

Publizistisches Leitbild

Gestützt auf Art. 2 und 20 Abs. 2 Ziff. 11 der Statuten sowie Art. 4 Abs. 2 lit. c und 4 Abs. 3 lit. b des Organisationsreglements erlässt der Verwaltungsrat dieses publizistische Leitbild:

Präambel

Die bärnTV AG (in der Folge «bärnTV» genannt) ist ein Medienunternehmen mit Sitz in Bern. Unternehmenszweck ist es, mithilfe des Regionalfernsehens bärnTV die **Meinungsvielfalt, die Kultur** und die **Zusammengehörigkeit** auf regionaler Ebene zu fördern. bärnTV soll eine unabhängige Meinungsbildung, eine qualitativ hochstehende Berichterstattung und eine, breite Bevölkerungsschichten ansprechende **Kommunikationskultur** ermöglichen.

Sinn und Zweck dieses Leitbildes ist es, den Mitarbeitenden von bärnTV sowie der interessierten Öffentlichkeit die **Leitgrundsätze** und den **publizistischen Anspruch** bekannt zu machen, an welche sich bärnTV und ihre Redaktionen gebunden fühlen.

Die bärnTV entfaltet ihre Tätigkeit im TV-Bereich auf der Basis der vom Bundesrat erteilten Konzessionen. Sie erfüllt im öffentlichen Interesse einen **Programmauftrag** und ist somit der Gesellschaft und der Öffentlichkeit verpflichtet. Gleichzeitig steht sie in wirtschaftlicher und publizistischer Konkurrenz zu anderen Medien. Dieses Leitbild bildet die Grundlage für das **ethische und publizistische Verhalten** in diesen Spannungsfeldern, um die Erfüllung des Programmauftrags sowie **die Unabhängigkeit der Redaktion** sicherzustellen.

Unsere Werte

bärnTV steht ein für

- **Freiheit und Würde** aller Menschen, Toleranz gegenüber Andersdenkenden, **Solidarität** mit Schwächeren
- die **demokratische Grundordnung** unseres Landes, freie Meinungsbildung und Dialog
- die **Freiheit der Kunst** als Basis für das kulturelle Schaffen und Wirken
- die Anerkennung der Vielfalt und Unterschiedlichkeit der Menschen im Sinne des Konzepts der **Diversität**
- unsere freie **Wirtschaftsordnung**
- Verantwortung gegenüber **Natur und Umwelt**

- politische und konfessionelle **Neutralität**

Unsere Ziele

bärnTV betreibt eigenständige, unabhängige Medienunternehmen. Deren Zuschauerinnen und Zuschauer bzw. Nutzerinnen und Nutzer vermitteln diese ein möglichst vielfältiges und umfassendes Bild des Geschehens mit Schwerpunkt im Kanton Bern und in den Freiburger Bezirken See und Sense (in der Folge «Grossraum Bern» genannt).

Dabei ist bärnTV insbesondere bestrebt:

- einen wesentlichen Beitrag zur Information und zur **Meinungs- und Willensbildung** in der Region zu leisten,
- die **relevanten regionalen und lokalen Geschehnisse** in Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur, Bildung und Sport im Rahmen einer **unabhängigen Berichterstattung** sachgerecht, sowie thematisch und formal vielfältig abzubilden,
- die **unterschiedlichen Meinungen** und Interessen und die sie vertretenden Personen und Personengruppen gebührend zu berücksichtigen und zu Wort kommen zu lassen,
- das regionale **Kulturschaffen** abzubilden und über **kulturelle Veranstaltungen** im Grossraum Bern zu berichten,
- die regionalen Informationsinhalte mehrheitlich in vertiefenden, einordnenden und analysierenden Formaten aufzubereiten, um die **Hintergründe und Zusammenhänge des Geschehens** darzulegen,
- den journalistischen Grundsätzen der **Ausgewogenheit, Sachgerechtigkeit, Wahrhaftigkeit und Fairness** nachzuleben,
- als regionales Medium den **Zusammenhalt der Bevölkerung im Konzessionsgebiet** (Kanton Bern, ohne Verwaltungsregion Berner Jura sowie Kanton Freiburg: Bezirke See und Sense) zu fördern.

bärnTV ist ein marktwirtschaftlich orientiertes Unternehmen. Zu einem wesentlichen Teil finanziert es sich aus dem Verkauf von Werbezeit. Die daraus resultierenden Einnahmen dienen der langfristigen Sicherung der **Eigenwirtschaftlichkeit** sowie der kontinuierlichen inhaltlichen und technischen Weiterentwicklung.

Wir und unsere Umwelt

- Die Medien der bärnTV sind unabhängige Medien und gleichzeitig Teil der Gesellschaft des Grossraums Bern und der angrenzenden Gebiete. Ihren Auftrag erfüllen sie deshalb in ständigem **Diskurs** mit ihren Bezugspersonen aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur, Bildung und Sport.
- Die Medien derAG spiegeln das Geschehen in unserer Gesellschaft und dem Grossraum Bern. Sie analysieren und interpretieren dieses Geschehen **nach bestem Wissen und Gewissen** und unter angemessener Berücksichtigung des gesellschaftlichen und kulturellen Wandels.
- Die Medien der bärnTV pflegen mit allen Aussenstehenden einen **fairen und konstruktiven Dialog und** informieren **transparent** über wesentliche interne Vorgänge. Anregungen und Kritik nehmen sie ernst. Mit **Fehlern** gehen sie konstruktiv um. In berechtigten Fällen gewähren sie das Gegendarstellungsrecht.
- Die Medien der bärnTV bekennen sich zu einem fairen **Leistungswettbewerb** unter den Medien. Den Kampf um die Aufmerksamkeit der Medienkonsumenten wollen sie durch inhaltliche Qualität für sich entscheiden.
- Die Medien der bärnTV pflegen einen regen **Austausch** mit weiteren Veranstaltern aus der Region, dem In- und Ausland. Sie geht dabei Kooperationen ein, wenn diese der Erfüllung ihre Ziele und Aufgaben dienen.
- Die Medien der bärnTV bauen mit ihrem Kulturangebot eine **Brücke** zwischen der Bevölkerung im Grossraum Bern und den Kulturschaffenden und deren Bestreben, einzigartige geistige, materielle, intellektuelle und emotionale Leistungen zu erbringen.

Unsere Unternehmensphilosophie

- Der **Führungsstil** bei bärnTV ist geprägt durch klare Zielsetzungen und die Vorbildfunktion der Vorgesetzten. Diese führen partizipativ und situationsbezogen. Aufgaben und Kompetenzen werden immer auf die tiefstmögliche Stufe delegiert.
- bärnTV **informiert** ihre Mitarbeiter offen, zeitnah, transparent und stufengerecht. Der Informationsfluss ist nicht nur von oben nach unten, sondern auch von unten nach oben sicherzustellen.
- Die Medien der bärnTV bleiben in ihrer Organisation **beweglich**. Überschaubare Aufgabenbereiche und klar definierte Verantwortungen sind Basis für die Anpassungsfähigkeit, welche der stete Wandel der Medienwelt fordert.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

- Angesichts der grossen Leistungen, welche Mediennutzer, Gesellschaft und Gesetz von den Medien verlangen, sind auch die **Anforderungen** an die Mitarbeitenden hoch. bärnTV erwartet von ihnen:
 - Hohe Motivation, Engagement und Einsatz
 - Journalistischer Berufsethos
 - Identifikation mit den Zielen des Unternehmens
 - Ideenreichtum, gepaart mit dem Sinn für das Machbare
 - Ehrlichkeit und Offenheit
 - Interesse am lokalen Service Public
 - Flexibilität
- Die Leistungen unserer Medien sind in erster Linie Teamleistungen. Der **Zusammenarbeit** kommt deshalb eine tragende Rolle zu. Erfolgreiche Zusammenarbeit wiederum erfordert gegenseitiges Verständnis und den Willen, Probleme offen zu lösen.
- Wir möchten die Vielfalt in unserer Gesellschaft auch in unserer Redaktion und damit unserer publizistischen Arbeit abbilden. Bei der Rekrutierung des Personals berücksichtigen wir deshalb aktiv **Diversität** auf den Ebenen Geschlecht, Alter und Herkunft.
- Das persönliche Potential jedes Mitarbeitenden bildet die Basis für die zukünftige Entwicklung der Elektronischen Medien. Der **kontinuierlichen Aus- und Weiterbildung** jedes Mitarbeitenden aufgrund von Leistung und Begabung wird deshalb grosses Gewicht beigemessen.
- bärnTV ist sich seiner **sozialen Verantwortung** gegenüber seinen Mitarbeitenden bewusst. Es entlohnt sie fair und berücksichtigt dabei Funktion, Erfahrung und Leistung sowie die Situation auf dem Arbeitsmarkt.

Grundsätze im Umgang mit diesem Leitbild

- Dieses Dokument ist **öffentlich** auf der Website von bärnTV einsehbar.
- Alle Mitarbeitenden von bärnTV haben jederzeit das Recht, die **Einhaltung dieses Leitbildes** bei Geschäftsleitung oder Verwaltungsrat einzufordern.
- Bestehen Zweifel über die konkrete **Auslegung** dieses Leitbildes, ist die Geschäftsleiterin/der Geschäftsleiter Ansprechpartner.
- Dieses Leitbild wird mindestens einmal jährlich durch die Geschäftsleitung auf Aktualität **überprüft**, wobei sie explizit auch Inputs der Redaktion berücksichtigt. Änderungen des Leitbildes bedürfen der Genehmigung durch den Verwaltungsrat.

Schlussbestimmungen

Dieses Leitbild wird mit Rechtskraft der neuen Konzession in Kraft gesetzt.



Qualitätssicherungskonzept

Präambel

«Die Medien leisten einen wesentlichen Beitrag zur unabhängigen Information, zur freien Meinungsbildung, zur demokratischen Auseinandersetzung, zur kulturellen Entfaltung und zur Identität unserer Gesellschaft.» (Verein Qualität im Journalismus)

bärnTV wurde mit dem Zweck gegründet, qualitativ hochwertige, relevante und erfolgreiche Medien für die Region Bern herzustellen. Das kann nur gelingen, wenn die publizistische Qualität in der täglichen Arbeit einen hohen Stellenwert genießt. Das vorliegende Konzept beschreibt, wie bärnTV sein Qualitätsmanagement betreibt.

Was verstehen wir unter journalistischer Qualität?

Es gibt zahlreiche Definitionen journalistischer Qualität. Für bärnTV gilt die folgende:

Journalistische Qualität bezieht sich auf die Fähigkeit von Journalist:innen, genaue, verlässliche und ausgewogene Informationen zu liefern, die relevant, aktuell und von öffentlichem Interesse in unserer Region sind.

Qualitätsjournalismus soll die ethischen Standards des Journalismus respektieren und sich an Prinzipien wie Wahrhaftigkeit, Unabhängigkeit, Objektivität, Fairness und Transparenz halten. Er soll eine breite Palette von Perspektiven und Standpunkten berücksichtigen und eine klare Unterscheidung zwischen Nachrichten, resp. Fakten und Meinungen treffen.

Ein weiteres Merkmal von Qualitätsjournalismus ist die gründliche Recherche und Überprüfung von Fakten. Es ist essentiell, dass Journalist:innen ihre Informationen aus zuverlässigen Quellen beziehen und die Richtigkeit und Genauigkeit ihrer Berichterstattung gewährleisten.

Zusammenfassend gilt, dass journalistische Qualität eine Kombination aus Professionalität, Integrität und einer Verpflichtung zur Wahrhaftigkeit und Relevanz ist, die sich durch genaue und ausgewogene Berichterstattung auszeichnet.

Faktoren zur Erreichung publizistischer/journalistischer Qualität

Um im Journalismus täglich hohe Qualität zu erreichen, bedarf es eines komplexen Zusammenspiels aller Beteiligten, guter Rahmenbedingungen, definierter Richtlinien und Prozesse, aktiver Führungsarbeit und permanenter Kommunikation. Zentral ist das Verständnis dafür, dass der Prozess der Qualitätsverbesserung niemals abgeschlossen ist und nur mit hohen individuellen und kollektiven Anstrengungen vorangetrieben werden kann.

Folgende Faktoren sind für die Qualitätssicherung wichtig:

- **Qualitätsziele**
 - Branchenregeln
 - Inhaltliche und formale Qualitätsziele
 - Sendekonzepte
- **Rahmenbedingungen**
 - Personelle Ressourcen
 - Anstellungsbedingungen
 - Technische Infrastruktur
 - Einfach zugängliche Informationsquellen (Agenturen)
 - Anforderungen des Leistungsauftrags
- **Führung**
 - Qualitätsorientierung des Kaders
 - Wissen der Mitarbeitenden über unsere Qualitätsziele
 - Wissen über Publikumsresonanz (z.B. Zuschauerzahlen)
 - Mitarbeitergespräche und Zielvereinbarungsprozesse
 - Verantwortlichkeit Qualitätssicherung
- **Aus- und Weiterbildung**
 - Angebot und Systematik der Aus- und Weiterbildung
- **Arbeitsprozesse**
 - Planungstools
 - Themenfindung/-planung (Redaktionssitzungen)
 - Prozesse zur Sicherung und Kontrolle der Qualität (Vier-Augen-Prinzip, Beitragsabnahme)
 - Feedback und Sendekritik
 - Umsetzung von Erkenntnissen (Rückkoppelung, z.B. mit dem System STEP)
- **Externe Beurteilung**
 - Sendungsmonitoring (z.B. über KQS)
 - Zuschauerreaktionen

Konkrete Umsetzung / Qualitätsmanagement

1. Qualitätsziele

- 1.1. **Branchenregeln:** Es gilt die Erklärung der Rechte und Pflichten der Journalist:innen des Schweizer Presserats. Diese werden allen Mitarbeitenden im Intranet zugänglich gemacht

und anlässlich von Schulungen thematisiert.

- 1.2. **Inhaltliche und formale Qualitätsziele:** Diese gehen in erster Linie aus dem Publizistischen Leitbild, dem Sendehandbuch (Programmstrukturen und -inhalte) und dem Redaktionshandbuch (redaktionell-handwerkliche Regeln bei bärnTV) hervor. Alle diese Dokumente werden den Mitarbeitenden bei Stellenantritt übergeben, sind im Intranet aufgeschaltet und sind regelmässig Bestandteil interner Schulungen.

2. Rahmenbedingungen

- 2.1. **Personelle Ressourcen:** Um trotz beschränkter finanzieller Mittel im publizistischen Bereich über möglichst umfangreiche personelle Ressourcen zu verfügen, gilt bei bärnTV:
- Primat der Redaktion: verfügbare finanzielle Mittel werden wenn immer möglich der Redaktion zugeteilt.
 - Ressourcenallokation: um eine Verzettelung der Kräfte zu verhindern, werden neue Programmprojekte nur umgesetzt, wenn die Ressourcen der Nachrichtenredaktion unberührt bleiben.
- 2.2. **Anstellungsbedingungen:** Unsere im Lohnreglement festgeschriebene Lohnpolitik garantiert faire, aber nicht überdurchschnittliche Löhne. Um dennoch hoch qualifizierte Mitarbeitende rekrutieren zu können, die andersorts mehr verdienen könnten, setzen wir auf folgende Benefits:
- Kontinuierliche und systematische Aus- und Weiterbildung, auch im Austausch mit anderen Medien
 - Im Lohnsystem festgeschriebene Lohnentwicklung, welche Leistung und wachsende Erfahrung berücksichtigt
 - Möglichkeit zur konvergenten Arbeit auf verschiedenen Medienvektoren
 - Möglichkeit zur Teilzeitarbeit
- 2.3. **Technische Infrastruktur:** Unsere Beschaffungsstrategie zielt auf maximale Effizienz beim Produktionsprozess. Deshalb arbeiten wir mit modernen Arbeitsmitteln, die wir laufend der technischen Entwicklung anpassen. Beispiel dafür sind VJ-Cams, welche Bilder bereits während des Drehs an die Redaktion übermitteln, ferngesteuerte Studio-Kameras und eine hochautomatisierte Senderegie.
- 2.4. **Informationsquellen:** Unsere Redaktion verfügt über Zugänge zu Keystone-sda, der Schweizerische Mediendatenbank SMD sowie zum über Jahre aufgebauten internen bärnTV-Archiv in Wort und Bild.
- 2.5. **Anforderungen des Leistungsauftrages:** Die Vorgaben der Konzession und des Leistungsauftrages werden anlässlich von Redaktionsmeetings und Weiterbildungen regelmässig thematisiert. Die entsprechenden Dokumente sind im Intranet zugänglich.

3. Führung

3.1. **Qualitätsorientierung des Kaders:** Das Führungspersonal spielt bei der Qualitätssicherung eine zentrale Rolle. Es instruiert die Mitarbeitenden, nimmt ihre Arbeit ab und bewertet sie. Folgende Instrumente befähigen das Führungspersonal zu seinen Aufgaben:

- Weiterbildung: wer bei bärnTV Führungsfunktionen übernimmt, erhält eine entsprechende Führungsschulung
- Kader bzw. Produzentensitzungen: einmal monatlich treffen sich Chefredaktion und Kader zum Austausch. Dabei kommen insbesondere auch Führungsthemen und Qualitätsziele zur Sprache.
- Information: Kadermitarbeitende erhalten regelmässig Informationen der Geschäftsleitung zu Geschäftsgang, Nutzerzahlen und laufenden und/oder geplanten Projekten

3.2. **Wissen der Mitarbeitenden über unsere Qualitätsziele:** Den Mitarbeitenden unsere Qualitätsziele zu vermitteln, ist Voraussetzung für deren Erreichung. Dies geschieht auf folgenden Wegen:

- Unterlagen/Dokumente: unsere wesentlichen Qualitätsziele sind festgehalten im Sendehandbuch (Programmstrukturen und -inhalte) und im Redaktionshandbuch (redaktionell-handwerkliche Regeln bei bärnTV). Diese erhalten alle Mitarbeitenden, zudem sind sie im Intranet abrufbar.
- Täglicher Produktionsprozess: In den täglichen Produktionsprozess fliessen von Seiten der Redaktionsleitung laufend qualitätsbezogene Inputs ein, unsere Qualitätsstandards sind damit permanent präsent, siehe auch Punkt 5
- Weiterbildung: Qualitätsziele sind regelmässig Thema in unseren internen Weiterbildungsveranstaltungen, siehe auch Punkt 4
- Information: einmal pro Quartal wird die gesamte Belegschaft von der Geschäftsleitung über aktuelle Themen und Ziele informiert

3.3. **Wissen über Publikumsresonanz:** Zur Bewertung der Publikumsresonanz stehen uns im Wesentlichen zwei Instrumente zur Verfügung:

- Nutzerzahlen der Mediapulse: diese stehen als Tages-, Monats- und Semesterauswertungen zur Verfügung. Zudem werden Senderatings erstellt. Diese Zahlen sind Teil der regelmässigen Reportings zuhanden des Stiftungsrates. Sie bilden ausserdem die Basis für programmstrategische Entscheidungen
- Feedback aus dem Publikum (Anrufe, Zuschriften, E-Mails, etc.): diese werden von der Administration gesammelt und dem Verantwortlichen Qualitätssicherung zur Verfügung gestellt, welcher sie systematisiert und sie in die halbjährlichen QS-Berichte aufnimmt

3.4. **Mitarbeitergespräch und Zielvereinbarungsprozess:** Jährlich führen die direkten Vorgesetzten Mitarbeitergespräche mit ihren Teammitgliedern durch:

- Vorgängig Zustellung des MAG-Formulars, das Mitarbeitende und Vorgesetzte als Gesprächsvorbereitung ausfüllen
- Gespräch entlang Formular: positive und negative Feststellungen, Zielerreichung vergangenes Jahr, Massnahmen und Ziele neues Jahr
- Formular wird gegenseitig unterzeichnet und im Personaldossier abgelegt

- 3.5. **Verantwortlichkeit Qualitätssicherung:** Der Verantwortliche Qualitätssicherung (V-QS) wird noch vor Aufnahme des Sendebetriebs bestimmt. Der V-QS erstellt halbjährlich einen QS-Bericht zuhanden der Geschäftsleitung, in dem er das Verbesserungspotential benennt und entsprechende Massnahmen beantragt.

4. **Aus- und Weiterbildung**

Die Qualifikation unserer Mitarbeitenden und damit unsere Anstrengungen im Bereich Aus- und Weiterbildung bilden die Basis für das Erreichen unserer Qualitätsziele. Unser Konzept zur Aus- und Weiterbildung ist detailliert im Aus- und Weiterbildungsreglement nachzulesen. Aus Sicht der Qualitätssicherung seien folgende zentralen Punkte festgehalten:

- Alle Mitarbeitenden haben das Recht auf regelmässige Weiterbildung. Für externe Ausbildungen stehen jährlich mindestens 1% der Gesamt-Lohnsumme zur Verfügung.
- Neben externer Ausbildung sind die internen Ausbildungsmassnahmen wichtig: wir führen regelmässig interne Schulungen zu spezifischen Themenbereichen durch wie z.B. Storytelling, Interviewtechnik, Kameraführung, Bildgestaltung, Schnitt, juristische Rahmenbedingungen etc. Zudem organisieren wir individuelle Coachings in den Bereichen Sprechausbildung, Moderation etc.
- Volontariate bei uns sind Grundausbildungen mit festgelegtem Ausbildungsplan. Volontär:innen werden systematisch in die einzelnen Aufgabenbereiche eingeführt und können das Erlernte rasch und unmittelbar in der Praxis umsetzen.

5. **Arbeitsprozesse**

5.1. **Planungstools:** Der redaktionelle Planungs- und Produktionsprozess ist Basis der Qualitätssicherung. Dieser ist komplex und kann nur mit einem professionellen Planungstool effizient gesteuert werden. Wir setzen dazu die international von zahlreichen TV-Stationen verwendete Software «Octopus» ein. Diese ermöglicht unter anderem:

- Themenplanung für unterschiedliche Medienkanäle und Sendungen
- Zentrale Sammlung und Ablage von Recherchematerial (Agenturstoff, Text, Video, Audio, Archiv)
- kollaborative Zusammenarbeit (mehrere Journalist:innen arbeiten am selben Thema, resp. ein Thema wird auf mehreren Vektoren ausgespielt)
- Ressourcenplanung (Mitarbeitende, Material)
- Übergabe der Inhalte an Payout-Systeme

5.2. **Themenfindung und -planung:** Die Themenfindung erfolgt bei bärnTV über folgende Instrumente:

- tägliche Produzentensitzung: Anhand der Vorplanung durch Inputer und Redaktionsleitung werden «Must»-Themen definiert
- tägliche Redaktionssitzungen: Must-Themen werden kommuniziert und ergänzt mit Vorschlägen aus der Redaktion. Tagesaktuelle Themen werden auf die Reporter:innen/Redaktor:innen verteilt. Nicht-tagesaktuelle Vorschläge wandern in die weitere Planung durch Inputer

- Inputer: sammelt und filtert Themen für die folgenden Tage, macht Erstrecherchen, organisiert Weiterbearbeitung durch Redaktor:innen, sorgt für Terminierung von Themen und für Themennachzüge
- Chefredaktor:in plant mittel- und langfristige anstehende Themenschwerpunkte und Grossereignisse (Wahlen und Abstimmungen, Fasnacht etc.)

