

Multimediale Informationen

zur Umstellung des WDR Funkhaus Düsseldorf auf einen bandlosen Produktionsablauf

Nils Domrös

Der Westdeutsche Rundfunk begann 2012 damit, das Funkhaus Düsseldorf schrittweise auf den neusten Stand filebasierter Fernseh-Technik umzubauen. Eine große Herausforderung an filebasierte Technik: Sie ist schwer zu „greifen“, schwer zu erklären. Umfassendes Wissen ist oft Einzelpersonen vorbehalten. Ein grundlegender Überblick ist aber für jeden Beteiligten wichtig.

Diesem Ziel widmete sich meine Arbeit von Anfang 2013 bis Ende 2014. Schrittweise Ergebnisse waren ein 9-minütiger Animations-Film, eine interaktive Präsentation und ein 3-minütiger Erklär-Film. Im Folgenden möchte ich näher darauf eingehen, unter welchen Voraussetzungen diese entstanden sind und nach welchen Kriterien ich sie gestaltet habe.

■ 9 MINUTEN FILM = 150 STUNDEN ARBEIT

Während der Erarbeitung des ersten Films befand ich mich noch in der Ausbildung zum Medien-gestalter Bild und Ton beim Westdeutschen Rundfunk in Köln. Die Kerngebiete der Ausbildung umfassen sowohl Fernseh- als auch Radio-Technik sowie die Gestaltung in Bild, Ton, Schnitt und Grafik. Anfang 2013 bekam ich die Aufgabe, in Eigenregie einen Informationsfilm zu erstellen. Dieser sollte interessierten Technikern die Möglichkeit geben, sich über die zukünftige filebasierte Produktionstechnik zu informieren. Die Mitarbeiter in Düsseldorf sollte dies als Erstes betreffen, da dort Ende 2013 der erste signifikante Schritt zum bandlosen Produzieren gegangen werden sollte.

Die Einarbeitung begann mit einem einwöchigen Besuch im „Test und Integrationssystem“ des WDRs in Köln. Dies ist ein Raum, in dem jede Komponente des filebasierten Produktionsablaufs in einem in sich abgeschlossenen System installiert ist. Es dient neben dem klassischen Testen von Software auch dazu, Arbeitsabläufe abzubilden. Das Testsystem

konnte neben der klassischen Projektarbeit also auch zum Schulen von „First-Usern“ (oftmals je ein Nutzer aus jedem Fachbereich, der mit seinem Wissensvorsprung als Multiplikator für seine Kollegen dient) genutzt werden. Da nicht jedem zukünftigen Nutzer eine Schulung am Testsystem ermöglicht werden konnte, war mein Ziel, den Film möglichst nah am Testsystem zu orientieren. Dies hatte mehrere Vorteile: Durch das Zeigen des Ortes zu Beginn und Ende des Films (journalistische Klammer) kann der Zuschauer an einem Punkt abgeholt werden, der real ist, an dem er unter Umständen sogar einmal vorbeigelaufen ist. Dadurch wird eine größere Aufmerksamkeit erlangt, als wenn mit abstrakten Systemübersichten in Animationsform begonnen wird. Neben dem visuellen Gegengewicht zu den Animationen, schaffen die Realaufnahmen auch eine höhere Glaubwürdigkeit. Die Aussage des Films hebt sich vom Theoretischen („So könnte es gehen“) zum Realen („So geht es“). Ein weiterer Kerngedanke bei der Erarbeitung war, mittels Symbolbildern den eigentlichen Nutzen eines Mechanismus klarer herauszuarbeiten. Ein Beispiel ist die Erklärung zur sogenannten MO-ID. Diese ist eine beitragsbezogene, eindeutige Zeichenfolge und haftet jedem Medien-Objekt an. Kein Material ohne MO-ID. Der Nutzen der MO-ID ist also: Identifizierbarkeit schaffen. Im Film wird zusätzlich zu der verbalen Erklärung ein Fingerabdruck eingeblendet. Mit „... so etwas wie ein Fingerabdruck“ bezieht sich der Sprecher direkt auf dieses Symbolbild. Das Bild erzeugt beim Zuschauer Assoziationen: Identität, Einzigartigkeit, Überwachung. Diese Attribute werden auf den Begriff MO-ID übertragen und der Nutzen der MO-ID bleibt so besser im Gedächtnis haften. Im Film findet diese Methode auch bei weiteren Begriffen Anwendung: Die immer gleiche Ordnerstruktur eines Beitrags wird durch eine Schublade mit abgetrennten Fächern verbildlicht. Die Funktionsweise einer technischen Formatvalidierung mit dem Bild eines Setzkastens.



