

INHALT

VORSPANN	12
EINLEITUNG	17
A DIE WIRKUNG VON LIVE-SENDUNGEN	23
A1 Warum Live-Fernsehen anders ist	26
» Das erzeugte Gemeinschaftsgefühl	27
» Das Phänomen der Gleichzeitigkeit	28
» Die Faszination des Augenblicks	29
» Der ungewisse Ausgang	30
» Die Bedeutung der Live-Rituale	31
A2 Die wichtigsten Live-Genres	34
» Aktuelle Informationssendungen	35
» Fernsehmagazine	37
» Talkshows	37
» Live-Entertainment	38
» Sport- und Eventübertragungen	39
» Transaktionsfernsehen	41
A3 Live-Fernsehen ist Formatfernsehen	42
» Was bedeutet Formatierung genau?	43
A4 Live oder Nicht-Live?	46
» Ereignisse müssen relevant sein	47
» Bigger than Live	48

B FASZINATION AM LAUFENDEN BAND

53

B1	Wer macht was bei einer Live-Sendung?	56
	» Jeder für sich und alle zusammen	57
	» Erstens: der inhaltlich-redaktionelle Bereich	58
	» Zweitens: der künstlerisch-kreative Bereich	62
	» Drittens: der technisch-operative Bereich	66
	» Viertens: der organisatorisch-administrative Bereich	69
B2	Die Technik	72
	» Technik ist nicht gleich Technik	73
	» Technik als Verbündeter	75
	» Der Stand der Technik entscheidet	76
	» Die Chancen der Digitalisierung	78
	» Arbeitsplatz Redaktion	79
	» Arbeitsplatz Schnitt	79
	» Arbeitsplatz Fernsehstudio	80
	» Arbeitsplatz Fernsehregie	82
B3	Was Redaktionen leisten müssen	84
	» Die Rolle der Redaktion	85
	» Das A & O aller Planungsarbeit: verlässliche Deadlines	86
	» Filmbeiträge in der Live-Sendung	87
	» Richtig anliefern am Beispiel der Beitragsproduktion	88
B4	Arbeiten im Live-Modus	92
	» Alles geschieht unter Zeitdruck	93
	» Vieles geschieht gleichzeitig	94
	» Proben sind unverzichtbar	94
	» Technik den Technikern überlassen	97
	» Es gibt nur eine Chance: Nutzen Sie diese!	98
	» Ratschläge für Einsteiger	99

C DAS HERZSTÜCK DER SENDUNG – DIE STUDIO-MODERATIONEN

103

C1	Die Rolle des Moderators	106
-----------	---------------------------------	------------

» Die Moderation als Darstellungsform	109
» Schwierige Situationen meistern	116
C2 Was Moderatoren können müssen	120
» Erfolgreich moderieren	122
» Tipps für den professionellen Umgang mit Moderatoren	127
C3 Moderationstexte schreiben	130
» Der perfekte Moderationstext	131
» Authentisch bleiben	133
C4 Visuelle Umsetzung von Moderationen	136
» Die bebilderte Moderation	137
» Mit Hintersetzerbildern arbeiten	139
» Requisiten beleben die Moderation	140
» Verblüffung perfekt: die Moderation mit virtuellen Effekten	141

D SENDUNG PLANEN **145**

D1 Von der Planbarkeit des Unplanbaren	148
» Die Zeitgebundenheit von Live-Themen	151
» Die Ortsgebundenheit von Live-Themen	154
» Tipps und Tricks zur Themenaufbereitung	157
» Der Sendungsbau: Reihenfolge und Gewichtung von Themen	159
» Die Struktur einer Talksendung: ein Beispiel	160
» Achten Sie auf den Audience-Flow	161
D2 Nah dran am Publikum	166
» Das Ziel ist die Aufmerksamkeit des Zuschauers	168
» Sendungsbewusst: ohne Dramaturgie keine Wirkung	168
» Mit dramaturgischen Modellen arbeiten	169
» Mit welchen Archetypen arbeitet das Fernsehen?	169
» Ein Masterplan mit Masterplot	171
» Ein Klassiker: die Reise des Helden	173
» Zutaten für den richtigen Dramaturgie-Mix	174
D3 Den Zuschauer bei der Stange halten	178
» Der Trick mit den Schrifteinblendungen	179
» Von Trailern, Teasern und Cross-Promotion	180

» Unbeschreiblich werblich: Gewinnspiele	183
D4 Ohne Erfolgskontrolle geht es nicht	184
» Wie die Programmforschung das Programm macht	186
» Wer schaut eigentlich zu?	187
» Die Gefahr der Überinterpretation	189
» Grenzen der Programmforschung	190
» Fit für den Quotencheck	190
» Programm machen bedeutet, sich zu bekennen	192