5.3. **Qualitätssicherungsprozesse im Tagesgeschäft:** Die Steuerung und Überwachung der konkreten Themenumsetzung in Beiträge und Sendungen hat grossen Einfluss auf das generelle Qualitätsniveau. Grundsätzlich orientieren sich unsere Mitarbeiter:innen an die im Publizistischen Leitbild, im Redaktionstatut, sowie im Redaktionshandbuch festgelegten Qualitätskriterien. Im journalistischen Alltag sind zudem folgende Instrumente zentral:

- Bei der Übergabe des Beitrags- bzw. Sendethemas durch Redaktionsleitung/Produzent:in an die Journalist:innen wird gemeinsam ein Aussageziel definiert. Das zwingt beide Seiten, sich auf die wesentlichen Linien des Beitrags zu einigen: (Fragestellungen, Protagonist:innen, Beitragsaufbau, Bildsprache, Konklusion etc.)
- Im Lauf der Recherche/Produktion des Beitrags finden Feedbackschlaufen zwischen Produzent:in und Journalist:in statt: Kann das Aussageziel aufrecht erhalten bleiben? Wie müssen allfällige Anpassungen aussehen? Muss der Beitrag «gekippt» oder auf später verschoben werden, weil z.B. sich die ursprüngliche These als falsch herausstellt? Dieses Vorgehen führt zu einer höheren Qualität der Beiträge im Sinne der Qualitätssicherung.
- Die beiden wichtigsten Feedbackmomente sind jene vor dem Schnitt (in dem der Beitrag auf seine Stringenz und auf Verständlichkeit geprüft wird), sowie die eigentliche Abnahme (vor der Vertonung). Der/die verantwortliche Produzent:in macht dabei eine Gesamtbeurteilung des Beitrags: journalistisch-inhaltlich, handwerklich, sprachlich-erzählerisch, technisch. Auch hier zählen selbstverständlich die definierten Qualitätskriterien. Gleichzeitig ist die Abnahme ein wichtiger Teil des Feedbackprozesses. Nur abgenommene Beiträge dürfen ausgestrahlt werden.
- Bei der Beitragsplanung werden laufend sogenannte «Reservebeiträge» vorgehalten. Das sind Beiträge, die bezüglich Ausstrahlung nicht zeitkritisch sind und dann eingesetzt werden können, wenn ein tagesaktueller Beitrag ausfällt, weil er die Qualitätsanforderungen nicht erfüllt. Ohne Reservebeiträge würde hingegen die Gefahr bestehen, dass auch Beiträge ausgestrahlt werden, welche die Qualitätskriterien nicht vollständig erfüllen.

5.4. **Feedback und Sendekritik:** Wenn es um die mittel- bis längerfristige Sicherung und Verbesserung der Qualität geht, sind systematisches Feedback und Sendekritik unverzichtbar: Institutionalisiert eingesetzt werden diese Instrumente wie folgt:

- Einzelfeedback immer bei der Abnahme der Beiträge und Sendungen
- Kurzfeedback zur Sendung des Vortages immer zum Start der Redaktionssitzung
- Ausführliche Sendekritik einmal wöchentlich an einer verlängerten Redaktionssitzung
- Feedback zur Gesamtarbeitsleistung anlässlich des jährlichen Mitarbeitergesprächs

5.5. **Positive Rückkoppelung:** Aus den Erkenntnissen, die sich aus der täglichen Auseinandersetzung mit den Qualitätskriterien und den externen Inputs (Nutzerzahlen, Zuschauerreaktionen, KQS) ergeben, ziehen der Verantwortliche für die Qualitätssicherung, die Chefredaktion, sowie die Geschäftsleitung Schlüsse, die anlässlich der halbjährlichen Qualitätsaudits in der Geschäftsleitung die Basis für allfällige Massnahmen bilden:

- Anpassung von Strukturen und Arbeitsabläufen
- Anpassung des Ressourceneinsatzes
- Überarbeitung der qualitätsrelevanten Unterlagen
- Aus- und Weiterbildungsbedarf
- Kommunikation

6. Externe Beurteilung

bärnTV verfügt über folgende externe Quellen für Informationen, welche bezüglich Qualitätssicherung relevant sind:

- 6.1. **Nutzerzahlen:** Die Nutzerzahlen der Mediapulse stehen uns laufend zur Verfügung. Allerdings geben sie nur generell Aufschluss darüber, wie gut das Programm beim Publikum ankommt, nicht zwingend aber über die publizistische Qualität. Zudem sind Rückschlüsse auf einzelne Sendeformate, geschweige denn einzelne Sendungen angesichts des bei Regionalsendern sehr grossen statistischen Vertrauensintervalls nur sehr beschränkt möglich. Zumindest aber lassen Vergleiche von Zeitperioden Aussagen über die Entwicklung einzelner Sendeformate zu. Somit sind die Nutzerzahlen bezüglich Qualitätssicherung lediglich ein «Begleitfaktor».
- 6.2. **Kommission für Qualitätssicherung (KQS):** Die KQS spielt als externes, unabhängiges Beurteilungsgremium eine sehr wichtige Rolle für die Qualitätssicherung. Die Kommission ist ein hochkarätiges Fachgremium aus Expert:innen im Bereich Medien und Kommunikatio. Es überprüft nach eigenem Ermessen viermal pro Jahr den publizistischen Output von bärnTV und teilt seine Schlüsse mit der Chefredaktion. Die Feststellungen der KQS werden zudem in die halbjährlichen Qualitätsaudits der Geschäftsleitung getragen. Die KQS wird mit Aufnahme des Sendebetriebs von bärnTV konstituiert.
- 6.3. **Zuschauerreaktionen:** Zuschauerreaktionen erreichen den Sender heute vornehmlich über E-Mail oder per Telefon. Das Sekretariat sammelt diese Reaktionen, ordnet sie nach einem Themenraster und leitet sie an den Verantwortlichen Qualitätssicherung weiter. Der Aussagewert dieser Reaktionen ist zwar beschränkt, vermittelt aber ein zusätzliches Stimmungsbild zur Resonanz des Senders.

BÄRNTV



für Bärn!



REDAKTIONS- HANDBUCH

EINLEITUNG

GESCHICHTEN ERZÄHLEN MIT BEWEGTBILD

Keine andere journalistische Form spricht so viele Sinne an wie das bewegte Bild. Wir sehen, hören und erleben Menschen und Situationen ganz unmittelbar. Das bringt viel Verantwortung für die Journalist:innen. Video, Film und Fernsehen sind eine Inszenierung der Realität. Auch wenn sie einen dokumentarischen Anspruch haben. Mit dieser Inszenierung solltest du vorsichtig umgehen. Im Gegenzug bietet dir Video dafür Möglichkeiten, von der die Darstellungsformen Audio und Text nur träumen können.

Dies ist ein Handbuch für die Praxis bei bärnTV. Einsteigerinnen und Einsteiger sollen damit im Videojournalismus schnell auf ein gutes Level kommen. Fortgeschrittenen soll es als Nachschlagewerk und Inspiration dienen. Das Handbuch taugt für den Newsjournalismus, aber auch für Videos im Web-/Social Media-Bereich.

Das Handbuch gliedert sich in einen journalistischen und einen handwerklichen, resp. technischen Teil.

INHALTSVERZEICHNIS

Teil 1: Journalismus	3
Rahmenbedingungen	4
Voraussetzungen für die Berichterstattung	6
Themenwahl	6
Journalistische Grundsätze	6
Der Umgang mit Quellen	13
Trennung von Fakten und Meinungen (Kommentar)	15
Handwerkliches	15
Fehlerkultur und Umgang mit dem Publikum	16
Teil 2: Technik	17
Videoformate	17
Codecs	18
Framerate	19
Gute Bilder	22
Schärfe	22
Belichtung	24
Weissabgleich	28
Gute Kameras	30
Camcorder	31
Systemkamera	31
Smartphone	31
Filmen	33
Level 1 bis 6	33
Drehschluss	45
Schneiden	46
Die erste Szene	46
Audio aussteuern und mischen	49
Goldene Regeln, die dir das Leben leichter machen	51

«JOURNALISM IS PRINTING WHAT SOMEONE ELSE DOES NOT WANT
PUBLISHED; EVERYTHING ELSE IS JUST PUBLIC RELATIONS»¹
GEORGE ORWELL

TEIL 1: JOURNALISMUS

Ohne professionellen Journalismus wäre Demokratie nicht möglich. Kein Mensch würde sich freiwillig durch seitenlange Protokolle von Parlamentsdebatten durcharbeiten, niemand würde Gesetzesvorlagen oder Expertenberichte wälzen. Dafür ist die Welt zu komplex und die Zeit zu knapp. Ausserdem: ohne unabhängige Medien hätten Populisten, Oligarchen oder Verschwörungstheoretiker völlig freie Bahn und könnten ihre Parolen, Propaganda oder Falschinformationen unwidersprochen in die Welt setzen.

Erst der Journalismus, der politisch, gesellschaftlich, kulturelle oder wirtschaftliche Vorgänge an die Öffentlichkeit bringt, macht eine öffentliche Debatte und damit die Demokratie möglich.

¹ «Journalismus bedeutet, etwas zu drucken, was jemand anderes nicht gedruckt haben möchte. Alles andere ist bloss PR.» Es ist historisch nicht ganz unumstritten, ob das Zitat wirklich George Orwell zuzuschreiben ist.

RAHMENBEDINGUNGEN

SERVICE PUBLIC

Der Begriff kommt aus dem Französischen und bedeutet «öffentlicher Dienst». Üblicherweise ist damit die Gesamtheit aller Dienstleistungen gemeint, die gegenüber der Allgemeinheit erbracht werden. **Zu dieser Grundversorgung gehört auch die Versorgung der Bevölkerung, resp. der Bürgerinnen und Bürger mit relevanten Informationen.**

Als konzessionierte TV-Station hat bärnTV einen solchen Service Public-Auftrag. Unser Redaktionsstatut konkretisiert den Auftrag in Art. 2 sinngemäss wie folgt:

Die Medieninhalte sprechen breite Bevölkerungsteile an. Sie werden verständlich vermittelt und eingeordnet. Sie sollen den Meinungsbildungsprozess, sowie die regionale Identifikation und Zusammengehörigkeit fördern (...).

Die Konsequenz des Service Publics im Bereich Fernsehen ist, dass die Frage nach der Relevanz von Informationen wichtiger sein kann als die Frage nach der Zuschauerquote.

Die lokalen Schweizer TV-Stationen haben zwar alle sehr treue Publika. Nur sind diese in absoluten Zahlen viel zu klein, als dass man ein TV-Programm ohne Gebührengelder herstellen könnte. Und das wird sich in absehbarer Zeit auch nicht ändern.

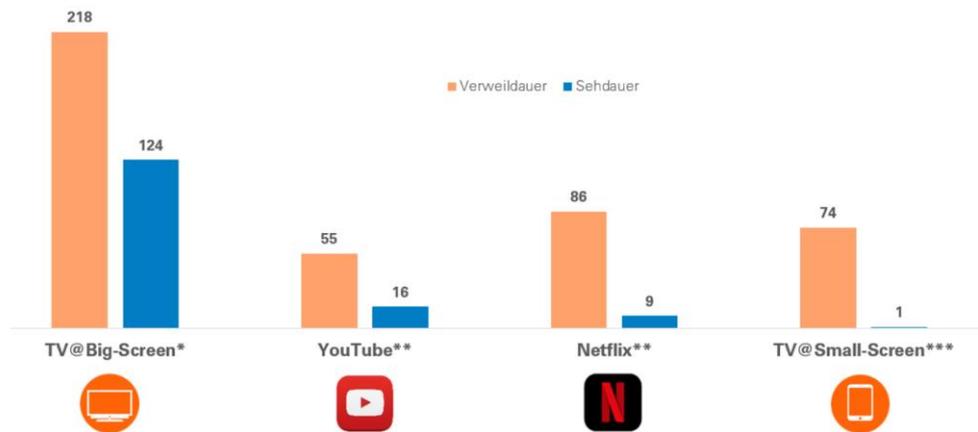
RANDBEMERKUNG: TV IST NOCH LANGE NICHT TOT

Gerne und oft wird dem Fernsehen der Untergang prophezeit. So wie man das Ende der Radiostationen in Aussicht stellte, als das Fernsehen erfunden wurde und in den Wohnzimmern Einzug hielt. Aber bekanntlich gilt: Totgesagte leben länger. Die TV-Stationen werden sich zu Plattformen wandeln und eigene Replay- oder On demand-Angebote schaffen oder haben das bereits getan. Daneben wird das lineare Fernsehen im Sinne eines kuratierten Angebots wahrscheinlich nie ganz verschwinden. Es gibt Momente, in denen will das Publikum ganz einfach eine Auswahl vorgesetzt bekommen, die es gut findet (und es bleibt dran) oder schlecht (es zappt weg).

Die Mediapulse-Statistik vom vierten Quartal 2022 zeigt: TV steckt die anderen Plattformen/Anbieter noch immer ziemlich locker in die Tasche.

Tägliche Verweil- und Sehdauer Q4/22 in Minuten

Schweiz gesamt



*Mediapulse TV Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+ (mit Gästen), VD, SD, 24h, Mo-So, all TV-Platforms, Live + recorded View, Nutzung Zuhause, TV-Set

**Mediapulse Streaming Data, 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, VD, SD, 24h, Mo-So, Streaming-Platforms, Nutzung Zuhause, All Screens

***Mediapulse Streaming Data 1.10.–31.12.2022, Personen 3+, VD, SD, 24h, Mo-So, WebTV-Platforms, Nutzung Zuhause, Small screens

AM KLASSISCHEN FERNSEHGERÄT (BIG)

VORAUSSETZUNGEN FÜR DIE BERICHTERSTATTUNG

Damit Journalismus funktioniert, muss er gewisse Regeln einhalten. Zu einer Reihe von Regeln hat sich die Branche selbst verpflichtet. Unter anderem die **Erklärung der Pflichten und Rechte der Journalistinnen und Journalisten** des Schweizerischen Presserats², dazu gibt es Vorgaben, die durch Gesetze (RTVG, ZGB, StGB, etc.) oder durch die Konzession gemacht werden. bärnTV verfügt ausserdem über ein eigenes **Redaktionsstatut**. Dieses ist für alle Mitarbeitenden verbindlich. Neben ganz grundsätzlichen Leitplanken (Ziff. 2 und 3 Redaktionsstatut) wie dem Grundsatz der Unabhängigkeit oder der Trennung von Redaktion und Werbung definiert das Redaktionsstatut auch journalistische Grundsätze. Die folgenden Ausführungen sind als Konkretisierungen oder Erklärungen zu verstehen.

THEMENWAHL

Die richtigen Inhalte zu wählen, ist eine grosse Herausforderung. Als Lokalmedium haben wir den Anspruch, über das zu berichten, was für das Publikum in unserem Sendegebiet *relevant* ist. Das bedeutet, das Thema...

- betrifft Menschen im Sendegebiet direkt oder indirekt (es kann auch eine abstrakte oder zukünftige Betroffenheit sein), die Bedeutung kann politisch, wirtschaftlich, sportlich, kulturell oder gesellschaftlich sein.
- ist besonders wichtig, Menschen sollen sich darüber eine Meinung bilden können
- es hat eine konkrete Auswirkung auf ihre Lebenswelt
- hat exemplarischen Charakter für eine bestimmte Entwicklung
- ist besonders überraschend oder birgt starke Bilder.

JOURNALISTISCHE GRUNDSÄTZE

«Oberste Gebote für alle Mitarbeitenden sind Fairness und Sachgerechtigkeit. Daran halten sie sich sowohl bei der Beschaffung, der Auswahl, Interpretation und Kommentierung von Informationen, als auch bei der Berücksichtigung Andersdenkender. Als Journalistinnen und Journalisten sind die Mitarbeitenden der bärnTV AG der Öffentlichkeit verpflichtet. Dies steht selbst über dem Interesse des Arbeitgebers und jenem staatlicher Organe.» (Ziff. 3 Redaktionsstatut)

² https://www.impressum.ch/fileadmin/user_upload/Dateien/Merkblaetter_Statuten_etc/061229-rechte-pflichten.pdf

Für jedes Medienunternehmen und damit auch für uns ist **Glaubwürdigkeit** ein sehr kostbares Gut. Sie muss jeden Tag wieder aufs Neue unter Beweis gestellt werden. Glaubwürdigkeit ergibt sich aus einer **korrekten, sachgerechten, ausgewogenen** und **unabhängigen** Berichterstattung. Das bedeutet für uns:

- Wir sind der Wahrheit verpflichtet
- Wir kennen unsere Quellen (und schützen sie)
- Wir recherchieren nicht mit unlauteren Methoden
- Wir berichtigen, was sich als falsch erweist
- Wir distanzieren uns von Diskriminierung und Rassismus
- Wir zahlen nicht für Informationen (zulässig ist sind Spesenentschädigungen für Aufwand und/oder Reisen von Informations- oder Interviewpersonen)

*«bärnTV hat den Anspruch, **sachgerecht** und **ausgewogen** zu Berichten. Ausgewogenheit bedeutet, dass alle relevanten Meinungen zu einem bestimmten Thema zur Sprache kommen sollen. Das kann – muss aber nicht zwingend – im gleichen Beitrag, resp. in der gleichen Sendung sein. Sondern es kann auch später erfolgen.*

Dazu gibt es Ausnahmen:

Bei schwerwiegenden Vorwürfen muss der betroffenen Partei Gelegenheit zur Stellungnahme geboten werden.» (...) (Ziff. 4.0 Redaktionsstatut)

AUSGEWOGENHEIT

Journalismus orientiert sich an einem Grundsatz aus dem römischen Recht: «Audiatur et altera pars»³. Insbesondere bei kontroversen politischen, gesellschaftlichen oder wirtschaftlichen Themen ist er wichtig. Er bedeutet, dass auch die Gegenseite oder die Gegenseiten Gelegenheit zur Stellungnahme erhalten müssen. Je wichtiger das Thema oder je schwerwiegender die Vorwürfe, umso mehr muss das noch innerhalb des gleichen Beitrags, Interviews oder innerhalb der gleichen Sendung erfolgen.

Bei weniger kontroversen Themen ist es auch zulässig, dass andere Meinungen erst zu einem späteren Zeitpunkt zu Wort kommen. Wichtig ist, dass im Gesamtangebot unseres Programms die Positionen Pro und Contra ausgewogen vertreten sind.

Das Gebot der Ausgewogenheit gilt nicht bedingungslos. Eine andere Meinung muss *relevant* sein. D.h. sie muss von einer genügend grossen Minderheit (also nicht nur von einer einzelnen Person) vertreten werden. Nur dann hat sie einen Anspruch, von Journalistinnen und Journalisten gehört zu

³ Man höre auch die andere Seite.

werden. Sie darf nicht offensichtlich anerkannten wissenschaftlichen oder gesellschaftlichen (oder gar gesetzlichen) Positionen völlig zuwiderlaufen.

Im Umgang mit unseren Interviewpersonen oder Protagonist:innen wahren wir die notwendige Distanz. Es darf keine Abhängigkeit entstehen. Fühlen wir uns einem Protagonisten zu nahe (z.B. weil wir ihn/sie persönlich kennen) treten wir in den Ausstand und geben das Thema einer Kollegin oder einem Kollegen weiter. Über Ausnahmen entscheidet die Redaktionsleitung.

SACHGERECHTIGKEIT

Sachgerecht ist unsere Berichterstattung dann, wenn wir alle relevanten Argumente und Fakten zur Sprache bringen. Zudem muss eine journalistische Beurteilung (eine sogenannte Einordnung) möglichst objektiv und frei von persönlichen Ansichten oder von Meinungen und Präferenzen der Entscheidungsträger erfolgen. Sachfremde Argumente dürfen nicht mit einfließen. Subjektive Erwägungen müssen wir – wenn wir sie überhaupt einfließen lassen – auch solche erkennbar machen.

BESONDERE ANFORDERUNGEN IM VORFELD VON WAHLEN UND ABSTIMMUNGEN

«Spätestens ab vier Wochen vor einem Urnengang ist darauf zu achten, dass beide Positionen gehört werden. Die Redaktionsleitung oder die Chefredaktion können Ausnahmen in begründeten Fällen bewilligen.» (Ziff. 4.0 Redaktionsstatut)

Vor Abstimmungen und Wahlen müssen die konträren Positionen **innerhalb des gleichen Beitrages resp. der gleichen Sendungen** wiedergegeben werden. Podien, resp. Sendungen müssen ausgewogen besetzt sein, die Redeanteile müssen gleichmässig verteilt werden.

Hingegen erachten wir es als zulässig, uns bei der Zusammensetzung von Interviewpodien an den Parteistärken zu orientieren und beispielsweise nur VertreterInnen von Parteien einzuladen, die Fraktionsstärke im Parlament haben.

ACHTUNG DER PERSÖNLICHKEITSRECHTE

bärnTV achtet die Privatsphäre als hohes Rechtsgut. Aufzeichnungen (Bild und Ton, auch bei Telefongesprächen und Videocalls) von Personen **werden nur mit deren Einverständnis** gemacht. Wir geben uns als Journalist:innen von bärnTV zu erkennen.

Wann ist keine Einwilligung notwendig

*«In Ausnahmefällen kann ein **Vorgesetzter** diese Regel ausser Kraft setzen, wenn es für eine Recherche notwendig ist, oder ein **höheres öffentliches Interesse** besteht. Allerdings dürfen die journalistischen Grundsätze dennoch nicht verletzt werden.» (...) (Ziff. 4.5 Redaktionsstatut)*

In der Praxis obliegt es der Chefredaktion zu entscheiden, ob eine verdeckte Recherche gemacht wird oder nicht. Dieses Mittel ist äusserst zurückhaltend anzuwenden.

Grundsatz: Kein Rückzug von Interviews für mediengewandte Personen

Wer den Umgang mit Medien gewohnt ist, kann ein Interview nicht zurückziehen. Geht es allerdings um Aussagen, die inhaltlich falsch sind und die der Interviewpartner berichtigt haben möchte, sind wir als Journalist:innen sogar dazu verpflichtet, dies zu korrigieren.

Transparenz über Zusammenhang der Aufnahmen

Gegenüber Auskunft- und Interviewpersonen machen wir transparent, welche Ausschnitte wir verwenden, sofern sie es wünschen. Wir reissen dabei keine Aussagen aus dem Zusammenhang. Ein Anspruch auf Abnahme des Beitrags besteht grundsätzlich nicht. Im Ausnahmefall kann dies im Vorfeld vereinbart werden, z.B. wenn es darum geht, bei einem komplexen Thema korrekt und fehlerfrei zu berichten. In der Regel genügt es in diesem Fall, die entsprechenden Passagen des Offtextes gegenlesen zu lassen.

