

## Die academy of converging media in der Presse

filmecho | filmwoche 28/2002

# Schöpferische Inhalte

In Berlin stellt die academy of converging media Weichen für die Zukunft: Sie führt diesen Sommer erstmals Kompaktseminare für angehende Konzipienten, Informationsarchitekten und New-Media-Autoren durch.

Trotz oder gerade wegen der Krise der IT-Industrie. Mit der Digitalisierung entstehen neue Absatzchancen und Wertungsfelder in den Medien, werden neue Berufsfelder und Berufsbilder gefordert. Vor kurzem noch ein Schlagwort, kommt jetzt die „Konvergenz der Medien“. Am Ende des ersten (3. bis 28. Juni) und vor dem zweiten Kurs (8. Juli bis 2. August) besuchte das Filmecho die academy-Teilnehmer.

Aufgaben waren beispielsweise, für Gruppen wie Kinder

oder Grufties geeignete Computerspiele zu entwickeln, u. a. war der Begriff „Zeitreise“ zu thematisieren. Schon nach drei Tagen legten die Teilnehmer ansehnliche Ergebnisse vor. Wie wären interaktive TV-Serien zu konstruieren? Mit welchen Mitteln ließen sich auch für Kinofilme interaktive Module entwickeln, die Internetnutzer für kommende Filme interessieren und neuartige Zuschauerbindungen schaffen? War die eine Gruppe pädagogisch, so schien eine andere die makabre Fantasy-Fraktion, bei der es um Tod und Wiederkehr ins Leben ging. Die Projektphase schließt drei Wochen Grundlagentraining ab.

Ähnlich wie bei den Master-School-Drehbuch-Kursen bildeten sich über der intensi-

ven Arbeit auch enge Kontakte in der Freizeit, betont academy-Leiterin Inga von Staden. Viele Absolventen werden auch nach Ende der Kurse vernetzt bleiben, was ihre Chancen im internationalen Markt erhöhe.

Die academy unter dem Dach der Deutschen Film- und Fernsehakademie Berlin wird von der dffb, der Master School Drehbuch und ProjectScope getragen. Pixelpark, Cine-plus Media Service und die griechische IDEC unterstützen das Projekt. Für die jährlich einmal stattfindenden und je dreieinhalb Wochen dauernden Kurse 1 und 2 werden jeweils 12 Teilnehmer angenommen. Die Kursgebühren – jeweils 1800 Euro – werden sechs Teilnehmern als Stipendium gewährt.

Frankfurter Allgemeine Zeitung, April 24, 2002, Berliner Seiten

## Wenn der Frosch zerplatzt

Fühlt sich der User idealerweise verantwortlich: Ein Seminar an der Film- und Fernsehakademie lehrt die Entwicklung interaktiver Stoffe

„You don't have the balls“, quakt der Zeichentrickfrosch. Er sitzt in einem mit Wasser gefüllten Mixer, der nicht abgeschaltet ist. Drückt man auf einen der zehn Knöpfe am Gerät, setzt er sich in Bewegung. Das weiß der User. Und da er wiederholt vom Frosch als

Feigling beschimpft wird, drückt er natürlich irgendwann auf einen der Knöpfe. Er steigert die Geschwindigkeit langsam. Von eins bis zehn. Bis der Frosch so brutal durch den Mixer geschleudert wird, dass er zerplatzt. Ein virtuelles Blutbad.

„Frog Bender 2000“ heißt das Demospiel, mit dem die Dänen Michael Valeur und Simon Løvind neun jungen Medienmenschen das Prinzip der Interaktivität erklären. „Das ist ein Frosch und ein User. Zwischen den beiden gibt es einen Dialog“, sagt Løvind.

Dass dies die erste Voraussetzung für eine gute Kommunikation ist, wird eifrig notiert im Seminarraum der Deutschen Film- und Fernsehakademie Berlin. „Über die Leiste kann der User am Geschehen teilhaben.“ Auch das ist wichtig. Die Knöpfe, mittels derer der User über Tod oder Leben des Frosches entscheidet, heißen beziehungsweise „interface“. Bei den Kursen der „academy of converging media“ lernen die Teilnehmer, dass der User über die Konsequenzen seiner Handlungen nachdenken kann und „dass er sich, wenn der Frosch einmal zerplatzt ist, idealerweise verantwortlich fühlt“. Die „emotional response“, dass Unbehagen, ist für den Konzeptor ein Mittel, Spannung zu schaffen.

Dialog, Partizipation, Entscheiden, Anteilnahme. So funktioniert also inhaltlich die Interaktion in den Neuen Medien. Da diese in Deutschland hauptsächlich technisch oder

design-orientiert gelehrt wird, gibt es seit Anfang des Jahres die Seminare der „academy of converging media“. Ähnlich dem Prinzip amerikanischer Summer Universities bietet diese, zwischen dffb und Master School Drehbuch angesiedelte Organisation, erstmalig Lehrgänge zur Entwicklung von Inhalten an. „Weiterverarbeitung von Stoffen“ nennt Inga von Staden, die Leiterin der academy, Ihr Anliegen und meint damit die Fähigkeit, Texte, Filme oder Kunst multimedial so aufzuarbeiten, dass sie ein eigenes, neues Produkt werden, also konvergieren.

