

sichtplatz

Ein Magazin für mehr Durchblick

Konzept für eine regelmäßige Webstream-Produktion für YouTube-Kanal und frei zur Einbettung in andere Seiten.

Prolog:

Einst war der Sichtplatz der Ort, an dem das filmische Rohmaterial vor dem Schnitt gesichtet wurde, um die wichtigen, aussagekräftigen Einstellungen herauszufischen. Unser Sichtplatz will in bewegten Bildern und Gesprächen regelmäßig signifikante und relevante Geschichten erzählen – produziert von professionellen Autoren, Kameraleuten und Cuttern.

Es gibt viele brisante Themen und Fragen, die bei Kollegen in etablierten Medien nicht sonderlich beliebt sind, weil schon der Berichterstatte Gefahr läuft, einer unanständigen Gesinnung zugeordnet zu werden. Da lauert viel Ärger, vor allem aber die Notwendigkeit arbeitsaufwendiger Genauigkeit in der Recherche, um seriös Klartext anbieten zu können. Es gibt aber, unserer Überzeugung nach, auch den entsprechenden Bedarf.

Über kurz oder lang wird auch unter nicht mehr so ganz jungen Medienkonsumenten die Bedeutung des linearen Fernsehens abnehmen. Wo ein politisch Interessierter bislang einschlägige Fernsehmagazine konsumierte wird er künftig stärker auch auf journalistische und professionell produzierte Formate im Netz zugreifen, so sie denn angeboten werden.

Wer wir sind? Verantwortlich für dieses Projekt zeichnen ein Autor, Journalist und Redakteur, sowie ein Regiekameramann und Cutter, die schon seit Jahrzehnten zusammen Dokumentationen, Dokumentarfilme und Fernsehbeiträge produzieren und in ihrem Berufsleben auch Erfahrungen mit der kompletten Magazinproduktion gemacht haben.

Format(e):

Kernstück ist zunächst das in den folgenden Punkten beschriebene Magazinformat. Darüber hinaus planen wir weitere Angebote. So könnten in deutlich kürzerer Frequenz zusätzlich Gespräche bzw. kurze, konzentrierte und pointierte Übersichten produziert werden, die aus den Perlen, die die Redaktion beim Tauchgang im Nachrichtenmeer gefischt hat, bestehen. Perspektivisch sind selbstverständlich auch Doku- und Reportage Beiträge angedacht, aber das wäre dann ein nächster Schritt. Mehr dazu im Ausblick am Ende.

Das Magazin jedenfalls kann eine Länge von zehn bis zu 30 Minuten haben. Zielmarke sind eigentlich 15 bis 20 Minuten, aber da keine linearen Sendezeiten beachtet werden müssen, sind weder künstliche Längen noch qualitativ einschneidende Kürzungen zwingend erforderlich.

Inhalt:

Wir sind politisch, sehr politisch, weil alles politisch ist. Wir wollen die Fragen stellen, die selten gestellt werden, aus anderen Blickwinkeln schauen, als die Kollegen. Wir wollen auch mit Menschen reden, bei denen Kollegen lange überlegen müssen, ob man mit denen reden darf. Wir halten den Mainstream für zu langweilig und wollen das eigene freie Denken kultivieren.

Unsere Fragestellungen und Geschichten werden unkonventionell und schmerzhaft, Streitbar und umstritten sein. Wir wollen Irrwitz vorführen, an falschen Maßstäben rütteln, Klarheit herausfordern und provozieren.

Wir sind völlig unideologisch und pfeifen Ideologen gern mit den ihren Weltbildern feindlichen Aspekten der Wirklichkeit. Dies aber trotz aller Klarheit und manchmal Bissigkeit, Ironie und Satire immer mit Niveau, immer Contenance wachend. Wir sind keine Empörungstellvertreter für unsere Zuschauer. Mögen wir noch so arm und klein beginnen – wir sind souverän.

Machart:

Was kann der Zuschauer bekommen, das er woanders nicht bekommt? Hier die Antworten:

- Es werden andere Geschichten erzählt, als die, die schon überall laufen. Manchmal geht es um die gleichen Themen, aber aus einem neuen Blickwinkel.

- Wir mögen keine Denk- und Sprechverbote. Selbige werden, wo sie vorhanden scheinen, gern - zuweilen auch lustvoll - verletzt. Natürlich muss das immer hinreichend inhaltlich motiviert sein. Weder wollen wir dabei verbissen wirken, noch eine überzogene Drachentöterattitüde pflegen.