Nils Domrös
WDR Düsseldorf
Stromstraße 24
40221 Düsseldorf
Nils.Domroes@
WDR.de

*Vortragsmanuskript
(gehalten auf der
Frühjahrstagung des
vfm am 5. Mai 2015)

| Titel | ZAP 1.0 Filebasierter Workflow | ZAP 2.0D Schulungsfilm | ZAP 2.0D Präsentation |
|------------|--------------------------------------|---------------------------|--------------------------|
| Medium | Film | Film | interaktive Präsentation |
| Länge | 9:21 Min | 3:20 Min | 142 Seiten |
| Zielgruppe | Techniker | Redakteure | Alle Mitarbeiter |
| Plattform | Intranet / Schulungen | Intranet / Schulungen | Intranet |

Abbildung 1:
Drei Informations-
materialien mit
unterschiedlichen
Zielsetzungen.

¹ www.bild-ton-vi-
deo.ch, Bestände
F_1005, F_1006 und
F_1025.

² Rudolf Müller
(2006), Radiopira-
ten und Wellen-
hexen, Memoriaiv
Bulletin, 13, 18-21.

³ Die Sendungen
von Radio Verte Fes-
senheim wurden im
Rahmen eines EU-
Projekts digitalisiert
und sind unter
www.danok.eu zu-
gänglich.

⁴ Vgl. Olivier Pra-
dervand & François
Vallotton (2013),
Le patrimoine au-
diovisuel en Suisse:
genèse, ressources,
reconfigurations,
Sociétés & Repré-
sentations, 35(1),
27-39.

Der Einsatz solcher Symbolbilder hat neben der Klarheit für den Zuschauer auch bei der Erarbeitung einen Vorteil. Sie stellen sicher, dass der Erklärende den eigentlichen Nutzen des Mechanismus auch selber verstanden hat. Denn das Erarbeiten eines Textes verleitet schnell dazu, Formulierungen aneinander zu reihen. Das Erarbeiten eines Bildes erfordert stattdessen eine Abstraktionsleistung. Auf der anderen Seite besteht allerdings auch die Gefahr, ein Symbolbild zu wählen, welches genau betrachtet ein falsches Verständnis vermittelt.

■ EIN FILM IST NICHT FLEXIBEL

Nach der Fertigstellung des Films wurde er im Intranet veröffentlicht und auf Informationsveranstaltungen vorgeführt. Im Folgenden schloss ich meine Ausbildung beim Westdeutschen Rundfunk ab und bekam einen Arbeitsvertrag im Funkhaus Düsseldorf. Dort ist man seit dem Erscheinen des ersten Films weitere Entwicklungsschritte zum filebasierten Produktionsablauf gegangen und der nächste große Schritt stand kurz bevor, sodass der Film von mir aktualisiert werden sollte. Die Grundvoraussetzungen und Zielsetzungen wichen jedoch so stark von denen beim ersten Film ab, dass ich mich gegen eine Erweiterung des Films entschied. So produzierte ein Teil der Mitarbeiter bereits bandlos und musste nur über die kommenden Veränderungen informiert werden. Der andere Teil sollte erstmalig in die filebasierte Produktion miteinbezogen werden. Auf diese unterschiedlichen Wissensstände konnte ich unmöglich mit einem linearen Medium wie dem Film reagieren. Daher entschloss ich mich, eine interaktive Präsentation zu erarbeiten. Idee dahinter war, dass ein Dokument alle Veränderungen zusammenfasst, der Mitarbeiter sich jedoch durch einen Abfragemechanismus vorerst nur die Änderungen ansieht, die ihn auch betreffen. Aus technischen Gründen fiel die Wahl auf das Programm PowerPoint. Es ist auf jedem Standard-Computer im Westdeutschen Rundfunk installiert, die Verteilung erfolgt per Email-Anhang und die Folien lassen sich samt ihrer Funktionen als PDF exportieren. Ebenfalls ließ PowerPoint ohne großen Aufwand, wie zum Beispiel

