Zeigt nicht die internationale Entwicklung auf dem Informationsmarkt (nicht nur in diktatorisch geführten Ländern), dass Informationssteuerung eine Frage wirtschaftlicher und politischer Macht ist?

Natürlich ist es schwer, gegen den Strom der einseitigen Information aus macht- und profitbedingten Motiven anzuschwimmen. Aber selbst Beispiele aus Russland und China zeigen uns Möglichkeiten auf, die wir nutzen können. Früher bedurfte es teurer Produktionsmittel, der Zuteilung von Papier oder Sendefrequenzen, um Informationen zu verbreiten. Heute kämpfen die traditionellen Medien Fernsehen, Radio und Zeitung ums Überleben, weil es andere Angebote gibt, die leichter erreichbar, preiswerter und viel schwerer zu überwachen und zu beeinflussen sind. Das System hat Vor- und Nachteile, für Jour-

nalisten und Filmemacher überwiegen aber meines Erachtens die Vorteile.

Die Herstellung von Informationen und die Verbreitung durch Fernsehsender unterlag und unterliegt der Kontrolle von Geldgebern und deren hierarchischen Strukturen. Diese Strukturen aber brechen durch die Möglichkeiten der Verbreitung im Internet zusehends auf. Selbst ARD, ZDF und die privaten Anbieter nutzen, mit Widerspruch der Verlegerverbände, immer stärker ihre Internetpräsentationen und weiten sie aus. Verleger von Zeitungen hingegen engagieren sich stärker denn je in Fernsehangeboten regionaler und überregionaler Art. Aber es gibt auch kleine Gruppen, die, losgelöst von Verlegern und Sendern, Fernsehangebote ins Netz stellen. Dabei handelt es sich nur zum Teil um Beiträge von Ein-Mann/Frau-Teams (Videojournalisten), sondern häufig auch um Gruppenbeiträge.

Hier liegt in naher Zukunft (teilweise schon jetzt) ein großer Markt für Fernsehjournalisten, vergleichbar den «Independent»-Produktionen der USA, die die Unabhängigkeit von großen Studios und ihrem Einfluss anstrebten. Im Jahre 1919 gründeten Chaplin und Griffith die «United Artists», um größeren Einfluss auf ihre Werke zu haben. Bunuel und Dali drehten 1929 den Film EIN ANDALUSISCHER HUND als surrealistischen «Undergroundfilm», der auch eine «Independent»-Produktion war. Ab 1945 folgten viele sogenannte «Undergroundfilme» als «Independents», weil keine große Produktion dafür Geld ausgeben wollte. Deshalb besteht auch für «unabhängige» Fernsehproduktionen heute Hoffnung auf Erfolg. Ganz nebenbei: Die Produktionstrilogie HERR DER RINGE ist «Independent». Rechte werden auf dem internationalen Markt und bei Filmfestivals gehandelt.

Es gilt für uns Journalisten, die «Independents», also Unabhängige sein wollen, somit, für unser Vorhaben Geldquellen zu erschließen. Ein schönes Beispiel ist die Produktion «Osthessen News» von Martin Angelstein in Ful-

da. Angelstein und seine Frau hatten die Idee, eine regionale News-Sendung durch regionale Werbung zu finanzieren. Es ist ihnen gelungen. Heute beschäftigt die kleine Produktion in Fulda rund 30 Mitarbeiter. Ihre Internetproduktion hat erstaunlich hohe Quoten und wird auch im Werbeteil häufig frequentiert. Die Werbung funktioniert als Service für die Zuschauer, da hier die täglich wechselnden Angebote von Handel und Gastronomie verbreitet werden. Das Archiv, mit erstaunlich vielen Beiträgen, auch aus den vergangenen Jahren, ist für alle Zuschauer abrufbar. «Osthessen News» ist ein Vorbild für alle, die unabhängig, selbstständig und mutig sein wollen.

Es muss also nicht immer der große Fernsehsender sein, die überregional bekannte Produktionsfirma. Es kann auch ein kleiner Laden sein mit pfiffigen Ideen. Wie früher radio bremen mit BEATCLUB, AM LAUFENDEN BAND und LORiot. Wer Fernsehjournalismus betreiben will, kann das machen, es bedarf allerdings eines eisernen Willens, diese Tätigkeit auch dauerhaft durchzudrücken. Zu Beginn meiner Seminare frage ich immer die Teilnehmer: «Was wollen Sie werden? Journalist oder Intendant? Wenn Sie Intendant werden wollen, studieren Sie Theologie oder Jura und treten Sie der Partei bei, die in zehn Jahren an der Macht ist. Wenn Sie Journalist werden wollen, richten Sie sich darauf ein, dass Sie häufig Krach anfangen müssen und immer wieder wenig Geld verdienen werden. Niemand wird sich für Ihr Engagement bedanken. Sie werden häufig anecken und Probleme bekommen. Hierarchen werden Sie diskriminieren und Ihnen Steine in den Weg werfen. Sie werden unbequem sein für Machthaber, und wenn Sie tatsächlich einmal Lob bekommen sollten, denken Sie genau nach, was Sie falsch gemacht haben. Begegnen Sie Fernsehpreisen mit großem Misstrauen, denn eine Institution, die Preise vergibt, verfolgt eigene Interessen, die nicht die Ihren sein müssen. Aber: der Beruf wird Ihnen Riesenspaß machen.»