Nachdem der von vielen Autodidakten vorangetriebene Internetboom vorüber ist, will von Staden mit ihren Kursen zur Professionalisierung der Branche beitragen. Bei dem Vorhaben stehen ihr Fachleute aus Kunsthochschulen und der Entertainmentindustrie zur Seite. Finanziell wird die academy von der EU unterstützt.

1800 Euro Kursgebühr – und ein Konzeptor, New-Media-Autor oder Game-Designer kann sich mit dem Zertifikat einer vier- oder achtwöchigen Ausbildung schmücken.

David Finchers Kultfilm „Fight Club“ als Spiel einer etappenhaften Erleuchtung zu entwerfen war zum Beispiel eine der Aufgaben, die die Gruppe in den letzten Wochen zu erledigen hatte. Dabei hat die Filmstudentin Julia Peukert zwar viel gelernt – mit ihrem ursprünglichen Anliegen ist sie aber nicht weitergekommen. Sie will Interaktivität fürs Kino entwickeln, die klassischen Medien in die Neuen Medien überführen. Darum kümmert sich die academy jedoch nicht. „Noch nicht“, sagt von Staden, „obwohl das sehr interessant wäre“. Die Schnittstelle mit den zehn Knöpfen müsste hier allerdings noch entwickelt werden.

KATJA BIGALKE

*who is who in berlin-brandenburg.newmedia 4.0*

## Breitband und Konvergenz

Die Zeitung morgens im Briefkasten, die Musik, mit der uns das Radio tagsüber umgibt, das Fernsehen, das uns abends unterhält – wir leben umgeben von all diesen Medien, doch wir konsumieren sie meistens getrennt. Zwar haben wir schon heute die Möglichkeit, wenn uns ein Fernsehbeitrag besonders interessiert hat, im Internet zu recherchieren und uns in die Hintergründe zu vertiefen, unsere Meinung dazu in Newsgroups und Chatrooms mit anderen auszutauschen. Doch der Weg vom passiven Zuschauer zum aktiven User bedeutet heute noch immer den Gang von der Glotze zum

Computer. Glaubt man Menschen wie Elser Maxwell, so sind diese Zeiten der medialen Trennung passé – vor uns steht eine Zukunft, in der alle Medien in einem Übertragungsweg zusammenfließen. Und genau das meint er, wenn er von Broadband spricht.

Maxwell muss es wissen: Früher Fernsehproduzent, arbeitet er heute bei cine plus als broadband interactive services director, leitet also genau jene Abteilung, der nach den meisten Prognosen die Zukunft gehört. Mit der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 soll der Übergang zum digitalen Fernsehen auf breiter Front erfolgen,

bis 2010 die Ausstrahlung analoger Programme eingestellt werden. Für den Zuschauer, genauer gesagt den Nutzer, verändern sich damit radikal die Möglichkeiten. Er erlebt die in den Medien übermittelten Inhalte nicht mehr linear, sondern räumlich, „dreidimensional“, wie Maxwell es nennt. Damit meint er die Möglichkeit, sich seine Informationen selbst zusammen zu suchen. Die ehemaligen Push-Medien Fernsehen und Radio konvergieren mit den Pull-Medien Print und Internet.

Auch die Berufsprofile in den Medien ändern sich dadurch. Ein Fernsehredakteur

etwa muss nicht mehr nur seine Geschichte auf einen zweiminütigen Beitrag eindampfen, er muss auch seinen Rechercheweg transparent und für andere nachvollziehbar aufbereiten. Ein Serienautor schreibt nicht mehr einzelne, aufeinanderfolgende Teile, sondern Alternativversionen, die dank digitaler Pull-Technik gleichzeitig zur Verfügung stehen und aus denen der Zuschauer wählt, welchem Strang er folgt. Jeder Nutzer schafft sich „seinen eigenen kleinen Mikrokosmos“, so Maxwell, der sich der Kontrolle durch Programmchefs und Intendanten entzieht.