Es gibt drei Grundelemente, die miteinander verwoben werden. **Jedes Magazin ist ein einheitliches durchkomponiertes Werk.**

Die Bestandteile:

1. Rundumschlag

Zur Begrüßung ein kurzer bissiger Überblicks-Kommentar des Moderators: Ausgefeilt, satirisch, böse. Ob er dabei den Gesprächspartner der jeweiligen Ausgabe schon mit einbezieht, entscheidet sich danach, ob es sich inhaltlich anbietet. Ebenso die Einbeziehung von Filmzitate.

2. Beitrag/ Einspieler

Eine konkrete Geschichte, die sowohl Aufreger, als auch Posse sein kann. Von der Enthüllung bis zur Provinzposse ist hier alles möglich, solange das Thema eine gewisse Relevanz hat (auch eine Provinzposse kann pars pro toto relevant sein) und anspruchsvoll erzählt werden kann. Bei allem Anspruch soll sie selbstverständlich den Zuschauer nicht unberührt lassen.

Diese konkrete Geschichte kann aber muss kein geschlossenes Stück in der Form eines Magazinbeitrages sein und kann aber muss nicht mehrere Handlungsebenen aufnehmen.

Neben einer klassischen Beitrags- oder Reportageform kann es bei manchen Themen auch sein, dass sich Moderator und Gesprächspartner direkt in der bildlich (und mit anderen Tönen) unteretzten eingespielten Geschichte bewegen. Vielleicht ist er auch nur einem Handlungsort und erzählt die Geschichte – selbstverständlich mit angemessener Bebilderung - zusammen mit einem Protagonisten des Beitrags.

Ebenso passt hier die Verwendung von Fremdmaterial, allerdings – wie auch schon ggf. im Eröffnungskommentar - möglichst in kostenneutraler Form, d.h. es ist entweder rechtfrei oder wird

entsprechend des Zitatrechts verwendet. Der Moderator zeigt es beispielsweise auf einem Monitor, einer Leinwand, einem Screen etc. oder man nimmt den Mauerhintergrund aus dem Vorspann bildlich wieder auf.

Auch O-Töne aus Fremdmaterial können so eingesetzt werden. Wichtig ist, dass dieser Teil, egal wie er erzählt wird, andere O-Töne außer dem Gesprächspartner enthalten muss, egal ob diese selbstgedreht sind oder aus anderen Quellen stammen.

3. Gespräch.

Die Auswahl der jeweiligen Gesprächsorte ist in der Regel inhaltlich motiviert. Diese inhaltliche Motivation kann sich sowohl aus der Person des Gesprächspartners herleiten, als auch aus der in der Sendung erzählten Geschichte.

Gesprächspartner:

Wir haben bei der Auswahl der Gesprächspartner nur zwei Ausschlusskriterien:

1. Sie sind nicht interessant genug
2. Sie können oder wollen nicht reden

(2a – sie wollen viel Geld und wir können sie uns nicht leisten.)

Ansonsten gibt es nahezu keine Gesinnungs- oder andere Grenzen. Allerdings wird keinem, schon gar nicht Gesprächspartnern mit ideologiegeschwängerten Weltbildern, eine leichte Selbstdarstellung geboten. Es wird immer präzise, manchmal unkonventionell, in der Form kultiviert und höflich, wenn es sein muss hart gefragt und immer hinterfragt. Es darf im „gesendeten“ Gespräch keine Minute der Belanglosigkeit geben. Mit Geplänkel und Smalltalk soll der Zuschauer keine Sekunde belästigt werden.

Der Zuschauer darf nie das Gefühl haben, wir würden es einem Gesprächspartner zu leicht machen. Das muss nicht immer konfrontativ sein. Es kann auch einführendes Hinterfragen sein, aber weder Moderator noch Gesprächspartner dürfen unsere Zuschauer mit einer der üblichen Sprechblasen aus gängigen Talk-Formaten behelligen. Das klingt banal und steht wahrscheinlich in jeder Konzeption für ein Format, in dem das gesprochene Wort eine Rolle spielt, doch die Umsetzung scheitert letztlich meist daran, dass nicht genug Zeit in die dazu nötige Sorgfalt investiert wird. Bei Live-Formaten ist das natürlich nur begrenzt möglich. Aber wir sind kein Live-Format und müssen auch nicht für eine Pseudo-Authentizität so aussehen, sondern können jede Sendung im Schnitt zu einer Gesamtkomposition machen. So sind auch die Gesprächselemente auf die wirklich aussagekräftigen Momente verdichtet. Auch Begrüßungen, Dankesformeln etc. sind oft verzichtbar.