Filmaufnahmen auf öffentlichem Grund

«Die Bildaufnahme von Personen ohne deren explizite Einwilligung ist gestattet, wenn sie sich freiwillig in der Öffentlichkeit exponieren (Beispiel: Demonstration) oder wenn sie zufällig ins Bild geraten.» (Ziff. 4.5 Redaktionsstatut)

Als journalistische Profis ist es für uns selbstverständlich, dass wir ZufallsprotagonistInnen im Zweifelsfall ansprechen und sie auf unsere Aufnahmen aufmerksam machen, sobald wir das Gefühl haben sie seien «zu prominent» im Bild.

EXKURS: DEMONSTRATIONEN

Demos sind in Bern als Hauptstadt ein Dauerbrenner. Es gab und gibt immer wieder Phasen, in denen viel demonstriert wird. In der Berichterstattung dazu geht es nicht immer nur die um Inhalte selbst, sondern oft auch um Meta-Themen. Also um die Diskussion zur Meinungs- und Versammlungsfreiheit oder zur Arbeit der Ordnungskräfte.

Für die filmische Arbeit gilt auch hier (wie oben zu «Filmen auf öffentlichem Grund»): Wer demonstriert, will gesehen werden. Deshalb sind Filmaufnahmen und Fotos von Demonstrierenden zulässig. Allerdings *nicht als ein einzelnes Individuum*, sondern als Teil der Veranstaltung. Folglich machen wir bei Demos keine Nahaufnahmen von Gesichtern, durch die Teilnehmende klar identifizierbar werden. Ausnahmen gelten, sofern es sich bei den demonstrierenden Menschen um Personen des öffentlichen Interesses handelt (z.B. Politiker oder Politikerin).

Bei der Berichterstattung über Demonstrationen machen wir zwar den **Inhalt** oder den **Grund** für eine Kundgebung transparent. Wir verpflichten uns aber nicht, nur oder überwiegend über die inhaltlichen Anliegen der Demonstrierenden zu berichten, sofern andere Aspekte relevanter sind. Dazu zählen insbesondere die Störung der öffentlichen Ruhe und Ordnung, des Verkehrs, Sachbeschädigungen oder Auseinandersetzungen mit den Behörden (Polizei).

Im Falle von Aspekten abseits des eigentlichen Gegenstands der Demonstration orientieren wir uns in der Berichterstattung an folgenden Fragen:

- führte die Kundgebung zur einer Behinderung des Verkehrs oder zu einer Störung des öffentlichen Lebens?
- kam es zu Sachbeschädigungen?
- kam es zu Verletzung von Personen? Waren sie an der Kundgebung beteiligt?
- kam es zu Gewalt zwischen Polizei und Demonstrierenden?
- hat die Polizei das Notwendige unternommen, um die Situation zu de-eskalieren?
- hat die Polizei das Notwendige unternommen, um Unbeteiligte oder fremdes Eigentum zu schützen und/oder die öffentliche Ordnung wieder herzustellen?
- hat eine der beiden Seiten provoziert?
- gab es eine bewilligte Route oder einen bewilligten Standort und haben sich die Demonstrierenden daran gehalten?
- Wurden die Demonstrierenden von Dritten (Einzelpersonen oder Gruppe) in ihrer Aktivität gestört?

GERICHTSBERICHTERSTATTUNG

Unsere Gerichtsberichterstattung ist sachlich, neutral und orientiert sich an den Fakten. Bis zu einem (rechtskräftigen) Urteil gilt die Unschuldsvermutung. Darauf nehmen wir in unserer Berichterstattung Rücksicht. Wir weisen darauf hin, dass Vorwürfe u.U. noch nicht bewiesen sind und/oder von Ermittlungsbehörden oder dem Gericht abgeklärt werden. Wir sprechen von «Angeklagten», «Beschuldigten» oder «mutmasslichen Tätern» und benutzen den Konjunktiv

(Möglichkeitsform, z.B. der Angeschuldigte soll das Delikt X begangen haben). Das gilt insbesondere auch dann, wenn wir in der Phase vor einer Verhandlung sind, z.B. wenn die Staatsanwaltschaft die Anklageschrift publiziert.

Grundlage der Berichterstattung ist nicht die emotionale Sichtweise, sondern die juristische. Das bedeutet:

Wir weisen bei Urteilen darauf hin, dass sie unter Umständen noch nicht rechtskräftig sind, bzw. weitergezogen werden können.

Wir sind zurückhaltend mit der **Formulierung «wurde für schuldig befunden»**. Diese wird nur dann verwendet, wenn ein Gericht sie in der (mündlichen) Urteilsbegründung ebenfalls verwendet. Obwohl Tatvoraussetzungen erfüllt sind, kann es sein, dass es nicht zu einem Schuldspruch kommt. Zum Beispiel, weil sich ein Täter zurecht auf Notstand oder Notwehr beruft oder weil er nicht schuldig ist. Diese Zusammenhänge machen wir dem Publikum transparent.

NAMENSNENNUNG VS. ANONYMITÄT

«Wir respektieren die Privatsphäre als hohes Rechtsgut. Vor diesem Hintergrund verzichten wir bei Unglücksfällen, Verbrechen oder Gerichtsfällen auf Namensnennungen, sowohl von Tätern, wie auch Opfern. Eine Ausnahme ist möglich, falls die Polizei aus Fahndungsgründen den Namen bekannt gibt. Bei Personen, die in der Öffentlichkeit stehen, halten wir uns an die Empfehlung des Schweizer Presserates: Eine Namensnennung ist erlaubt, wenn die betroffene Person mit einem politischen Amt oder einer staatlichen Funktion betraut ist und wenn sie beschuldigt wird, damit unvereinbare Handlungen begangen zu haben. Eine Namensnennung ist ebenfalls zulässig, wenn eine Person in der Öffentlichkeit allgemein bekannt ist. Allerdings müssen die ihr vorgeworfenen Handlungen im Zusammenhang mit ihrer Bekanntheit stehen.» (Ziff. 4.2 Redaktionsstatut)

Gerade im Bereich von strafrechtlich relevanten Vorwürfen (auch schon vor einem konkreten Verfahren oder vor einer Anzeige oder Anklageerhebung) haben mögliche fehlbare Personen ein **Recht auf Anonymität**. Auf **Namensnennungen** oder auf die Publikation von **identifizierbarem Bildmaterial** ist deshalb grundsätzlich **zu verzichten** (das Publikum kann daraus auch keine Information oder keinen Nutzen ziehen). Dass andere Medien einen Namen nennen, ist für uns kein Grund, ihnen zu folgen. Selbst, wenn eine angeschuldigte Person geständig ist, nennen wir den (vollen) Namen nicht. (Bsp: Tötungsdelikt durch Alice F., 2019, Waffenläufer Mischa E., 2002⁴).

Ausnahme: Personen des öffentlichen Interesses

Anders stellt es sich dar, wenn es sich um Personen mit einem öffentlichen Amt handelt. Wir halten uns an die Empfehlung des Schweizer Presserates:

⁴ <https://presserat.ch/complaints/namensnennung-und-identifizierbare-abbildung-stellungnahme-vom-31-januar-2003/>

«Eine Namensnennung ist erlaubt, wenn die betroffene Person mit einem politischen Amt oder einer staatlichen Funktion betraut ist und wenn sie beschuldigt wird, damit unvereinbare Handlungen begangen zu haben. Eine Namensnennung ist ebenfalls zulässig, wenn eine Person in der Öffentlichkeit allgemein bekannt ist. Allerdings müssen die ihr vorgeworfenen Handlungen im Zusammenhang mit ihrer Bekanntheit stehen.» (Ziff. 4.2 Redaktionsstatut)

Im zweiten genannten Fall – die Person ist in der Öffentlichkeit allgemein bekannt – sind wir dennoch vorsichtig, v.a. in Fällen, in denen die betroffene Person ihre Bekanntheit eben erst durch kurzfristige Medienberichterstattung erlangt hat.

Weitere Ausnahmen gelten gemäss Presserat, wenn die betroffene Person ihren Namen im Zusammenhang mit Vorwürfen oder einem Verfahren selber öffentlich macht oder ausdrücklich in die Veröffentlichung einwilligt, sowie wenn die Namensnennung notwendig ist, um eine für einen Dritten nachteilige Verwechslung zu vermeiden⁵. So können insbesondere für das Publikum Verwechslungen oder falsche Verdächtigungen geklärt werden, die auf Medienberichte zurückgehen.

GEWALT UND KATASTROPHEN

Grundsätzlich gilt: Wir zeigen kein geschöntes Bild der Wirklichkeit. Es ist denkbar, dass Bilder oder Nachrichten-Inhalte schockieren. Wir bleiben sachlich und präzise und verzichten aber auf eine unnötig schonungslose Darstellung. Das bedeutet:

- Die betreffenden Inhalte müssen relevant sein für das Verständnis des Themas oder dokumentarischen Charakter haben.
- Bei besonders verstörenden oder aufwühlenden Inhalten/Bildern warnen wir das Publikum vor (Triggerwarnung).
- Der Entscheid, ob solche Inhalte publiziert werden, erfolgt in Absprache mit der Produzentin oder dem Produzenten
- Wenn nötig werden diese Überlegungen zum Publikationsentscheid gegenüber dem Publikum transparent gemacht.

SUIZIDE

«Über Suizide berichten wir in der Regel nicht, da dies Nachahmungstäter zusätzlich animieren könnte. Ausnahmen werden gemacht, wenn der Suizid öffentlich wahrgenommen wird oder wenn es sich um eine Person des öffentlichen Interesses handelt. Nicht betroffen von dieser Regel ist die generelle journalistische Aufarbeitung der Suizid-Thematik.» (Ziff. 4.4 Redaktionsstatut)

KINDER UND PERSONEN IN NOT

«Insbesondere im Zusammenhang mit Verbrechen, Unglücksfällen und Katastrophen üben wir Zurückhaltung, wenn es um Kinder oder Personen in Not geht. Beim Einholen von Aussagen sind wir

⁵ <https://presserat.ch/complaints/namensnennung-und-identifizierbare-abbildung-stellungnahme-vom-31-januar-2003/>

uns der besonderen Situation der Betroffenen bewusst. Diesen Umstand nutzen wir nicht aus.» (Ziff. 4.3 Redaktionsstatut)

DER UMGANG MIT QUELLEN

Journalismus braucht Quellen. Diese müssen verlässlich sein. Es ist unsere Pflicht, abzuschätzen, ob Informationen vollständig und korrekt sind. Wenn nötig müssen Informationen durch eine zweite Quelle bestätigt werden. Bei sog. privilegierten Quellen (insbesondere Informationen, die wir von der öffentlichen Hand erhalten) entfällt dieses Erfordernis. Gleiches gilt für Quellen, mit denen wir als Journalist:innen in einem regelmässigen Austausch sind (z.B. grosse Unternehmen wie SBB, Post, Pharma). Hier haben wir immer im Hinterkopf, dass der Absender einer Information unter Umständen ein Bedürfnis haben kann (Werbung, PR, positive Botschaft), das sich mit dem unsrigen (Wahrheitssuche) nicht immer genau deckt.

DEKLARIEREN DER QUELLE

«Die Mitarbeitenden der bärnTV AG weisen die Quellen ihrer Informationen aus, sofern dies notwendig ist. Zwingend ist die Quellenangabe bei der Verwendung von Informationen aus anderen Medien, sofern der Ursprung der Information nicht selbständig abgeklärt wurde. Ebenfalls unerlässlich ist die Quellenangabe bei wichtigen Mitteilungen der Behörden. Quellen werden nicht genannt, wenn Betroffenen ein Nachteil daraus erwachsen könnte. In diesem Fall deklarieren wir die interne Bekanntheit der Quelle und weshalb wir sie nicht Preis geben.» (Ziff. 4.6 Redaktionsstatut)

Halten wir eine Information für relevant, können aber den Wahrheitsgehalt nicht überprüfen (z.B. Gerücht), machen wir dies transparent. Bei unbestätigten Informationen üben wir Zurückhaltung. Eine Alternative zur Weitergabe von solchen Informationen ist es, dem Publikum aufzuzeigen, welche Fragen zu einem bestimmten Zeitpunkt offen sind und einer Klärung bedürfen.

Wir machen nicht nur deutlich, welchen Absender eine Information hat. Sondern wir deklarieren auch, **unter welchen Umständen** wir an unsere Informationen gelangt sind (sofern sich das nicht aus der Natur der Sache gibt, wie z.B. Medienkonferenz).

Besonders wichtig ist das, wenn wir uns im Umfeld von PR oder grossen Konzernen bewegen. Hier kann es sein, dass wir als Journalisten auf Rahmenbedingungen treffen, die uns nicht die volle inhaltliche Freiheit lassen (z.B. wird als Bedingung für ein Interview ein bestimmtes Thema explizit ausgeklammert). Solche Einschränkungen sind mit der Produzentin oder dem Produzenten im Vorfeld zu klären. Und wir machen sie gegenüber dem Publikum transparent, wenn die Einschränkungen relevant sind.

Wir deklarieren nicht nur **inhaltliche** Bedingungen, sondern auch **formale**. Dazu gehört die Verwendung von Material oder Informationen von anderen Medien, die Verwendung von Archivmaterial, aber auch das vorgängige Aufzeichnen von Interviews: wir verkaufen nie etwas als live, was nicht live ist.

Embedded Journalism

Wir lassen uns «einbetten» (z.B. Mitlaufen bei einem Polizeieinsatz), sofern aus diesen Informationen und Bildern ein Mehrwert für das Publikum entsteht und wir nicht auf andere Weise an diese Informationen oder Bilder kommen. Die Bedingungen, die bei dieser Berichterstattung galten, werden gegenüber dem Publikum transparent gemacht.

QUELLENSCHUTZ

«Quellen werden nicht genannt, wenn Betroffenen ein Nachteil daraus erwachsen könnte (z.B. Kündigung). In diesem Fall deklarieren wir die interne Bekanntheit der Quelle und weshalb wir sie nicht Preis geben.» (Ziff. 4.6 Redaktionsstatut)

DEKLARIEREN VON LIVE, RESP. NICHT-LIVE

Wir verkaufen nichts als live, was nicht live ist.

Von anderen Personen aufgenommene Interviews werden nicht so gesendet, dass der Eindruck entsteht, die Moderation hätte selber gefragt.

TRENNUNG VON FAKTEN UND MEINUNGEN (KOMMENTAR)

Grundsätzlich darf die persönliche Meinung von Journalist:innen keine Rolle in der Berichterstattung spielen. Es ist Sache der Chefredaktion, Ereignisse auf dem Vektor TV zu kommentieren. Im Onlinebereich erfolgen Kommentare in Absprache mit der Redaktionsleitung. Der Kommentar wird immer als solcher gekennzeichnet, damit das Publikum, resp. die Nutzerschaft den Kommentar auch als solchen erkennen kann.

Ausnahmen machen wir bei Berichterstattungen, in der die persönliche Erfahrung ein wesentliches Element der Berichterstattung ist (z.B. Selbstversuch, oder geführte Reportage). Hier darf die eigene Meinung sichtbar werden. Den Entscheid über diese Art von Berichterstattung fällt die Redaktionsleitung.

HANDWERKLICHES

Geschwindigkeit

Wir leben in einer Zeit, in der Informationen zum Teil im Sekundentakt auf die Welt einprasseln. Das Bedürfnis des Publikums nach schneller Information ist zum Teil sehr hoch. Aber: Geschwindigkeit ist kein Selbstzweck. Wir sind schnell, aber in erster Linie

Mundart

bärnTV versteht sich als Ort der Identifikation für Menschen, die im Kanton Bern leben. Der Hauptteil der Inhalte erfolgt deshalb in Mundart, wobei wir Programme in anderen Sprachen (z.B. Hochdeutsch, Englisch) nicht ausschliessen. Da wir eine Vorbildfunktion haben, wissen wir auch, wie Berner Dialekt funktioniert. So können wir auch unsere Offkommentare richtig texten, genau so wie wir in der Lage sind, auf dem Vektor Online korrekt zu schreiben. Unsere Grundsätze:

- Wir sprechen so, dass das Publikum uns versteht
- Wir formulieren aktiv.
- Wir verwenden keine «Behördensprache» (Substantivitis)

Interviews

Wir kommen gut vorbereitet zu unseren Drehs. Die Stossrichtung unserer Interviews sind mit den Produzent:innen abgesprochen und verfolgen ein klares Ziel. Unsere Fragen sind flüssig und prägnant formuliert, so dass wir sie auch in einen Beitrag schneiden können. Bei politischen Inhalten nehmen wir in der Regel die Gegenposition zu den Protagonist:innen ein, das heisst, wir prüfen deren Argumentation auf Stichhaltigkeit.

Abnahme

Bevor ein Beitrag ausgestrahlt wird, muss er von den Produzent:innen abgenommen werden. Dabei wird der Beitrag auf inhaltliche, formale und sprachliche Korrektheit überprüft. Falls eine Abnahme durch Produzent:innen nicht möglich ist, erfolgt eine Abnahme durch ein Mitglied der Redaktion, wobei das im Voraus mit der Redaktionsleitung so abgesprochen werden muss. Abnahme bedeutet: die abnehmende Person ist für den Beitrag mitverantwortlich. Durch Änderungen (insbesondere Zuspitzung) darf es nicht zu inhaltlichen Fehlern kommen).

FEHLERKULTUR UND UMGANG MIT DEM PUBLIKUM

E-Mails oder auch Briefe werden möglichst rasch beantwortet. Journalist:innen beantworten Reklamationen, die an sie persönlich gehen, selbst. Wenn nötig ziehen sie Redaktionsleitung oder Chefredaktion hinzu.

Inhaltliche Fehler korrigieren wir. Richtigstellungen sind zwingend bei klaren Fehlleistungen, die über reine Irrtümer hinausgehen und negative Konsequenzen für Personen (oder Unternehmen) haben könnten. Über die korrekte Form der Berichtigung entscheidet die Redaktionsleitung mit dem Produzent/der Produzentin.

«LE RÊVE C'EST TOUT – LA TECHNIQUE, ÇA S'APPREND»⁶
JEAN TINGUELY

⁶ Der Traum ist die Hauptsache. Die Technik kann man erlernen.

TEIL 2: TECHNIK

Nur wenige Menschen können wirklich erklären, wie eine WC-Spülung oder Verbrennungsmotor funktioniert. Müssen sie auch nicht, solange es funktioniert.

Beim Filmen auf professionellem Level ist es dennoch vorn Vorteil, ein paar technische Hintergründe zu kennen. So verstehst du auch besser, warum sich eine Kamera in einer bestimmten Situation auf eine ganz bestimmte Art verhält.

Keine Angst, wir halten das sehr einfach.

VIDEOFORMATE

Seit es Film gibt, gibt es auch unterschiedliche Formate. Das war schon in der analogen Welt so. Es gab Super 8 oder 16mm-Film. Dann kam das Videozeitalter mit VHS oder Beta. Und parallel dazu hatte die Fernsehwelt auch noch eigene Standards. In Europa gab (und gibt) es zum Beispiel den PAL-Standard (die Franzosen waren eine Ausnahme, dort galt SECAM), die USA und zum Beispiel Japan haben NTSC. Diese unterschiedlichen Formate hinterlassen ihre Spuren bis in die digitale Welt.

CODECS

Eine der grossen Herausforderungen beim Filmen war seit jeher die Frage: Wo zeichnen wir das auf. Im analogen Zeitalter war das die Filmrolle. War diese voll, musste man die nächste einlegen. Bei den Super 8 Filmen war das zum Beispiel schon nach 3 1/2 Minuten der Fall. Der Kameramann musste sich also gut überlegen, welche Szene er dreht.

Im digitalen Zeitalter ist das etwas einfacher geworden. Nicht zuletzt dank der Technik. Denn auch digitales Video braucht viel Platz. Speicherplatz. Es sind ja zwei bis vier dutzend Fotos (mehr dazu beim Thema Framerate) *in der Sekunde*, die beim Filmen aufgezeichnet werden. Es ist also sinnvoll, die Dateien mit einem Kniff zu verkleinern. Diese Aufgabe übernimmt der sogenannte Codec. Das ist ein Prozess (der via Hard- oder Software läuft), mit dem die Videos vor dem Abspeichern komprimiert (also verkleinern) und beim Abspielen wieder dekomprimiert werden. Man kann sich das vorstellen wie ein Stück Papier, das man zusammen- und nachher wieder auseinanderfaltet. Ein guter Codec liefert ein gutes Verhältnis zwischen Videoqualität und Dateigrösse.

DER UNTERSCHIED ZWISCHEN CONTAINERN & CODECS

Die beiden Begriffe werden gerne miteinander verwechselt. Das ist kein Wunder, denn es gibt zum Teil Überschneidungen (Codecs, die gleichzeitig auch ein Container sind). Grundsätzlich gilt aber folgendes:

Container: der «Behälter» des Videos. Der Container definiert, wie Video- und Audiodaten (oder auch Untertitel) organisiert sind. Beispiele für Containerformate sind MP4, Quicktime, OGG.

Codec: definiert, wie Dateien innerhalb des Containers komprimiert (also verkleinert) werden. Beim Abspielen müssen die Daten wieder dekodiert werden. Beispiele für Codecs sind H.264 oder Apple ProRes.

WAS IM TV (A.K.A. BÄRNTV) UND IM WEB VERWENDET WIRD

Das Fernsehen kommt buchstäblich aus einer anderen Zeit als Videos für Youtube und Co. Deshalb «schleppt» es noch ein paar alte Zöpfe mit sich, die aber durchaus ihre Vorteile haben.

MXF: Material Exchange Format ist ein Dateiformat (Container) aus dem Rundfunkbereich. Je nach Codec, den es verwendet, bleiben die Dateien eher gross (z.B. beim MPEG-2 Codec, der für viele TV-Stationen immer noch Standard ist). Der grosse Vorteil: Er unterstützt bis zu 16 Tonspuren.

MP4: So etwas wie der Standard-Container im Web (Ausnahme: Mac/iPhone). Er arbeitet oft mit H264 oder H265 Codecs oder mit leicht abgewandelten Varianten davon.

Wenn du zum ersten Mal für einen neuen Anbieter oder eine neue Plattform arbeitest, kläre immer, mit welchen Containern und Formaten dieser arbeitet. Das erspart das Konvertieren.

Wenn du es genau wissen willst: **Das bärnTV Hausformat (Stand 2023) ist MXF mit MPEG-2 Codec (XDCam HD) und 4:2:2 Farbsampling (10 bit), Auflösung 1080i50.** Das System, das unsere Mediendateien managt, kopiert andere Formate immer ins Hausformat um.

FRAMERATE

Das Menschliche Auge kann 14 bis 16 einzelne Bilder pro Sekunde wahrnehmen. Darüber betrachten wir es als (ruckeligen) Film. Ab einer Geschwindigkeit von 24 Bildern pro Sekunde wirkt es flüssig.

Mit wievielen Bildern pro Sekunde (genannt Framerate) du filmst, hängt von zwei Faktoren ab:

- Von den Standards, die auf jener Plattform (oder bei jenem TV Sender) gelten, für die du produzierst.
- Davon, was du später mit deinem Material vorhast. Wenn du zum Beispiel Zeitlupen generieren willst, muss dein Originalmaterial mit einer möglichst hohen Framerate gedreht sein, damit es auch nach dem Verlangsamen noch flüssig wirkt.