Natürlich ist ein hoher technischer Standard Voraussetzung dafür. „Doch da“, sagt Maxwell, „sollte man sich nichts vormachen, wir sind viel weiter, als man denkt.“ Letztlich wird die Entwicklung je-

doch vom Content vorangetrieben, und genau dort sieht er noch die größten Mängel. Aus diesem Grund unterstützt eine plus auch die academy of converging media, die diesen Sommer in Berlin ihre ersten Teilzeitlehrgänge zur Stoffentwicklung für interaktive Medien anbietet. Für Maxwell sollte die academy vor allem „Möglichkeiten vermitteln, Gedankengänge anstoßen, Kosmen öffnen, Kreativität wecken, Fantasien anregen“. Seiner Meinung nach stehen wir vor einer medialen Zukunft, in der die audiovisuelle Produktion und deren Vertriebswege so erschwinglich werden, dass die Fernsehsender kein Monopol mehr darauf behalten können. Er prophezeit eine Verlagerung auf Nischen: „Ich kann bestimmen, was ich produziere und wie ich es verbreite.“ Diese Entwicklung haben

wir beim Internet bereits beobachtet. Durch Broadband wird sie nun auch für Rich-Media-Inhalte zugänglich, die bisher dem Fernsehen vorbehalten waren.

Gerade der selektivere Umgang mit Informationen und die Möglichkeit, Randgruppen besser bedienen zu können, öffnet laut Maxwell einen großen „Interestmarkt“. Seine Vision ist ein „Kosmos aus multimedialen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten, der sich für die Menschen ergibt“. Doch dafür sollten sich viele kreative Köpfe mit den Möglichkeiten auseinandersetzen, die die konvergierenden, interagierenden Medien bieten. Und eben diesen Anspruch will die academy of converging media erfüllen.

*Valentin J. Umbach*

*who is who in interactive broadband*

## Academic Summit: Game Designer und Akademiker diskutieren die Zukunft der Branche

Um den Aufbau interdisziplinärer Ausbildungsformen im Bereich der Computerspielentwicklung ging es beim First Academic Summit, den die International Games Developers Association (IGDA) vom 19. bis 20. März 2002 auf der Games Developers Conference (GDC) im kalifornischen San Jose einberufen hatte.

Es ist kein Missverständnis, wenn Randy Pausch und Don Marinelli, Studienleiter des Entertainment Technology Center (ETC) an der Carnegie Mellon University, ihre Studenten in Schauspielimprovisationskurse stecken, Kunstklassen

für Programmierer und Programmierklassen für Künstler anbieten. So, wie ein Kameramann an der Filmhochschule auch bei Regie, Drehbuch und Schnitt hineinschnuppern sollte, so ist auch und besonders im Multimediabereich ein ganzheitliches Verständnis dringend von Nöten, um technische oder künstlerische Ungereimtheiten zu vermeiden. Und Improvisation kann man ohnehin als die älteste Form interaktiver Unterhaltung sehen.

„Quo vadis homo ludens?“ war die der Diskussion zwischen Game Designern und Akademikern zu Grunde lie-

gende Frage. Es nahmen über 250 Vertreter von Unternehmen, Hochschulen und Fortbildungseinrichtungen aus den USA, Europa und Asien daran teil.

Die Spiele-Branche verzeichnet seit Anfang der neunziger Jahre eine zweistellige Wachstumsrate. Doch es droht die Zensur. Beeindruckende Profitmargen haben das inhaltliche Angebot zunehmend auf gewaltverherrlichende Titel beschränkt. Sie sind Eltern, deren Kinder Stunden vor Gameboy, Konsole und PC verbringen, ein Dorn im Auge. Nur wenige Spiele, die sich

diesem Trend entgegensetzen, erzielen derzeit überzeugende Gewinne. Sehnsüchtig erinnert man sich an einstige Innovationen wie Monkey Island oder Myst. Innovationskraft und Geld sind seither in die Entwicklung neuer Technologien geflossen. Firmen wie Intel, Sony und jetzt auch Microsoft haben Games als die verkaufende Kraft bei der Hardwarevermarktung erkannt. Sie sind in der Grafik detaillierter, in den Simulationen realistischer und Prozessen schneller geworden. Doch der Inhalt blieb auf der Strecke. Die Branche hat sich in eine Ecke hineinmanövriert, aus der sie selbst keinen Ausweg findet.

Auf dem Academic Summit gaben Stars der Szene wie Will Wright (Maxis) oder Warren Spector (Ion Storm) zu erkennen, dass sich Spielentwickler mit noch anderen Interaktions- und Motivationsmechanismen als Überleben und Siegen auseinandersetzen müssen.

Nun suchen sie an Hochschulen nach Hilfe bei Forschung und Ausbildung auf diesem Gebiet. Auf der Konferenz wurden bereits Grundlagen für Lehrpläne vorgestellt und besprochen. Games setzen eine interdisziplinäre Herangehensweise voraus, was an Hochschulen gern gesehen wird. Nicht alle stehen dem jedoch so aufgeschlossen gegenüber wie die flippigen Köpfe der ETC. So setzt Claude Comair, Präsident der Nintendo-Eliteschule DigiPen, ausschließlich auf Informatik: Man sei an der Ausbildung von Arbeitskräften und nicht der Vermittlung von Allgemeinwissen interessiert.

