



universität  
wien

# Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

## „User Generated Cinema“

Kollektive Filmproduktion und transmediales Storytelling

Über Möglichkeiten und Grenzen der Userintegration

Verfasser

Matthias Kobia B.A.

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2013

Studienkennzahl: A317

Studienrichtung: Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer: Univ. Prof. Dr. Ramón Reichert



## **INHALTSVERZEICHNIS**

<b>1. USER GENERATED CINEMA - EINE EINFÜHRUNG</b>	<b>1</b>
<b>2. BEGRIFFSFELDER DER ZUSAMMMENARBEIT</b>	<b>7</b>
2.1 ÜBER BEGRIFFE UND DEREN BEDEUTUNG	7
2.2 USER GENERATED CONTENT	15
2.3 PROSUMER	17
2.4 PRODUTZER	19
2.5 PARTICIPATORY CULTURE	20
<b>3. CREATIVE COMMONS</b>	<b>22</b>
3.1 VERSCHIEDENE ARTEN DER LIZENZIERUNG	24
<b>4. KOLLABORATIVES SCHREIBEN</b>	<b>26</b>
4.1 ASPEKTE DER TEAMARBEIT	26
4.2 GEMEINSAM SCHREIBEN	28
<b>5. WERKZEUGE KOLLABORATIVEN ARBEITENS</b>	<b>31</b>
5.1 GOOGLEDRIVE / GOOGLEDOCS	31
5.2 FINAL DRAFT	33
5.3 INTERNETFOREN	33
5.4 WIKIS	36
5.5 DROPBOX	36
5.6 INSTANT MESSENGER & VIDEOCHAT	37
<b>6. THE CROWD</b>	<b>38</b>
6.1 CROWDFUNDING	38
6.2 CROWDSOURCING	40
<b>7. OPEN SOURCE ALS ONLINE-KOLLABORATION</b>	<b>43</b>
7.1 WAS IST OPEN SOURCE?	43
7.2 OPEN SOURCE SOFTWARE	43
7.3 OPEN SOURCE MOTIVATION	44
7.4 OPEN SOURCE GESCHÄFTSMODELLE	45
7.5 DEFINITION OPEN SOURCE FILM	46
7.6 MOTIVATIONEN FÜR OPEN SOURCE FILME	49
7.7 GESCHÄFTSMODELLE FÜR OPEN SOURCE FILME	50

<b>8. TRANSMEDIA</b>	<b>52</b>
8.1 ERZÄHLSTRUKTUR TRANSMEDIALER GESCHICHTEN	55
8.2 ALTERNATE REALITY GAME	56
8.3 EINGLIEDERUNG VON SPIELERN	58
8.4 GAMING	59
8.5 TRANSMEDIA IM FILM - „WER RETTET DINA FOX?“	62
8.6 PROJEKTPHASEN UND MEDIENNUTZUNGSVERHALTEN	62
8.7 GAMEPLAY	64
<b>9. FILMFORMEN DER GEMEINSCHAFTSARBEIT</b>	<b>67</b>
<b>10. BATESIAN</b>	<b>70</b>
10.1 DIE URSPRÜNGE DES PROJEKTS - KINO00 & KINO-KABARET.	70
10.2 ENTWICKLUNGSSCHRITTE DES PROJEKTS	73
10.3 „SIX SLICES OF VIENNA“	74
10.4 BM:UKK UND FÖRDERUNG „NEUER FILMFORMATE“	78
10.5 HINTERGRUND DER „WORLD OF BATESIAN“ (SYNOPSIS DER WELT)	80
10.6 CALL FOR TREATMENTS/AUSWAHLPROZESS	80
10.7 DAS 6. ELEMENT	85
10.8 SCHREIBPROZESS AM DREHBUCH	86
<b>11. DYSTOPIA – OPEN SOURCE FILM – USER GENERATED CINEMA</b>	<b>96</b>
11.1 FACEBOOK ALS DREHBUCHPLATTFORM	96
11.2 DYSTOPIA	100
11.3 EINBINDUNG DES USERS DURCH CONTESTIPATIVE VERFAHREN	100
11.4 KONZEPTION DER WEBSITE	102
11.5 CONTENT POOL	104
<b>12. FAZIT</b>	<b>107</b>
12.1 AUSBLICK	112
<b>13. QUELLEN</b>	<b>113</b>
<b>14. ANHANG</b>	<b>120</b>
14.1 ABBILDUNGSVERZEICHNIS	120
14.2 ABSTRACT	121
14.3 LEBENS LAUF	122
14.4 FLOWCHART	123

Hiermit möchte ich mich bei sehr meinen Eltern bedanken, die mich während meines Studiums außerordentlich unterstützt haben!

Außerdem bedanke ich mich bei allen Teilnehmern des BATESIAN Projekts. Auch bedanke ich mich bei den DYSTOPIA Produzenten, die mir Zugang zu ihren Unterlagen gewährt haben und meine Fragen ausführlich beantworteten.

Ich will mich an dieser Stelle auch bei Juliana Ramm bedanken, die sich viel Zeit genommen hat, diese Arbeit zu korrigieren und zu verbessern.

# 1. User Generated Cinema - Eine Einführung

„collaboration is the sex of art because you take from everyone you're working with.“<sup>1</sup>

Der Mythos des einsamen Genies ist in der heutigen vielfältig vernetzten Gesellschaft obsolet geworden. Zwar werden immer noch kulturelle Höchstleistungen und Innovationen von Einzelnen angestoßen, jedoch ist in allen Bereichen des Lebens die Zusammenarbeit von mehreren Menschen grundlegend. So gingen in den letzten Jahren Verfahren der Filmproduktion durch die Presse, die sich von der Diktatur des Einzelnen abwendeten und mit Hilfe des Internets und dessen Usern kreative Projekte realisierten. So stellt sich die Frage ob davon ausgegangen werden kann, dass Kooperation, Kollaboration und Partizipation unter günstigen Umständen einen Mehrwert produzieren, den der Einzelne nicht zu leisten vermag? Doch dafür müssen zuerst diese Worte untersucht werden, um festzustellen was die Begriffe eigentlich bedeuten und welche Voraussetzungen erfüllt werden müssen, damit man Filmproduktionen überhaupt als gemeinschaftlich bezeichnen kann.

Betrachtet man psychologisch die Annahme, dass durch die gegenseitige Beeinflussung und Anregung das kreative Potenzial von einzelnen Menschen oder Gruppen nachweislich erhöht wird, so findet man in der Sozialpsychologie die „sozialen Aktivierung“, ein Phänomen der Leistungssteigerung durch die Anwesenheit anderer Personen. Oder den „Köhler Effekt“, der bei einer Heterogenität einer Gruppe eine höhere Gruppenleistung erzeugt, als durch bloße Addition der Einzelleistungen.<sup>2</sup> Eine These dazu ist, dass man durch gemeinsames Arbeiten die eigenen Standpunkte und Sichtweisen mit denen Anderer konfrontiert und reflektiert, daher beruhen die erarbeiteten Ergebnisse auf einer breiteren Akzeptanz, da die Entscheidungen nicht von Einzelnen dominiert sind, sondern durch Gruppen ausgehandelt werden. Im Idealfall trifft der Konsens so auf eine breitere Basis und Akzeptanz und ist damit anhaltender.

Gemeinschaftsarbeit ist auch in der Produktion von Filmen kein ungewöhnliches Verfahren. Jedoch beschränkte sich die Zusammenarbeit im klassischen Sinne nur darauf, dass sich Spezialisten der Filmbranche gemeinsam einem Projekt widmen und dies meist unter Ausschluss der Öffentlichkeit. Dies geschah und geschieht auch heute noch in einem industriellen System, in dem Geheimhaltung über Projekte eine große Rolle spielt. Wünsche der Zuschauer werden weitestgehend ignoriert. Es zählt nur die Vision des Drehbuchautors, Regisseurs oder Produzenten. Der eigentliche Adressat, nämlich der Konsument wird nur vor vollendete Tatsachen gestellt und keine andere Wahl als Konsum oder Verweigerung zugestanden. Es gibt keinen Raum für Aushandlungsprozesse. Doch muss Film Diktatur sein?

<sup>1</sup> Francis Ford Coppola: On Risk, Money, Craft & Collaboration. Interview mit Ariston Anderson.

Quelle: <http://99u.com/articles/6973/Francis-Ford-Coppola-On-Risk-Money-Craft-Collaboration>. Stand: 19.01.2013.

<sup>2</sup> Vgl.: Hans Werner Bierhoff: Sozialpsychologie. Ein Lehrbuch. Kohlhammer Verlag. Stuttgart 2006.

Es werden im Folgenden Wege aufgezeigt, die der Vorherrschaft des Einzelnen entgegenzutreten und versuchen, Filmproduktion als öffentlich zugängliches Gemeinschaftserleben zu ersetzen.

Die Forderung nach Mitspracherecht in den Medien ist kein Novum. Medienhistorisch gesehen forderte schon Brecht in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts von dem relativ neuen Medium des Rundfunks eine Ausweitung des reinen Distributionsmediums zu einem Kommunikationsapparat, der es

„verstünde, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“<sup>3</sup>

Zwar gab es verschiedene Ansätze im Laufe der Zeit, die Meinung des Zuschauers durch ein Rückkanal, wie beispielsweise das Hörertelefon, sprechend zu machen, doch die umfassende und uneingeschränkte Ausweitung der Medien wurde nicht, wie von Brecht gefordert, durch den Rundfunk geleistet, sondern erst durch das Internet, welches gekennzeichnet ist durch seine Fähigkeit der Interaktivität. So schreiben Bieber und Leggewie in ihrer Studie über den transdisziplinären Schlüsselbegriff der Interaktivität:

„Als herausragendes Merkmal interaktiver Medien wurde ihre „Rückkanalfähigkeit“ herausgestrichen, also eine technische Eigenschaft, und damit verbunden die Chance eines einfachen und kontinuierlichen Rollentausches zwischen den Sendern und Empfängern.“<sup>4</sup>

In den letzten Jahren hat sich etwas Neues mit Hilfe des Internets etabliert. Die strikte Trennung zwischen Produzent/Sender und Konsument/Empfänger wurde aufgeweicht. Die Grenzen verschwimmen und der Konsument nimmt immer stärkeren Anteil und erhält Mitspracherecht an der Gestaltung des Produktes Film. Somit kann er selbst zu einem Teil der Produktion werden. Das Internet ermöglicht eine Transparenz und Nutzung einer Online Gemeinschaft, bestehend aus Interessierten, Professionellen und Amateuren, in diesem Sinne der Endverbraucher, um Projekte zu realisieren. Doch nicht nur die Gestaltung, sondern auch Aufgaben, die zur Herstellung des Films dienen, werden an den Konsumenten ausgelagert. Informationen werden freigegeben und so ist es möglich, einer breiten Schicht Einblick und Mitarbeit in Herstellungsprozessen zu gewähren. Das Motto heißt „Do it Yourself, but let's do it together“. Dass dieses Motto auch in der praktischen Realität in Bezug auf eine neue Form der Filmproduktion eine Berechtigung besitzt, werden kollaborative Schreibstrategien untersucht, die im wissenschaftlichen Arbeiten seit langem praktiziert werden, und im Selbstversuch auf die Kreativprozesse übertragen.

---

3 Bertolt Brecht: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Schriften zur Literatur und Kunst I. 1920-1932. Suhrkamp Verlag. 1967. S. 134.

4 Christop Bieber, Claus Leggewie (Hg.): Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Campus Verlag. Frankfurt/New York 2004. S. 7

Die Online-Gemeinschaften, die kulturelle Güter produzieren und konsumieren, entstehen oft aus einer Amateur-Kultur<sup>5</sup> heraus. Während der Profi Geld für seine Arbeit verlangt, tut dies der Amateur aus einer Liebhaberei.<sup>6</sup> So aber besitzt er keine geregelten Dienstverhältnisse oder oftmals keine rechtlichen Absicherungen für seine Leistungen. Dennoch gelten seine

„soziokulturellen Praktiken als Ressource für Kreativität, Motivation, Produktions- sowie Leistungssteigerung und zählen in den Aushandlungsprozessen der Unternehmensdiskurse zu den Leitfiguren kollaborativer und kooperativer Projektarbeit.“<sup>7</sup>

Um diese Leitfiguren jedoch nicht in rechtlichen Grauzonen schwimmen zu lassen, wurden spezielle Absicherungen standardisierter Lizenzen dafür entwickelt, die unter im Kapitel über Creative Commons näher beleuchtet werden.