FRAMERATEN IM KINO, IN DEN USA UND IN EUROPA

24 Bilder pro Sekunde: Gilt als old school. Mit dieser Frameraten wurden früher Filme produziert. Und genau genommen waren es nur 23.97 Bilder pro Sekunde. Wie oben schon beschrieben ist das die untere Grenze, ab der wir einen Film wirklich als flüssig empfinden.

25 Bilder pro Sekunde: Gilt in Europa als Standard, sowie z.B. in Australien oder Afrika.

30 Bilder pro Sekunde: Sind Standard in den USA oder in Japan. Dass Europa und die USA ihr eigenes Süppchen kochen, hat historische Gründe. Die Ursache liegt darin, dass die Stromnetze unterschiedlich getaktet sind. Darauf gehen wir aber hier nicht weiter ein.

Alle höheren Frameraten, in denen man mit einer Kamera filmen kann, sind letztendlich Vielfache von 25 oder 30 Bildern pro Sekunde (also 50, 60, 100 oder 120 Frames per Second).

FÜR NERDS: HALBBILDER

Unter den alten Zöpfen, die die Fernsehstationen noch mit sich schleppen, sind auch die sogenannten Halbbilder. Wer für die Kinoleinwand oder für Youtube & Co. produziert, braucht sich darüber keine Gedanken mehr zu machen.

Das Verfahren der Halbbilder stammt aus den 1920er Jahren. Wir bleiben hier nur sehr rudimentär. Die alten Fernsehgeräte haben die Bilder als Zeilen dargestellt. Im europäischen PAL-Standard gab es 576 horizontale Zeilen. Diese wurden von den alten TV-Geräten im Interlace- oder Zeilensprungverfahren angezeigt. Sprich: Der Fernseher zeigte nur «halbe Bilder». Zuerst die ungeraden Zeilen 1, 3, 5... bis 575, sobald diese aufgebaut waren, folgten die geraden Zeilen 2, 4, 6... bis 576.

Das Ziel dieser Methode war unter anderem, das Flimmern der alten Fernsehgeräte zu minimieren. Heute ist das eigentlich völlig überflüssig, denn moderne Monitore oder Fernseher wären schnell genug, um genügend ganze Bilder (Vollbilder) in hoher Geschwindigkeit flüssig anzeigen zu können.

Allerdings hat das Zeilensprungverfahren einige Nachteile. Zum Beispiel fressen klare Kanten bei Seitwärtsbewegung der Kamera aus.

Wer für das Fernsehen produziert, trifft die Halbzeilen aber noch immer an. im TV-Bereich Denn dort gilt der Standard *1080i50*. Dahinter steckt eine Full HD-Auflösung (mit 1920 x 1080 Bildpunkten). Das i50 steht für 50 Halbbilder im Interlace-Verfahren.

Im Bereich Webvideo ist der sogenannte Progressive Scan Standard. Erkennbar zum Beispiel an Bezeichnungen wie 1080p50. Das bedeutet: Full HD mit 50 Vollbildern pro Sekunde.

Es ist nur noch eine Frage der Zeit, bis das Interlace-Verfahren gänzlich verschwinden wird. Bei höheren Auflösungen (4k) gibt es nur noch das Progressive Scan-Verfahren. Sprich: es werden Vollbilder und keine Halbbilder aufgezeichnet.



Vor allem bei Seitwärtsbewegungen entsteht ein Kämm-Effekt («comb effect»). (Wikipedia/Interlaced Video).

GUTE BILDER

Du wirst sagen: «das ist doch Geschmackssache.» Das stimmt nur zum Teil. Es gibt Bilder, die man im technischen Sinne als gut oder schlecht bezeichnen kann (und diesbezüglich gibt es keinen Interpretationsspielraum). Ein gutes Bild ist **richtig belichtet**, an der richtigen Stelle **scharf**, gut **komponiert** und hat einen **guten Ton**. Aber der Reihe nach. Zuerst müssen wir Belichtung und Schärfe im Griff haben. Moderne Kameras, egal ob Camcorder oder spiegellose Systemkamera, verfügen über gute Automaten. Allerdings weiss die Kamera nur in seltenen Fällen, was wir als Filmende genau wollen. Deshalb gilt auch hier: wir müssen die Grundlagen kennen.

SCHÄRFE

Die gute Nachricht: hier ist die Technik schon extrem weit. Die automatischen Schärfesysteme (sog. Autofokus) erkennen nicht nur Menschen, sondern auch Tiere und justieren die Schärfe korrekt und schnell. Kameradispays sind oft mit Touchscreens ausgerüstet, so dass man die Schärfe auch mit einem Fingertipp auf ein bestimmtes Objekt einstellen kann.

ASSISTENZSYSTEME

Zusätzlich zum Autofokus, der automatischen Schärfeeinstellung, bieten Kameras ein sogenanntes Peaking. Die scharfen Stellen werden mit dem Peaking farblich hervorgehoben (*siehe Abbildung*), zum Beispiel gelb oder rot.

Ich persönlich bin mit dem Peaking nie so richtig warm geworden. Gute Augen und ein gutes Display waren für mich immer die verlässlicheren Partner.



Peaking hebt die scharfen Stellen hervor.

BOKEH

Wer eine 80er Jahre Hollywood-Komödie (ich empfehle «Back to the Future») mit einer zeitgenössischen Netflix-Produktion vergleicht, dem fällt es sofort auf: der Hintergrund ist völlig unscharf. In älteren Filmen waren die Unterschiede zwischen scharf und unscharf viel geringer.

Diese Unschärfe bezeichnen wir als «Bokeh». Der Begriff kommt aus dem Japanischen. Im Grunde sind sie eine Erfindung des Objektivs. Das menschliche Auge nimmt diese Unschärfe nicht so wahr. In der Filmwelt hat das Bokeh vor allem nach der Jahrtausendwende Einzug gehalten. Damals wurden die digitalen Spiegelreflexkameras vermehrt auch mit Filmfunktion ausgerüstet. Das gab den Filmschaffenden mit kleinerem Budget die Möglichkeit, diesen Look zu erzeugen.

Um ein starkes Bokeh zu erzeugen, braucht es einfach gesagt drei Dinge: Einen möglichst grossen Sensor in der Kamera, eine offene Blende, sowie eine lange Brennweite (resp. ein Teleobjektiv).

Vorsicht: Ein grosser Unterschied zwischen scharf und unscharf bedeutet auch: es kann sehr leicht daneben gehen. Wer also auf Dreh wenig Zeit hat, sollte sinnvollerweise nicht mit einer Vollformatkamera ausrücken.



Der Unschärfegrad im Hintergrund hängt ab von der Sensorgrösse der Kamera und von der Brennweite (Zoom)



Extremes Bokeh ist mit einem normalen Camcorder (Sensorgrösse 1/3 bis 1 Zoll praktisch nicht erreichbar. Dafür braucht es einen Mittel- oder Vollformatsensor (z.B. Sony A7 oder Canon R6. (Pixabay/Herbert Aust)

WANN IST ZEIT FÜR MANUELLEN BETRIEB (MANUAL FOCUS)

Grundsätzlich arbeitet ein modernes Autofocus-System sehr zuverlässig. Es erkennt in der Regel Augen (zum Teil nicht nur von Menschen, sondern sogar von Tieren). Schwierig wird es dann, wenn du zwischen Kamera und dem Motiv noch weitere Objekte hast, die sich vielleicht sogar bewegen (z.B. passierende Fahrzeuge, Menschen oder Grashalme, die sich im Wind hin und her wiegen), dann ist meistens Zeit für manuelle SchärfEinstellung.

Sonst riskierst du, dass dein Motiv ein nur paar Sekunden scharf ist. Sobald sich in der Nähe des Kameraobjektivs etwas bewegt, kann die Kamera versucht sein, die Schärfe auf dieses nähere Objekt zu verlagern. Es geht also von scharf zu unscharf und wieder zurück.

BELICHTUNG

Das menschliche Auge ist auch modernen Kameras überlegen, was den sogenannten Dynamikumfang betrifft. Wo wir selbst an ganz dunklen oder ganz hellen Stellen noch Unterschiede erkennen können, muss die Kamera kapitulieren. Oder besser: sie muss sich entscheiden: Bildet sie jetzt den dunklen Bereich detailreich ab (und an den hellen Stellen ist keine Differenzierung mehr erkennbar. Es ist einfach alles weiss) oder die hellen Bereiche (und an den dunklen Stellen ist alles schwarz).

Es ist hilfreich, sich das beim Filmen immer wieder ins Bewusstsein zu rufen. Ich kann mir von der Belichtungsautomatik der Kameras zwar etwas vorschlagen lassen, aber ich bin sinnvollerweise bereit, einzugreifen.

Bei schwierigen Lichtverhältnissen müssen wir uns also immer entscheiden. Wir beschliessen zum Beispiel, unsere Hauptperson an einem schönen Sommertag richtig zu belichten und nehmen in Kauf, dass die Strasse oder Häuser im Hintergrund grell bis weiss sind.

Für die richtige Belichtung braucht es das Zusammenspiel folgender Funktionen:

Blende (Iris), Verschlusszeit (Shutter Speed) und Gain

VERSCHLUSSZEIT (SHUTTER SPEED)



Bei manueller SchärfEinstellung lässt sich die Kamera nicht von anderen Objekten ablenken, die zwischen Motiv und Objektiv vorbeiziehen.

(Pexels/Roberto Santos)

Sie definiert, wie lange die Blende geöffnet wird und wie lange das Licht (resp. das Bild) auf den Sensor fällt. Lange Verschlusszeit bedeutet helleres Bild, kurze Verschlusszeit bedeutet dunkleres Bild. Als Faustregel empfehle ich, den Shutter speed bei einer 1/50 Sekunde zu lassen. Mehr oder weniger egal, was passiert.

- Bei sehr schwierigen Lichtverhältnissen kann man eine langsamere Verschlusszeit wählen. Man muss aber wissen, unterhalb einer Belichtungszeit von 1/30 beginnen Bewegungen zu verwischen.
- Kürzere Verschlusszeiten machen Sinn, wenn man einen bestimmten optischen Effekt erzeugen will (z.B. bei einem drehenden Propeller oder einem Wasserfall). Kürzere Verschlusszeiten bedeuten aber immer auch: es gelangt weniger Licht auf den Sensor.
- Gewisse Lichtquellen und Monitore werden von Kameras als flackernd empfunden. Das ist auf dem Kameradisplay meistens sofort erkennbar. In diesem Fall verschiedene Verschlusszeiten ausprobieren: 1/60, 1/80, 1/100. Dadurch lässt sich das Flackern abschwächen.

BLLENDE (IRIS)

Entscheidend ist nicht nur, wie lange Licht auf den Sensor fällt, sondern auch, wie weit die Blende geöffnet wird und wieviel Licht auf den Sensor trifft. Das wird mit der Blendenöffnung gesteuert. Die Blendenzahlen werden zwar als Zahlen wiedergegeben, aber eigentlich sind Brüche gemeint (wir schreiben Blende F2 oder F8, meinen aber eigentlich Blende F1/2 oder Blende F1/8). Eine gute Kamera, resp. ein gutes Kameraobjektiv hat eine maximale Blende von F2. Die kleinsten Blenden bei Videokameras liegen in der Regel bei F11, bei Systemkameras geht es zum Teil sogar bis F22. Mit der Blende kann nicht nur die Menge Licht gesteuert werden, die auf den Sensor fällt, sondern auch die Schärfentiefe (Bokeh). Eine weit geöffnete Blende (also tiefe Blendenzahl) sorgt für ein stärkeres Bokeh, während bei einer kleinen Blende der Unterschied zwischen den Schärfeebenen weniger gross ist.

GAIN UND ISO

Sie sind eine Möglichkeit, die Helligkeit des Bildes abseits von Verschlusszeit und Blende noch einmal zu verändern. Beim Camcorder spricht man in der Regel von Gain, bei Systemkameras oder digitalen Spiegelreflexkameras von ISO.

Beide Funktionen verstärken die Leistung des Sensors. Du kannst also mittels Gain/ISO bei schwierigen Lichtverhältnissen noch etwas herausholen. Allerdings hat die Funktion ihre Grenzen: ab einem bestimmten Wert beginnt das Bild zu rauschen.

Bei einem guten Camcorder tritt ein erkennbares Bildrauschen erst oberhalb von 18 dB auf, bei einer guten Systemkamera bei einem ISO-Wert über 12'800.



Vor allem in den Ecken rechts ist die Grobkörnigkeit des Bildes erkennbar. Hier mit einem Gain von +30 dB.

BONUS FUNKTION: ND-FILTER

Hinter der Abkürzung ND versteckt sich der Begriff «Neutral Density», Neutraldichtefilter oder auch Graufilter. Er ist entweder in der Kamera integriert oder wird auf das Objektiv draufgeschraubt.

Der ND-Filter ist dann nützlich, wenn wir in einer zu hellen Umgebung sind (z.B. viel Sonnenlicht).

Zwar können wir unser Bild ja dunkler machen, indem wir die Blende verkleinern und die Verschlusszeit verkürzen. Doch oft wollen wir das ja genau nicht. Du erinnerst dich: die offene Blende macht den Hintergrund schön unscharf. Damit wir also die Blende möglichst offen und die Verschlusszeit bei 1/50 lassen können, schalten oder legen wir den ND-Filter ein.

Integrierte ND-Filter haben oft verschiedene voreingestellte Stufen. Aufgeschraubte ND-Filter sind stufenlos verstellbar.

BELICHTEN IN DER PRAXIS: MANUELL VS. AUTO

Das richtige Belichten ist Übungssache (auch hier gibt es Assistenzsysteme, die dir helfen). Es gibt zwei Strategien, die sich anbieten.

Option 1: Bediene die Blende (und nur die Blende) manuell

Fixiere die Verschlusszeit bei 1/50 (siehe oben), wähle und fixiere den Gain-Wert so, dass du bei einer Blende von F3.7 oder F4.0 ein gut belichtetes Bild hast. Jetzt kannst du loslegen und hast mit der Blende Spielraum nach oben und nach unten, wenn du dein Bild etwas heller oder dunkler machen musst.

Option 2: Automatik

Wenn du in einer Situation bist, in der du keine Zeit für manuelles Belichten hast, kann die Automatik eine Lösung sein. Dann empfehle ich folgendes zu beachten:

- Filme so, dass du Lichtquellen (z.B. ein Fenster) in deinem Rücken hast. Wenn du gegen die Lichtquelle filmst, wird die Kamera reagieren und das Bild dunkler machen. Unter Umständen ist dann dein Motiv zu dunkel.
- Wähle die Bildausschnitte so, dass keine hellen Lichtquellen (Sonne oder Scheinwerfer) im Bild sind
- Bleib möglichst nah an deiner Protagonistin oder an deinem Motiv



So kann Blendenautomatik im Gegenlicht aussehen. Durchaus ästhetisch. Als Interview-Cadragage wäre das nicht brauchbar.

ASSISTENZSYSTEM: DAS ZEBRA

Analog zum Peaking bei der Schärfereinstellung gibt es beim Belichten das Zebra. Es ist eine Schraffur im Display, die an einen Helligkeitswert gekoppelt ist. Das Zebra kann auf einen Prozentwert eingestellt werden und zeigt den Bereich an, ab dem dieser Prozentwert überschritten wird. Gängig sind die Zebrawerte 70% und 100%.

Ein Zebrawert von 100% bedeutet: oberhalb dieses Bereichs sind auf dem Bild keine Zeichnungen, resp. Details mehr erkennbar. Der Zebrawert von 100% warnt also vor Überbelichtung.

Der Zebrawert von 70% wird verwendet, um Gesichter oder Hauttöne mitteleuropäischen Haupttyps richtig zu belichten. In der Praxis stellst du das Zebra so ein, dass es nur noch an den hellsten Stellen (Glanzstellen) sichtbar ist.



Mit dem Zebrawert von 70% wird klar, dass die Hand links richtig belichtet ist. Das Zebra ist nur auf den hellsten Stellen noch zu sehen. Dagegen ist im rechten Bild das Zebra auch auf der dunkleren Stelle der Hand sichtbar. Die hellen Stellen werden «ausfressen». Das heisst, dass die Kamera an diesen Stellen praktisch keine Information mehr aufzeichnet. Es ist dort einfach weiss.

WEISSABGLEICH

Für das menschliche Auge ist weiss gleich weiss. Für die Kamera nicht. Denn für die Kamera spielt es eine Rolle, mit was für einer Lichtquelle sie es zu tun hat. Die Begriffe warmes und kaltes Licht sind dir beim Glühbirnenkauf sicher schon einmal begegnet. Quellen mit einem höheren Blaulichtanteil gelten als kalt, Lampen mit einer rötlichen Färbung empfinden wir als warm.

Im Videobereich wird die Farbtemperatur in Kelvin angegeben. Niedrige Kelvinzahlen (z.B. 2'700) gelten als warm, hohe Kelvinzahlen gelten als kalt.

Vor allem zwei Faktoren sind dabei entscheidend:

- Die Tageszeit: das Sonnenlicht am Morgen und am Abend hat eine andere Farbtemperatur (man spricht auch von der blauen Stunde) als jenes am Mittag
- Die Lichtquelle an sich: Wenn ich mich beim Filmen bewege, z.B. vom inneren eines Raumes mit künstlichem Licht hin zu einem Fenster in das Sonnenlicht dringt, ändert sich die Farbtemperatur. Dafür muss ich gewappnet sein.

Beim Filmen müssen wir einer Kamera sagen, was sie genau als weiss erachten soll. Das machen wir mit dem sogenannten Weissabgleich (Whitebalance).

Man kann den Weissabgleich manuell vornehmen. Viele Kameras verfügen aber auch über gute Voreinstellungen, die einem das ersparen. So gibt es Voreinstellungen für Tageslicht, Kerzenlicht, Kunstlicht, Neonlicht, Abendlicht, etc. Diese lassen sich gut nutzen.

Bei guten Camcordern gibt es in der Regel zwei Voreinstellungen, die du konfigurieren kannst. In der Regel heissen die ganz einfach A und B. So kannst du auf diesen Plätzen je einen Weissabgleich für natürliches Licht und einen für Kunstlicht machen.

5'400K BIS 5'600K GEHT (FAST) IMMER

Bei vielen Kameras kann ich auch eine selbstgewählte Farbtemperatur einstellen. Mit einem Wert zwischen 5400 bis 5600 bist du meistens gut bedient, gerade wenn du in einem Bereich mit unterschiedlichen Lichtquellen bist.

Mein Tipp: Finger weg vom automatischen Weissabgleich

Fast alle Kameras kennen die sogenannte «AWB», automatic white balance. Wer auf einem Dreh den automatischen Weissabgleich aktiviert hat, riskiert allerdings, dass die Kamera ständig nachjustiert und sich – zum Beispiel in gemischten Lichtverhältnissen – nicht entscheiden kann. Das ist hinterher im Schnitt viel schwieriger zu korrigieren als ein Weissabgleich, der leicht etwas daneben liegt.

Der Blick auf das Display bewahrt vor Fehlern.

«THE BEST CAMERA IS THE ONE THAT'S WITH YOU»⁷
CHASE JARVIS

GUTE KAMERAS

Mit welcher Kamera du auf Dreh gehst, hängt davon ab, was und für wen du drehst. In der Regel haben Kunden oder Arbeitgeber klare Richtlinien, wie Material gedreht werden muss (in welcher Auflösung, in welchem Format, etc.) und/oder haben eine Liste von Kameras, deren Material gut genug ist. Du bist also in der Wahl der Kamera nicht ganz frei.

TV-Stationen

Im Nachrichtbereich sind ENG-Kameras, resp. Camcorder üblich. Standardformat ist das sogenannte MXF-Format (Auflösung: 1920x1080i50, Codec: MPEG-2, Farbtiefe 10bit). Im Magazinbereich wird oft auch mit Vollformat oder Systemkameras gearbeitet, z.B. Sony FS-5/7 oder FX-6. Wenn du mit einer eigenen Kamera produzierst, musst du immer abklären, ob die Videoformate deiner Kamera kompatibel sind (also z.B. konvertiert/umgewandelt) werden können.

Web:

Bei Webvideos sind die Regeln und Standards relativ lose, resp. unübersichtlich. Das ist nicht weiter tragisch, denn Videoplattformen wie Youtube oder Vimeo sind in der Lage, Formate so umzurechnen, dass sie praktisch überall abgespielt werden können. Der Entscheid, in welchem Format produziert werden soll, ist dann dir überlassen. Resp. er richtet sich nach der Gestaltung der jeweiligen Plattform (ob z.B. Hoch- oder Querformat bevorzugt wird).

⁷ Die beste Kamera ist jene, die man gerade dabei hat.

CAMCORDER

Sind so etwas wie die Dinosaurier in der Videoproduktion. Trotzdem sind sie – gerade im Bereich TV-Nachrichten – für viele die erste Wahl. Bei Camcordern ab einer Preisklasse von 1'500 bis 2'000 CHF liegt das vor allem an zwei Features.

XLR-Audioeingänge: Die Camcorder kommen bereits mit zwei separaten XLR-Audioeingängen. Somit kann jedes Standard-Mikrofon angeschlossen werden. Die manuelle Aussteuerung des Tons erfolgt praktisch immer über Drehregler, die direkt zugänglich sind (bei der Systemkamera muss die Aussteuerung über ein Menu erfolgen). Damit kann auch während des Filmens direkt nachkorrigiert werden.

Zoom: Obwohl ich Anfängern rate, die Finger vom Zoom zu lassen (während die Aufnahme läuft) ist es wohl *DAS* Argument, warum der Camcorder in vielen Situationen die beste Wahl ist: Man kann zoomen, ohne dass die Kamera wackelt. Und der Brennweitenbereich ist gross. Sprich: Du musst kein Objektiv wechseln.

SYSTEMKAMERA

Bieten jenen Look, den viele ZuschauerInnen als «schön» empfinden. Vorne scharf, hinten unscharf. Zum Filmen reicht meistens auch ein Standard-Objektiv, ohne dass man sich gleich bis über beide Ohren verschulden muss.

Beim Ton gibt es in der Zwischenzeit gute Zusatzausrüstungen, die sich anschliessen lassen, um Audio mit externen Mikrofonen aufzeichnen zu können. Ganz wichtig: die Kamera muss unbedingt über einen Kopfhörerausgang verfügen, sonst ist die Kontrolle des Tons während des Drehens unmöglich. Das kann in der Praxis unschöne Überraschungen geben.

Objektiv

Das grösste Plus bei der Systemkamera gegenüber dem Camcorder ist das austauschbare Objektiv. Beim Camcorder ist der Brennweitenbereich zwar gross, aber er lässt sich nicht (oder nur schwer) verändern. Hier ist die Systemkamera überlegen. Einfach das Standardobjektiv gegen ein Makro, Weitwinkel- oder Teleobjektiv austauschen und schon erschliessen sich einem buchstäblich neue Welten.

SMARTPHONE

Die beste Kamera ist jene, die man gerade dabei hat. Manchmal ist das eben das Smartphone (und: es wurden schon ganze Spielfilme mit Smartphones gedreht).