Dieser Aufgabe haben sich inzwischen Berufsschulen und Fortbildungseinrichtungen gewidmet. Sie unterstützen mit praxisnahen Kursen zu Programmierung, Grafik und Management die Professionalisierung der Branche. An das Game Design selbst aber wagt sich

kaum einer. Zurecht gilt es als die komplexeste Form der Stoffentwicklung. Der Spielentwickler entwirft gemeinsam mit einem Team von Grafikern, Tonkünstlern und Programmierern Spielinhalt, Gameplay und Spielerlebnis. Auch wenn nicht alle die hohe Kunst des Game Design erlernen müssen, so ist doch ein grundlegendes Verständnis derselben wichtig für jedes Teammitglied.

Die Games-Branche ringt um Anerkennung außerhalb ihrer Grenzen. Mit dem Academic Summit haben die IGDA und GDC erste Schritte in Richtung der etablierten Wissenschaften getan. Es bleibt zu hoffen, dass diese das Potential des Spiels und seiner Entwicklung zu schätzen wissen und sich weiter an der Diskussion beteiligen. Vielleicht kommt es tatsächlich zu einer gegenseitigen Befruchtung und so auch zu inhaltlich differenzierteren Spielen.

*Inga von Staden*

*who is who in interactive broadband*

## Stoffentwicklung für die Neuen Medien

Stellen Sie sich vor, Sie sind Autor und haben bisher Geschichten für konventionelle Fernsehformate entwickelt. Plötzlich tritt ein Auftraggeber an Sie heran und fordert, Sie sollen etwas „Interaktives“ machen. „Was heißt das?“, werden Sie sich fragen. „Was muss ich wissen? Was muss ich machen?“ Ist mit interaktiv gemeint, der Zuschauer soll die Wahl zwischen verschiedenen Handlungen haben? Sollen die Figuren in meiner Geschichte wirklich intelligent und lernfähig sein, also künstliche Intelligenz besitzen? Oder bedeutet es, dass die User miteinander kommunizieren können, in simplen Chatrooms oder in

aufwändigen Multiuser-Onlinegames? Geht es also, kurz gesagt, darum, mit dem Programm zu interagieren oder mit den Menschen drum herum?

Um genau diese Fragen geht es bei den Kursen der academy of converging media. Seit Sommer 2002 bietet sie in Berlin Kurse an zur Stoffentwicklung für die Neuen Medien. Im Gegensatz zu den klassischen Medien, wo sich Formate etabliert haben, also bedient werden können, sind diese in den Neuen Medien noch nicht oder nur teilweise definiert worden. Das heißt, Stoffentwicklung für die Neuen Medien bedeutet auch gleichzeitig Entwicklung

neuer Formate. Das ist nicht nur aufregend, sondern auch experimentell und es sollten sich viele kreative Köpfe mit den Möglichkeiten auseinandersetzen, die die konvergierenden Medien bieten.

Das Programm der academy of converging media wird in Modulen angeboten, von denen die ersten beiden 2002 an den Start gehen. Weitere sind für 2003 bis 2005 in Planung. Im content + creation intensive course, module 1 werden die interaktiven Medien behandelt, es steht also die konzeptionelle Arbeit an der Interaktion mit der Software im Vordergrund. Anwendungen können räumliche Erzählungen wie

„Myst“ sein oder eine Reise in die Astronomie mit „red shift“, auf Plattformen wie CD-ROM, DVD oder iTV. Die Module bestehen aus einer Reihe aufeinander aufbauenden Seminaren, welche von verschiedenen Dozenten aus dem In- und Ausland gegeben werden. Sie rekrutieren sich aus der Praxis, Forschung und Bildung. So wird Mark Meadows, Autor und Designer aus San Francisco, interaktive Erzählstrukturen diskutieren; Michael Rüger, Berater für RTL New Media und Bertelsmann Content Network, über die Möglichkeiten nachdenken, Inhalte aus Film und Fernsehen in die Neuen Medien hinein zu erweitern; oder Simon Løvind, Researcher am Interactive Institute Sweden und Michael Valeur, Autor und Konzepter aus Dänemark, die

die dramaturgische Bedeutung der Interaktion untersuchen.

In module 2 geht es um die kooperativen Medien, also die Interaktion mit anderen Usern über die Software. Anwendungen, wie wir sie heute kennen, sind Multiuser-Onlinegames (z.B. „Ultima Online“), virtual communities („i-village“) oder WBTs in Intranets. Mögliche Plattformen sind das Internet oder mobile Endgeräte. Im Mittelpunkt steht die Frage, was passiert, wenn Information zum Objekt wird, über und durch das die User miteinander kommunizieren. Die Teilnehmer beschäftigen sich mit der Entstehung von Systemen, die zum Spielen, Informieren, sich Austauschen und zur Unterstützung geschäftlicher Transaktionen dienen. So werden Spieltheorien behandelt sowie Produktionsabläufe und der

Handel mit Informationseinheiten. Dozenten sind unter anderem Thomas Kister (Sales Manager bei NxN Software), Stephan Richter (TOMORROW Internet AG), Dick Rijcken (Berater der holländischen Regierung für Multimedia) und Raimo Lang (Programmchef interaktives Fernsehen, Finnish Broadcasting Company).