Fernsehen/Film und Internet wachsen in den letzten Jahren immer stärker aneinander. Inzwischen können viele Sendungen nach ihrer Ausstrahlung im Internet angeschaut werden oder sie werden nur für das Internet produziert. Die heutigen „Digital Natives“<sup>8</sup>, also diejenigen, die zwischen 1980 und 2000 geboren sind und mit dem Internet aufwuchsen, sind mit der Einstellung des „Broadcast Yourself“<sup>9</sup> groß geworden und versuchen dies auch innerhalb der Social Media Plattformen und Web 2.0 Anwendungen umzusetzen. Es werden Kommentare gepostet, selbstgedrehte Videos hochgeladen und mit anderen Internetnutzern geteilt. Wer heute in der Netzgeneration und besonders Online „Wer“ sein will, muss sich produktiv betätigen. Die Zeiten des reinen Konsumierens sind vorbei. Dies gilt auch für die Unterhaltungsbranche, die stetig fallende Zahlen vorzuweisen hat und beispielsweise das Fernsehen teilweise nur noch Zielgruppen erreicht mit einem Durchschnittsalter von 51 Jahren<sup>10</sup>. Daher werden neue Erzählformen und Produktionsbedingungen für die Fernsehsender und Filmproduktionsfirmen zur unausweichlichen Voraussetzung, wenn sie sich gegenüber dem Internet und dessen Möglichkeiten behaupten wollen. Inhalte werden selbst erstellt und online verbreitet, doch es gehört mehr dazu als bloß zu kopieren wenn man von „User Generated Content“ spricht. Im Zuge dessen untersuche ich diese Inhalte auf deren Charakterisierung und die Veränderung und Neuschaffung der Produzenten- und Konsumentenrolle in Bezug auf Generierung von Content.

---

5 Vgl: Ramón Reichert: Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. transcript Verlag, Bielefeld 2008.

6 Vgl. Ebenda.: S. 215.

7 David Cleland, Lewis Ireland: Project Manager's Handbook. Applying Best Practices across Global Industries. McGraw-Hill. New York 2007. Zitiert nach: Reichert: S. 216.

8 Vgl. The Economist. The Net generation, unplugged. Technology Quaterly Q1 2010. Quelle: <http://www.economist.com/node/15582279>. Stand: 10.02.2013

9 Slogan der Internetplattform Youtube.

10 Vgl. dazu Statistik nach der GfK Media Control. Quelle: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/183279/umfrage/durchschnittsalter-der-fernsehzuschauer-nach-sender/>. Stand: 20.08.2012.



In Bezug auf die Wirtschaftlichkeit sind durch die Beteiligungen von großen Online Gemeinschaften Formen der Fremdfinanzierung entstanden, ein neues digitales Mäzenentum, das unter dem Schlagwort des Crowdfunding zusammengefasst wird. Für Crowdsourcing, das heißt die Auslagerung von Arbeit, werden einfach zugängliche Plattformen geschaffen, deren Funktion und Aufbau untersucht wird.

Im Zuge der Globalisierung durch das Internet und der Möglichkeit, von jedem Ort auf der Welt und durch eine unbegrenzte Anzahl von Usern innerhalb von Sekunden auf ein und dasselbe Datenmaterial zugreifen zu können, wurden Projekte ermöglicht, die bis dato unausführbar erschienen. Einige dieser Projekte im Software Sektor, die sich dieser Vernetztheit bedienen, sind beispielsweise Wikipedia, Firefox und Linux. Die kollektive Intelligenz wird vorteilhaft für das Kollektiv genutzt. Jeder kann teilnehmen, Inhalte für alle zu produzieren, die wiederum von allen konsumiert und verändert werden können. Eine wichtige Voraussetzung um etwas „Open Source“ zu machen, ist der Entschluss alles Grundlegende, das zu der Erschaffung eines Produktes dient, zu veröffentlichen. Was Open Source aber darüber hinaus noch auszeichnet und welche Vorteile es bietet, wird im Kapitel 7 untersucht. Wie sich dieses Konzept auch auf die Filmproduktion übertragen lässt, wird im Kapitel über „Open Source als Online Kollaboration“ näher beleuchtet.

Inspiziert durch den Erfolg dieser Konzepte kam die Frage auf, ob nicht auch die Unterhaltungsbranche von den Möglichkeiten des Internets profitieren könne, wie der Transparenz, dem öffentlichen Zugang aber vor allem den Usern, die aktiv einen Teil an denen von ihnen konsumierten Produkte teilhaben wollen, indem sie diese mitgestalten? Kann die Produktion von Filmen, Serien etc. für den Zuschauer transparent und interaktiv gestaltet werden? Interaktivität in Form der aktiven Beteiligung, nicht nur durch den Beitrag von Ideen, sondern auch durch aktive Mitarbeit an der Gestaltung und Ausführung in allen erdenklichen Sparten der Filmproduktion und des Erlebens. Kann dies durch die elektronischen Medien ermöglicht werden? Ebenso auch das selbsttätige Vervollständigen der erzählten Geschichten in Bezug auf eine aktive Teilnahme an der Narration. Doch inwiefern können Projekte darauf ausgelegt werden, dass die Zuschauer und Mediennutzer durch den Gebrauch verschiedener Medien die Geschichte selbst beeinflussen und durch ihr Erleben einen aktiven Teil an ihrem Entstehen beitragen? Dies wird im Kapitel über Transmedia näher untersucht und durch ein aktuelles Fernsehbeispiel erläutert. Durch das Beispiel wird zusätzlich noch erklärt, wie Fernsehen durch das Internet erweitert werden kann.

Der Zuschauer hat nun die Möglichkeit, nicht nur passiv die Rolle eines Verbrauchers einzunehmen, sondern er schafft sich eine neue Funktion, nimmt aktiv am Gestaltungsprozess teil und erhält dadurch eine veränderte Form des Erlebens. Der transmediale Ansatz unterscheidet sich im produktionstechnischen Aspekt von dem Untersuchungsgegenstand des kollaborativen/partizipativen/contestativen Films. Bei transmedialen Pro-

jekten wird der Zuschauer nicht gefragt, wie etwas gestaltet werden soll, ob die Hauptfigur blau oder grau trägt, wie der Kameralook sein soll, aber dennoch kann der Zuschauer über die Weise, wie erzählt wird und wie er die Erzählung konsumiert und erlebt, selbstständig und vor allem selbsttätig mitbestimmen. Erst durch den Zuschauer und die Arbeit, die er an der Narration leistet, wird die Geschichte vollständig. Aus diesem Grund untersuche ich anhand des transmedialen Films/Fernsehprojekts „Wer rettet Dina Foxx?“, wie dieses den Zuschauer in das Programm einbindet und einen Mehrwert an Erleben schafft. Die dafür eingesetzten Medien untersuche ich in Hinsicht auf ihren dramaturgischen Aufbau und ihre Funktion in Bezug auf das Projekt, des Weiteren welche Mitarbeit vom User gefordert wird und wie diese gestaltet ist.

Die mögliche Konsequenz, die sich für die Unterhaltungsbranche aus der Eingliederung vieler unterschiedlicher Potenziale ergeben kann, ist ein Mehrwert. Dieser Mehrwert zeichnet sich durch eine aktive Teilnahme und ein stärkeres Eingebundensein des Konsumenten aus. Dies führt einerseits dazu, dass sich der Nutzer mit dem Film oder Ähnlichem verbunden fühlt und im besten Fall eine Art der Verantwortung für die eigene Unterhaltung übernimmt und andererseits, den direkten Kontakt mit dem Verbraucher, der natürlich eine Rückantwort des Rezipienten impliziert. So könnte durch die Erstellung eines Programms oder Films, den sich der Zuschauer sozusagen „wünscht“ und die Nutzung vieler kreativer Vorschläge, die ein einzelner Autor oder Filmschaffender nicht zu leisten vermag, eine Qualität erreicht werden, die sich mit der traditionellen Herangehensweise durchaus messen lässt oder noch darüber hinausgeht. Der Mehrwert soll für eine Verbesserung gegenüber der klassischen Herangehensweise stehen. Er steht für ein kreativeres Gesamtergebnis des Projekts und intensiveres Erleben bei der Verwirklichung der eigenen Vorstellungen. Ob sich die Behauptung des Mehrwertes durchsetzt ist Teil der Untersuchung. Auch wird die Frage geklärt, für wen speziell ein Mehrwert geschaffen wird, ob dies nur für den Konsumenten gilt oder der Produzent ebenfalls Vorteile daraus ziehen kann?

Die beiden Richtungen, die untersucht werden, sind einerseits kollaborative/partizipative/contestipative Projekte, deren Hauptmerkmal die Einbindung einer Internet-Community beim Gestaltungsprozess ist und andererseits transmediale Projekte, die so gestaltet sind, dass sie nur durch die Zuhilfenahme einer Gemeinschaft und elektronischer Medien erlebt werden können. Beide sind gekennzeichnet durch die Zusammenarbeit und die Interaktion zwischen Menschen, die untereinander vernetzt und Teil eines kreativen Prozesses sind, der ohne eine Gemeinschaft nicht zustande kommen würde.

Ich möchte im Folgenden untersuchen, wie kreative Prozesse der Filmherstellung mit Hilfe des Internets unter Berücksichtigung der Integration einer frei zugänglichen Online Gemeinschaft bewältigt werden können und welche Hindernisse dabei auftreten. Dafür ziehe ich aktuelle Projekte als Beispiele heran und untersuche wie unter anderem ein Drehbuch mit Hilfe einer Online-Community geschrieben werden kann.

Bei den aktuellen Beispielen, die ich schwerpunktmäßig untersuche, handelt es sich einerseits in Kapitel 11 um das Open Source Filmprojekt DYSTOPIA. Das Projekt ist ein Open Source Science Fiction Film, der zur Zeit von der Filmakademie in Ludwigsburg produziert wird. Andererseits um das BATESIAN Projekt. Ein Spielfilmprojekt mit experimentalem Charakter, bei dem ich maßgeblich an der Produktion und Ausführung beteiligt war. BATESIAN ist das erste Filmprojekt Österreichs, das mit Hilfe einer Online Community erschaffen wurde. Dieses Projekt wird näher untersucht in Kapitel 10. An diesem Projekt habe ich seit 2011 als fester Bestandteil der Gruppe mitgearbeitet, Drehbuch geschrieben und Regie geführt und versuche nun meine praktischen Erfahrungen, die ich sammeln konnte, in dieser Arbeit wissenschaftlich zu untersuchen. Dieses Projekt war auch Hauptmotivation mich in meiner Diplomarbeit mit neuen, gemeinschaftlichen und digitalen Formen der Filmproduktion zu beschäftigen.

Besonders zu unterstreichen ist die Tatsache, dass die kreative Gemeinschaftsarbeit in einem nicht-professionellen Umfeld passierte. Die Teilnehmer sind meist keine professionellen Medienschaffenden, sondern sie sind Mediennutzer, die durch diese Projekte zu Medienproduzenten aufsteigen. Beide Filmprojekte zielen auf die aktive Beteiligung und Integration von Medienamateuren ab

Die wichtigsten Fragen, welcher dieser Arbeit zugrunde liegen sind:

- Was für Formen kreativer Zusammenarbeit sind durch das Internet möglich und welche Möglichkeiten gibt es für User zu partizipieren?\_
- Welche Vor- und Nachteile ergeben sich durch die Integration der User?
- Welche Strategien in der Zusammenarbeit müssen angewendet werden, um kollaborative/partizipative/contestipative Kreativarbeit zu einem Mehrwert zu führen?
- Können Kreativprozesse uneingeschränkt frei gestaltet werden?
- Wie hierarchiefrei können Filmprojekte strukturiert werden?
- Müssen die persönlichen Standpunkte während kollektiver Arbeitsprozesse ständig infrage gestellt werden und Ist es überhaupt nötig beziehungsweise sinnvoll immer eine Konsensbildung anzustreben?