Kurz zusammengefasst: Am Gesprächspartner – egal wie viele Sendungselemente er mitträgt, ob wir eher konfrontativ oder kooperativ mit ihm sprechen – sind wir immer nah dran.

Zielgruppe:

Wir richten uns nicht an eine spezielle Gruppe. Es sind einfach alle, die sich über die Zeitläufte ihre eigenen Gedanken machen und dazu mehr Anregungen wünschen, als ihnen gegenwärtig geboten werden. Allerdings: So sehr wir uns um Klarheit und Verständlichkeit bemühen, allzu Bildungsferne ohne etwas Lebenserfahrung werden mit unserem Format vielleicht nicht so viel anfangen können.

Wir sind auch auf keine bestimmte Altersgruppe festgelegt. Aus Gesprächen wissen wir, dass es durchaus interessierte jüngere Zuschauer gibt, die an einem solchen Format interessiert sind. Aber selbst wenn große Zahlen jüngerer Zuschauer zunächst ausbleiben, selbst wenn wir nur Zuschauer aus unserer Alterskohorte gewinnen könnten, so ist das immer noch ein großes Potential, denn immerhin reden wir über die geburtenstärksten Jahrgänge. Von uns gibt's die meisten. Allerdings soll das Format in der Herangehensweise eindeutig kein Generationenprojekt sein.

Die Anmutung der Sendung ist allerdings nicht künstlich juvenil, um anderen YouTube-Produktionen zu ähneln. Dass die Macher schon ein paar Jahrzehnte lang Lebenserfahrung sammeln durften, wollen wir nicht kaschieren. Jüngere Zuschauer gewinnt man als Älterer ohnehin nicht durch peinliche Anbiederung, sondern eher durch Authentizität.

Finanzierung:

Natürlich kostet eine professionelle Filmproduktion Geld, auch wenn sie noch so sehr optimiert ist. Wir suchen deshalb – speziell für die Anlaufzeit - Ihre Unterstützung. Selbstverständlich freuen wir uns über jede Zuwendung und ebenso selbstverständlich erfahren Sponsoren eine angemessene öffentliche Würdigung für Ihr Engagement.

Ab 100,- EUR Erwähnung der Spende auf der sichtplatz- und der YouTube-Seite des entsprechenden Magazins

Ab 300,- EUR ergänzend mit Logo und Link

Ab 500,- EUR ergänzend Erwähnung im Abspann

Ab 1000,- EUR ergänzend Erwähnung im Abspann mit Logo

Ab 2000,- EUR ergänzend Erwähnung im Vorspann

Ab 3000,- EUR ergänzend Hinweis in der Moderation

Selbstverständlich sind die Kalkulationen und Abrechnungen der jeweiligen Produktion für Geldgeber einsehbar und überprüfbar.

Wenn Sie auch außerhalb dieses o.g. Rahmens investieren möchten, sind wir natürlich immer gesprächsbereit.

Selbstverständlich legen wir Wert auf unsere Unabhängigkeit und wollen nicht den Eindruck erwecken, unsere Aussagen seien käuflich. Deshalb wird auch, unabhängig vom Dank an Sponsoren, in der Moderation ggf. auf Geldgeber hingewiesen, wenn die evtl. in eine behandelte Geschichte oder das Themenfeld involviert sein können.

Ergänzende Formate:

Ohne das Magazin-Format aufweichen zu wollen und doch wieder nur sprechende Köpfe auf den Bildschirm zu bringen, sollte es ergänzend einen kurzen, prägnante, pointierten Überblickskommentar als eigene kleine Produktion geben können. Idealerweise ist aber auch hier mehr zu sehen, als ausschließlich der Moderator und es sind Ergänzungsproduktionen, auf die die oben beschriebenen Sponsorenangebote keine Anwendung finden.

In Ausnahmefällen ist auch ein reines Gespräch möglich, aber immer mit bildlicher Untersetzung und geschnitten, um Längen zu vermeiden.

Statt eines Epilogs:

Nach erfolgreichem Start des Projekts, denken wir natürlich auch über eine Erweiterung um reine Dokumentationsformate nach. Aber zunächst geht es ja hier um den ersten Schritt. Wir hoffen auf Ihre Hilfe. Für alle Nachfragen sind wir fast jederzeit erreichbar:

Telefon: (030) 88 55 21 70 und 0172 383 1696

E-Mail: info@sichtplatz.de