Die academy of converging media ist eine Initiative der Deutschen Film- und Fernsehakademie Berlin (dfffb) sowie der Master School Drehbuch und Projectscope. Partner aus der Wirtschaft sind Pixelpark und cine plus. Die academy wird unterstützt durch den Berliner Senat und die Mitteldeutsche Medienförderung (MDM). Sie wird gefördert durch das MEDIA Programm der Europäischen Union.

*Inga von Staden*

*DIE ZEIT 11/2002, Hochschule*

Fortbildung

## Konzepte für Neue Medien

An der Deutschen Film und Fernsehakademie Berlin (dfffb) wurde zusammen mit der Master School Drehbuch und dem ProjectScope die "academy of converging media" gegründet. In sogenannten "content + creation intensive courses" kann man sich hier zum Drehbuchautor für Neue Medien ausbilden lassen.

Besonders im Unterhaltungssektor gibt es bei den elektronischen Medien weiterhin hohe Wachstums-

raten, gleichzeitig steigen die Ansprüche. Hier sind professionelle Konzepte gefragt, meinen die Initiatoren der neuen Medienakademie. Wie Filme brauchen auch Computerspiele und vergleichbare interaktive Anwendungen eine jeweils eigene Dramaturgie und Inszenierung. Die Professionalisierung der kreativen Tätigkeiten in diesem Bereich soll mit den "content +

creation courses" gefördert werden.

Die Kurse mit den Schwerpunkten "Stoffentwicklung für interaktive Medien" und für "kooperative Systeme" finden nach Vorbild der amerikanischen "summer academies" in zwei Blöcken in den Sommermonaten statt (3.6.-28.6. und 8.7.-2.8.2002). Teilnahmevoraussetzung ist Berufserfahrung.

*(jm)*

# Konkurrenz für Lara Croft

Die „academy of converging media“ bildet kreative Köpfe für die Neuen Medien aus

Text: Meike Wöhlert

Versuchen wir es erst mal mit Robert Lembke. Frau von Staden, was wäre bei Was bin ich Ihre typische Handbewegung? Inga von Staden überlegt kurz, ritzt dann mit dem Zeigefingernagel blitzschnell Striche in die weiße Stofftischdecke. Untereinander angeordnete Querstriche, durch Längsachsen verbunden. „Flowcharts zeichnen“, murmelt sie, und die Brauen über ihren grünen Augen ziehen sich konzentriert zusammen. „Flussdiagramme, Informationshierarchien.“

Ah ja. Hm... Vergessen Sie's, Sie erraten es nicht. Der Beruf, von dem die 39jährige Multimedia-Fachfrau spricht, heißt Konzepter oder New-Media-Autor oder Stoffentwickler oder Informationsarchitekt. Welches Bezeichnungserl hätten's denn gern?

Alles fließt, besonders in den neuen Medien. Da entstehen Berufsbilder schneller, als man sie benennen kann. Plötzlich sind Fähigkeiten gefragt, für die es gar keine Ausbildung gibt. Zum Beispiel die Fähigkeit, Inhalte für Medien wie das Internet, CD-ROMs, DVDs oder mobile Endgeräte zu erfinden und/oder umzusetzen: Computerspiele, virtuelle Rundgänge, Lernsoftware, Filme mit interaktiver Nutzung.

Ein konventioneller Spiele-Erfinder ist da überfordert, eine Drehbuchautorin ebenfalls. Haben solche Leute jedoch Interesse an den zahllosen Möglichkeiten, sind sie geeignete Kandidaten für die frisch in Berlin gegründete „academy of converging media“ – die erste Ausbildungsstätte in

Deutschland für kreative Köpfe in den Neuen Medien. „Converging“ bedeutet zusammenlaufend, verschmelzend. Voilà. Alles fließt.

Das ehrgeizige Projekt ist ein gemeinsames Kind der Deutschen Film- und Fernsehakademie Berlin (dffb), der Master School Drehbuch und der Beratungsfirma ProjectScope. Letztere gehört Inga von Staden: haselnussbrauner Kurzhaarschnitt, schwarzer Blazer, geometrischer Silberschmuck an Hals und Ohren. Geboren in Zürich, aufgewachsen in Washington, studiert in Israel. Seit zwölf Jahren in der Medienbranche, seit 1999 in Berlin, „weil ich da schon immer hin wollte.“

Inga von Staden ist maßgeblich an der Entwicklung der Lerninhalte beteiligt. Zwei Kurse à vier Wochen sollen im Sommer in den dffb-Räumen stattfinden; der erste richtet sich an relativ Unbeleckte, der zweite an Menschen mit Branchenerfahrung. Unterrichtsort wird das Filmhaus am Potsdamer Platz sein, Sony-Center, 9. Stock. Das allein ist ein Erlebnis: Die zwölf Teilnehmer werden direkt unter dem Fujiamazeldach sitzen, in Stahlstreben quasi eingewoben. Eine technisch-vernetztere Atmosphäre hätte sich kein Multimedia-Stoffentwickler ausdenken können.