## 2. Begriffsfelder der Zusammenarbeit

### 2.1 Über Begriffe und deren Bedeutung

Begriffe wie Kollaboration, Kooperation und Partizipation haben in unterschiedlichen Kontexten meist unterschiedliche Bedeutungen oder sind nicht präzise genug in ihrer Verwendung definiert. Oft werden sie synonym verwendet, um Beziehungen zwischen mindestens zwei Menschen zu beschreiben, die in irgendeiner Form etwas miteinander zu tun haben. Speziell in der deutschen Sprache ist die Kollaboration sogar negativ behaftet und wird als Zusammenarbeit mit dem Feind verstanden.<sup>11</sup>

Ich werde daher zuerst die einzelnen Wörter etymologisch untersuchen und ihre Verwendung in bestimmten Kontexten erklären. Es sollen verschiedene Sichtweisen des Gebrauchs herangezogen werden, um für den späteren Gebrauch Klarheit zu schaffen.

Die präpositionale Vorsilbe „Ko“ oder „Co“ kommt aus dem Lateinischen und bedeutet „zusammen“ oder „gemeinsam“. Das Präfix „Ko-“ drückt somit eine Beziehung zwischen zwei Subjekten oder Objekten aus, die „miteinander“, „zusammen“ oder „gemeinsam“ handeln, bzw. etwas miteinander zu tun haben.<sup>12</sup> Die Wortstämme der Begriffe Kooperation und Kollaboration weisen ähnliche Bedeutungen auf. Kollaboration wird von dem lateinischen Wort „laborare“ abgeleitet und bedeutet soviel wie „sich anstrengen“, „abmühen“ oder „arbeiten“. Kooperation hingegen stammt vom dem lateinischen Wort „operari“ und wird mit „tätig sein“, „wirken“, „handeln“ übersetzt. Da beide Übersetzungen ähnliche Tätigkeiten beschreiben, ist es nachvollziehbar, dass sie oft im selben Zusammenhang benutzt werden. Doch um eine genauere Begriffsbestimmung zu finden, müssen die Wörter präziser differenziert werden. Dazu ein Zitat über „Kooperation“ von Rochelle und Teasley, die sich mit Gemeinschaftsarbeit in Bildungswesen beschäftigt haben:

„Cooperative work is accomplished by the division of labour among participants, as an activity where each person is responsible for a portion of the problem solving...“<sup>13</sup>

Daraus abzuleiten ist die Ansicht, dass kooperative Arbeitsprozesse eine geteilte Aufgabenstruktur haben und beide Partner versuchen, ein gemeinsames Ziel zu erreichen. Grundlegend hierbei ist, dass die Gesamtaufgabe in einzelne Teilaufgaben gegliedert wird, für die ein Partner oder ein Team die Verantwortung tragen. Die Kooperation kann auch im Austausch aus Erfahrung, Ressourcen und Wissen bestehen.<sup>14</sup>

<sup>11</sup> Duden. Dudenredaktion (Hg.): Die deutsche Rechtschreibung. Dudenverlag. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich. 2006. S. 589.

<sup>12</sup> Vgl. Daniel Stoller Schai: E-Collaboration. Die Gestaltung internetgestützter kollaborativer Handlungsfelder. Dissertation der Universität St. Gallen, Hochschule für Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften. S. 34. Quelle: [http://www1.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/2767/\\$FILE/dis2767.pdf](http://www1.unisg.ch/www/edis.nsf/SysLkpByIdentifier/2767/$FILE/dis2767.pdf). Stand: 07.05.2012

<sup>13</sup> Jeremy Roschelle und Stephanie Teasley: The construction of shared knowledge in collaborative problem solving. In O'Malley, C.E., (ed.), Computer Supported Collaborative Learning, pages 69-97. Springer-Verlag, Heidelberg. S.70. Quelle: <http://tecfa.unige.ch/tecfa/publicat/dil-papers-2/cscl.pdf>. Stand 08.05.2012

<sup>14</sup> Vgl. D. Stoller-Schai: S. 38.

Die Arbeitsteilung ist ein Merkmal in kooperativen Projekten. Arbeitsschritte werden je nach Spezifikation und Professionalisierung auf verschiedene Gruppenmitglieder verteilt. Im Unterschied dazu, wird bei der „Kollaboration“ keine Arbeitsteilung vorgenommen und alle Beteiligten arbeiten gleichberechtigt an einer oder mehreren Aufgaben:

„Collaboration is a coordinated, synchronous activity that is the result of a continued attempt to construct and maintain a shared conception of a problem. [...] collaboration as mutual engagement of participants in a coordinated effort to solve the problem together“<sup>15</sup>

So steht bei der Kollaboration das wechselseitige und koordinierte Arbeiten, im Sinne einer gemeinsamen Lösung eines Problems im Vordergrund, so dass eine von allen Kollaborateuren geteilte Sicht auf spezifische Arbeits- oder Problemstellungen hervorgerufen wird. Als wichtige Voraussetzung muss dafür eine hierarchiefreie Arbeitstruktur ermöglicht werden, innerhalb derer sich Pflichten und Verantwortungen dynamisch auf die Beteiligten ausbreiten. Außerdem muss die Struktur dabei soweit geöffnet werden, dass jeder in der Lage sein sollte, auch unbewährte Sichtweisen und Meinungen in den Prozess zu integrieren, um gegebenenfalls festgefahrene Denkmuster zu lösen. Daniel Stoller-Schai führt dies in seiner Dissertation über internetgestützte kollaborative Handlungsfelder weiter aus, indem er Michael Schrage zitiert, der am Massachusetts Institute of Technology über Kollaboration bei Innovationen forscht:

„... collaboration is the purpose of shared creation: two or more individuals with complementary skills interacting to create a shared understanding that non had previously possessed or could have come to on their own. Collaboration creates a shared meaning about a process, a product, or an event. In this sense, there is nothing routine about it. Something is there that wasn't there before.“<sup>16</sup>

Wie festgestellt wurde, handelt es sich bei beiden Begriffen um sehr ähnliche Bedeutungen. Kooperation kann auch passiv geschehen, wohingegen die Kollaboration eine aktive Position von den Teilnehmern verlangt. Eine weitere Unterscheidung zwischen den beiden Begriffen kommt aus der pädagogischen Psychologie des Lernens, in der „kollaboratives Lernen“ sich als fester Begriff und Bestandteil etabliert hat. So schreiben die Psychologen Reinmann-Rothmeier und Mandl in ihrem Artikel über Analyse und Förderung kooperativen Lernens in netzbasierten Umgebungen:

„Der Begriff Kollaboration ist im Deutschen zwar durch den Zweiten Weltkrieg negativ belegt, hat sich jedoch in deutschsprachigen Publikationen zu kollaborativem Lernen fest etabliert und fungiert als direkte Übersetzung des englischen Begriffs 'collaboration'. Was Kollaboration von Kooperation

15 J. Roschelle und S. Teasley: S. 70.

16 Michael Schrage: No more teams. Mastering the dynamics of creative collaboration. Currency Doubleday. New York, 1995. S. 33. Gelesen bei: D. Stoller-Schai: S. 42.

in der englischsprachigen Literatur unterscheidet, ist die Akzentuierung der Wissensteilung und der gemeinsamen Wissenskonstruktion gegenüber der bei der Kooperation fokussierten Arbeitsteilung.“<sup>17</sup>

Für die Definition des Begriffs der „Partizipation“ wird zuerst die Erklärung im Brockhauslexikon erläutert, was der Ursprung ist und die Verwendung in der deutschen Sprache. Partizipation, aus dem lateinischen „participes“, bedeutet „teilhabend“. Allgemeine Bedeutung ist das Einbezogen sein von Personen bzw. Gruppen in Sie betreffende Entscheidungen. Erstens im Sinne von Teilnahme an bestimmten (konstituierenden) Prozessen und zweitens im Sinne der Möglichkeit, die verschiedenen Phasen eines Entscheidungsprozesses wirksam und dauerhaft zu beeinflussen. Partizipation wird außerdem als selbstständige Bewältigung von Aufgaben verstanden. Näher betrachtet schließt demnach die Partizipation auch die Selbstbestimmung und Selbstorganisation mit ein, bei der die Beteiligten es nicht mehr mit übergeordneten Instanzen oder Machteliten zu tun haben, sondern Entscheidungs- oder Gestaltungsprozesse alleine beziehungsweise untereinander durch demokratische Mehrheits- oder Konsensbildung realisieren.<sup>18</sup>

Durch offene Kreativ- und Literaturprojekte, welche in den folgenden Kapiteln beschrieben werden, ändert sich die linear-kausale Struktur von Schreibprozessen. Es werden die Grenzen zwischen Autor, Leser und Text aufgebrochen und neue Zugänge und Rückkopplungsmöglichkeiten geschaffen. Gerade durch die Möglichkeiten des Web 2.0<sup>19</sup> können Menschen unterschiedlichster Herkunft, ohne Einschränkungen gemeinsam und zeitgleich an einem Projekt arbeiten, ohne sich jedoch am selben Ort aufhalten zu müssen. Dieser offene Zugang und die Möglichkeit der direkten Teilnahme, kann einerseits geschehen im Schreibprozess an sich, sowie im Schreibprozess des eigenen Erlebens. Das Projekt wird erst durch und mit Hilfe des Zuschauers und Nutzers fertig gestellt und das Drehbuch entsteht erst durch die subjektive/individuelle und kollaborative/partizipative/kooperative Mitarbeit am Projekt.

Da sich der Brockhaus jedoch größtenteils auf die politische Verwendung des Begriffes bezieht, wird im Folgenden der Text von Christine Heibach herangezogen, der sich mit dem Vernetzungsphänomen der Sprachkunst beziehungsweise der Literaturwissenschaft auseinandersetzt.<sup>20</sup> Hier werden die Begriffe zusätzlich noch um eine Perspektive der Literatur und Literaturproduktion angereichert. Ein wichtiges Element hierbei ist die Untersuchung, wie kreative Schreibprozesse in der netzwerkartigen Struktur des Internets

---

17 Gabi Reinmann-Rothmeier, Heinz Mandl: Analyse und Förderung kooperativen Lernens in netzbasierten Umgebungen. Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie. Ausgabe 34. Verlag für Psychologie Hofgrefe. Göttingen 2002. S. 44-57.

18 Vgl. Brockhaus Enzyklopädie in 24. Bd. – 19. Auflage. F.A. Brockhaus Mannheim 1991. Band 16. S. 570ff.

19 Gemeint sind damit anwenderfreundliche Softwarelösungen, die jedem Nutzer die Chance bieten, ihre Medien im Netz verbreiten zu können und Inhalte selbst zu gestalten.

20 Vgl. Christiane Heibach: Sprachkunst als Vernetzungsphänomen: Eine Re-Formation der Literaturwissenschaft? Bei: Universität Hamburg, Digitalität und Literalität. Zur Zukunft der Literatur im Netzzeitalter. Quelle: [http://www1.uni-hamburg.de/DigiLit/heibach/sprachkunst\\_vernetzung.html](http://www1.uni-hamburg.de/DigiLit/heibach/sprachkunst_vernetzung.html). Stand: 03.05.2012.



möglich sind und welche Formen sie annehmen können. Als weiterer Grund verwende Christine Heibach als Quelle, da sich für sich meine spätere Untersuchung ebenso die Frage stellt, wie Drehbücher geschrieben werden, an denen nicht nur ein Autor beteiligt ist, sondern eine offene Gruppe Internetnutzer? Wie werden diese Gruppen koordiniert und welche Voraussetzungen müssen sie erfüllen?

Die folgenden Punkte untersuchen die Struktur und Begrifflichkeiten kooperativer und partizipativer Kreativprozesse und stellen sie in den Vergleich mit der von Heibach definierten Kollaboration. Nach Heibach stellen kooperative und partizipative Projekte eine „Form des individuellen Schreibens“<sup>21</sup> dar. Die Individualität bezieht sich hierbei auf die Struktur der kreativen Gruppe, welche hier als abgegrenzte Gruppe auftritt. Das heißt, dass die Gruppe einerseits auf eine bestimmte Anzahl von Mitgliedern zurückzuführen ist und andererseits als einzelne Individuen identifizierbar bleiben. Dies wird schon erfüllt durch die Registrierung auf den verwendeten Plattformen der untersuchten Projekte. Teilhaben und Beiträge verfassen sowie einreichen können nur diejenigen, die sich vorher für die Foren registriert haben. So bleibt der Zugang zwar offen, da keine Einschränkungen getroffen wird wer mitmachen darf, dennoch sind die Teilnehmer auf eine bestimmte Anzahl an Mitgliedern zurückzuführen.