Das Smartphone hat allerdings gewisse Beschränkungen oder Eigenheiten, die man kennen muss. Beim Ton und beim Licht muss man sehr oft nachrüsten, weil das interne Smartphone-Mikrofon zu viele Umgebungsgeräusche mitaufzeichnet. Jedes Extra (Mikrofon, Leuchte), das du an dein Smartphone anschliesst, machen es wieder etwas unhandlicher.

Du musst die Automatik sehr gut kennen oder sie ausschalten. Sonst entscheidet das Smartphone, ohne dich vorher um Erlaubnis zu fragen. Ein Klassiker sind gemischte Lichtsituationen, in denen das Smartphone zwischen Kunstlicht und Sonnenlicht hin und herstellt und sich die Farben ständig ändern.

Mit dem Smartphone filmen kann sinnvoll sein, wenn es...

- schnell gehen muss
- die Lichtsituation konstant bleibt
- du in einer ruhigen Situation bist
- dein Protagonist/deine Protagonistin sich vor einer unauffälligen und kleinen Kamera wohler fühlt

FILMEN

Egal mit welchem Equipment du auf Dreh gehst, vorher wirst du ein paar Trockenübungen machen müssen. Denn nichts ist peinlicher als wenn dein Gegenüber warten muss, weil du die richtigen Knöpfe nicht findest. Deswegen musst du folgendes im Schlaf beherrschen:
Stativ aufbauen und zusammenlegen

- Speicherkarte formatieren (Achtung: nicht verwechseln mit initialisieren, damit setzt du die Kamera auf Werkseinstellungen zurück und machst dich beim restlichen Team, das die gleiche Kamera nutzt unter Umständen äusserst unbeliebt)
- Mikrofone anschliessen & richtig pegeln/aussteuern
- Kopfhörer anschliessen & Lautstärke korrekt einstellen (merke: du drehst *immer* mit Kopfhörer)
- die Grundfunktionen der Kamera kennen: Wo schalte ich die Automatik ein/aus, wo sind Zebra & Peaking, wie mache ich einen Weissabgleich
- wissen, wie du die Kopflampe montierst und die Farbtemperatur an der Lampe einstellst.

LEVEL 1 BIS 6

Wie überall gilt: Übung macht den Meister. Die Einteilung in 6 Filmen des «Könnens» mag etwas willkürlich erscheinen. Aber sie zeigt, in welcher Reihenfolge du dir sinnvollerweise welche Fähigkeiten aneignen kannst. Also beginnen wir mit den Basics und gehen Schritt für Schritt eine Schwierigkeitsstufe hoch.

LEVEL 1: EIN QUOTE EINHOLEN

Du musst vor dem Dreh geklärt haben, welche Situation du antreffen wirst: bist du in einem geschlossenen Raum, bist du draussen (wie ist das Wetter?), triffst du die Protagonistin in ihrer natürlichen Umgebung (z.B. zu Hause oder Arbeitsplatz).

Bleib weg vom Sitzungszimmer

Vorsicht bei Drehs in der Arbeitswelt: Viele Protagonisten reservieren für Interviews extra ihr «schönes Sitzungszimmer». Das ist gut gemeint, aber in der Praxis oft unbrauchbar, weil Sitzungszimmer leer & kahl sind. **Deshalb ist das Büro des Protagonisten der bessere Ort.** Den Satz «aber ich habe nicht aufgeräumt» kannst du locker kontern mit: «man muss doch sehen, dass sie arbeiten.» Sinnvoll dagegen ist der Hinweis, das auf dem Schreibtisch (oder PC Monitor) nichts zu sehen ist, was vertraulich ist. Sonst hat dein Protagonist hinterher Schwierigkeiten – und du auch.

REGELN FÜR DIE INTERVIEWPARTNERIN

Führe ein Vorgespräch mit deiner Interviewperson, **bevor** du dein Equipment aufbaust (es sei denn, du oder dein Interviewpartner seid unter Zeitdruck). Kläre noch einmal offene Fragen und mache die Regeln für das Interview klar.

- Schauen Sie während des Interviews zu mir, nicht in die Kamera
- Wenn sie sich verhaspeln, bringen sie die Antwort trotzdem zu Ende. Wir wiederholen dann die ganze Frage noch einmal.
- Am Ende werden wir die wichtigsten Fragen noch einmal wiederholen.
- Bei Interviews im Stehen: achten Sie darauf, dass sie einen guten Stand haben und während des Interviews am gleichen Ort stehenbleiben.

Sitzen oder Stehen

Für AnfängerInnen empfiehlt es sich, die Interviews im Sitzen zu führen. Die Protagonisten können sich dann nicht aus dem Bild bewegen.

Interviews im Stehen sind diesbezüglich etwas anspruchsvoller, dafür wirken sie dynamischer. Und: Interviews im Stehen sind schneller, weil man weniger einrichten muss – ausserdem spricht man im Stehen tendenziell kürzer.

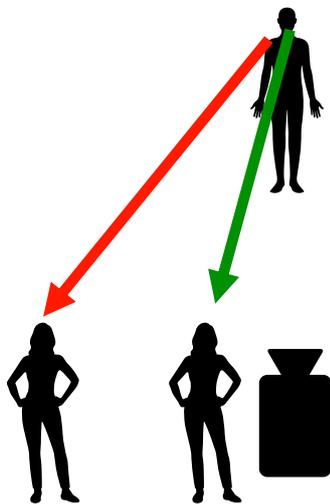
REGELN FÜR CADRAGE

Die Linse der Kamera ist *immer* auf Augenhöhe der Interviewpartnerin; Frosch- und Vogelperspektiven machen wir nur, wenn wir dafür einen besonderen (inhaltlichen) Grund haben.

Auf den Hintergrund achten: habe ich störende Dinge/Gegenstände oder Menschen im Bild? Das könnte von den Aussagen ablenken. In diesem Fall entweder den Hintergrund bereinigen oder anderen Bildausschnitt wählen.

Darauf achten, dass der Protagonist **genügend Abstand zu den nächsten Objekten im Hintergrund** hat (z.B. Wand). Das gibt dem Bild Tiefe. Siehe Abb. rechts.

Stehe dicht bei der Kamera, resp. neben der Linse. So hast du die Interviewperson schön von vorne. Je mehr du dich von Stativ, resp. Kamera entfernst, desto eher hast du die Person im Profil. Denn sie schaut ja zu dir und wird sich abdrehen.



In der Regel ist die Kameralinse auf der Augenhöhe der Interviewpartnerin. (Pexels)



Genügend Abstand zur hinteren Raumbegrenzung ergibt mehrere Schärfenebenen. Dadurch entsteht ein Eindruck von Tiefe.



Je weiter weg die Journalistinnen von der Kamera seitlich wegstehen, desto mehr ist die Protagonistin im Profil zu sehen

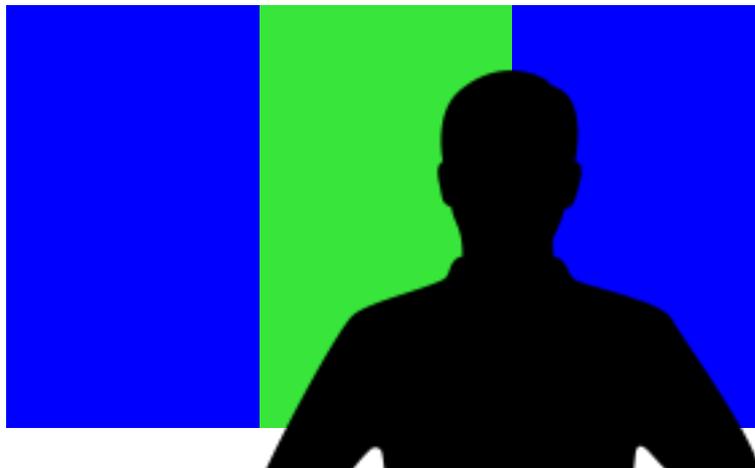
Entscheide dich für eine Seite

Die beiden vorherigen Abbildungen zum Thema zeigen es sehr schön: wenn unsere ProtagonistInnen genau in der Mitte sein sollen, hat das einen besonderen Grund. Z.B. ist es im Bereich Webvideo/Social Media nicht unüblich. Im Bereich TV-News kommt es vor, wenn z.B. jemand die Neujahresansprache hält. Diese Dinge werden allerdings vorher vereinbart und geklärt.

Ansonsten gilt: Interviewpartner sind halb links oder halb rechts cadriert. Man spricht von einer:

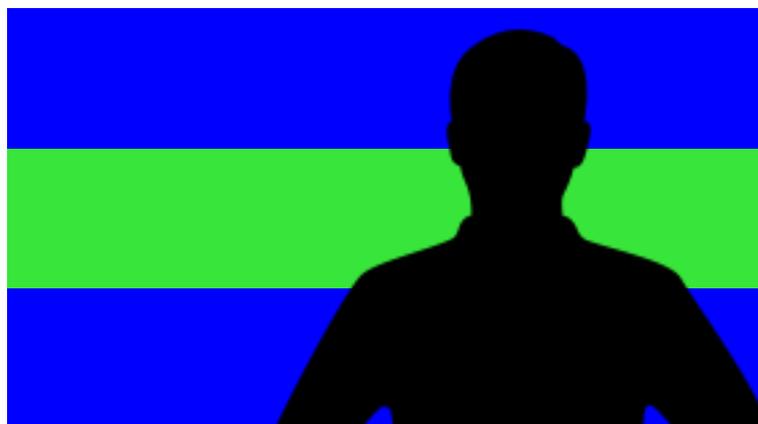
- links-rechts Cadrage, wenn die Person links im Bild steht und nach rechts blickt.
- rechts-links Cadrage, wenn die Person recht im Bild steht und nach links blickt.

Für diese Cadragen teilst du das Bild gedanklich in **drei gleich grosse Teile**. Deine Interviewperson platzierst Du auf einen dieser Teilstriche.



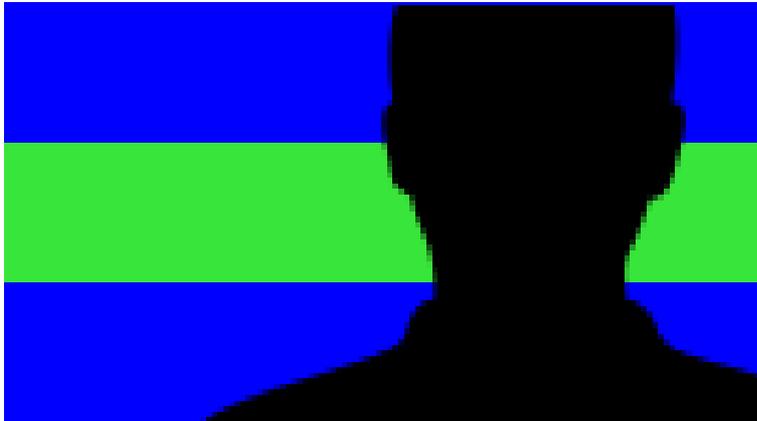
Headroom/Himmel

Eine schwierige Frage für Anfänger ist immer, wieviel Himmel (Headroom) lasse ich zwischen dem Kopf meiner Interviewpartnerin und dem oberen Bildrand. Oft ist dieser Headroom zu gross, die Person ist zu weit unten im Bild. Die Drittelsregel hilft auch hier: Die Augen platzierst du etwa dort,



wo die Trennlinie zum obersten Drittel Beginn, am besten noch leicht darüber.

Diese Regel kannst du auch anwenden, wenn du näher an deine Interviewperson ranzoomst. Logischerweise wirst du jetzt einen Teil des Kopfs abschneiden müssen (sog. Headcut). Die Drittelsregel sagt dir, wie stark dieser Headcut in etwa sein soll.



Falls du dir unsicher bist, lasse im Zweifel lieber eine Spur zuviel Headroom und zoomte nicht ganz so stark ran. Im Schnitt kannst du im Notfall immer das Bild etwas vergrößern. Verkleinern hingegen ist nicht möglich.

REGELN FÜR DEN TON

Trage während des Interviews immer Kopfhörer. Nur so bemerkst du, wenn es Tonprobleme, wie z.B. Übertragungsfehler gibt. Bei Kameras, die zwei Kanäle aufzeichnen, genügt es, wenn du einen Kopfhörerstöpsel im Ohr hast. Und zwar jenen, der den Mikrofonton des Protagonisten überträgt.



Automatische Aussteuerung ist in der Regel ok. Aber Achtung: Die meisten Mikrofone (besonders Funkmikrofone) haben eine zusätzliche eigene Aussteuerung. Diese ist der Tonsteuerung der Kamera vorgeschaltet. Das heisst, wenn der Ton schon zu hoch dosiert in die Kamera reinkommt (verzerrendes Übersteuern, sogenanntes Clipping), nützt alles Drehen an den Kamerareglern nichts. Dann muss das RF Out Signal (Ausgangssignal) am Mikrofon-Empfänger herunter geregelt werden.

Diese separat Tonregelung ist notwendig, weil verschiedene Mikrofone auch unterschiedliche Ausgangspegel haben. So kann z.B. ein Handmikrofon einen tiefen Ausgangspegel haben. Wir müssen diesen hochregeln, ansonsten haben wir auf dem Tonsignal der Kamera unerwünschtes Rauschen. Umgekehrt gibt es Mikros, die einen sehr hohen Ausgangspegel haben. Wenn wir diesen

nicht herunterregeln, clippt das Ton-Signal in der Kamera, egal wie wir die Tonaussteuerung in der



Ein Funkempfänger von Senneiser. Das Signal, das vom Empfänger in den Toneingang der Kamera geht, kann mit der Taste AF Out in vier Stufen geregelt werden. Hier steht es auf Stufe 2 von 4.



Empfänger von Røde. Das Signal, wird mit der dB Taste in verschiedenen Stufen geregelt. Das Volume-Symbol zeigt die Stufe an.

Kamera selbst geregelt haben.

In allen Fällen gilt: Mit Kopfhörer stellst du solche Fehler fest und kannst sie beheben.

Das Mikrofon

Mach dir Gedanken drüber, ob du mit einem Ansteck-Mikrofon oder mit einem Handmikrofon arbeiten willst. Das **Handmikro** hat in der Regel den Vorteil, dass es in lauten Umgebungen besser funktioniert, weil es weniger Umgebungsgeräusche aufzeichnet. Das funktioniert allerdings nur, wenn du das Mikro nah genug zur Protagonistin hältst. Ausserdem bist du schneller, weil du dein Gegenüber nicht «verkabeln» musst.

Das **Funkmikrofon** bietet sich an, wenn deine Interviewperson während des Interviews eine Handlung vornehmen wird. Wenn es richtig platziert ist, hast du in jeder Situation Ton. Ausserdem wirkt es etwas diskreter. Und: es hat den Vorteil, dass du mit der Kamera weiter von deiner Protagonistin weggehen kannst. Somit kannst du näher ranzoomen (resp. eine längere Brennweite wählen) und damit erreichst du... siehe oben... mehr Bokeh.

REGEL FÜR DEN SCHLUSS

Wenn du fertig bist mit dem Interview, wiederhole die wichtigsten Fragen des Interviews noch einmal. Erkläre, warum du das machst: «jetzt sind wir so schön drin, lassen sie uns die Einstiegsfrage und die zwei wichtigsten Fragen noch einmal wiederholen.»

Wähle für den zweiten Durchlauf eine andere Cadrage, zoomte zum Beispiel näher ran. So hast du im Schnitt später die Möglichkeit, ein Quote auch zu schneiden, ohne einen Weissblitz verwenden zu müssen.

Wenn du etwas Zeit hast

Renne nicht sofort weg. Unterhalte dich beim Abbau des Equipments mit deiner Interviewprotagonistin. Interessiere dich für die Person, versuche herauszufinden, ob sie dir einen Hinweis auf eine nächste Geschichte geben kann.

Fragen die dabei helfen:

- «Was ist eigentlich das grösste Dossier im Moment bei ihnen?»
- «Nun waren wir schon mehrmals zum Thema x bei Ihnen. Welche Geschichte haben wir Medien bisher verpasst?»

LEVEL 2: EINFÜHRUNGSBILDER UND SZENEN

Videos sind selten bloss eine Aneinanderreihung von Quotes (nur bei Webvideos, insbes. im Bereich Social Media kommt es vor), sondern wir brauchen eine Handlung, um die Person zu **situieren oder vorzustellen**.

Professionelle Filmemacherinnen rümpfen beim Begriff «Einführungsbild» gerne die Nase und sagen: Einführungsbilder gibt es gar nicht. Das ist etwas dogmatisch. Fakt ist: Der Betrachter / die Betrachterin braucht eine Orientierung, um erkennen zu können, was das für eine Person ist, die gleich sprechen wird. Ist sie zu Hause? Was macht sie? Ist sie im Büro? Was tut sie dort? Geht sie einem Hobby nach? Worin besteht es?

Beim Schreiner, bei der Sportlerin oder beim Barkeeper ist es nicht schwierig, Bildideen oder Szenen zu finden. Sie können sozusagen einfach ihrem Handwerk nachgehen. Bei Menschen, deren Tätigkeit sich vor allem am Schreibtisch (am PC) oder in Sitzungszimmern abspielt, ist das schwieriger. Unter Umständen musst du etwas inszenieren.

INSZENIERUNG: SO WENIG WIE MÖGLICH

Inszenieren bedeutet: du gibst ein paar Anweisungen, was deine Protagonistin machen soll. Bleibe dabei immer möglichst nah an dem, was die Person in jener Funktion, in der sie vor der Kamera auftritt, sowieso machen würde: Einen Kunden bedienen, etwas abfüllen, eine Sitzung leiten oder

halt am PC arbeiten. Zu grosse Inszenierungen gehen meistens in die Hose, weil unsere Interviewpartnerinnen keine Schauspieler sind, sondern Politikerinnen, Experten, etc.

Kläre vor dem Dreh, auf welche Szenen/Situation du treffen wirst und mache dir Gedanken, wie du das filmisch festhalten willst.

PERSPEKTIVE

Zoomen oder nicht zoomen ist eine umstrittene Frage, am besten machst du einen Mix. Du wählst lange Brennweiten, um den Hintergrund schön unscharf zu machen. Dazwischen solltest du dich aber auch bewegen und zum Beispiel selber nah ran gehen mit der Kamera. Deine Füße sind sozusagen der Zoom.

Viele Filmemacher empfehlen ausserdem die 30 Grad Regel. D.h. dass man von der einen zur nächsten Einstellung seine Position um 30 Grad nach links oder rechts ändert. Ich habe das selbst nie beachtet. Aber was man sicher sagen kann: Filme nicht alles vom gleichen Standort aus. Das wird schnell langweilig. Beweg' dich.

BEI DEN ANDEREN ABGUCKEN: VORSICHT

Es gibt eine Reihe von Einführungsbildern, die in Filmen herumgeistern (ob TV, Dokumentar oder Webvideo), aber **völlig sinnlos** sind. Ein paar dieser Klassiker, die du lieber nicht kopierst:

Der Protagonist läuft aus dem Bild raus und kommt dann im Quote.	Klassischer Anschlussfehler. Wer aus dem Bild läuft, ist für den Zuschauer «weg». Es ist unlogisch, wenn er plötzlich wieder im Bild ist.
Protagonistin läuft durchs Bild oder ist stehend im Bild zu sehen. Im Quote sitzt sie plötzlich (oder umgekehrt)	Ebenfalls ein Anschlussfehler. Das lässt sich vermeiden, in dem wir zeigen, wie die Protagonistin sich hinsetzt oder aufsteht.
Protagonist nimmt ein Buch (Klassiker beim Anwalt, er nimmt ein Gesetzbuch hervor). Das Buch spielt nachher (im Quote) keine Rolle mehr.	Obwohl die meisten Menschen heute viel mit dem PC arbeiten, hat sich dieses Einführungsbild gehalten. Der Trick mit dem Buch macht Sinn beim Historiker, der uns im Buch auch etwas Konkretes zeigt. Ansonsten: lieber Finger weg.

LEVEL 3: BEWEGUNG

Wenn wir von Amateuraufnahmen sprechen, meinen wir damit meistens verwackelte Aufnahmen, die kaum mehr als drei Sekunden in einer Einstellung verharren, sondern sich gleich wieder weiterbewegen. Der Grund, warum Amateure so filmen ist einfach. Sie filmen so, wie wir Menschen schauen.

Wenn wir in einen Raum kommen, orientieren wir uns, blicken nach links, rechts, oben und unten. Wenn wir Videos drehen, können wir das nicht so machen. Die Einstellungen brauchen Ruhe.

DON'T MOVE THE CAMERA

Mit Bewegungen der Kamera sollten wir sparsam sein. Oder um es noch deutlicher zu sagen: Wir bewegen die Kamera während der laufenden Aufnahme am besten **nicht**.

AUSNAHMEN

Ausnahme Nr. 1: Wir machen die Bewegung eines Objektes mit. Streng genommen bewegt sich die Kamera gar nicht, sondern wir behalten bloss unser Motiv im Zentrum.

Diese Bewegung musst du abschliessen. Sprich: Du musst dir überlegen, wann du dein Motiv aus dem Bild gehen lässt. Warte nicht zu lange damit. Sonst hast du ein Problem im Schnitt.

Ausnahme Nr. 2: Deine Interviewperson erklärt dir etwas und zeigt es gleichzeitig. Sie deutet zum Beispiel mit dem Finger auf ein Detail oder vielleicht auch auf etwas weiter entferntes. In dieser Situation würden wir als Betrachter ja dem Fingerzeig der Interviewperson folgen. Das darfst du mit der Kamera ebenfalls machen. Das erfordert allerdings etwas Übung.

Du kannst genau so gut einfach auf deiner Interviewperson bleiben und das, was sie dir gezeigt hat, separat filmen.

Ausnahme Nr. 3: Du bewegst dich mit der Kamera vorwärts oder rückwärts. Die Zuschauer erhalten so eine Subjektive. Mache diese Bewegung ruhig und langsam. Nimm die Kamera lieber auf Brusthöhe und in beide Hände (so als würdest du eine Schüssel voller Wasser tragen, das nicht überschwappen darf). Bleibe möglichst weitwinklig. Überlege, wo du diese Bewegung abschliesst.

LEVEL 4: FILMEN NACH EINEM BESTIMMEN SCHEMA

Es klingt auf den ersten Blick etwas un kreativ. Der grosse Vorteil: wenn du solche Abläufe beherrschst, wirst du kaum je in Bildnot geraten. Und umgekehrt wirst du auch nicht in Rohmaterial ertrinken. Ich selber bin Fan der 5 Shot Rule, halte sie auf Dreh aber auch nicht immer ein (manchmal hat man schlicht keine Zeit).

Bei all diesen Abläufen gilt: du musst sie während des gesamten Drehs immer wieder von neuen wiederholen. Jedes Mal, wenn eine neue Situation entsteht, ziehst du das wieder durch. So hast du im Schnitt in jeder Szene viele Optionen und kannst immer die beste wählen.

321 SCHEMA

Diese Faustregel stammt aus einem Buch von VJ Coach Dushan Wegner (Der Videojournalist/Mediabook Verlag).