Dabei geht es bei dem Trainingsprogramm nicht in erster Linie um technisches Know-how – auch wenn ein Konzepter sicherlich wissen sollte, was Programmierer und Designer überhaupt möglich machen

machen können. Aber das, was internationale Dozenten aus Forschung und Praxis hier auf Englisch vermitteln werden, erfordere vor allem Teamgeist und eine methodisch-analytische Herangehensweise.

„Man muss lernen, dreidimensional zu denken“, sagt Inga von Staden, „das Netz als Informationsraum begreifen.“ Deshalb auch die Flowcharts. „Ein Filmdramaturg wird immer in einem Spannungsbogen denken. Ein guter Konzepter denkt in Strukturen.“ Schließlich soll der User eines interaktiven oder kooperativen Mediums selbst entscheiden, welche Richtung er wann und wohin einschlägt. Der Autor tritt bescheiden dahinter zurück.

Klingt soweit alles ganz logisch und vielversprechend. Nur der Zeitpunkt für die Eröffnung der academy scheint etwas gewagt. Wo sollen anschließend die Jobs herkommen? Ein Kooperationspartner, Pixelpark, hat gerade ein Viertel seiner Belegschaft entlassen. Aber wenn die Kursteilnehmer 1.800 Euro pro Unterrichtsmodul hinblättern, sollte sich die Investition auch auszahlen.

Inga von Staden nickt. „Wir dürfen nicht darüber hinwegsehen, dass es der Multimediabranche im Moment gar nicht gut geht.“ Trotzdem würde das Netz weiterhin genutzt. Und langfristig weise der Weg unumkehrbar in Richtung digitales, interaktives Fernsehen und UMTS – also hin zur drahtlosen und damit fast unbegrenzten Vermittelbarkeit medialer Inhalte. Vom Umsatzvolumen auf

dem Computerspiele-Sektor ganz zu schweigen: „Die Gamesindustrie ist für die Neuen

Medien wie Hollywood für den Film.“ Und Lara Croft berühmter als Julia Roberts. Wird Zeit,

dass die Gute Konkurrenz bekommt.

*Filmboard-News 1/2002*

Der Konzepter von morgen ist Autor, Informationsarchitekt und Regisseur in einem. Die academy of converging media errichtet an der dffb einen Lehrgang zur Stoffentwicklung für die interaktiven und kooperativen Medien.

## Autor, Informationsarchitekt und Regisseur in einem: der Konzepter von morgen

Entsprechend dem Hype der letzten Jahre sind in Deutschland zahlreiche Aus- und Weiterbildungsangebote rund um das Thema Internet und digitale Medien entstanden. Sie sollen helfen, den Bedarf des Marktes nach qualifiziertem Personal zu decken. An Hochschulen, privaten Institutionen sowie staatlichen Fortbildungseinrichtungen werden wirtschaftliche, technologische und gestalterische Fähigkeiten in Hinblick auf die neuen Medien vermittelt. Was aber in der Filmbranche längst zum Standard gehört, lässt sich unter den vielen bestehenden Angeboten nur schwer finden: eine Ausbildung für die Stoffentwicklung.

Gerade die gewinnt angesichts der zunehmenden Komplexität der Technologien und Medien immer mehr an Bedeutung - denn was der Drehbuchautor für Film- und Fernsehen, das ist der Konzepter für die neuen Medien. Er ist verantwortlich für die inhaltliche Struktur digitaler Medienanwendungen, wie webbasierte Businesslösungen oder Games, entwickelt deren Dramaturgie und definiert die Interaktion der Nutzer. Der Konzepter

wird zum Architekten der Information im digitalen Raum. Die hierfür notwendigen Fähigkeiten lernt er momentan jedoch meistens on-the-job, oft als Quereinsteiger aus verwandten Berufen.

Die Nachfrage nach einer entsprechenden Qualifikation sowie das große Interesse von Seiten der Macher klassischer Medien an einer Fortbildung in den neuen Medien erkannten die Initiatoren der academy of converging media im Rahmen ihrer Arbeit an Hochschulen, in Seminaren und Unternehmen. Es entstand die Idee, eine Einrichtung zur Aus- und Weiterbildung von Konzeptern aufzubauen und somit zur Professionalisierung der Medienbranche beizutragen. Die academy of converging media wurde im November 2001 von Prof. Reinhard Hauff (dffb), Oliver Schütte (Master School Drehbuch) und Inga von Staden (ProjectScope) gegründet. Im Juni und Juli 2002 werden erstmals berufs begleitende Kurse stattfinden: content + creation intensive course, Module 1 und 2.