Für Heibach beinhaltet die Zusammenarbeit im kooperativen Sinne den Zusammenschluss mehrerer unterschiedlicher Kompetenzen. Auf den Filmbereich bezogen würde man beispielsweise von dem Team ausgehen, das die Dreharbeiten durchführt. Im Unterschied dazu gibt es bei partizipativen Projekten keine Zugangsbeschränkungen. Jedem Interessierten steht die Möglichkeit offen, sich in die vorhandene Gruppe zu integrieren und Arbeitsbeiträge zu leisten. Laut Heibach besteht der Unterschied bei der Kooperation und Partizipation zu der Kollaboration in Kreativprozessen zusätzlich noch in der redaktionellen Kontrolle des Projekts. Die Projektinitiatoren überwachen und redigieren die kreative Arbeit, mit dem Augenmerk auf eine einheitliche Linie. Diese Steuer- und Kontrollinstanz ist daher einer prinzipiell eingeschränkten Gruppe vorbehalten. Dies steht im Gegensatz zu der Definition der Partizipation im Brockhaus, die, wie schon erwähnt, sich nicht einer Kontroll- oder Machtinstanz zu fügen hat. Ich entscheide mich in diesem Punkt für Heibachs Auslegung, da für die Schaffung eines Produkts wie Film manchmal keine Konsensbildung ausreicht. Oft müssen Entscheidungen durch die Ausführenden revidiert und zugunsten des finalen Films verändert werden und dies muss oder kann nur durch diese kleinere Kontrolleinheit geleistet werden. Die Tatsache, dass es zu demokratischer Mehrheits- und Konsensentscheidungen kommen kann, kann nicht bestritten werden, jedoch muss die Option der redaktionellen Kontrolle meiner Auffassung nach mitbedacht werden.

---

21 Vgl. Heibach.

Zusätzlich nehme ich für die Unterscheidung der Partizipation noch die englische Definition hinzu<sup>22</sup>. Dort ist ein wichtiger Punkt der Partizipation das „decision making“, also die Entscheidungsfindung. Meiner Ansicht nach ist dies ein entscheidender Gegensatz zur Kollaboration, da es bei dieser in erster Linie nicht darum geht Entscheidungen zu fällen, aber umso mehr um die gemeinschaftliche Konstruktion von Wissen, die Schaffung einer gemeinsam geteilten Vision, sowie der Gestaltung des Arbeitsprozesses.

Kollaborative Projekte sind laut Heibach frei zugänglich und implizieren daher eine entindividualisierte, offene Gruppe von Teilnehmern, die keiner Kontrollinstanz unterliegen. Die Zahl der Teilnehmer ist in dieser Struktur nicht festgelegt, sondern durch wechselnde Teilnehmer Schwankungen unterlegen. Somit ist nach Heibach bei kollaborativen Prozessen nicht unbedingt ausschlaggebend oder nachweisbar, wer einen Beitrag verfasst hat, also keine individuelle Zuschreibbarkeit. Das heißt Beiträge müssten anonym verfasst werden, ohne jegliche Rückführungsmöglichkeit auf den Verfasser. Legt man dieses Kriterium jedoch auf den Film an, erfolgt aber schon durch die Credits diese individuelle Zuschreibbarkeit. Wer was gemacht hat an dem Projekt, wird namentlich mit der zugehörigen Position angeführt, selbst wenn die Aufgabengebiete nicht mit einzelnen Personen verbunden werden können. Bei den Credits beim BATESIAN Projekt wurden die einzelnen Positionen der Filmproduktion nicht mit den Namen der Ausführenden versehen, sondern sie wurden als Textblock gestaltet, der jedem Teilnehmer den selben Raum zugesteht. Das heißt, die Credits werden nicht auf die Aufgabengebiete spezifischer Personen unterteilt, aber trotzdem wurden die Departements während des Drehs nur durch eine aktive Gruppe, die Filmcrew, besetzt. Wäre kollaborativ gearbeitet worden während des Drehs, gäbe es im Grunde genommen kein festes Team, sondern eine offene Gruppe, die wechselseitig anfallende Arbeiten erledigen würden. Die Dreharbeiten müssten ähnlich gestaltet werden wie die von den Surrealisten entwickelte Technik des „exquisite corpse“<sup>23</sup>, bei der Teilnehmer aufbauend auf vorherige Beiträge eigene Szenen, Wörter oder Bilder einfügen können und sich so gemeinsam einem spezifisches Thema nähren. Doch dafür müsste man sich von einem durchgeplanten und aufwendig organisierten Drehplan verabschieden.

Im Englischen hingegen kann Kollaboration noch weiter unterschieden werden. Ich beziehe mich hier auf einen Artikel von Deb Lavoy<sup>24</sup>, der den Begriff der „Collaboration“ anders definiert und beschreibt, was dieser erreichen kann. „Collaboration“ besteht nach Lavoy aus einem Cluster von drei unterschiedlichen Herangehensweisen, die durch den gemeinsamen Anspruch, die zwischenmenschlichen Verbindungen und den gegenseitigen Austausch unterschieden werden können.

---

22 Vgl. [http://en.wikipedia.org/wiki/Participation\\_\(decision\\_making\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Participation_(decision_making)). Stand: 18.02.2013.

23 Vgl. [http://en.wikipedia.org/wiki/Exquisite\\_corpse](http://en.wikipedia.org/wiki/Exquisite_corpse). Stand: 20.02.2013

24 Deb Lavoy: Ist not the same thing – 3 Types of Collaboration. 2010. Quelle: <http://productfour.wordpress.com/2010/03/20/its-not-the-same-thing-the-3-types-of-collaboration/>. Stand: 20.12.2012.



1. **Creative Collaboration:** Zielgerichtetes Arbeiten mit dem Anspruch, ein Produkt zu entwickeln. Diese Art der „Collaboration“ besitzt ein definiertes Team, das für die Produktentwicklung verantwortlich ist. Diese Arbeitsweise geht davon aus, nur durch Teamarbeit zu erreichen, was ein einzelnes Individuum nicht fertig bringen würde, aus Gründen des Arbeitspensums oder der Anforderung verschiedener Spezialisierungen.
2. **Connective Collaboration:** Bezieht sich auf eine größere Gruppe, deren Mitglieder sich untereinander nicht zwangsläufig kennen müssen. Es geht um die Zusammenführung von Schnittstellen und darum Wissen und Ressourcen zu den Stellen zu führen, wo sie gebraucht werden.
3. **Compounding Collaboration:** Ist die Art zu dokumentieren, über welche Wege ein erfolgreiches Projekt bewerkstelligt wurde und diese Informationen mit Anderen auszutauschen.

Lavoy wendet für den Begriff der Kollaboration nicht so starke Differenzierungen an wie Heibach. Für sie ist „Collaboration“ unter dem Begriff einer Zusammenarbeit mehrerer Personen zu subsumieren. Lavoy ist in ihrer Struktur offener und lässt mehr Möglichkeiten zu. Lavoy's Analyse des „Collaboration“-Begriffs lässt sich kongruenter als Oberbegriff auf die Komplexität einer Filmproduktion anwenden, jedoch bei tieferer Analyse einzelner Prozesse und Strukturen fehlen Begriffe. Lavoy's Begriff der „Collaboration“ impliziert genau genommen nur die Zusammenarbeit einer Gruppe, die alle drei Begriffe Kollaboration, Partizipation und Kooperation beinhaltet. Daher muss ich weiterhin auf die Begrifflichkeiten von Heibach zurückgreifen, um eine wirkliche Unterscheidung zwischen den Arbeitsprozessen und Verfahren treffen zu können.

Zusammenfassend lässt sich aber sagen, dass nach der Definition von Heibach eine Kollaboration in der Filmproduktion, als gesamter Prozess, nicht möglich ist. Heibach's Unterscheidung der Begriffe ist, in Bezug auf die Filmproduktion als Oberbegriff, in diesem Fall unzureichend. Eine Filmproduktion besteht nicht nur aus einem Prozess, sondern aus einer Vielzahl von unterschiedlichen Arbeitsfeldern, wie Produktion, Licht, Kamera, Ausstattung, Kostüm etc.. Daher muss auch eine Unterscheidung getroffen werden zwischen der Vorproduktion, wie zum Beispiel dem Drehbuchschreiben, das andere Elemente beinhaltet als der eigentliche Dreh. Beim Filmemachen nimmt das Drehen, also das Herstellen des Films, mitunter den wichtigsten Teil ein und dieser verläuft nach anderen Regeln, da dort finale Entscheidungen getroffen werden müssen.

Kollaboration beinhaltet nach meiner Einschätzung die Zusammenarbeit und deren Prozesse, aber nicht zwangsläufig das Treffen von Entscheidungen. So hatte die Verwendung des Forums bei BATESIAN nur kollaborative Tendenzen, in dem Sinne, dass es dort nicht vorrangiges Ziel war, Entscheidungen herbeizuführen, sondern es in erster Linie um

die Akzentuierung von Wissensteilung und Wissenskonstruktion gegangen ist. Entscheidungen wurden zuerst nicht forciert angestrebt. Würde man aber beim Drehen darauf abzielen, nach Heibachs Definition rein kollaborativ oder partizipativ zu handeln, müsste man beispielsweise zu jedem Zeitpunkt des Drehs ständig mit der Community in Kontakt stehen und deren Meinung berücksichtigen und gegebenenfalls umsetzen. Dies ist rein technisch und logistisch aber noch nicht möglich.

Wie hier erläutert wurde, variieren die Begriffsbedeutungen in verschiedenen Auslegungen und widersprechen sich zum Teil in einzelnen Punkten. Um aber für diese Arbeit eine genaue Definition der Wörter festzulegen, werden diese in folgender Tabelle nochmals zusammengefasst und auf einige Punkte fixiert.

	<b>kollaborativ</b>	<b>kooperativ</b>	<b>partizipativ</b>
<b>Individuelle Zuschreibbarkeit</b>		X	X
<b>Freier Zugang</b>	X		X
<b>Bestimmte Anzahl an Mitgliedern</b>		X	X
<b>Redaktionelle Kontrolle</b>		X	X
<b>Arbeitsteilung</b>		X	
<b>Entscheidung</b>		X	X

Die Filmprojekte, die später untersucht werden, sind eine Mischung unterschiedlicher Formen der Zusammenarbeit, je nach Arbeitsschritt oder Anforderung. Filmproduktionen arbeiten immer und in jeder Phase mit einer bestimmten Anzahl von Personen, die verantwortlich sind für einen Teil der Produktion, aber diese Struktur lässt teilweise soweit öffnen, dass die Möglichkeit besteht für Fremde, Interessierte und Nichtprofessionelle in der Mitbestimmung Anteil nehmen können. Wichtig ist hierbei den Prozess transparent zu machen und Wahloptionen zu schaffen.

Daher werde ich im Folgenden die Arbeitsprozesse genauer definieren und die gemeinschaftliche Arbeit unter Berücksichtigung der verschiedenen Begriffe untersuchen und situationsspezifisch Unterscheidungen in der Verwendung der Begriffe treffen.

Ich treffe zunächst die Entscheidung die später untersuchten Projekte, die auf die Integration einer prinzipiell offenen Gruppe zielen und grundsätzliche Entscheidungen anstreben, als partizipativ zu bezeichnen. Dies gilt aber nur für den Teil der Produktion, der über das Internet abgewickelt werden kann. Dennoch können diese trotzdem kollaborative Tendenzen aufweisen. Der Dreh an sich ist und bleibt kooperativ, da dort strikte Arbeitsteilung der verschiedenen Departements vorherrscht, die hauptverantwortlich für ihren

Teil der Produktion handeln, aber trotzdem durch eine Instanz wie den Regisseur oder Produzenten kontrolliert werden. Im Kapitel 10 über das BATESIAN Projekt wird jedoch noch ein neues Drehkonzept vorgestellt, das einen offeneren Prozess skizziert.