bei Internet-/Intranet-Seiten erforderlich, mehr gestalterische Freiheiten zu. Der „Kiosk-Modus“ deaktiviert die Linearität einer PowerPoint-Präsentation, indem der Nutzer nicht mehr per Maus-Klick oder Pfeiltasten zur nächsten Folie gelangt, sondern nur über die auf der Folie eingebauten Hyperlinks. Durch diese Links lassen sich Verzweigungen schaffen, so dass die Präsentation wie eine Internetseite funktioniert. Ein Vorteil: Wiederkehrende Begriffe, die mehrere Zielgruppen betreffen, lassen sich einmal auf einer Folie erklären und immer wieder verlinken. Neben der schnelleren Erarbeitung, fördern die Verlinkungen auch das Querlesen. Denn Mitarbeiter können neben den eigenen Veränderungen auch die der anderen Gewerke sehen.

Bei der Erarbeitung der Folien habe ich auf mehrere Prinzipien geachtet: Der Inhalt muss selbsterklärend sein, soll dabei aber auf lange Textpassagen verzichten. Wo möglich, Bilder einsetzen. Screenshots von Nutzeroberflächen sollen anklickbar sein, sodass sich der Nutzer optional die Buttons und Felder der Oberfläche erklären lassen kann.

Nach Fertigstellung und vor den ersten Anwenderschulungen wurde die Präsentation an die Mitarbeiter verschickt und im Intranet als Download bereitgestellt.

■ EIN BEITRAG VON A-Z

Was zu diesem Zeitpunkt fehlte, war eine Zusammenfassung der Arbeitsschritte, die für eine Beitragsproduktion nötig sind. Der Animationsfilm erklärte das Zusammenspiel der Systeme und die hinzugekommenen Funktionen. Ich plante einen weiteren Film, der auf einfachem Niveau anhand einer realen Beitragsproduktion nachzeichnen sollte, wie ein Beitrag von A-Z produziert wird. Fokus sollte darauf gelegt werden, wer, wo, wie in die Beitragsproduktion involviert ist. Die Zielgruppe sollte allgemein gehalten werden, sich also auch an die Mitarbeiter in den Redaktionen richten. Das Konzept des Films unterschied sich daher deutlich von dem des ersten Films. Hauptbestandteil waren Realaufnahmen, in denen eine Autorin bei der Arbeit an einem Beitrag für ein Nachrichtenmagazin begleitet

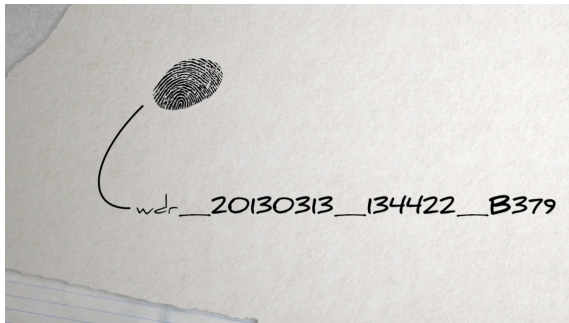


Abbildung 2: Ein Fingerabdruck visualisiert die Einzigartigkeit der MO-ID.