In zwei Blöcken à vier Wochen wird das Wissen der je zwölf Teilnehmer in den Gebieten Technologie, Dramaturgie,

Inszenierung, Informationsarchitektur und Interface Design in Theorie und Praxis geschult. Im ersten Block werden den Teilnehmern die Grundlagen vermittelt, die sie benötigen, um sich als Junior Konzepter bei Medienunternehmen bewerben zu können. Hierauf basierend werden im zweiten Block die Kenntnisse zielgerichtet für eine Tätigkeit als Senior Konzepter vertieft. Um den Teilnehmern eine Ausbildung möglichst nahe an den Anforderungen des Marktes bieten zu können, wurden zahlreiche Unternehmen der neuen Medien befragt und so in die Ausgestaltung des Lehrplanes mit einbezogen.

Die Kurse werden an der dffb im SonyCenter am Potsdamer Platz in Berlin stattfinden. Die Kurse wurden für ihre richtungsweisende Qualität mit der MEDIA Förderung der Europäischen Union ausgezeichnet. Sie werden unterstützt von der Senatsverwaltung für Wirtschaft und Technologie, Berlin und von der Filmboard Berlin-Brandenburg GmbH empfohlen.

*Alexandra Hanna*

# Neue Wege gehen

Im Internet-Zeitalter muss man auf andere Art erzählen, meint die Medienberaterin Inga von Staden

Von Martin Köhler

Bei Film und Fernsehen ist man etwas verunsichert. Kunst und Kommerz bei den Audiovisuellen wurden stets auch von technischen Innovationen beeinflusst. Allerdings könnte man meinen, dass die Entwicklung im Bereich Multimedia die Branche bislang nicht so recht hat erreichen können. Im Kino und im Fernsehsessel sitzt man und schaut. Und zappt womöglich, überbrückt die Werbepausen mit Nahrungsaufnahme: Das war's aber auch. Das kann's aber nicht sein, meint die Medienberaterin Inga von Staden.

Mit digitaler Technik können heute schon im Heimbetrieb Dinge getan werden, für die es früher Millionenbudgets brauchte. Computergenerierte Szenarien, ob fotorealistische Nachahmung von Realität oder virtuelle Traumwelten, sind - dank sinkender Hard- und Softwarekosten - in ein paar Jahren auch für Produktionen ohne großes Geld machbar und finanzierbar. Spätestens dann wird sich auch für hiesige Drehbuchautoren, Dramaturgen und Produzenten die Frage stellen: Erfordern neue Technologien auch neue Formen des Erzählens? Da wäre es nicht das Schlechteste, sich mal an Inga von Staden zu wenden. Seit über zwölf Jahren im Mediengeschäft, ist ihr Arbeitsschwerpunkt mittlerweile die Beratung bei der Entwicklung von zeitgemäßen Stoffen für die neuen Medien. Als freie Dozentin zum Thema "Dramaturgie interaktiver Applikationen" hält sie in ganz Deutschland

Seminare an Filmhochschulen und privaten Akademien.

Worum geht es? Von Staden ist felsenfest davon überzeugt, dass die virtuellen Technologien andere Erzählstrukturen erfordern. Weg vom linearen und hin zum nonlinearen Inhalt. "Der interessierte Zuschauer - oder neudeutsch: User - will verstärkt in die Fiktion miteinbezogen werden, sich in einer Geschichte bewähren, sie aktiv mitbestimmen." Eine neue Form des Rollenspiels, des sich Hineinversetzens in andere nuancierte Charaktere und Fantasy-Welten innerhalb "offener Erzählnetzwerke" werde sich in On- und Offline-Medien durchsetzen, meint von Staden.

Computerspiele der neuesten Generation, in denen nicht Geschicklichkeit, sondern soziale Interaktion im Vordergrund stünden, gäben dabei die Richtung vor. Den großen Medienunternehmen wie Film- und Fernsehproduktionen oder Verlagen will sie klarmachen, dass aus der Konvergenz der Technik schließlich die Konvergenz der Inhalte folgt. "Auch klassisch geschulte Autoren müssen sich im Vorfeld Gedanken machen, wie ihre Ideen beispielsweise für eine TV-Serie auch auf anderen medialen Plattformen weitergeführt werden können."

Mit dieser Branche kennt sich die 38-Jährige, aufgewachsen in der US-Hauptstadt Washington, durchaus aus. Nach Abschluss des Studiums der Landwirtschaft mit Stationen über Göttingen und Israel vo-

lontierte von Staden bei Sat 1, arbeitete als Journalistin bei verschiedenen TV-Sendern wie dem European Business Channel und landete wieder in den Staaten, genauer in New York, wo sie Film studierte. Zurück in Deutschland, jobbte sie als Regieassistentin und auch als Script-Continuity-Girl - das sind Damen, die darauf achten, dass jeweils die Anschlüsse zwischen den Szenen stimmen und nicht plötzlich etwas zu sehen ist, was beim vorherigen Dreh gar nicht da war.