3	Filme von deiner Protagonistin drei Nahaufnahmen. Hände, Gesicht, Augen, vielleicht noch einmal die Hände, aber aus einer anderen Perspektive.
2	Gehe 2 Schritte zurück und zeige deine Protagonistin von etwas weiter weg. Zeige sie mindestens mit dem ganzen Oberkörper. Achte darauf, dass sie möglichst noch immer das Gleiche macht, wie bei den Nahaufnahmen. Bitte sie notfalls, den Vorgang noch einmal zu wiederholen.
1	Drehe ein Bild, das mit der Situation zusammenhängt, aber das die Hauptperson nicht zeigt. Beim Schreiner könnte das zum Beispiel eine Nahaufnahme von seinem Werkzeug sein oder von einer Masszeichnung an der er sich orientiert. Bei einem Dreh in einem Hotel wären es die Zimmerschlüssel, die an der Réception hängen (ok, Zimmerschlüssel sind ein veraltetes Konzept, aber du verstehst, was ich meine). Diese Bilder ohne die Hauptperson verschaffen dir Flexibilität im Schnitt, weil sie an mehrere Stellen passen.

5 SHOT RULE UND 5 + 1 SHOT RULE

Dieses Schema stammt von Michael Rosenblum. Rosenblum war ein TV-Produzent und Videojournalist. Er hatte diese Methode in den 1990er Jahren entwickelt, nachdem er in New York die erste grössere TV-Station gegründet hatte, die nach dem VJ-Modell arbeitete.

1	Closeup auf die Hände des Protagonisten: Was tut er?
2	Closeup auf Gesicht des Protagonisten: Wer ist das?

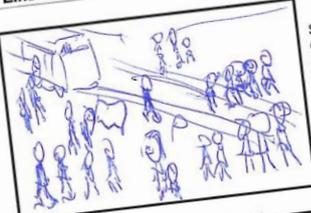
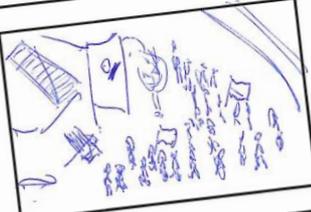
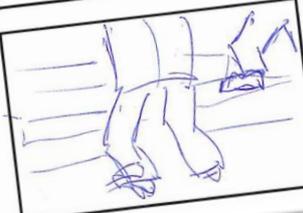
3	Halbtotale oder Totale, die den Protagonisten zeigt: Wo passiert das alles?
4	Ein Over-the-Shoulder, also eine Einstellung über die Schulter gefilmt. Oder ev. sogar eine Subjektive: Wie sieht das aus der Perspektive meines Protagonisten aus?
5	Halbtotale oder Closeup aus der gleichen Situation, bei der aber der Protagonist nicht im Bild ist.
Plus 1	der originelle Shot, z.B. von unten oder von oben.

LEVEL 5: PLANE DEINEN DREH

Egal, ob du für Social Media oder für TV-Nachrichten drehst, die Zeit ist immer knapp. Gute Vorbereitung ist das A und O. Wenn ein Thema besonders komplex ist, oder wenn du wenig Zeit haben wirst für die Fertigstellung, ist das Drehbuch eine grosse Hilfe.

Das **Drehbuch** zwingt dich dazu, den Text und die Bilder miteinander abzugleichen. Du wirst schnell erkennen, welche Bilder du benötigst. Oder auch, wenn du dich textlich zu sehr vom Bild entfernst.

Drehbücher können so weit gehen, dass sie sogar die Quotes der Protagonisten schon enthalten. Das kann etwas gefährlich werden, wenn der Protagonist das Quote nicht genau so beantwortet, wie er es dir im Vorgespräch erzählt hat. Deshalb: flexibel bleiben. Das Drehbuch darf nicht dazu führen, dass du stur an deiner Geschichte kleben bleibst, obwohl sie nicht stimmt oder du die Hypothese nicht einlösen kannst.

Nr.	Einstellungsskizze	Text/Ton	Zeit	Anmerkung
		Schon zwei Stunden vor dem Spiel war die Innenstadt bevölkert von Gästefans.	00:00 bis 00:05	
		Die meisten von ihnen waren mit dem Auto angereist und hatten einen 10 Stündigen Weg hinter sich.	00:05 bis 00:08	
		Zu ihnen gehört auch Protagonist X. Es ist das erste Mal überhaupt, dass er an ein Auswärtsspiel seines Lieblingsvereins reist.	00:08 bis 00:12	

Ein **Aussagewunsch** stellt sicher, dass du nicht plötzlich von deinem ursprünglichen Plan abkommst und eine völlig andere Geschichte erzählst (das mögen ProduzentInnen überhaupt nicht). Wenn du merkst, der **Aussagewunsch** lässt sich nicht einlösen, musst du (zusammen mit der Produzentin) noch einmal über die Bücher.

Lege dich vor dem Dreh auf den **Aussagewunsch** fest. Formulieren ihn etwa so:

Das Publikum soll erfahren, warum X ... macht, obwohl er ...

Zum Beispiel:

Das Publikum erfährt, wer der neue FDP Präsident Ferdinand Pulver ist und warum er in seiner Freizeit gerne Gleitschirmfliegen geht, obwohl er im Rollstuhl sitzt.

LEVEL 6: SITUATIVE INTERVIEWS

Aus dem Storyboard wirst du auch erkennen können, ob du deine Interviewperson in mehr als nur einer einzigen Situation quoten sollst. Gerade bei Reportagen macht es immer wieder Sinn, kurze Interviews einzuschieben.

Solche Interviews brauchen viel Übung, weil du sie oft ohne Stativ drehen wirst und dein Interviewperson möglicherweise viel in Bewegung ist bei dem, was sie gerade tut. Du musst in solchen Fällen also sehr agil reagieren, deiner Interviewperson zuhören und gleichzeitig immer überlegen, was du mit der Kamera als nächstes machen willst.

Das gilt unter VJs als Königsklasse und kann eigentlich nur mit viel Praxis oder 1:1-Coaching erarbeitet werden.

DREHSCHLUSS

Gehe auf deiner Kamera noch einmal kurz deine Clips durch und mach kurze Stichproben: Stimmt der Ton. Habe ich alles Wichtige abgedreht. Jetzt ist der letzte Moment, etwas Vergessenes noch nachzuholen. Wenn du dich von deiner Interviewperson verabschiedet hast, und nach Hause gegangen bist, ist's zu spät.

«FILME SCHNEIDEN IST WIE EIN PUZZLE»
PAUL THOMAS ANDERSON

SCHNEIDEN

Bei der eigentlichen Montage des Films sollte der Schnitt an erster Stelle stehen. Der Offtext erst an zweiter Stelle. Wenn die Zeit fehlt, bleibt das oft eine Idealvorstellung. In diesem Fall hilft folgendes Vorgehen:

- Schreibe die Anmoderation (bei News-Beiträgen)
- Überlege dir, welches das erste Bild, resp. die erste Sequenz sein soll.

DIE ERSTE SZENE

Egal ob Webvideo, Social oder Nachrichtenbeitrag: **Die erste Szene ist matchentscheidend.** Im Idealfall spürst du schon beim Dreh, wenn du eine Einstiegsszene einfügst. Beim Einstieg geht es mehr um Emotionen als um Informationen. Denn im Bewegtbild können wir das Publikum mit Emotionen besser abholen als mit Informationen.

Steige deshalb ein

- mit einer packenden Szene
 - mit einer Nachaufnahme
 - mit einem guten O-Ton
- (oder mit einer Szene, die gleich alles in sich vereinigt).

Vorsicht dagegen mit

- Totalen
- Bilder ohne Handlung

DER ROTE FADEN

In der idealen Welt hast du so gedreht, dass du im Film einen roten Faden hast und zeitlich möglichst wenig hin- und herspringen musst.

Das bedeutet nicht unbedingt, dass du in jedem Fall chronologisch vorgehen musst (denn: wir wollen ja die beste Szene am Anfang des Videos. Das war nicht immer jene, die du als Erstes gedreht hattest).

Aber du solltest innerhalb der gleichen Szene weder zeitlich noch örtlich zu fest hin- und herspringen. Das ist verwirrend. Vielmehr machst du «Pakete» bei denen du zusammennimmst, was bildlich zur gleichen Szene gehört.

Wenn du einen Ortswechsel machst, *mache ihn dezidiert*. Achte darauf, dass du diesen Ortswechsel nicht bloss für eine einzelne Einstellung, resp. ein Einzelnes Bild machst. Sondern komponiere auch daraus eine Szene (du bräuchtest also mehrere Einstellungen von diesem neuen Ort, im Idealfall ist es wieder eine kleine Handlung).

DER OFFTEXT

Der Text zu einem Video entsteht im Idealfall während des Schnitts. In der Praxis entsteht er schon vorher. Trotzdem sollte sich der Text immer am Bild orientieren (und nicht umgekehrt). Es ist wichtig, dass vor allem beim Anfang eines Gedankengangs Bild und Text zueinander passen. In den folgenden Sätzen darfst du dich durchaus ein Stück weit vom Bild entfernen, aber nicht zu sehr.

Bleib flexibel

Wenn du feststellst, dass du im Text «zu weit weg vom Bild» bist, dann ändere nicht das Bild, sondern den Text. Sehr oft genügt es, einen Satz umzudrehen (auch streichen kann eine Option sein). Das ist in der Regel besser, als ein Bild zu ändern. Denn damit wirst du die eigentlich Handlung, die du zusammengeschnitten hast, wieder auseinander reissen.

MUNDART

Darüber lässt sich ein ganzer Roman schreiben. In der Regel braucht es viel Übung, um ein natürliches Verhältnis zur eigenen Mundart aufzubauen. Denn in der Schule lernen wir genau das Gegenteil. Wir lernen, zu schreiben. Und erst noch auf Hochdeutsch. Das macht uns das Leben einigermassen schwer. Ausserdem schaltet man, sobald man vor einer Tastatur sitzt, automatisch in den Schreib-Modus. Du versuchst dann zwar, möglichst mündlich zu klingen, aber trittst in eine der vielen Stolperfallen.

Deshalb: erzähle die Geschichte deiner Produzentin. Dann hast du auch ein Gespür dafür, welche Gedankengänge du machen willst.

Überlege dir beim Texten immer: wie würde ich das meinen Freunden beim Feierabendbier erzählen.

Die wichtigsten Grundregeln beim Texten

- 14 Wörter pro Satz sind genug. Wenn dein Satz länger ist, ist etwas faul.
- Benutze aktive Verben (und kein Passiv)
- Benutze möglichst wenig Substantive
- Widerstehe der Behördensprache. Behörden haben eine merkwürdige Art, Dinge zu formulieren, sie erfinden Wörter, die es eigentlich gar nicht gibt, machen gerne lange und komplizierte Sätze mit vielen Substantiven. Das muss alles weg.
- Schmeiss alle Partizipkonstruktionen über Bord («der vom Grossen Rat genehmigte Entwurf» heisst nicht «dr vom Grosse Rot gnähmigte Entwurf», sondern «Dr Grossi Rot het dä Entwurf guetgheisse und ...»)
- Mache die Relativsatz-Konstruktion nicht auf Hochdeutsch (nicht: «d Frau, die dört an dr Bushaltestell stoht», sondern «d Frau, **wo** dört an dr Bushaltestell stoht»)
- Auf Mundart gibt es kein Futur, nur Präsens: Morn macht är e neue Versech (und nicht «morn wird är e neue Versuech mache»)
- 14 Wörter pro Satz sind genug. Ich sage es gerne noch einmal. Es wirkt etwas sklavisch, aber es hilft dir, bessere Mundart-Texte zu entwickeln.

WEITERE SCHNITTREGELN

Wechsle bei jedem Schnitt die Einstellungsgrösse. Gleiche Einstellung auf gleiche Einstellung funktioniert nur im Ausnahmefall (und es muss zur Filmsprache des jeweiligen Formats passen).

Mache immer einen **harte Schnitte**. Überblendungen sind etwas für Amateure (und für Live-Übertragungen. Wenn du einen Schnitt abfedern willst, dann ziehe z.B. den Ton vor. Sprich: Die neue Tonspur setzt früher ein, das dazugehörige Bild kommt erst ein paar Sekunden später. Das funktioniert auch bei Quotes.

Ein Bild, in dem nichts passiert, sollte nicht länger als 3-4 Sekunden sein.

Wenn du Musik verwendest, kümmere dich um die **Rechtsituation**.

Starte mit dem Offtext nicht schon in der ersten Sekunde. Lass mindestens eine halbe Sekunde **Luft** (das gilt auch, wenn dein Video mit einem O-Ton oder Quote beginnt). Das gleiche gilt für den Schluss. Du musst ein Schlussbild haben, dass du nach dem Ende des Offtextes oder nach der letzten Texttafel/Untertitel (bei einem Webvideo) noch **ein paar Sekunden stehen lassen kannst**.

AUDIO AUSSTEUERN UND MISCHEN

Im Schnitt machst du auch die Aussteuerung, resp. das Abmischen des Audios. Wenn du beim Drehen den Ton sauber ausgesteuert hast, wird diese Aufgabe umso leichter.

KANALBELEGUNG

Bei **Webvideos** ist das keine Hexerei. Du machst einen Mix nach deinem Gusto. Am Ende wird beim Export der Videodatei auch eine Stereospur mitgeliefert.

Im **TV-Bereich** ist es etwas komplizierter. Dort haben viele Stationen ihre eigenen Vorstellungen, wie die Tonspuren belegt sein sollen. Zum Beispiel gehören Quotes auf Spur 1, die Ambi (also z.B. die Umgebungsgeräusche) auf Spur 2, der Offtext auf Spur 3. Die Technik wird dich über die Anforderungen ins Bild setzen können.

AMBI ODER ATMO

Darunter verstehen wir die Hintergrundgeräusche, die der Tongestaltung des Videos eingesetzt werden. Damit können wir einen akustischen Eindruck von jener Umgebung vermitteln, in der die Aufnahmen entstanden sind.

Grundsätzlich gilt: **Jede Szene hat Ambi**. Diese muss nicht immer gleich laut sein, aber man muss sie wahrnehmen. Eine Szene ohne Ambi wirkt seltsam blutleer. Das ist besonders wichtig bei Drohnenaufnahmen. Dort wird oft kein Ton aufgezeichnet. Wir müssen also die entsprechende passende Ambi nachdrehen.

AUSSTEUERUNG DES AUDIOS

Auch fragst du die Technik nach den geltenden Anforderungen. Es gibt aber gute Faustregeln, wie du am besten aussteuerst (also die Lautstärke von einzelnen Clips oder einer ganzen Spur bestimmst). Die Pegelanzeige der Schnittsoftware gibt dir einen guten Anhaltspunkt. Verlasse dich aber auch immer auf deine Ohren (und mache die Abmischung nicht mit Kopfhörern, sondern immer via Lautsprecher).

- Quotes: höchste Ausschläge auf der Pegelanzeige bei -6 db
- Musik (falls verwendet): höchste Ausschläge bei -12 db
- Ambi: Keine Regel, siehe oben: Ambi muss spürbar sein, darf aber die Verständlichkeit nicht behindern.

TRICKS BEIM AUDIO

Achte beim Audio auf **saubere Übergänge**. Alle Quotes solltest du mit einem kurzen Fade-in einleiten und mit einem Fade-out beenden. Das macht es zum Hören angenehmer.

Windgeräusche, die wie ein dunkles Fauchen oder knattern klingen, lassen sich mit einem **Equalizer** reduzieren. Diese finden sich in der Schnittsoftware bei den Audio-Effekten. Premiere bietet z.B. einen 10, 20 und 30-Band Equalizer. In der Praxis reichen 10 Bänder. Alle Bereiche unterhalb von 100 Hz können problemlos reduziert oder sogar vollständig abgesenkt werden, ohne dass der Ton zu stark darunter leidet.



Mit einem Equalizer lassen sich einzelne Frequenzbänder lauter oder leiser machen. Vor allem «boosten» sollte man eher vorsichtig. (Adobe)

Du kannst auch einzelne Frequenzen verstärken, um eine Aufnahme brillanter zu machen (bei Sprachaufnahmen in der Regel der Bereich um 4k Hz). Allerdings sollte man das vorsichtig tun, das Audio kann sonst schnell «stechend» wirken.

Dynamik-Kompressor

Für Nerds: statt eine Aufnahme lauter zu machen, kannst du auch einen Kompressor einsetzen. Sowohl Premiere wie auch Final Cut haben gute Plugins. Ein Kompressor hat den Vorteil, dass er laute und leise Stellen angleicht. Der Unterschied zwischen der lautesten und der leisesten Stelle wird damit kleiner. Das ist von Vorteil, wenn eine Interviewperson zwischendurch sehr laut und dann wieder sehr leise spricht.

BONUS:

GOLDENE REGELN, DIE DIR DAS LEBEN LEICHTER MACHEN

- Drücke am Ende der Aufnahme nicht gleich Stopp. Lass grundsätzlich am Ende einer Einstellung 2-3 Sekunden Luft.
- Mach dir klar, wo die Handlungsachse im Raum ist. Überquere sie nicht.
- Nicht nur zoomen, bewege dich selbst, geh' nahe ran.
- Trage Kopfhörer
- Achte darauf, dass Deine Einstellungen lange genug sind (5 Sekunden ist das Minimum. Besser sind 15 Sekunden).
- Denke an ein Schlussbild
- Prüfe dein Equipment rechtzeitig, nicht erst kurz bevor du losgehst, sondern ca. eine halbe Stunde vorher: sind die Akkus voll, habe ich eine Speicherkarte, funktioniere das Funkmikrofon, ist das Stativ intakt, brauche ich eine Kopflampe (Ja, du brauchst eine!)?
- Offtext in Mundart: 14 Wörter sind genug.



Sendehandbuch

Zweck

Das Sendehandbuch beschreibt das Programm von bärnTV ab 1.1.2025. Es umfasst das Programm- und Senderaster (zeitliche Abfolge der Sendungen) und die Sendebeschriebe (Dauer, Periodizität, Inhalt, Publikumswirkung, Ablauf und Gestaltung, Personal, Verantwortlichkeiten) jeder Sendung.

Inhalt

Programm raster	2
Senderaster Hauptsendung	3
Sendebeschrieb «Bärn aktuell»	4
Sendebeschrieb «Fokus Bärn»	6
Sendebeschrieb «BärnKultur»	7
Sendebeschrieb «Xundheit»	9
Sendebeschrieb «BärnSport»	10
Sendebeschrieb «Wirtschaft BE»	11
Sendebeschrieb «BärnStyle»	13
Sendebeschrieb «BäreTalk»	14
Sendebeschrieb «Tatze, Pfote, Schnabu»	15
Sendebeschrieb «Wetter»	16
Sendebeschrieb «Verzeu!»	17
Sendebeschrieb «Agenda»	18
Sendebeschrieb «Freizyt»	19

Senderaster Hauptsendung

Die Hauptsendung besteht aus den beiden Bereichen Informationssendungen und Magazinsendungen. Bei den Informationssendungen bildet die Nachrichtensendung «Bärn aktuell» die tägliche Konstante. Die Magazinsendungen wiederum unterscheiden sich je nach Wochentag.

bärnTV: Programm raster Hauptsendestunde							
Mo - So, 18:00 - 19:00							
	Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So
18:00							
18:01							
18:02							
18:03							
18:04							
18:05							
18:06							
18:07	Bärn aktuell	Bärn aktuell	Bärn aktuell	Bärn aktuell	Bärn aktuell	Bärn aktuell	Bärn aktuell
18:08							
18:09							
18:10							
18:11							
18:12							
18:13							
18:14							
18:15							
18:16							
18:17							
18:18						Wätter	Wätter
18:19							
18:20							
18:21							
18:22	Fokus Bärn	Fokus Bärn	Fokus Bärn	Fokus Bärn	Fokus Bärn		
18:23							
18:24							
18:25							
18:26							
18:27							
18:28							
18:29							
18:30							
18:31							
18:32	Wätter	Wätter	Wätter	Wätter	Wätter		
18:33							
18:34							
18:35							
18:36						Joker	BäreTalk
18:37							
18:38							
18:39							
18:40		Wirtschaft BE					
18:41			BärnKultur	BärnStyle	Verzeu!		
18:42							
18:43							
18:44	BärnSport						
18:45							
18:46							
18:47							
18:48							
18:49		Xundheit					
18:50			Agenda	Tatze, Pfole Schnabu	Freizyt		
18:51							
18:52							
18:53							
18:54							
18:55							
18:56							
18:57							
18:58							
18:59	Countdown	Countdown	Countdown	Countdown	Countdown	Countdown	Countdown

Sendebeschriebe

Name	
Bärn aktuell	
Format Nachrichtensendung	
Dauer 15 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt Täglich, Erstausstrahlung 18:00-18:15, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept Die Nachrichtensendung Bärn aktuell ist das Flaggschiff des bärnTV-Programms: täglich berichten wir aktuell über das relevante Geschehen im Kanton Bern aus den Themenbereichen Politik, Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur und Sport. Wir bedienen uns dazu der klassischen Formen des Fernseh-Nachrichtenjournalismus: Beitrag, Reportage, Interview, Korrespondentschaltung, Kurznachricht und Kommentar. Die Sendung wird in Mundart moderiert, der Moderationsstil ist sachlich, neutral, einordnend.	
Angestrebte Publikumswirkung Das Publikum fühlt sich gut informiert über das Tagesgeschehen Kanton Bern und den angrenzenden Bezirken des Kantons Freiburg. Es empfindet die Beiträge als seriös recherchiert und ausgewogen, die Themenauswahl als relevant und abwechslungsreich. Mit der Sendung soll man als Zuschauer:in einen guten Überblick über die regionalen Geschehnisse dieses Tages erhalten.	
Sendeablauf (Beispiel, abweichend je nach Aktualität)	
00:00	Intro
	Begrüssung
00:30	Schlagzeilen der drei wichtigsten Themen
01:00	Anmoderation Thema 1
01:30	Beitrag Thema 1
04:00	Anmoderation Thema 2
04:30	Kurzbeitrag Thema 2
06:30	Studiointerview Protagonist Thema 2
09:30	Anmoderation Thema 3
10:00	Korrespondentschaltung Thema 3
12:00	Anmoderation Thema 4
12:30	Beitrag Thema 4
14:30	Hinweis auf Punkt6 Thema, Verabschiedung
14:50	Credits/Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Livesendung! Newsstudio 	

- Intro/Schriften/Einblender/Trenner/Closer im Layout «Bärn aktuell»
- Hintersetzerbilder Format 4:3 auf Studioscreen Moderator
- Automatisierte Kamerafahrten gem. Technikmanual

Personal

- Redaktion: Redaktionsleitung, ProduzentIn, 5 VJs, Moderation
- Produktion: Regisseur, MultitechnikerIn, Tagesgrafik, Maske, Administration

Verantwortlichkeiten

- Themenplanung: Redaktionsleitung an den täglichen Redaktionssitzungen
- Tagesverantwortung und Beitragsabnahme: Tagesproduzent
- Gesamtverantwortung: Chefredaktor
- Technische Umsetzung: Produktionsleitung