E SENDUNG GESTALTEN **195**

E1 Grundlegende Gedanken zur Fernsehgestaltung	198
» Fernsehrealität ist konstruierte Realität	199
» Was macht gute Fernsehgestaltung aus?	200
» Inhalte wechseln, die Form bleibt	202
» Gestaltungsgrundsätze statt Gestaltungsregeln	204
» Gestaltung im Geist der Zeit	208
» Launch, Relaunch oder Facelift	209
E2 Design oder Nichtsein: der Auftritt macht den Unterschied	212
» Spielarten des Corporate Designs	213
» Set-Gestaltung als gebaute Corporate Identity	215
» Was gute Set-Lösungen auszeichnet	217
» Verblüffung perfekt: das virtuelle Studio	220
E3 Richtig kommunizieren: die Bedeutung des Briefings	224
» Alle zusammen: die Studiobesprechung	225
» Die Bringschuld der Redaktion	227
» Die Bedeutung der Setposition	229
E4 Kamerastandpunkte: Bildgestaltung und ihre Wirkung	230
» Einstellungsklassiker, die Sie kennen sollten	231
» Im Studio zählt die Bewegung	234
» Bildführung zwischen Planung und Spontaneität	236
» Besonderheiten der Studiokamera	240
E5 Tanz der Bilder: der Bildschnitt	242
» Wie Bildauflösungen funktionieren	243

» Schnitt heißt Auswahl, Rhythmus und Timing	247
» Schnitt-Klassiker, die Sie kennen sollten	248
» Was Sie als Redakteur tun können	250
E6 Atmosphäre erzeugen: mit Licht	252
» Studiolicht: ein Fall für den Experten	253
» Licht leicht gemacht	256

F SENDUNG FAHREN **259**

F1 Das Rückgrat der Sendung	262
» Wenn alle Sendeelemente zusammenkommen	265
» Kein Ablauf ohne Ablaufbesprechung	266
» Team-Briefing vs. Einzel-Briefings	267
» Wie man richtig „tauft“	268
» Achtung: Logo-Falle!	270
F2 Die Steuerung des Sendeablaufs	272
» Der „Run-Down“ im Redaktionssystem	273
» Am Zeitmanagement führt kein Weg vorbei	275
» Kleine Helfer ganz groß	276
» Kommandodisziplin, bitte!	277
» Kurz vor live: der kritische Moment	279
F3 Wenn es schief läuft: Pleiten, Pech und Pannen	282
» Fehlervermeidung gehört zum Job	283
» Was tun bei Ausfällen?	284
» Kein Plan ohne Plan B: Warum Havarieszenarien so wichtig sind	286
» Planungssicherheit – um jeden Preis?	289
» Wichtig: Emotionen runterschrauben	290

G LIVE HANDELN – FERNSEHWISSEN FÜR FORTGESCHRITTENE **293**

G1 Die Außenübertragung	296
» Gut planen heißt, detailliert planen	297
» Formen der Außenproduktion	300

» Die wichtigsten Übertragungswege	302
» Richtig anfordern – am Beispiel Schalte	304
» Außenübertragung: die wichtigsten Fragen und Antworten	307
G2 Die Übertragung von Großevents	312
» Wahlsendungen: Komplexität bewältigen, nur wie?	313
» Bloß nichts versäumen!	316
» Die richtigen Bilder zur richtigen Zeit	317
» Das Dilemma der Gleichzeitigkeit	318
» Es spielt „das große Orchester“	319
G3 Die Rahmenbedingungen der Produktion	322
» Der Sinn von Aufzeichnungen	323
» Vorproduktionen für die Live-Sendung	324
» Teilaufzeichnungen als effiziente Alternative	326
» Die Live-on-Tape-Aufzeichnung	327
» Einmalige Sendung oder Studio-Standardproduktion?	329

H FERNSEHEN ANDERS DENKEN – NEXT-LEVEL-TV

333

H1 Wie das Internet das Fernsehen verändert	336
» Aus Zuschauern werden Mitmacher	337
» Ideen für Interaktionen	338
» Der Aufstieg des Social-TV	339
» TV und Online werden eins	340
» Der Mehrwert von Social-TV-Programmen	342
» Junge Zielgruppen sehen anders fern	343
H2 Alternative Distributionsformen des Live-Fernsehens	344
» Die Frage der Endgeräte	345
» Fernseh-Apps auf dem Vormarsch	346
» HbbTV – eine Chance für das Live-Fernsehen	346
» Ist YouTube das neue Fernsehen?	348
» Was Multichannel-Netzwerke anders machen	350
H3 Die digitale Ära	354
» Der digitale Turn und seine Auswirkungen auf den Journalismus	355

» Steigender Kostendruck – was nun?	356
» Redaktion und Produktion wachsen zusammen	360
» Wie wird Fernsehen in Zukunft produziert?	362
H4 Vom Sender zum digitalen Content-Lieferanten	364
» Die Zukunft gehört dem crossmedialen Arbeiten	365
» Hat das klassische Sendermodell noch eine Zukunft?	368
» Quo vadis Fernsehen?	369

I ZWISCHEN UMBRUCH UND AUFBRUCH 373

X ANHANG 383

X1 Quellen & Literaturvorschläge	384
X2 Bildnachweise	387
X3 Danksagung	390