Aber um den Begriff der Kollaboration nicht vollständig zu verlieren werde ich ihn, in Bezug auf den Schreibprozess als literarisches Projekt, nochmals heranziehen. In den nächsten Kapiteln wird näher auf das Thema des „kollaborativen Schreibens“, der online Zusammenarbeit und die daraus resultierenden Prozesse eingegangen. „Kollaboratives Schreiben“ wird als Begriff weiter verwendet, da er ein feststehender Begriff in der Wissenschaft ist. Die Ablehnung des Begriffs der Kollaboration in diesem Kapitel erfolgte auf die Verwendung in Bezug auf eine Filmproduktion in der Gesamtheit der unterschiedliche Produktionsabläufe und Arbeitsfelder. Schreiben hingegen als singulärer Prozess kann wiederum mit anderen Maßstäben gemessen und kann projektbedingt kollaborativ bewerkstelligt werden. Ob dies der Fall war bei den untersuchten Projekten wird im Laufe der Arbeit geklärt. Es werden verschiedene Theorien und Praktiken näher betrachtet und in einen Kontext gesetzt, wie sie bei den Projekten BATESIAN und DYSTOPIA eingesetzt wurden, bei denen ich selbst produktiv beteiligt war

Im Laufe meiner Recherche und der Untersuchung der Projekte bin ich aber auf ein Phänomen gestoßen, das von keinem der vorhergehenden Begriffe integriert wird. Dadurch ergibt sich eine begriffliche Leerstelle. Ich meine mit diesem Phänomen den Wettbewerb und wie dieser in der Produktion von Filmen genutzt wird, eine Online Gemeinschaft mit einzubeziehen. Einerseits besitzt er Charakteristika einer Partizipation, da die Projekte zwar auf einen öffentlichen Zugang ausgerichtet, jedoch bei einem Wettbewerb dieser Art nur eine bestimmte Anzahl an Teilnehmern und damit auch Einreichungen für spezifische Aufgaben vorhanden sind. Hier werden auch Entscheidungen forciert. Darüber hinaus sind diese Wettbewerbe zeitbasiert und daher nur für einen bestimmten und eingeschränkten Zeitraum verfügbar, danach ist Partizipation für diesen Bereich nicht mehr möglich. Wichtig ist auch die Erkennbarkeit der Individualität, wer den Beitrag verfasst und eingereicht hat, um später den Sieger zu ermitteln. Jedoch unterscheidet sich beispielsweise die redaktionelle Kontrolle innerhalb des Wettbewerbs in der Ausführung. Es wird nicht mehr nur kontrolliert durch die Initiatoren, sondern es wird durch die Community abgestimmt. Das hat zur Folge, dass dieser Beitrag sozusagen ausgewählt, in das Projekt integriert und als Grundlage für weitere Wettbewerbe herangezogen wird. Bei dieser Art von Wettbewerb geht es nicht wie im klassischen Verständnis darum zu ermitteln wer das Beste gemacht hat, sondern was von der Gemeinschaft präferiert wird. Hier sehe ich einen strikten Unterschied im Vergleich mit dem klassischen Wettbewerb. Der Abstimmungsprozess gestaltet sich darüber hinaus auch wieder als Möglichkeit öffentlich zugänglich zu sein. Da es noch keinen Begriff für diese Art der wettbewerblichen Zusammenarbeit gibt, schaffe ich einen neuen Ausdruck. Eine Mischung aus dem englischen

Wort für Wettbewerb „Contest“ und dem deutschen „partizipativ“, was den Begriff des „contestipativ“ ergibt.

Darüber hinausgehend wird für die weitere Betrachtung die Zeitlichkeit der Arbeitshandlungen näher definiert. Es muss zwischen synchronem und asynchronem Arbeiten unterschieden werden. In diesem Fall ist hier gemeint mit „synchron“, die gleichzeitige Nutzung einer gemeinsamen Arbeitsplattform und mit „Asynchronität“, Einzelarbeit in verschiedenen Zeitrahmen, die später auf einer Plattform zusammengeführt wird. In beiden Fällen gibt es verschiedenste elektronische Werkzeuge, die solche Verfahren gewährleisten.

Da jetzt eingehend beschrieben wurde, was die Begriffen der Zusammenarbeit einzeln bedeuten und wie sie weiterhin verwendet werden, muss zusätzlich noch zu klären wie Produkte, die dabei entstehen zu bezeichnen sind. Darüber hinaus noch eine erweiterte Bezeichnung der Ausführenden. Daher werde ich im Folgenden die Begriffe des „User Generated“ beschreiben und eine kurze geschichtliche Entwicklung des Produzenten- und Konsumentenbegriffs und wie sich dieser durch die Vermischung zu etwas Neuem entwickelt hat.

## 2.2 User Generated Content

Durch den in der westlichen Welt beinahe uneingeschränkten Zugang ins Netz und die Möglichkeiten, die das Web 2.0 offeriert, hat sich in den letzten Jahren das Internet gewandelt. Der Großteil des im Internet zu findenden Webinhalts ist inzwischen von Usern gestaltet. User Generated Content (UGC) bedeutet übersetzt soviel wie „Benutzer generierter Inhalt“. Es werden Medieninhalte als UGC bezeichnet, die vorwiegend öffentlich zugänglich sind und nicht zwingend von professionellen Medienfachleuten geschaffen, sondern vielmehr von Amateuren produziert werden. Diese Amateure sind gleichzeitig auch Rezipienten der von ihnen geschaffenen Inhalte. Dies reicht als Definition für UGC noch nicht aus. Die OECD hat zum Zwecke einer Studie über UGC eine wesentlich umfangreichere Definition erarbeitet, nach derer ein Inhalt als benutzergeneriert gilt, wenn er

1. „content made publicly available over the internet
2. which reflects a certain amount of creative effort
3. which is created outside of professional routines and practices“<sup>25</sup>

Punkt 1 dieser Liste, welcher die Öffentlichkeit eines UGC definiert, dient dazu, einen Distributionsrahmen zu schaffen. Als UGC gelten somit nur Inhalte, die mit dem Bewusstsein an eine Veröffentlichung über das Internet geschaffen wurden. So sind Inhalte, die nicht dieses Kriterium erfüllen, wie beispielsweise E-mails oder Instant messaging Nachrichten, von der Gruppe der UGC ausgeschlossen. Punkt 2 beschreibt das Mindestmaß

---

<sup>25</sup> Sacha Wunsch-Vincent, Graham Vickery: OECD Working Party on the Information Economy (2007): Participative Web: User Created Content. Quelle: <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf>. S. 4. Stand: 28.05.2012.

an kreativer Anstrengung, wobei das Kopieren und Veröffentlichen eines fremden, nicht selbst erstellten Inhalts nicht ausreichend ist. Nur wenn die eigene kreative Leistung deutlich erkennbar ist und sich gegebenenfalls vom Original eindeutig unterscheidet, kann von UGC gesprochen werden. Bei Punkt 3 entsteht inzwischen eine mehr oder weniger große Grauzone, da die ursprüngliche Motivation der Veröffentlichung von Inhalten der Amateure eher zusammenhing mit: „connecting with peers, achieving a certain level of fame, notoriety, or prestige, and the desire to express oneself.“<sup>26</sup>

In neuerer Zeit wird jedoch die Produktion von Benutzer-generierten Inhalten nicht mehr ausschließlich von Amateuren geleistet, sondern auch durch beispielsweise professionelle Filmemacher, die Material veröffentlichen, das aber nicht in ihrem gewohnten Arbeitsumfeld beziehungsweise nicht zu Berufszwecken produziert wurde, sondern als freies kreatives Werk anzusehen ist. So werden über Crowdsourcing-Plattformen, wie „wreckamovie.com“, nicht nur Amateure eingeladen, sich kreativ zu beteiligen, sondern dies gilt auch für Kreative aus dem professionellen Feld. Hierbei ist jedoch zu unterstreichen, dass die Arbeit ohne Aussicht auf kommerzielle Entlohnung geleistet wird.

Ein Projekt, bestehend aus UGC, ist beispielsweise der Fanfilm „Star Wars Uncut“<sup>27</sup>, der von Casey Pugh initiiert wurde. Der Film besteht aus kleineren Episoden, mit einer maximalen Länge von 15 Sekunden, die zusammen die Handlung des Originalfilms „Star Wars“ wiedergeben. Der Film besteht aus 473 kleinen Einheiten, die von unzähligen Regisseuren bereitgestellt wurden. Ein Konglomerat stilistischer sehr unterschiedlicher Clips, die sich außerhalb jeglicher professioneller Routinen und Produktionen bewegen, aber durch den Schnitt ein dramaturgisch Ganzes ergeben.

„[T]he characters are played by persons whose size, age, sex or nationality do not necessarily mirror those of the original cast. But there are also roles for store-bought action figures and paper-bag puppets, for items of food and household appliances, for dogs and for cats. It has been shot in bedrooms, backyards, offices and automobiles, animated with pen and with mouse, in ink and in clay. Some of it is rough and naive; some of it expert and allusive.“<sup>28</sup>

Für die Erstellung des Films wurde auf der eigens dafür geschaffenen Webseite ein Portal geschaffen, auf dem sich die Fans anmelden und für spezifische Szenen Bildmaterial einreichen konnten, über das eine Online Community abstimmte und somit entschied, welche Szenen letztendlich für den Film verwendet wurden. Zwar wurde das Werk inhaltlich „nur“ von Amateuren erstellt, konnte aber 2010 trotzdem in der Sparte „Interactive Media“ einen „Creative Arts Emmy Award“ gewinnen. Diese Art der Zusammenstückelung nennt

---

<sup>26</sup> Ebenda.: S. 8.

<sup>27</sup> <http://www.starwarsuncut.com>. Stand: 07.12.2013.

<sup>28</sup> Robert Lloyd: Star Wars Uncut. The world remakes a classic. Los Angeles Times. 26.08.2010. Quelle: <http://herocomplex.latimes.com/2010/08/26/star-wars-uncut-the-world-remakes-a-classic/>. Stand: 07.01.2013.

man mit medientheoretischen Begriffen „Mashup“<sup>29</sup>, eine Rekombinierung von Video- oder auch Audioinhalten, die aus mehr als einer Quelle stammen. Was bei den späteren Filmprojekten benutzergeneriert ist und warum, wird im Laufe der Arbeit noch geklärt.

## 2.3 Prosumer

Als Erstes trat der Begriff und Konzept des Prosumers bei Marshall McLuhans und Barrington Nevitts Buch „Take Today: The executive as dropout“<sup>30</sup> auf. Auch der Futurologe Alvin Toffler<sup>31</sup> beschrieb wie sich die Grenze des Konsumenten und Produzenten immer weiter verwischt. Eines der Hauptmerkmale ist die „production for self-use“<sup>32</sup>. Der Kunde wird zum Arbeiter. Durch die Ökonomie des Internets beteiligt er sich immer mehr und aktiver in der Erbringung von Leistungen, die früher in den Zuständigkeitsbereich von Unternehmen fielen, aber heutzutage Richtung Endverbraucher verschoben werden. Anfänglich äußerte der Konsument innerhalb des Produktionsverfahrens seine Präferenzen und Wünsche und konnte sich somit aktiv am Herstellungsprozess beteiligen. Der Konsument konnte damals noch nicht selbst als Produzent auftreten, sondern nur durch seine Meinung einen gewissen Einfluss auf die Produktion von Gütern ausüben. Diese Meinung jedoch war nicht bindend für den Produzenten und konnte bei Bedarf auch übergangen werden.

Diese Grenze wurde mit den Möglichkeiten des Web 2.0 und dem Ausbau des beinahe flächendeckenden Breitband-Internetzugangs deutlich überschritten. Das Internet dient nicht mehr nur als reines Informationsangebot Dritter, die unabhängig vom Konsumenten Angebote bereitstellen, sondern Web 2.0 wird zur Plattform für den gegenseitigen Austausch von Informationen der User.

„Das vom Begriff Prosumer abgeleitete Konzept der Nutzerpartizipation soll zum Ausdruck bringen, dass Konsumentinnen und Konsumenten nicht mehr passiv Medien konsumieren, sondern selbst aktiv an kollaborativen Medienproduktionsprozessen beteiligt sein können.“<sup>33</sup>

Durch Plattformen wie beispielsweise Wikipedia erhebt sich der einzelne Nutzer nun selbst zum Produzenten eines öffentlich geteilten Wissens und kann wiederum dieses kostenfrei erstellte Wissen anderer Beteiligter ebenso nutzen. Dies führt unter anderem zu einer Verschärfung des Wettbewerbs der Medienvorherrschaft, da neben die professionell erstellten Inhalte von Medienunternehmen, die meist kostenlos angebotenen Inhalte

---

29 Vgl. Ramon Reichert: Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0. transcript Verlag. Bielefeld 2008. S. 67.

30 Marshall McLuhan, Barrington Nevitt: Take Today. The executive as dropout. Harcourt Brace Jovanovich. 1972.

31 Alvin Toffler: Die dritte Welle Zukunftschance. Perspektiven für die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts. Goldmann Verlag. München 1987.

32 Kai-Uwe Hellmann: Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte. Eine Einführung. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2007.