Name	
Fokus Bärn	
Format	
Themenmagazin mit Vertiefungsthema	
Dauer	
10 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt	
Montag bis Freitag, Erstausstrahlung 18:18-18:28, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept	
Das Thema des Tages wird im «Fokus Bärn» vertieft behandelt. Das Format kann dabei unterschiedlich sein: Talk mit Gästen, Streitgespräch, Reportage oder Magazin mit Kurzberichten und Interviews.	
Angestrebte Publikumswirkung	
Fast immer gibt es EIN regionales Tagesthema, über das fast alle reden. Fokus Bärn greift dieses auf und vertieft es, vielfach in Ergänzung zum Newsbeitrag in der Sendung «Fokus Bärn». Die Zuschauer wissen: hier bekomme zusätzliche Information, Meinungen, Bilder und Eindrücke dazu. Die Sendung hilft, das Thema und seine Zusammenhänge besser zu verstehen und mehr darüber zu erfahren.	
Sendeablauf (Beispiel, abweichend je nach Aktualität)	
00:00	Intro
00:15	Begrüssung oder Anmoderation
00:45	Einführung ins Thema
02:15	Talk, Streitgespräch, Reportage, Beiträge, Interviews
12:15	Verabschiedung/Abmoderation/Credits
12:45	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Livesendung aus Newsstudio • Oder vorproduzierte Reportage • Intro/Schriften/Einblender/Trenner/Outro im Layout «Fokus Bärn» • Hintersetzerbilder Format 4:3 auf Studioscreen Moderator • Automatisierte Kamerafahrten gem. Technikmanual 	
Personal	
<ul style="list-style-type: none"> • Redaktion: Redaktionsleiter, Produzent, Moderation • Produktion: Regisseur, MultitechnikerIn, Tagesgrafik, Maske, Administration 	
Verantwortlichkeiten	
<ul style="list-style-type: none"> • Themenplanung: Redaktionsleitung an den täglichen Redaktionssitzungen • Tagesverantwortung und Beitragsabnahme: Tagesproduzent • Gesamtverantwortung: Chefredaktor • Technische Umsetzung: Produktionsleitung 	

Name	
BärnKultur	
Format	
Kultursendung	
Dauer	
12 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt	
Jeden Mittwoch, Erstausstrahlung 18:35-18:47, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept	
Berns Kulturszene ist bunt, vielfältig und überraschend. Egal ob Bandprobe oder Atelierführung. Wir nehmen die Zuschauer mit auf eine Expedition ins kreative Bern. Hautnah, ungefiltert und authentisch porträtieren wir Berner Künstlerinnen und Künstler, zeigen ihr Umfeld und die Entstehung ihrer Werke. Dazu Informationen über aktuelle Kulturevents.	
Angestrebte Publikumswirkung	
Wer BärnKultur schaut, ist offen für alle Spielarten der Kultur und lässt sich gerne von Neuem überraschen. Die Zuschauer:innen schätzen vor allem den Blick hinter die Kulissen: wie entsteht eigentlich Kultur? Was geht in den Künstler:innen vor? Wie gehen sie selbst mit ihren Werken um? BärnKultur soll einen Fixplatz auf der «Watchlist» der Kulturinteressierten bekommen.	
Sendeablauf	
00:00	Intro
00:30	Einführung ins Hauptthema, Vorstellung Kulturschaffende:r, erster Reportageblock
05:00	Kulturtipps: Aktuelle Kulturanlässe, Einspielungen, Off-Text
08:00	Reportageblock 2
11:30	Abmoderation / Ausblick nächste Sendung
11:55	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduzierte Sendungen in unterschiedlichen Settings. Abhängig von der Protagonistin / des Protagonisten oder des Themas ergeben sich verschiedene Kulissen. Wir drehen z.B. im Museum, Theater, Atelier, in der Galerie, am Event oder im öffentlichen Raum. • Intro/Schriften/Einblender/Trenner/Texttafel/Closer im Layout «BärnKultur» 	
Personal	
Redaktion: ProduzentIn	
Produktion: VJ, Administration	
Verantwortlichkeiten	
Themenplanung: ProduzentIn, Redaktion	
Magazinabnahme: Chefredaktor	

Gesamtverantwortung: Chefredaktor
Technische Umsetzung: VJ/Produktion

Name	
<h1>Xundheit</h1>	
Format Gesundheitsmagazin	
Dauer 8 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt Jeden Dienstag, Erstausstrahlung 18:47-18:55, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept Das Magazin erklärt Krankheiten und deren Behandlungsmöglichkeiten. Dabei zeigen wir Trends und Neuigkeiten aus den Bereichen Gesundheit und Behandlung. Ärztinnen und Ärzte aus der Region geben Tipps zur Vorbeugung von Krankheiten.	
Angestrebte Publikumswirkung Xundheit richtet sich an Zuschauer:innen, die sich stark für Gesundheitsthemen interessieren. Hier erhalten sie seriöse Informationen dazu, die dank der Regionalität (regionale Ärzte, Spitäler und Patienten) glaubwürdig und menschlich nah vermittelt wird. Sensationslust ist kein Treiber, diese Sendung zu schauen, sondern ein sachlicher, aber auch mitfühlender Umgang mit dem Themenkomplex Krankheit.	
Sendeablauf	
00:00	Intro
00:15	Begrüßung/Anmoderation vor Ort im Spital
00:45	Reportage/Beitrag zum Krankheitsbild
04:00	Kurztalk mit behandelndem Arzt / Spezialisten
07:00	Abmoderation mit Hinweis auf die nächste Sendung und Ort/Verabschiedung/Credits
07:45	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduzierte Sendung und Talk • Intro/Schriften/Einblender/Trenner/Fliege/Rollband im Layout «Xundheit» 	
Personal	
Redaktion: Produzentin, Moderatorin	
Produktion: Produzentin, Kamera, Cut, Administration	
Verantwortlichkeiten	
Themenplanung: Produzentin, Redaktion	
Magazinabnahme: Leitung Magazine	
Gesamtverantwortung: Chefredaktor	
Technische Umsetzung: Produktionsleitung	

Name	
BärnSport	
Format Sportmagazin	
Dauer 18 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt Jeden Montag, Erstausstrahlung 18:36-18:55, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept Alles, was die Sportfans in der Region bewegt, mit Schwerpunkt Fussball und Eishockey. Spieler und Verantwortliche von YB und SCB stehen im Studio Red und Antwort, verraten die Strategie und kommentieren die letzten Spiele. Dazu Reportagen und Berichte über das weitere sportliche Geschehen.	
Angestrebte Publikumswirkung Das ist die Sendung für Berner Sport-Fans! Wer BärnSport schaut, der liebt YB und SCB, freut sich über deren Siege und leidet mit bei Niederlagen. Die Emotionalität des Sport soll Platz haben in dieser Sendung, auch wenn die Fakten wie Spieltaktik, Strategie und Club-Situation die inhaltliche Basis dafür bilden. BärnSport-Zuschauer:innen wissen mehr über ihren Club und können mitreden.	
Sendeablauf (Beispiel, abweichend je nach Aktualität)	
00:00	Intro/Thementeaser
00:35	Begrüssung
00:55	Einführung Gäste
01:15	Gespräch – Teil 1
04:15	Beitrag Spiele vom Wochenende
05:45	Gespräch – Teil 2
10:20	Aktueller Beitrag
14:40	Gespräch – Teil 3
17:15	Abmoderation/Verabschiedung/Credits
17:55	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduzierte Sendung mit ExpertenInnen, Studio • Intro/Schriften/Einblender/Trenner/Taktikgrafiken/Closer im Layout «BärnSport» 	
Personal	
<ul style="list-style-type: none"> • Redaktion: Sportredaktor, ProduzentIn, ModeratorIn, Tagesgrafik • Produktion: Regisseur, Multitechniker, Kamera, Maske, Administration 	
Verantwortlichkeiten	
<ul style="list-style-type: none"> • Themenplanung: Redaktion, Sportredaktor, ProduzentIn • Gesamtverantwortung: Chefredaktor • Technische Umsetzung: Produktionsleitung 	

Name	
Wirtschaft BE	
Format	
Wirtschaftsmagazin	
Dauer	
10 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt	
Jeden Dienstag, Erstausstrahlung 18:36-18:46, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept	
<p>Das Magazin stellt die Wirtschaft zum Anfassen ins Zentrum. Es liefert dem Publikum wichtige Informationen, um sich im persönlichen Wirtschaftsalltag besser zurecht finden zu können. Einerseits werden praktische Wirtschaftsfragen behandelt, z.B. wie sieht eine sinnvolle Anlagestrategie aus oder Erläuterungen zum neuen Erbrecht etc. Diese Themen / Fragestellungen werden mit Wirtschaftsfachleuten im Studio diskutiert. Weiter enthält die Sendung einen aktuellen Newsblock mit den wichtigsten Wirtschaftsmeldungen aus der Region sowie einen Beitrag über interessante Unternehmen in der Region oder spannende Wirtschaftsexponenten.</p>	
Angestrebte Publikumswirkung	
<p>Wirtschaft muss nicht trockene Materie sein! Die Sendung Wirtschaft BE spricht über Wirtschaftsthemen so, dass es auch durchschnittlich Interessierte verstehen. Möglichst konkret und auf die Lebensrealität der Mehrheit heruntergebrochen. Damit hat Wirtschaft BE neben der Vermittlung aktueller Wirtschaftsinformationen aus der Region auch einen starken Service-Charakter. Und Wirtschaft BE schaut regelmässig auch hinter die Kulissen der Wirtschaft, etwa dann, wenn sie regionale KMUs portraitiert.</p>	
Sendeablauf	
00:00	Intro/Teaser Thema/Gast
00:45	Begrüssung und Vorstellung Experte / Expertin
01:15	Expertentalk zum Hauptthema in Interviewform
06:45	Wirtschaftsnews der Woche
08:15	Wirtschaftsbeitrag/-reportage
11:15	Schluss-Sequenz, Rückkehr zu Experten / zur Expertin
11:45	Abmoderation/Verabschiedung
11:55	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduktion Expertentalk aus dem Newsstudio • Wirtschafts-Newsblock wird aktuell in der Woche der Ausstrahlung produziert • Beitrag/Reportage: VJ-Produktion • Intro/Schriften/Einblender/Trenner/Infografiken/Outro im Layout «Wirtschaft BE» 	
Personal	
<ul style="list-style-type: none"> • Redaktion: ProduzentIn, Moderatorin • Beitrag: VJ 	

- Produktion: ProduzentIn, Multitechniker, Kamera, Grafik, Cut, Maske, Administration

Verantwortlichkeiten

- Themenplanung: Redaktion, ProduzentIn
- Magazinabnahme: Chefredaktor
- Gesamtverantwortung: Chefredaktor
- Technische Umsetzung: Produktionsleitung

Name	
BärnStyle	
Format Magazin Menschen, Lifestyle	
Dauer 10 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt Jeden Donnerstag, Erstaussstrahlung 18:36-18:46, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept Wie lebt es sich in der Region Bern? Was ist angesagt und was ist out? BärnStyle berichtet über den Berner Lifestyle in möglichst vielen Facetten. Mit Clips und Berichten und mit wechselnden Themenschwerpunkten.	
Angestrebte Publikumswirkung BärnStyle berichtet über all die schönen Dinge im Leben, die zwar nicht so wichtig sind, aber doch jedermann/frau beschäftigen. Von Gastro bis Shopping, Mode bis Beauty. Die Sendung soll unterhalten und inspirieren.	
Sendeablauf	
00:00	Intro
00:30	Begrüssung, Themenübersicht
01:15	Beitrag 1
04:00	Tipps & Trends
05:00	Beitrag 2
09:15	Abmoderation
09:45	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduziertes Magazin, moderiert • Intro/Schriften/Einblender/Trenner /Closer im Layout «BärnStyle» 	
Personal	
Redaktion: ProduzentIn	
Produktion Sendung: ProduzentIn, ModeratorIn, Kamera, Administration	
Produktion Beiträge: VJ	
Verantwortlichkeiten	
Themenplanung: ProduzentIn	
Magazinabnahme: Chefredaktor	
Gesamtverantwortung: Chefredaktor	
Technische Umsetzung: Produktionsleitung	

Name	
BäreTalk	
Format	
Talk-Sendung	
Dauer	
30-33 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt	
Jeden Sonntag, Erstausstrahlung 18:22-18:54, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept	
In der wichtigsten Talk-Sendung der Region kreuzen drei regionale Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Medien die Klingen. Debattiert werden die drei wichtigsten Ereignisse der Woche.	
Angestrebte Publikumswirkung	
Der BäreTalk hat sich seinen festen Platz in der Publikumsgunst: Die Zuschauer:innen wissen, hier diskutieren hochkarätige Gäste die wichtigsten Themen der Woche. So entstehen - unabhängig von der Themenwahl – spannende Gespräche, denen man gerne folgt. Und für die Protagonist:innen gilt: Beim BäreTalk muss man regelmässig dabei sein, um in der Region etwas zu gelten.	
Sendeablauf (Beispiel, abweichend je nach Aktualität)	
00:00	Intro
00:35	Begrüssung der Gäste (max. 3 Personen) durch die Moderation
01:00	Die Themen (in der Regel 3 Themen) werden vorgestellt, anschl. Überleitung zu Thema 1
01:30	Erklärfilm zu Thema 1
02:15	Talk/Gesprächsrunde Thema 1
12:15	Überleitung zu Thema 2
12:45	Erklärfilm zu Thema 2
13:30	Talk/Gesprächsrunde Thema 2
22:30	Überleitung zu Thema 3
23:00	Erklärfilm zu Thema 3
23:45	Talk/Gesprächsrunde Thema 3
31:45	Abmoderation/Verabschiedung/Credits
32:05	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Livesendung! Studio • Intro/Schriften/Einblender/Schlagzeile/Outro im Layout «BäreTalk» 	
Personal	
Redaktion: Redaktionsleiter, Produzent, ModeratorIn, Tagesgrafiker Produktion: Regie, Kamera, Maske, Administration	
Verantwortlichkeiten	
Themenplanung: Produzent, Redaktionsleitung Gesamtverantwortung: Chefredaktor Technische Umsetzung: Produktionsleitung	

Name	
Tatze, Pfote, Schnabu	
Format	
Tiermagazin	
Dauer	
10 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt	
Jeden Dienstag, Erstausstrahlung 18:45-18:55, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag.	
Inhaltskonzept	
Das Magazin stellt Haus- und Nutztiere in den Fokus. Wir begleiten im Teil 1 Tiere in die Tierklinik, auf dem Bauernhof, zur Hundeschule etc. und interviewen dazu Fachpersonen (z.B. VeterinärIn). Im Teil 2 gibt es praktische Tiertipps von ExpertenInnen zu diversen Themen rund um das Thema Haustier. Im 3. Teil porträtieren wir Tiere im Tierheim, die ein neues Zuhause suchen oder solche, die ein neues Zuhause gefunden haben.	
Angestrebte Publikumswirkung	
Haustiere werden immer beliebter. Bei «Tatze Pfote Schnabu» finden sich die Zuschauer:innen in ihrer Haustierwelt wieder. Informative Beiträge mit Tips zur Haustierhaltung wechseln sich ab mit «herzigen» Tierreportagen – der «Jö-Effekt» ist gewollt!	
Sendeablauf	
00:00	Intro
00:10	Begrüßung/Anmoderation
00:30	Teil 1: Hauptthema: Reportage in der Klinik, vom Bauernhof oder von der Hundeschule
05:30	Moderation / Überleitung
06:30	Teil 2: Praktische Alltagstipps zum Thema Haustier
09:30	Verabschiedung/Abmoderation/Credits
09:50	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduziertes Magazin • Intro/Schriften/Einblender/Trenner/Closer im Layout «Tatze, Pfote, Schnabel» 	
Personal	
<ul style="list-style-type: none"> • Redaktion: ProduzentIn, Moderation, • Produktion: ProduzentIn, Kamera, MultitechnikerIn, Cut, Administration 	
Verantwortlichkeiten	
<ul style="list-style-type: none"> • Themenplanung: ProduzentIn, Redaktion • Magazinabnahme: Leitung Magazine • Gesamtverantwortung: Chefredaktor • Technische Umsetzung: Produktionsleitung 	
Name	

Wetter

Format

Wetterprognosen

Dauer

2 Minuten

Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt

Täglich, Erstaussstrahlung 18:32-18:34, stündlich wiederholt bis am nächsten Tag

Inhaltskonzept

Die aktuellen Wetterprognosen inkl. Ausblick und Freizeitwetter (z.B. Wassertemperaturen oder Schneehöhen) aus der Region werden kompakt und anschaulich (Infografiken, Webcam, Wetterbilder) präsentiert.

Angestrebte Publikumswirkung

Auch im Zeitalter der Wetter-App gehört die Wettersendung am Fernsehen immer noch zu den beliebtesten Sendungen. Man spricht einfach gerne übers Wetter und deshalb bekommt man es gerne kompakt und übersichtlich serviert, auf die eigene Lebensregion zugeschnitten.

Sendeablauf

00:00	Intro
00:10	Begrüssung
00:15	Wetterprognosen mit Detailinformationen zu Region Bern, Oberland, Seeland, Emmental/Oberaargau: heute, Morgen und Übermorgen
00:45	Wetteraussichten für die weiteren Tage inkl. Freizeitwetter und Wetterbilder
01:15	Abmoderation/Verabschiedung
01:25	Closer

Gestaltung / Produktion

- Aufzeichnung Moderation aus dem Newsstudio
- Intro/Schriften/Einblender im Layout «Wetter»
- Wettergrafiken und Wetterbilder im Format 4:3 auf Insertscreens
- Automatisierte Kamerafahrten gem. Technikmanual
- Wetterdaten via MeteoNews

Personal

- Redaktion: ProduzentIn, Moderation
- Produktion: Regie, Tagesgrafik, Maske, Administration

Verantwortlichkeiten

- Aufbereitung Daten: Kreation, Tagesgrafik
- Gesamtverantwortung: ProduzentIn
- Technische Umsetzung: Produktionsleitung

Name	
<h1>Verzeu!</h1>	
Format	
Talksendung	
Dauer	
15 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt	
Jeden Freitag, Erstausstrahlung 18:35-18:50, jede Stunde wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept	
Verzeu! ist die Talksendung, in der interessante Menschen aus der Region im Mittelpunkt stehen. Prominente und weniger Prominente erzählen aus ihrem Leben. Sie tun das in einer Umgebung, in der ihnen wohl ist, sei es auf einem Waldspaziergang oder in ihrer Lieblingsbeiz. Die Auswahl der Gesprächspartner soll eine möglichst breit und durchaus auch überraschend erfolgen.	
Angestrebte Publikumswirkung	
Menschen interessieren sich für Menschen. Dieses Grundinteresse fängt die Sendung auf, indem sie ganz unterschiedliche Personen vorstellt, aus ihrem Leben erzählen lässt, ihre Passion und Überzeugungen zum Thema macht. Indem wir das Studio verlassen und das Gespräch an einem «Lieblingsort» der Protagonisten aufzeichnen, schaffen wir eine intime Gesprächsatmosphäre.	
Sendeablauf	
00:00	Intro
00:45	Begrüssung und Vorstellung Gast
01:15	Talk / Interview
14:20	Abmoderation/Verabschiedung
14:50	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduktion ausserhalb Studio, wechselnde Drehorte • Eine Kamera bewegt/geschultert, wo nötig und möglich eine Fixkamera für Gegenschnitte 	
Personal	
<ul style="list-style-type: none"> • Redaktion: ProduzentIn, ModeratorIn • Produktion: ProduzentIn, Cut, Maske, Administration 	
Verantwortlichkeiten	
<ul style="list-style-type: none"> • Themenplanung: Redaktion, ProduzentIn • Sendungsabnahme: Chefredaktor • Gesamtverantwortung: Chefredaktor • Technische Umsetzung: Produktionsleitung 	

Name	
<h1>Agenda</h1>	
Format Veranstaltungskalender	
Dauer 5 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt Jeden Mittwoch, Erstausstrahlung 18:49-18:54, jede Stunde wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept Kurzhinweise zu interessanten Veranstaltungen der kommenden Woche. Bebildert, Offstimme.	
Angestrebte Publikumswirkung Das Angebot an Veranstaltungen ist heutzutage, die Agenda greift die interessantesten auf und erleichtert den Zuschauer:innen die Auswahl.	
Sendeablauf	
00:00	Intro
00:15	Tips (einer ca. 20 Sekunden)
04:50	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduktion • Auswahl/Text: Redaktion • Montage: Gestaltung • Intro/Schriften/Einblender/Trenner /Outro im Layout «Agenda» 	
Personal	
<ul style="list-style-type: none"> • Redaktion: ProduzentIn, Moderatorin • Produktion: Redaktion/Gestaltung/Sprecher 	
Verantwortlichkeiten	
<ul style="list-style-type: none"> • Themenauswahl: Redaktion • Gesamtverantwortung: Chefredaktor • Technische Umsetzung: Produktion 	

Name	
Freizyt	
Format	
Magazin über Freizeitgestaltung	
Dauer	
5 Minuten	
Periodizität und Ausstrahlungszeitpunkt	
Jeden Freitag, Erstausstrahlung 18:49-18:54, jede Stunde wiederholt bis am nächsten Tag	
Inhaltskonzept	
Reportagen aus dem vielseitigen Freizeitangebot der Region Bern	
Angestrebte Publikumswirkung	
«Freizyt» stellt Freizeitangebote in der Region vor, bekannte und weniger bekannte, und animiert die Zuschauer:innen so, ihre Freizeit öfter auch in der Region zu verbringen.	
Sendeablauf	
00:00	Intro
00:15	Beitrag/Reportage über Freizeitdestination
04:50	Closer
Gestaltung / Produktion	
<ul style="list-style-type: none"> • Vorproduktion • Montage: Produktion • Intro/Schriften/Einblender/Trenner /Outro im Layout «Freizyt» 	
Personal	
<ul style="list-style-type: none"> • Redaktion: ProduzentIn • Produktion Beitrag: VJ 	
Verantwortlichkeiten	
<ul style="list-style-type: none"> • Gesamtverantwortung: Chefredaktor • Technische Umsetzung: Produktion 	



Informationskonzept

Ziel des Konzepts

Das Informationskonzept zeigt auf, wie bärnTV seinen Leistungsauftrag im Bereich Information umsetzt. Dazu findet sich in diesem Konzept:

- Unser Programmkonzept und die **Rolle der Information** darin
- eine Beschreibung aller **Sendungen** im Bereich Information (Inhalt und Umfang, eingesetzte journalistische Formen, Anteil der Eigenleistungen)
- unsere **Zielgrößen** bei unserer Berichterstattung hinsichtlich der publizistischen Dimensionen Themen- und Meinungsvielfalt, geografische Abdeckung des Konzessionsgebietes, Themenbereiche (Politik, Wirtschaft, Kultur, Bildung, Gesellschaft, Sport), journalistische Formen
- eine Beschreibung unserer Systems **STEP** (Steuerung der Themenplanung und -auswahl)
- eine Beschreibung unserer Methoden zur Sicherstellung der **Hintergrundberichterstattung** im regionalen Bereich

Unser Programmkonzept und die Rolle der Information

Als Regionalfernsehen sind wir uns unserer Rolle im Medienverbund bewusst: Unsere **Kernaufgabe ist die Vermittlung regionaler Information** mit den Gestaltungsmitteln des Fernsehens. Dieser Kern wird angereichert durch Service und Unterhaltung, soweit dies mit unseren beschränkten Mitteln möglich ist.