Den Anschluss in Richtung Multimedia machte von Staden Anfang der neunziger Jahre. Als der "große Aufstieg der CD-ROM begann", orientierte sie sich um, entwickelte als freie Projektleiterin Computerspiele und konzipierte so genannte "interactive environments" für Volkswagen oder die Telekom auf Messen wie der Cebit. Und gewann eine neue Erfahrung: "Die effektive konzeptionelle Herangehensweise an neue Medien - ob off- oder online - ist primär eine räumliche. Man ist als Konzepter eigentlich ein Informationsarchitekt."

Die Einbeziehung des "vielfältigen Spektrums an medialen Gestaltungsmöglichkeiten" bei der Entwicklung von Handlungen und Charakteren will die umtriebige Medienberaterin auch im Online-Entertainment vorantreiben. Insbesondere die von deutschen Programmveranstaltern derzeit praktizierte Vernetzung von Fernsehprogrammen und Internet-Angeboten sind ihr ein Dorn im

Auge: "Schauen Sie sich fiktive Formate wie TV-Soaps an, die im Fernsehen laufen und eine begleitende Website haben. Diese Websites demontieren geradezu die Fiktion, indem sie das Entstehen dieser Fiktion zu erklären versuchen. Warum nur?" Von Stadens nüchterner Kommentar: "Die Site zur Soap ist eine reine Presse- oder Fansite. Mehr nicht!" Ähnlich schätzt sie auch die originär für das Internet produzierten Websoaps ein: "Netzdramen der besonders unbeholfenen Art. Neuigkeitswert: Gleich null!"

Nach Ansicht von Inga von Stadens liegt das an dem teilweisen Unverständnis klassischer Produzenten gegenüber dem kommunikativen Prinzip des Internet: "Den Broadcast-Gedanken 'Ich produziere etwas, sende es und hoffe, dass die Leute es mögen' eins zu eins ins Internet zu übertragen, das wird den Möglichkeiten des Netzes nicht gerecht." Denn im Internet sind alle gleichzeitig Sender und Empfänger. Der Consumer werde zum Prosumer, eine Mischform aus Konsument und Produzent. Das müssen, sagt von Staden, vor allem die B2C-Plattformen begreifen und ihr Angebot entsprechend gestalten. Denn das,

was das Internet - im Gegensatz zu den klassischen Medien - könne, ist das "gemeinsame Erspielen" von Geschichten.

Wie so etwas aussehen könnte, sagt von Staden, sehe man etwa bei Online-Spielen. Fantasy-Rollenspiele im Internet wie "Ultima Online" oder "Virtual Starship" entwickeln laut von Staden "in vorbildlicher Weise" Nutzergemeinschaften um einen dramatischen Stoff herum. "Der User nimmt eine beschriebene Rolle ein und spielt sich seinem Rollenprofil entsprechend zusammen mit anderen Usern durch beschriebene oder visualisierte Szenarien und Abenteuer. Und zwar in verschiedensten Konstellationen, und wann immer man will."

Das bringe Erfolgserlebnisse, die das zeitgebundene Fernsehen so nicht bieten kann, meint von Staden. Diese Form der Interaktion erfordere aber einen starken Umdenkungsprozess auf Seiten der Macher. "Die Kontrolle der Autoren, Regisseure und Produzenten eines Films oder Game - vom Script über den Schnitt bis zur Bildgestaltung - fällt zum Teil ja weg. Sie werden, wie im improvisierten Theater, eher Stichwortgeber von Rollen und

Szenen sein", erklärt die Medienberaterin. Inga von Staden weiß, dass sie sich damit noch auf unsicheres Terrain begibt und Durchhaltevermögen angesagt ist: "Das sind zum Teil noch Zukunftsszenarien, wie sie in überhöhter Weise in der Cyberpunk-Literatur beschrieben werden. Aber sie werden kommen. Und dann sollte man vorbereitet sein."

Vorbereitet sein auf die Erzählstrategien der Zukunft will auch die Deutsche Film- und Fernsehakademie (dfffb). Sie erteilte von Staden jüngst die akademischen Weihen und beauftragte sie, zusammen mit der Multimedia-Agentur Pixelpark einen Lehrgang für konvergierende Medien ("Academy of converging media") zu konzipieren. Autoren und Multimedia-Macher will der Studiengang zusammenbringen, um interaktive Konzepte zu entwickeln und die Möglichkeiten der neuen Medien für den Fictionbereich auszuschöpfen - finanziell und technisch unterstützt durch eine Reihe von Unternehmen. In dieser Form ist der neue Studiengang ein Einzelfall im deutschen Hochschulwesen. Oder ein Präzedenzfall.