33 Reichert: S. 69.



von Mediennutzern treten. Ein Problem ist jedoch dabei die möglich fehlende Integrität der Inhalte.

Auch die Filmherstellung und Distribution wird für ein immer breiter werdendes Publikum geöffnet. Internetseiten wie Youtube, Clipfish und Vimeo bieten die Basis nutzergenerierter Inhalte in Videoform. Selbst erstellte Clips können dort hochgeladen und problemlos verbreitet werden. Die Besucherzahlen solcher User Generated Video Seiten lassen die Einschaltquoten der meisten Fernsehsender verschwindend gering aussehen. So werden nach Angaben eigener Youtube Statistiken<sup>34</sup> pro Monat bis zu 4 Milliarden Stunden Videos abgerufen, bis zu 60 Minuten Videomaterial pro Minute hochgeladen und jeden Monat mehr als 800 Millionen Besucher verzeichnet. Diese viele Millionen Nutzer teilen, bewerten, kommentieren entweder als Post oder Video, leiten Videos weiter oder laden selbst gedrehtes Material hoch.

Es ergeben sich durch die Beteiligung vieler User gewisse Vorteile, da auf ein breites Spektrum an Wissen und Meinungen zurückgegriffen werden kann. Jedoch muss man auf der anderen Seite auch Netzkritiker wie Andrew Keen zur Wort kommen lassen, die dem Hype eines kollektiven Produktionsprozesses kritisch gegenüberstehen. Für Keen sind die Produzenten des „User Generated Contents“, also die Abermillionen kreativer Internetnutzer, die ständig Inhalte erstellen würden, nur „Amateurraffen“, die keine Meisterwerke produzieren, sondern nur einen beinahe undurchdringlichen Dschungel an Mittelmäßigkeit. Doch nicht nur die Mittelmäßigkeit ist das Problem, sondern die endlose Zahl an produzierter Mittelmäßigkeit, die gemeinsam die öffentliche Meinung in allen Bereichen von Politik bis zur Kunst verderben würde.<sup>35</sup> Auch sind dadurch Inhalte nicht zwangsläufig ein Siegel für Integrität der Inhalte, denn diese kann leicht durch den einfachen Zugang in einem kollaborativen Umfeld untergraben werden.<sup>36</sup> Doch in dem Punkt der Mittelmäßigkeit will ich Keen widersprechen. Ich denke, dass die meisten Menschen ausreichend mündig sind für sich selbst festzustellen, was für ihren eigenen Anspruch genügt. Keen spricht hier aus einer überhöhten Perspektive, deren Rechtfertigung meiner Meinung nach erschließbar ist. Meiner Auffassung nach geht es nicht um die Mittelmäßigkeit um welche man sich sorgen müsste, sondern vielmehr um die Stärkung der Medienkompetenz, also der vernünftige Umgang mit den Möglichkeiten und Gefahren, welche die neuen Medien bieten.

---

34 Pressestatistiken auf der Youtube-Homepage: [http://www.youtube.com/t/press\\_statistics/](http://www.youtube.com/t/press_statistics/).

35 Vgl. Andrew Keen: Die Stunde der Stümper. Wie wir im Internet unsere Kultur zerstören. Leseprobe. Carl Hanser Verlag. München 2008. S. 10ff. Quelle: [http://files.hanser.de/hanser/docs/20080902\\_2892124115-69\\_978-3-446-41566-9\\_Leseprobe.pdf](http://files.hanser.de/hanser/docs/20080902_2892124115-69_978-3-446-41566-9_Leseprobe.pdf). Stand: 02.01.2013.

36 Vgl. Skandal um gefälschte Biographie des Journalisten John Seigenthaler. Quelle [http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia\\_biography\\_controversy](http://en.wikipedia.org/wiki/Wikipedia_biography_controversy). Stand: 04.12.2012.

## 2.4 Produzter

Toffler beschreibt das Konzept des Prosumers noch aus der Sicht des Industriellen Zeitalters. Dort setzt sich der Konsument mit materiellen Dingen auseinander, die verbraucht werden. Da dies im digitalen Zeitalter durch die Technik jedoch obsolet geworden ist und sich digitale Inhalte durch ihren Gebrauch nicht abnutzen, muss somit ein neuer Begriff geschaffen werden. Der Medien- und Kommunikationswissenschaftler Axel Bruns prägte hier einen neuen Begriff, Produzierung (engl.: produsage)<sup>37</sup>. Hier sind die Teilnehmer Produzenten und Nutzer zugleich, was erhebliche Vorteile beiderseits ergibt. Durch die offene Struktur und die Möglichkeit, dass jeder teilnehmen kann, erfolgt somit auch die Bewertung gemeinsam. Falls die gebildete Gemeinschaft groß genug ist, kann sie mehr quantitativen und qualitativen Beitrag leisten als eine geschlossene Gruppe von Produzenten, unabhängig von deren Qualifikation. Die Struktur folgt einer fließenden Heterarchie<sup>38</sup> und der Aufsicht einer größeren Kontrollgruppe. Dadurch lassen sich Fehler schnell entdecken und beseitigen. Die Teilnehmer beteiligen sich am Projekt jeweils dort, wo individuelle Fähigkeiten, Interessen und Wissen ihren spezifischen Nutzen für Produkt und Teilnehmer haben. Arbeitsfelder können sich aber innerhalb des Produzierungsprojektes ändern. Die Inhalte eines Produzierungsprozesses sind immer unfertige Inhalte. Sie werden im Laufe der Projekte stetig entwickelt und folgen erneuernden und sich wiederholenden Verfahren.<sup>39</sup>

Durch Produzierung hergestellte Produkte sind meist nicht kommerzieller Natur und werden von den Teilnehmern als gemeinsamer Besitz angesehen. Daher ist größtenteils die Benutzung und Weiterbearbeitung erwünscht und erfordert. Die Entlohnung für die Bearbeitung des geistigen Eigentums wird durch das Statuskapital erhöht, welches durch die Teilnahme generiert wird. Die Arbeit an einem Produzierungsprodukt kann auch, falls die teilnehmende Community groß genug ist, unter den „random acts of participations“ erfolgen, das heißt, dass für den Prozess keine langfristige Beteiligung von Nöten ist und daher spontan und einmalig geschehen kann. Um beide Begriffe zu vereinen und ein übergeordnetes Begriffsfeld zu definieren, wird zusätzlich der von Henry Jenkins geprägte Begriff der „Participatory Culture“ kurz umrissen.

---

37 Vgl. Axel Bruns: Vom Prosumer zum Produzter: Ein neues Verständnis nutzergesteuerter Inhaltserstattung (Prosumer Revisited 2009). Quelle: [www.produsage.org/node/55](http://www.produsage.org/node/55). Stand: 17.04.2012.

38 Heterarchie: entstammt der Organisationstheorie und beschreibt ein System, das sich nicht in über- oder Unterordnenden Schichten aufteilen lässt. Es ist vielmehr ein gleichberechtigtes Nebeneinander. Heterarchische Systeme fördern die Selbstbestimmung und -entscheidung. Jeder Teilnehmer dient somit als eigenständige Steuerungseinheit der Organisationsform.

39 Vgl: Axel Bruns: Slide 21/30. <http://produsage.org/?q=node/55>. Stand: 02.10.2012.



## 2.5 Participatory Culture

„A participatory culture is a culture with relatively low barriers to artistic expression and civic engagement, strong support for creating and sharing one’s creations, and some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices.“<sup>40</sup>

Durch das Internet entsteht für die heutige Netzgeneration, die Digital Nativs, eine Kultur des Austausches und der Aneignung der verfügbaren Medien und Medienkanäle. Anders als die Generationen zuvor nutzen wir die Techniken nicht mehr isoliert voneinander. Es wurde ein Rückkanal geschaffen, um den die kulturellen Gemeinschaften wachsen. Diese sind geprägt durch den Zusammenschluss vieler, die Möglichkeit sich auszudrücken, ein gemeinschaftliches Potenzial Probleme zu lösen und der Zirkulation von Informationen.

Diese Kulturform wird immer umfassender und betrifft schon einen Großteil der Jugendlichen und jungen Erwachsenen weltweit. So sind nach einer Studie des „Pew Research Centers“<sup>41</sup> bereits 57% der amerikanischen Jugendlichen, die das Internet verwenden, als Inhaltsproduzenten in Erscheinung getreten. Dazu gehören unter anderem

„create a blog; create or work on a personal webpage; create or work on a webpage for school, a friend, or an organization; share original content such as artwork, photos, stories, or videos online; or remix content found online into a new creation.“<sup>42</sup>

Die Kultur formt sich zu einem sozialen System in dem Austausch und die Zusammenarbeit inhärent sind.

„whenever people are collaborating on a project of knowledge sharing or creative production, they are collaborating not only with other people, but with a system which they, the other participants, and the communicative environment help to create.“<sup>43</sup>

Da diese Kulturform, die zu einem Teil aus dem Austausch nicht selbst erstellter Informationen beruht, auf Schwierigkeiten trifft, ist nicht auszuschließen. Diese Kulturform beruht auf dem Austausch eigener oder fremder Werke und daher stellt sich auch die Frage nach dem Nutzungsrecht beziehungsweise dem Recht zur Vervielfältigung fremder künstlerischer Schöpfungen. Denn nur weil etwas online ist und daher auch frei zugänglich ist,

40 Henry Jenkins, Katie Clinton, Ravi Purushotma, Alice J. Robison, Margaret Weigel: Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. MacArthur Foundation. Chicago 2005. S. 3. Quelle: [http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS\\_WHITE\\_PAPER.PDF](http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF).

41 <http://www.pewinternet.org>.

42 Amanda Lenhart, Mary Madden: Teen Content Creators and Consumers. Pew Internet and American Life Project. Washington 2005. Quelle: <http://www.pewinternet.org/Reports/2005/Teen-Content-Creators-and-Consumers/1-Summary-of-Findings.aspx>.

43 Scott Rettberg: All Together Now. Collective Knowledge, Collective Narratives, and Architectures of Participation. The Richard Stockton College of New Jersey. Arts and Humanities. Literature Program. Quelle: <http://retts.net/documents/cnarrativeDAC.pdf>. Stand: 10.01.2013.

bedeutet es noch lange nicht frei nutzbar zu sein. Daher müssen Lösungen und neue Konzepte gefunden werden, die diese kulturellen Leistungen auch rechtlich untermauern. Wem gehört ein Produkt, das von vielen erschaffen wurden oder für andere bereitgestellt wird?

Welche rechtlichen Verwaltungen können verwendet werden? Wer wird wie, falls überhaupt, finanziell entlohnt? Aus diesem Grund wurde ein System entworfen, das sich mit diesen Fragen auseinandersetzt. Im folgenden Kapitel wird das Creative Commons Recht kurz vorgestellt und die Anwendung bei gemeinschaftlichen Projekten.

### 3. Creative Commons

Durch die Entwicklung und Nutzung des Internets ergeben sich durch die netzwerkba-  
sierte Struktur, die Möglichkeit der Digitalisierung jeglicher Inhalte und der einfache Aus-  
tausch der Daten, rechtliche, im Besonderen urheberrechtliche Probleme, welche oft mit  
der Verwertung dieser Inhalte zusammenhängen. Wenn viele Nutzer, zusammen an ei-  
nem Projekt arbeiten, ergeben sich für die produzierten Inhalte, welche nicht wie bei ei-  
ner normalen Filmherstellung durch Verträge abgesichert werden, eine urheberrechtliche  
Leerstelle. Aufgrund der oftmals anonymisierten Nutzer ist der Ursprung oft schwer zu  
bestimmen und folglich auch die Wiederverwertung und Verwendung in jeglicher Hinsicht.

Creative Commons ist ein in den USA an der Universität von Stanford entwickeltes Li-  
zenzsystem, welches den Austausch, Nutzung und Veränderung von geistigem Eigen-  
tum, kreativen Produkten und Inhalten regelt. Dabei lag das Augenmerk nicht auf den  
textbasierten Werken von Autoren, sondern auf den „Cultural Creatives“, das heißt Musi-  
ker, Filmemacher, Photographen.<sup>44</sup> Creative Commons versteht sich dabei als eine Orga-  
nisation, deren Ziel es ist „kreative Inhalte von rechtlichen Restriktionen zu „befreien“ und  
der Allgemeinheit zugänglich zu machen.“<sup>45</sup>

Dabei ist Creative Commons nicht eine einzige Lizenz, sondern vielmehr eine Sammlung  
verschiedener Lizenzen<sup>46</sup>, die sich inhaltlich und in Bezug auf die Nutzungsrechte stark  
unterscheiden können. Der Grundgedanke ist der universelle Zugang und Austausch von  
Forschung, Lehre und Kultur. Viele Produkte geistigen oder kreativen Schaffens unterlie-  
gen einem Urheberrecht, welches die Nutzung derselben reguliert. Für jegliche Verwen-  
dung, Veränderung oder Kommerzialisierung müssen eigens dafür geschaffene Geneh-  
migungen von den Produzenten eingeholt werden.