Die Kernaufgabe regionale Information genießt also in jeder Hinsicht Priorität, sowohl bezüglich Ressourcen, Organisation und Ausstrahlungszeitpunkt.

Wichtigstes Gefäß zur Erfüllung des Informationsauftrages ist die tägliche Nachrichtensendung **«Bärn aktuell»** und die monothematische Vertiefungssendung **«Fokus Bärn»**, in der das wichtigste regionale Thema des Tages behandelt wird. Diese Flaggschiff-Sendungen von insgesamt rund 25 Minuten Länge werden ergänzt durch weitere, einmal wöchentlich ausgestrahlte Formate zu spezifischen Themenbereichen.

Sendungen im Bereich Information

Seinen Informationsauftrag erfüllt bärnTV mit folgenden Sendungen (Übersicht):

Sendung	Inhalt	Dauer	Ausstrahlung/ Periodizität	Min./ Woche	davon regional
Bärn aktuell	Nachrichtenmagazin: tagesaktuelle Zusammenfassung der Geschehnisse in der Region	15 Min.	täglich Mo-So, 18:00-18:15, stündlich wiederholt	105	80% oder 85 Min.
Fokus Bärn	Themenvertiefung: Das wichtigste Thema des Tages wird behandelt, entweder als Talk, als Reportage oder als Themenmagazin (mehrere Beiträge und Interviews)	10 Min.	täglich Mo-Fr, 18:18-18:28, stündlich wiederholt	50	90% oder 45 Min.
BäreTalk	Drei Gäste diskutieren die Themen der Woche	35 Min.	Sonntags 18:18-18:53, zweistündlich wiederholt	35	70% oder 25 Min.
BärnSport	Die Berner Sportereignisse der Woche in der ganzen Breite: von Fussball über Eishockey bis Amateursport	20 Min.	Montags, 18:35-18:55, stündlich wiederholt	20	100% oder 20 Min.
Wirtschaft BE	Wirtschaftsmagazin: Das wirtschaftliche Geschehen in der Region	12 Min.	Dienstags, 18:35-18:47, stündlich wiederholt	12	65% oder 8 Min.
BärnKultur	Kulturmagazin: Das kulturelle Geschehen in der Region, Portraits von Kulturschaffenden, Kulturtips	12 Min.	Mittwochs, 18:35-18:47, stündlich wiederholt	12	90% oder 11 Min.
Agenda	Veranstaltungskalender	6 Min	Mittwochs, 18:48-18:54, stündlich wiederholt	6	100% oder 6 Min.
Xundheit	Gesundheitsmagazin	10 Min.	Dienstags, 18:48-18:58, stündlich wiederholt	10	50% oder 5 Min.

			Total Minuten	250	205
					82%

Themenbereiche, journalistische Formen und Quellen dieser Sendungen:

Sendung	Themenbereiche	journ. Formen	Quellen
Bärn aktuell	Politik, Wirtschaft, Kultur, Bildung, Gesellschaft, Sport, Human Interest, Bad News	Bericht, Interview, Reportage, Meldung	Eigenrecherche, Agentur, Medienkonferenzen, Medienmitteilungen (Behörden/Verwaltung, Parteien, Firmen, Vereine, Veranstalter etc.), Parlamentsunterlagen, andere Medien, Zuschauer:innen, SocialMedia
Fokus Bärn	Politik, Wirtschaft, Kultur, Bildung, Gesellschaft, Sport	Talk, Reportage, Bericht, Interview	Eigenrecherche, Agentur, Medienkonferenzen, Medienmitteilungen (Behörden/Verwaltung, Parteien, Firmen, Vereine, Veranstalter etc.), Parlamentsunterlagen, andere Medien, Zuschauer:innen, SocialMedia
BäreTalk	Politik, Wirtschaft, Kultur, Bildung, Gesellschaft, Sport, Human Interest	Talk	Eigenrecherche, Agentur, Medienkonferenzen, Medienmitteilungen (Behörden/Verwaltung, Parteien, Firmen, Vereine, Veranstalter etc.), Parlamentsunterlagen, andere Medien, Zuschauer:innen, SocialMedia
BärnSport	Sport	Talk, Bericht, Reportage	Eigenrecherche, Agentur, Medienkonferenzen, Medienmitteilungen, andere Medien, Zuschauer:innen, SocialMedia
Wirtschaft BE	Wirtschaft	Interview, Bericht, Reportage, Meldung	Eigenrecherche, Agentur, Medienkonferenzen, Medienmitteilungen (Firmen, Behörden/Verwaltung etc.), andere Medien, Zuschauer:innen, SocialMedia
BärnKultur	Kultur	Reportage, Bericht, Meldung, Interview	Eigenrecherche, Agentur, Medienmitteilungen, andere Medien, Zuschauer:innen, SocialMedia
Agenda	Veranstaltungen, Kultur	Kurzbeitrag, Kurzinterview	Medienmitteilungen, Agentur, andere Medien, Zuschauer:innen, SocialMedia
Xundheit	Bildung	Reportage, Interview	Eigenrecherche, Agentur, Medienmitteilungen, andere Medien, Zuschauer:innen, SocialMedia

(Weitere Details zu den einzelnen Sendungen siehe auch Sendehandbuch)

Anteil der Eigenleistungen in diesen Sendungen

Grundsätzlich führt die Produktionsweise des Fernsehens dazu, dass wir im Informationsbereich **praktisch ausschliesslich** von **Eigenleistungen** sprechen: jedes Thema wird mit eigenen Mitteln fernsehgerecht aufbereitet. Die in den Mediengattungen Print, Online und Radio gängige Praxis der unveränderten Übernahme von Agenturmeldungen kennen wir nicht. Die Quellen Agentur, Medienmitteilung etc. dienen bei uns lediglich als **Themeninput**, auf dessen Basis wir dann in Eigenleistung Beiträge, Interviews, Reportagen etc. herstellen.

Einziges Ausnahme bilden Kurzmeldungen, die im Rahmen der Nachrichtensendung durch Moderatoren verlesen werden. Aber auch hier wird eine Quelle nie unverändert übernommen, sondern zumindest in fernsehgerechte, kompakte (Dialekt-)Sprache übersetzt. Will man diese dennoch als «Fremdleistung» definieren, so bleibt ihr Anteil am Gesamtoutput vernachlässigbar gering (maximal 1-2 Minuten pro Tag).

Wir gehen somit (siehe obige Tabelle «Sendungen im Bereich Information») **von durchschnittlich wöchentlich 205 Minuten regionaler Information aus, wovon 95% oder 195 Minuten Eigenleistung sind.**

Unsere Zielgrössen in den einzelnen publizistischen Dimensionen

Der Leistungsauftrag sowie die Bedürfnisse unseres Publikums verpflichten uns, in der Gesamtheit unserer Berichterstattung verschiedene Bedürfnisse und Interessen ausgewogen abzudecken. So ist es beispielsweise wichtig, dass wir die Geschehnisse in den verschiedenen Regionen in unserem Konzessionsgebiet angemessen berücksichtigen (geografische Dimension). Gleichzeitig ist dabei die übergeordnete Bedeutung der Stadt Bern als regionales Zentrum zu berücksichtigen.

Als Richtschnur und Orientierungshilfe für die Redaktion definieren wir folgende Anteile (gemessen an der Gesamtheit unserer Berichterstattung) innerhalb der verschiedenen publizistischen Dimensionen als **Zielwerte**:

Dimension Themenbereiche:

Politik	20%
Wirtschaft	10%
Kultur	15%
Bildung	10%
Gesellschaft	15%
Sport	15%
Sonstiges	15%
	100%

Dimension Geografie:

Region Stadt Bern /Mittelland	35%	Zentrumsfunktion Stadt Bern
Oberland	20%	
Seeland	20%	
Emmental/Oberaargau	15%	
Sonstige/keine	10%	
	100%	

Dimension Darstellungsform (Anteile an der Gesamtdauer):

Bericht	35%
Interview	15%
Reportage	15%
Gespräch / Talk	20%
Meldung	15%
	100%

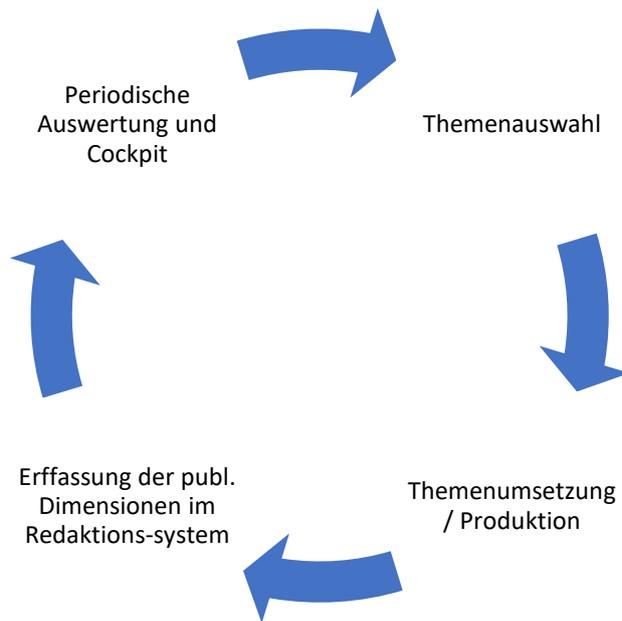
Unser System STEP: Wie wir die Berücksichtigung der publizistischen Dimensionen systematisieren

Zielwerte für die publizistischen Dimensionen sind das eine. Die eigentliche Herausforderung im redaktionellen Alltag besteht aber darin, diese in der Themenplanung und -umsetzung gebührend zu berücksichtigen. Das Problem dabei: die redaktionellen Entscheidungen im konkreten Einzelfall («machen wir einen Beitrag zu diesem Thema?») müssen sehr rasch (Aktualität) und in erster Linie abhängig von der **Relevanz des Themas** und der allgemeinen **Themenlage** getroffen werden. Die publizistischen Dimensionen Themenbereich, Geografie und Darstellungsform müssen im Einzelfall also eine untergeordnete Rolle spielen, in der Gesamtheit der Berichterstattung aber sollen sie berücksichtigt werden.

Um die publizistischen Dimensionen längerfristig (Horizont: 1 Jahr) einzuhalten, arbeitet bärnTV nach dem Prinzip des **Steuerungskreislaufs** (System STEP: Steuerung der Themenplanung und -auswahl):

- Die publizistischen Dimensionen jedes Beitrags werden systematisch erfasst
- Die jeweiligen Anteile werden monatlich statistisch ausgewertet und in einem Cockpit dargestellt
- Redaktionsleitung und Redaktionsteam erhalten diese Cockpits und «justieren» ihre inhaltlichen Entscheide anhand der Ergebnisse

Schematisch Darstellung Steuerungskreislauf STEP:



Details der Umsetzung

- Pro Beitrag (wenn Sendung aus mehreren Beiträgen besteht) oder Gesamtsendung (wenn monothematisch) werden alle publizistischen Dimensionen vom verantwortlichen Redaktor in unserer Themenplanungssoftware «Octopus» erfasst. Diese verfügt über eine entsprechend konfigurierte Erfassungsmaske.
- Einmal monatlich wertet das Redaktionssekretariat die erfassten Daten aus und erstellt das «**Cockpit STEP**». Diese geht an: Redaktionsleitung, Redaktion (per Intranet), Verantwortlicher Qualitätssicherung, Geschäftsleitung.
- Die Ergebnisse der Auswertung beeinflussen nun die Themenauswahl und -umsetzung. Beispiel: Bei einem deutlichen «Minus» im Themenbereich Kultur wird bei nächster Gelegenheit und bei vergleichbarer Relevanz zweier Themen das Kulturthema vorgezogen.

**Illustration: Auszug aus dem Cockpit STEP, Beispiel Publizistische Dimension
Themenbereich**

Cockpit STEP			
Dimension Themenbereiche:			
Auswertungszeitraum: März 2025			
	Soll	Ist	Abweichung
Politik	20%	25%	5%
Wirtschaft	10%	15%	5%
Kultur	15%	5%	-10%
Bildung	10%	5%	-5%
Gesellschaft	15%	15%	0%
Sport	15%	10%	-5%
Sonstiges	15%	25%	10%
	100%	100%	
Auswertungszeitraum: Januar - März 2025			
	Soll	Ist	Abweichung
Politik	20%	21%	1%
Wirtschaft	10%	12%	2%
Kultur	15%	11%	-4%
Bildung	10%	12%	2%
Gesellschaft	15%	18%	3%
Sport	15%	12%	-3%
Sonstiges	15%	14%	-1%
	100%	100%	

Die Illustration zeigt, dass im Beispielmonat v.a. der Bereich Kultur zu wenig berücksichtigt worden ist und dass dieser auch im Ganzjahresauswertung etwas zu kurz kommt. Die Redaktionsleitung ist nun angehalten, dies in den Folgemonaten auszugleichen.

Hintergründe und Zusammenhänge: Wie bärnTV Themen vertieft

Für bärnTV ist das Aufzeigen von Hintergründen und Zusammenhängen eines der zentralen publizistischen Ziele. Dies muss (im Bereich Information) in der Mehrheit der Berichte und Sendungen gelingen, sonst werden – abgesehen vom Leistungsauftrag – die Bedürfnisse des Publikums nicht erfüllt. In dieser Hinsicht haben sich die Bedürfnisse in den vergangenen Jahren stark gewandelt: Der Grossteil der neuen Onlinemedien (News-Portale) setzt vor allem auf Geschwindigkeit und decken damit in erster Linie das Bedürfnis nach rascher Fakteninformation («was ist geschehen?») ab. Das Fernsehen dagegen ist immer mehr in die Rolle des Erklärers gerutscht: am Abend wird das (bereits mehrheitlich bekannte) Tagesgeschehen nochmals aufgearbeitet und in den nötigen Kontext gestellt.

bärnTV hat deshalb grundsätzlich in jeder Berichterstattung das Ziel, Zusammenhänge und Hintergründe aufzuzeigen. Die wesentlichen Instrumente dazu unterscheiden sich je nach Sendung:

Sendung	Instrumente Hintergründe und Zusammenhänge
Bärn aktuell	Berichte: bei kontroversen Themen stellen wir die unterschiedlichen Positionen vor und lassen Protagonisten sprechen. Streitgespräche: die unterschiedlichen Positionen werden herausgearbeitet und machen Zusammenhänge sichtbar. Studiointerviews: Moderation übernimmt den Gegenpart und hinterfragt kritisch. Reportagen: Die klassische journalistische Form, um Hintergründe aufzuzeigen.
Fokus Bärn	Fokus Bärn ist als "Vertiefungssendung" definiert, hat also per se das Ziel, Hintergründe und Zusammenhänge zum Thema des Tages herauszuarbeiten. Dies geschieht mit den Mitteln Talk/Streitgespräch, Reportage und Bericht.
BäreTalk	Der BäreTalk behandelt in der Form der Diskussion die wichtigsten Themen der Woche. Es sind immer Themen, die im öffentlichen Diskurs breiten Raum einnehmen. Der BäreTalk vertieft und erweitert diesen Diskurs.
BärnSport	Als wöchentliche Sportsendung fokussiert BärnSport weniger auf die Resultate, als auf die sportlichen Hintergründe – mit Reportagen, Sportlerportraits, Talks und mehr.

Wirtschaft BE	Wirtschaft BE beleuchtet - fokussiert auf das Thema Wirtschaft - Hintergründe und Zusammenhänge. Von der Hypothekarverschuldung bis zur Situation der KMUs im Kanton.
BärnKultur	BärnKultur will die Breite der regionalen Kultur im Kanton Bern vermitteln und Schwellenängste verringern, indem sie nahe ans Kulturgesehen rangeht, Kulturschaffende portraitiert und zeigt, wie ihre Werke entstehen.



Kulturkonzept

Ziel des Konzepts

Das Kulturkonzept zeigt auf, wie bärnTV seinen Kulturauftrag umsetzt. Die Konzession definiert den Kulturauftrag wie folgt:

«Die Konzessionärin bildet das regionale Kulturschaffen ab und berichtet über kulturelle Veranstaltungen in ihrem Versorgungsgebiet.» Damit soll bärnTV zur Entfaltung des kulturellen Lebens im Versorgungsgebiet beitragen, wobei von einem weiten Kulturbegriff auszugehen ist und Kultur «in unterschiedlichsten Erscheinungsformen» gemeint ist.

Grundsätze unserer Kulturberichterstattung

bärnTV betrachtet Kultur als wichtigen Teil seiner regionalen Berichterstattung. Allerdings gilt wie bei allen anderen Themenbereichen, dass eine lückenlose Abbildung sämtlicher Kulturaktivitäten in der Region nicht möglich ist. Deshalb kommt der Auswahl sowie der Darstellung in unterschiedlichen Formen eine hohe Bedeutung zu.

Ziel unserer Kulturberichterstattung ist es, regelmässigen Zuschauer:innen einen repräsentativen Überblick über das Kulturgeschehen im Konzessionsgebiet Bern zu vermitteln. Unsere Berichterstattung trägt dazu bei, das kulturelle Leben in der Region bekannt zu machen und es so indirekt zu fördern.

Um dies zu erreichen, setzt bärnTV auf die beiden folgenden Standbeine seiner Kulturberichterstattung:

- **Regelmässige Info-Sendungen:** bärnTV berichtet in möglichst vielen seiner regelmässigen Informationssendungen über Kultur. Kultur darf nicht nur in eigens dafür vorgesehenen Gefässen stattfinden. Das würde als «thematisches Ghetto» wahrgenommen. Vielmehr muss die Kulturberichterstattung einem breiten Publikum zugänglich gemacht werden. Die Informationssendungen sind dafür ein geeigneter Ort, weil die Kultur als Themenbereich auf Augenhöhe mit Politik, Wirtschaft, Gesellschaft etc. ist.
- **Spezifische regelmässige Kultursendungen:** Ergänzend dazu bieten wir Kulturinteressierten Sendungen mit Kulturinhalten ausserhalb der Tagesaktualität. Diese Sendungen ermöglichen einen vertiefenden Ansatz, spezielle Blickwinkel oder besondere Bereiche innerhalb des sehr weiten Themenfelds «Kultur».

- **Unregelmässige Sendungen mit Kulturinhalt bzw. Sondersendungen:** bärnTV strahlt in unregelmässigem Abstand Spezialsendungen mit kulturellen Inhalten aus, dazu gehören Vorortsendungen von grossen Festivals wie Greenfield oder Gurtenfestival, Konzert- und Theaterübertragungen, aber auch Liveübertragungen von Traditionsveranstaltungen wie Zibelemärit etc.

Der Kulturbegriff ist bei bärnTV weit gefasst und nicht scharf abgegrenzt. Bei der Kulturberichterstattungen bewegen wir uns zwischen klassischer Kultur (Bildende Kunst, Theater Literatur etc.), Populärkultur (Volkstheater, Popmusik etc.) und Volkskultur (Bräuche, Traditionen etc.). Wir versuchen, alle Kulturströmungen gleichermaßen zu berücksichtigen.

Insgesamt sendet bärnTV **wöchentlich rund 75 Minuten** Inhalte aus dem Bereich Kultur (siehe Tabelle Zusammenzug).

Regelmässige Info-Sendungen mit Kulturinhalten

Folgende regelmässigen Sendungen haben Inhalte aus dem Themenbereich Kultur:

Sendung	Inhalte Kultur	Dauer/ Woche	Ausstrahlung	Anteil Kultur	Ca. Min/Wo
Bärn aktuell	Tagesaktuelles Nachrichtenmagazin, enthält auch Beiträge zu aktuellen Kulturthemen	105 Min.	täglich Mo-So, 18:00-18:15, stündlich wiederholt	15%	16
Fokus Bärn	Themenvertiefung zum wichtigsten regionalen Thema des Tages. Dazu gehören regelmässig auch Kulturthemen.	50 Min.	täglich Mo-Fr, 18:18-18:18, stündlich wiederholt	15%	8
BäreTalk	Drei Gäste diskutieren die Themen der Woche, darunter regelmässig auch Themen aus dem Bereich Kultur	35 Min.	Sonntags 18:18-18:53, zweistündlich wiederholt	15%	5
			Minuten wöchentlich:		29

Spezifische regelmässige Kultursendungen:

Folgende regelmässigen Sendungen haben ausschliesslich kulturelle Inhalte:

Sendung	Inhalte Kultur	Dauer/ Woche	Ausstrahlung	Anteil Kultur	Ca. Min/Wo

BärnKultur	Das Kulturmagazin von bärnTV. Wir zeigen das kulturelle Geschehen in der Region. Spezielles Gewicht erhalten Portraits von regionalen Künstler:innen, sowie ihr kreativer Prozess.	12 Min.	Mittwochs, 18:35-18:47, stündlich wiederholt	100%	12
Agenda	Veranstaltungskalender: Rück- und Ausblick auf Veranstaltungen in der Region, v.a. Kultur und Populärkultur	6 Min.	Mittwochs, 18:48-18:54, stündlich wiederholt	80%	5
			Minuten wöchentlich:		17

Unregelmässige Sendungen mit Kulturinhalt

Ergänzt werden die regelmässigen Sendungen mit Sondersendungen mit kulturellem Inhalt. Die nachfolgende Liste zeigt die wichtigsten solchen Sendungen, ist aber nicht abschliessend:

Anlass	Inhalt	Häufigkeit	Dauer ca.	Ca. Min/Jahr
Gurten Festival	bärnTV berichtet live vom Gurtenfestival: Liveübertragungen und Spezi­alsendung	1 x jährlich	ca 4 Std.	240
Greenfield Festival	bärnTV berichtet live vom Greenfield Festival: Liveübertragungen und Spezi­alsendung	1 x jährlich	ca 4 Std.	240
Museumsnacht Bern	Spezi­alsendung, Aussenübertragung	1 x jährlich	ca. 2 Std	120
Berner Fasnacht	Übertragung Umzug, Spezi­alsendung	1 x jährlich	ca. 4 Std	240
BEA Bern	Aussenübertragung und Spezi­alsendungen	1 x jährlich	ca. 4 Std	240
Braderie Biel	Aussenübertragung und Spezi­alsendung	1 x jährlich	ca. 2 Std.	120
Fuhlehung Thun	Aussenübertragung und Spezi­alsendung	1 x jährlich	ca. 2 Std	120

Zibelemärit	Aussenübertragung und Spezialsendung	1 x jährlich	ca. 2 Std	120
		Total Minuten pro Jahr:		1440

Zusammenzug

Insgesamt produziert bärnTV pro Woche folgende Kulturinhalte:

Sendungen	Minuten pro Woche
Kulturinhalte in regelmässigen Informationssendungen	29
Kulturinhalte in spezifischen regelmässigen Kultursendungen	17
Kulturinhalte in unregelmässigen Sondersendungen (jährlich total ca. 1440 Min.)	28
Total	74 Minuten