Abbildung 3: Ordnerstruktur eines Schnittprojekts bestehend aus den Materialtypen Archiv, Drehmaterial, Überspielungen und Grafik.

wird. Kurze Animationspassagen veranschaulichen wichtige Zusammenhänge. Gezeigt werden die Stationen Redaktionskonferenz, Planungsbüro, Ingest, Schnitt und Sendung. Redaktionskonferenz und Sendung dienen als journalistische Klammer und sind die einzigen Stellen im Film, in denen der Inhalt des Beitrags thematisiert wird. Dies dient wieder als journalistische Klammer und fängt die Aufmerksamkeit des Zuschauers ein. Methodisch arbeitete ich wieder mit Symbolbildern, wobei ich das alte Bild der MO-ID verwarf und ein Neues wählte. Ein Nummernschild erschien geeigneter, da es in der Realität genauso beantragt werden muss, wie eine MO-ID in der filebasierten Welt generiert werden muss. Ein Fingerabdruck existiert dagegen immer und bedarf keiner initialen Aktion. Dass es nötig war, diesen Zusammenhang noch einmal verdeutlicht herauszuarbeiten, zeigte sich daran, dass Redakteure regelmäßig vergaßen MO-IDs für Beiträge generieren zu lassen. Die Verwendung des Fingerabdrucks als Symbolbild vermittelte genau genommen also ein falsches Verständnis.

Der zweite Film wurde ebenso wie der Erste im Intranet veröffentlicht und war Bestandteil der Redaktionsschulungen. Die beiden Filme und die interaktive Präsentation konnten und können gut dafür eingesetzt werden, neuen Mitarbeitern einen grundlegenden Einblick in den bandlosen Produktionsablauf im Funkhaus Düsseldorf zu vermitteln. Jede der drei Informationsmaterialien funktioniert dabei auf einer unterschiedlichen Ebene. Angefangen mit Film 2, der darstellt welche Handlungen nötig sind, um einen Beitrag zu produzieren. Tiefgreifender mit Film 1, der darstellt welche grundlegenden systemischen Zusammenhänge bestehen. Und am detailliertesten die interaktive Präsentation, als Nachschlagewerk für neue und alte Funktionen.



Abbildung 4: Ein Nummernschild verdeutlicht den Zusammenhang, dass eine MO-ID einzigartig ist und beantragt werden muss.

■ HÄTTE ES EIN TEXT NICHT AUCH GETAN?

Abschließend bleibt die Frage offen, ob sich der größere Aufwand bei der Erstellung von multimedialem Informationsmaterial gegenüber klassisch schriftlichem Material gelohnt hat: Dabei muss in zwei Kriterien differenziert werden: Wer muss informiert werden und wann muss informiert werden. Die oben beschriebenen Informationsmaterialien wurden zu einem Zeitpunkt an die Mitarbeiter herausgegeben, an dem sich die Meisten gedanklich noch nicht mit einer Umstellung auseinandergesetzt haben. Diese wurde zwar diverse Male angekündigt, war aber in ihrer Gänze für einen Mitarbeiter, der nicht an der Projektarbeit beteiligt wurde, nicht zu greifen. In diesem Stadium werden zukünftige Veränderungen schnell als Verschlechterung gesehen, da sie von gewohnten Arbeitsmustern abweichen. Kommende Schulungen werden unmotiviert angegangen und die Stimmung im Team sinkt. Daher ist es essentiell, die Mitarbeiter frühzeitig „mitzunehmen“, indem man die Veränderungen ansprechend präsentiert. Das Medium Film eignet sich dafür besonders gut, da die Bereitschaft, sich einen Film anzuschauen deutlich größer ist, als sich einen langen Text durchzulesen. Der Aufwand bei der Erstellung wiegt sich durch die Akzeptanz und die Motivation der Mitarbeiter auf.

Gestalterisch aufwendiges Informationsmaterial lohnt sich also zweimal. Einmal bei der Motivation der alten Mitarbeiter und ein zweites Mal bei der Information der neuen Mitarbeiter.