In den Zeiten des Internet und den damit einhergehenden Möglichkeiten der frei zugängli-  
chen Informationsbeschaffung und Nutzung, kollidieren die oftmals strikten Voraussetzun-  
gen des Urheberrechts mit der Natur des Internets. Die digitalen Medien schaffen neue  
Möglichkeiten und Chancen der Informationserstellung, -vervielfältigung und -verbrei-  
tung. Wirtschaftlich wird digitale Information erst, wenn der Kunde sich entschließt diese  
zu betrachten oder sie verfügungsrechtlich zu nutzen.<sup>47</sup> Das Kopieren, Einfügen, Editie-  
ren und das Verbreiten ist ein fester Bestandteil und die eigentliche Voraussetzung für  
netzwerkbasierendes Arbeiten. So kann dadurch jeder zum Distributor werden, auch wenn  
er die Rechte an dem digitalen Information nicht besitzt. Da Information oftmals ein im-  
materielles Gut darstellt, es sich somit durch seine Verwendung nicht abnutzt und durch

44 Vgl. Ellen Euler: Licences for open access to scientific publications – a German perspective. Center for Applied Legal Studies. Karlsruhe 2005. Quelle: [http://www.indicare.org/tiki-read\\_article.php?articleId=117](http://www.indicare.org/tiki-read_article.php?articleId=117). Stand: 06.12.2012.

45 Julia Küng: Der freie Umgang mit kreativen Inhalten durch CC-Lizenzierung. Juridikum. Zeitschrift im Rechtsstaat. Nr. 1. CONTEXT - Verein für freie Studien und brauchbare Information. Wien 2007. Quelle: [http://www.juridikum.at/fileadmin/user\\_upload/ausgaben/juridikum%201-2007.pdf](http://www.juridikum.at/fileadmin/user_upload/ausgaben/juridikum%201-2007.pdf). Stand: 01.12.2012.

46 Vgl.: <http://creativecommons.org/licenses/>. Stand: 16.10.2012.

47 Vgl.: Prof. Dr. Richard Lackes et al.: Information. Quelle: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/information.html>. Stand: 10.01.2013.

die Digitalisierung problemlos und gegebenenfalls kostenfrei verbreiten lässt, entstehen Spannungsfelder innerhalb der Informationsgesellschaft. Eine kritische Stimme gegen die Creative Commons erhebt der Netztheoretiker Gerd Lovink, der kritisiert, dass sich CC vornehmlich an Amateure richtet und von Leuten, die mit ihrer kreativen Arbeit Geld verdienen wollen, nichts wissen will. Lovink sieht das Problem im Ursprung der Computerindustrie, die einen großen Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit des Internets ausübt. So würde noch heute nicht mit Inhalten viel Geld verdient, sondern mit Hardware, Software und Kommunikationsinfrastrukturen.<sup>48</sup>

Die wirtschaftlichen Ansprüche der Urheber oder Verwertungsgesellschaften werden oft durch das öffentliche und gesellschaftliche Interesse des freien Informationszugangs untergraben. Ebenso die neuen Formen der Distributionsmöglichkeiten, die das Internet bietet, werfen immer wieder Neue Fragen zum Copyright auf. Die Publikationsformen und die neuen Möglichkeiten der Kollaboration lassen Unsicherheiten entstehen, die sich Urheberrechtlich oftmals in Grau- oder Schwarzonen bewegen.

Da es aber in der heutigen Generation der Internetnutzer genügend Urheber gibt, welche die ihnen per Gesetz zustehenden exklusiven Rechte an ihren Werken für andere Nutzer nicht verschließen wollen, ergeben sich rechtliche Schwierigkeiten. Da eine Abtretung der Urheberrechte im Prinzip nicht möglich ist<sup>49</sup>, sondern nur die Nutzungsrechte freigegeben werden können, dies muss aber im Normalfall nur durch eine juristisch einwandfreie Lizenzierung geschehen. Da sich dies in der Digitalkultur, die viel mit anonymen Nutzern interagiert, oftmals als schwierig erweist, musste eine standardisierte Lizenz geschaffen werden, auf die jeder Zugriff hat und für deren Vertragsabschlüsse keine physische Anwesenheit vor Ort nötig ist.

Um nun eine Ausgewogenheit zwischen den Polen, einerseits eines öffentlichen und einfachen Nutzungsrechts und andererseits des universellen Zugangs, zu finden, wurde das Creative Commons entwickelt.<sup>50</sup> Das Creative Commons deckt dabei die Bandbreite ab von „alle Rechte vorbehalten“ bis hin zu „keine Rechte vorbehalten“ (public domain). Das Creative Commons ist ein freies, standardisiertes Lizenzsystem, das von Privatpersonen, Organisationen oder Firmen genutzt werden kann. Die Lizenzen erlauben dabei einerseits eine Rechtssicherheit und andererseits zugleich eine Ermöglichung der Weiterverarbeitung.

---

48 Vgl. Geert Lovink: Für Inhalte wird nichts bezahlt. Interview von Patrick Dax. Quelle: <http://www.fuzo-archiv.at/artikel/1503582v2>. Stand: 06.01.2013.

49 Vgl.: Bundesministerium der Justiz. Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. §29. Quelle: [http://www.gesetze-im-internet.de/urhg/\\_29.html](http://www.gesetze-im-internet.de/urhg/_29.html). Stand: 10.01.2013.

50 Vgl. <http://creativecommons.org/about> Stand: 06.03.2012.

### 3.1 Verschiedene Arten der Lizenzierung

Das Creative Commons System umfasst insgesamt 6 verschiedene Lizenzierungen. Diese werden wie folgt beschrieben<sup>51</sup>, die in Klammer stehenden Buchstaben bezeichnen die Kurzformen der einzelnen Lizenzen.

			Namensnennung ( <b>by</b> )
			Namensnennung-KeineBearbeitung ( <b>by-nd</b> )
			Namensnennung-Nicht Kommerziell ( <b>by-nc</b> )
			Namensnennung-Nicht Kommerziell-Keine Bearbeitung ( <b>by-nc-nd</b> )
			Namensnennung-Nicht Kommerziell-Weitergabe unter gleichen Bedingungen ( <b>by-nc-sa</b> )
			Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen ( <b>by-sa</b> )

Voraussetzungen für die Weiterverarbeitung eines Produktes mit Creative Commons-Lizenzierung ist beispielsweise die „Namensnennung“, die dem Nutzer die meisten Freiheiten gewährt. So darf das Produkt einerseits gesamt genutzt werden, sowie andererseits verändert und vervielfältigt werden.

BATESIAN wurde unter einer CC (by-nc-nd) Lizenz registriert, die den Nutzern erlaubt jegliche Inhalte zu teilen und zu verbreiten, jedoch eine eigenständige kommerzielle Nutzung untersagt. Auch sind Veränderungen des Werkes nicht erlaubt und fordern eine Erlaubnis der Rechteinhaber. Jedoch für den Anspruch eines offenen Projektes, auf das Interessierte zugreifen sollen und im besten Fall selbst die geschaffene Welt erweitern können, bietet diese Lizenz eine Restriktion der „No Derivative Works“<sup>52</sup>. Hier wurde der kollaborative Anspruch schon in der Lizenzierung untergraben, da ohne Zustimmung einer kontrollierenden Einheit jeglicher Ausbau untersagt wird.

DYSTOPIA hingegen verwendet eine CC(by-nc-sa) Lizenz, die erlaubt

„Inhalt zu verbreiten, zu remixen, zu verbessern und darauf aufzubauen, allerdings nur nicht-kommerziell und solange Sie als Urheber des Originals genannt werden und die auf Ihrem Werk/Inhalt basierenden neuen Werke unter denselben Bedingungen veröffentlicht werden.“<sup>53</sup>

51 <http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/> Stand: 11.04.2012.

52 You may not alter, transform, or build upon this work. Quelle: <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/>. Stand: 24.02.2013

53 Vgl.: <http://creativecommons.org/licenses/>. Stand: 05.12.2012.

Dies ermöglicht jedem Nutzer den Zugang zu den auf der Plattform hochgeladenen Inhalten, sowie eine freie Nutzung der daraus resultierenden filmischen Arbeiten.

„The purpose of the project implies that uploaded works and the resulting cinematic works are freely available to all users for non-commercial purposes and that these can be altered and modified and further developed by them.“<sup>54</sup>

Diese können nach belieben verändert und verbreitet werden, wenn dies in einem nicht kommerziellen Rahmen geschieht.<sup>55</sup> Für DYSTOPIA bildet diese Lizenzierung den Vorteil für die Nutzung ihres Content-Pools.<sup>56</sup>

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Creative Commons Lizenzen einen rechtlichen Vorteil für die Distribution digitaler Inhalte bieten und dadurch in demselben Sinne, wie sie erstellt wurden auch weiterverbreitet werden können. Die kreativen Werke sind zwar frei verfügbar, behalten jedoch ihr Urheberrecht bei. Die Entscheidung, solche Lizenzen zu nutzen kann den Vorteil haben dadurch Popularitätssteigernd zu wirken, da mehr Menschen die Möglichkeit bekommen sie zu verwenden und weiterzuverbreiten, als Original oder in Veränderung. Besonders im Filmbereich werden dadurch neue Möglichkeiten geschaffen, der eigenen Kreativität Freiraum zu geben und dennoch ein gewisses Maß an Sicherheit zu bieten. Diese Sicherheit bezieht sich auch auf die Wertschätzung des Users, indem jede Lizenz als ersten Punkt die Namensnennung des Schöpfers beinhaltet.

---

<sup>54</sup> DYSTOPIA. User-Generated Cinema: General Terms of Use. §5.2. Quelle: <http://create-dystopia.org/terms>. Stand: 01.10.2012.

<sup>55</sup> Vgl.: <http://create-dystopia.org/terms>. Stand: 06.12.2012.

<sup>56</sup> Siehe dazu: DYSTOPIA Kapitel 11.4: Content Pool. S.103.

## 4. Kollaboratives Schreiben

### 4.1 Aspekte der Teamarbeit

„Dem Autor entspricht das Werk.“<sup>57</sup> Doch wenn der Autor nicht Einer ist, sondern Viele, müssen auch viele Stimmen zu Wort kommen und das Werk, das erschaffen wird, verändert sich dementsprechend. Kollektive Schreibprozesse und Werke lassen sich in der Literaturgeschichte viele ausfindig machen. So ist schon die Christliche Bibel ein Werk, welches aus kollektiven Texten besteht. Der Schreibprozess des Alten und Neuen Testaments zieht sich über geschätzte 1200 Jahre hin, mit den Anfängen in mündlichen Überlieferungen, mit mindestens 40 verschiedenen Autoren aus verschiedenen Kulturräumen und letztendlich die Kanonisierung der Texte. Da sich die heutige Gesellschaft in dieser schnelllebigen Zeit nicht mehr über 10 Jahrhunderte Zeit nimmt um ein Werk zu erschaffen, müssen für ein erfolgreiches Miteinander, das ein kreatives Produkt erschafft, Strategien und Verfahrensweisen erarbeitet werden, welche die Zusammenarbeit in einem effektiven Maße ermöglichen.

Kreative Arbeit ist an sich kein Arbeitsprozess, der klaren Arbeitsschritten folgt, sondern oftmals unstrukturiert vor sich geht.<sup>58</sup> Auch können vor allem gemeinschaftlich durchgeführte Schreibprozesse eine „Autorengemeinschaft“ mit Schwierigkeiten<sup>59</sup> konfrontieren, denen sich ein einzelner Autor nicht stellen muss oder kann. So muss die Zusammensetzung der Gruppe so gewählt sein, beziehungsweise das Gruppenbewusstsein entsprechend erhalten werden, damit eine funktionierende Arbeitsweise entsteht, denn sonst werden die Gruppen von den starken emotionalen Zuständen, die Schreibprozesse hervorrufen können, von innen nach außen zersetzt. Ebenso müssen, durch die Vielzahl der unterschiedlichen Meinungen, Entscheidungen getroffen werden, da sich der Prozess sonst ins unendliche erstrecken kann. Aber wer trifft letztendlich diese Entscheidungen? Die Gruppe oder ein Einzelner? Auch kann eine Zusammenarbeit mehrerer Kreativer keinen Erfolg garantieren.<sup>60</sup> So gibt es Unternehmensberater, die vom „Mythos vom Team“<sup>61</sup> schreiben und meinen, dass Gruppenarbeit oft den gegenteiligen Effekt erzeugt. Selbst in der Wirtschaft hat man mit der Kontrolle und Effizienz von Projekten zu kämpfen. Schon Projekte aus dem nicht künstlerischen Bereich mit oftmals klaren Arbeitsvorgaben und Zielen scheitern<sup>62</sup> an Dingen wie schlechte und fehlende Kommunikation, unzureichende

57 Richard Kuhlen: Kollaboratives Schreiben. In: Christoph Bieber, Claus Leggewie (Hrsg.): Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Campus Verlag. Frankfurt am Main 2004. S. 216.

58 Vgl. Johann Schlichter, Michael Koch, and Martin Burger: Workspace Awareness for Distributed Teams. In: W. Conen (Hrsg.), Lecture Notes on Computer Science. Quelle: [http://reference.kfupm.edu.sa/content/w/o/workspace\\_awareness\\_for\\_distributed\\_team\\_122157.pdf](http://reference.kfupm.edu.sa/content/w/o/workspace_awareness_for_distributed_team_122157.pdf). S. 10. Stand: 19.11.2012

59 Siehe Tabelle für Risiken der Teamarbeit nach Wolfgang Scholl.

60 Vgl. Mary M. Lay & William M. Karis: Collaborative writing in industry. Investigations in theory and practice. Baywood Publishing. Amityville 1991. Gefunden in: Lowry et al.: Building a Taxonomy and Nomenclature of Collaborative Writing to Improve Interdisciplinary Research and Practice. Journal of Business Communication (JBC), Vol. 41, No. 1, S. 66-99, 2004.

61 Vgl. Dr. Fredmund Malik: Der Mythos vom Team. Malik on Management. 1998. Quelle: [www.mom.ch](http://www.mom.ch).

62 Laut dem Chaos Report der Standish Group scheitern zum Beispiel 24% aller IT-Projekte, 44% werden zu spät fertiggestellt und sind überbudgetiert. Quelle: <http://www.pmhut.com/the-chaos-report-2009-on-it-project-failure>. Stand: 01.02.2013.



Projektplanung, mangelnde Ressourcen und unklare Anforderungen und Ziele bei Projektstart. Künstlerische Projekte, vor allem freie und wenig budgetierte müssen sich auch diesen Gefahren aussetzen und sind daher risikolastig.

Filmprojekte, die mit Mitteln arbeiten, die vorher in diesem Rahmen nicht erprobt wurden und man daher nicht auf vorhandene Strategien zurückgreifen kann, sind diesen Risiko ausgesetzt. Die Risiken von Gruppenarbeit wurden auch schon in verschiedenen Untersuchungen der Verhaltens- und Sozialpsychologie erforscht.<sup>63</sup> So kann dies in einer Gruppe mit unterschiedlichem Leistungsniveau zu Bewertungsängsten, Unsicherheit, Misserfolg oder falschen Erfolgserwartungen führen. Auch die Gefahr von Eigenmächtigkeiten, verringerter Entscheidungsfähigkeit durch Gruppenkonsens oder sogar absolute Verweigerung können Gruppenarbeit stark gefährden oder auch das in der Sozialpsychologie beschriebene Phänomen des sozialen Faulenzens. Sobald kollektiv gearbeitet wird und die Einzelleistungen der Teilnehmer nicht erkennbar ist, reduziert sich nachweislich ihre Arbeitsleistung.<sup>64</sup> Machtgefüge innerhalb der Gruppe müssen geklärt, Verantwortungen aufgeteilt oder sogar Hierarchien abgeschafft oder erst erschaffen werden, jedoch braucht dies innerhalb der Gruppe spezifische Kommunikation und Strukturen. In der Tabelle nach Wolfgang Scholl werden noch mal einige Risiken und Chancen von Teamarbeit näher betrachtet:

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Benötigtes Wissen kann durch Kombination unterschiedlicher Kompetenzen erreicht werden.</li> <li>• Komplexe und dynamische Aufgaben können besser gelöst werden.</li> <li>• Gemeinsame Entscheidungen werden besser akzeptiert.</li> <li>• Bei schwierigen Aufgaben kann soziale Unterstützung gegeben werden.</li> <li>• Arbeitsmotivation und Engagement von Mitarbeitern kann gesteigert werden.</li> <li>• Arbeitszufriedenheit kann erhöht und Stress reduziert werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gruppe kann mehr Wert auf Harmonie als auf kritische Auseinandersetzung legen.</li> <li>• Gruppe kann sich gegen externe Informationen und Einflüsse abschotten.</li> <li>• Soziale Anforderungen an die Gruppenmitglieder können zu hoch sein.</li> <li>• Zu viel Zeit und Energie kann für die Koordination der Arbeit benötigt werden.</li> <li>• Destruktive Konflikte können innerhalb der Gruppe und mit anderen organisationalen Einheiten entstehen.</li> <li>• Mitglieder können die Lust verlieren.</li> </ul>

Die vorhergehenden Gefahren und Risiken bestehen schon in Teams und Kleingruppen, die sich untereinander kennen und direkten Kontakt pflegen. Wird jedoch die Gruppe auf eine Online Community<sup>65</sup> ausgeweitet, die mitunter anonym agiert, deren Mitglieder sich

63 Vgl. Wolfgang Scholl: Grundprobleme der Teamarbeit und ihre Bewältigung - Ein Kausalmodell. In: M. Högl & H. G. Gemünden (Hrsg.): Management von Teams. Theoretische Konzepte und empirische Befunde (3. Aufl.). Gabler Verlag. Wiesbaden 2005. S. 33-66.

64 Vgl.: [http://de.wikipedia.org/wiki/Soziales\\_Faulenzen](http://de.wikipedia.org/wiki/Soziales_Faulenzen). Stand: 25.12.2012.

65 Gemeint ist damit eine als Einheit zusammengefasste Gruppe an Individuen, die gemeinsame Interessen teilt und größtenteils durch elektronische Kommunikation miteinander agiert.



nicht treffen und teilweise keinen direkten Kontakt haben, können die Risiken potenziert werden durch das fehlende Gefühl der Verantwortlichkeiten. Sind die Mitglieder einer Online-Gemeinschaft nicht ständig involviert und daher nicht gezwungen Rechenschaft über ihr Handeln abzulegen, führt dies leicht zu einem fehlenden Verantwortungsgefühl gegenüber der Gruppe und letztendlich dem Projekt und dies kann wiederum zu Mehrarbeit für die Initiatoren führen um die Gruppe zusammenzuhalten und Arbeitsleistungen zu kanalisieren.

## 4.2 Gemeinsam schreiben

Die Einbeziehung vieler Autoren erhöht die Komplexität der Arbeitsprozesse, sowie die Rücksichtnahme auf verschiedene Perspektiven und deren Koordination. Auch wenn sich der Schreibprozess über einen längeren Zeitraum hinzieht, kann alleine die Aufrechterhaltung der Gruppe zu einem größeren Unterfangen werden.

„Collaborative Writing group members commonly show great enthusiasm in the brainstorming and planning stages, but their commitment can wane in writing tasks that take place over extended periods.“<sup>66</sup>

Doch wie geht man einen Schreibprozess an, bei dem man sich nicht nur sich selbst gegenüber verantworten muss, sondern auch auf Befindlichkeiten Anderer reagieren muss? Für eine andere Sichtweise als bei der Analyse der Gruppenzusammensetzungen literarischer Projekte nach Heibach in Kapitel 2 beziehe mich im Folgenden auf die Untersuchung von Lowrey et al.<sup>67</sup> über die Prozesse und Strategien in kollaborativen Schreibgruppen. Ich behalte den Begriff des kollaborativen Schreibens bei, da es sich um einen etablierten Begriff handelt. Zunächst gilt es die Strukturen von „collaborative Writing Groups“ nach Lowry zu definieren:

„Collaborative writing is an iterative and social process that involves a team focused on a common objective that negotiates, coordinates, and communicates during the creation of a common document. The potential scope of collaborative writing goes beyond the more basic act of joint composition to include the likelihood of pre- and post-task activities, team formation, and planning. Furthermore, based on the desired writing task, collaborative writing includes the possibility of many different writing strategies, activities, document control approaches, team roles, and work modes.“<sup>68</sup>

So gesehen ist „collaborative writing“ nach Lowry nicht nur der Schreibprozess an sich, sondern auch Gruppenaktivitäten, die sich als Vor- und Nachbereitung der eigentlichen

---

<sup>66</sup> Paul Benjamin Lowry, Aaron Curtis, Michelle René Lowry: Building a Taxonomy and Nomenclature of Collaborative Writing to Improve Interdisciplinary Research and Practice. Journal of Business Communication (JBC), Vol. 41, No. 1, S. 66-99, 2004. Quelle: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=666141](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=666141). S. 8.

<sup>67</sup> Ebenda.: S. 8.

<sup>68</sup> Ebenda.: S. 12.

Schreibfähigkeit auszeichnen. Dazu gehören unter anderem Gruppenzusammensetzungen planen, Brainstorming, Recherche zu einzelnen Themen, Rohfassungen schreiben, Aufbereitung des Geschriebenen, Feedbackrunden einleiten und Einarbeitung des Feedbacks in den Text. Die Zusammensetzung der Gruppe, welche die Schreibeinheit leistet, kann Lowry et al. zufolge fünf verschiedenen Strategien folgen.

1. **Single author writing:** Eine Person schreibt für ein ganzes Team. Diese Strategie wird verwendet, wenn ein Konsens der Perspektiven zwischen den Teammitgliedern nicht unbedingt erforderlich ist.
2. **Sequential single writing:** Der Einzelautor schreibt einen Teil der Arbeit und übergibt dann an einen weiteren Einzelautor, der wiederum einen Teil schreibt. Diese Strategie braucht keine großartige Koordination und Planung. Bei diesem Verfahren kann es aber zu Schwierigkeiten in der Übereinstimmung bezüglich des Konsenses kommen. Auch kann das Gefühl der Gruppenzugehörigkeit dabei verloren gehen.
3. **Parallel writing (horizontal):** Autoren schreiben parallel Texte zu einzelnen vorher unterteilten Sektionen des Gesamtwerkes. Effiziente Strategie mit viel Output der einzelnen Autoren. Kann jedoch bei schlechter Planung Redundanz erzeugen.
4. **Parallel writing (stratification):** Aufgabenverteilung erfolgt nach Verantwortlichkeit der Gruppenmitgliedern, denen ihrer Kernkompetenzen entsprechende Rollen im Prozess zugeteilt werden, wie Autor, Lektor, Gruppenleiter etc.
5. **Reactive writing:** Synchroner Schreibprozess mehrerer Gruppenmitgliedern, die unmittelbar auf die Beiträge anderer reagieren und / oder verbessern können. Kann jedoch bei unzureichender Kontrolle der Sprech- Schreibbeiträge der Gruppenmitgliedern zu Konflikten führen und dadurch die Gruppenzugehörigkeit gefährden.

Um die Kontrolle zu behalten, was während des Schreibprozesses passiert, welche Veränderungen vorgenommen werden und darüber hinaus auch dem Konsens der Gruppe entsprechen, können nach Posner und Baecker verschiedene Dokument-Kontroll-Methoden zum tragen kommen:

1. „**Centralized:** One individual controls the document throughout the project.
2. **Relay:** One person at a time is in control, but control passes between team members.
3. **Independent:** Each team member works on a separate part of the document and maintains control of this part throughout the writing process.

4. **Shared:** Simultaneous and equal access and writing privileges are available to several team members at once.<sup>69</sup>

Gruppenbewusstsein und genaue Planung des Schreibprozesses ist nötig für erfolgreiche Resultate. So kann beispielsweise asynchrones Arbeiten, ohne direkte Kommunikation zu einem geringeren Gruppenbewusstsein und Gruppenzugehörigkeit führen, als die unmittelbare Ko-Präsens der einzelnen Teilnehmer. Nach Lowry et al. & Schlichter et al. können für das Gruppenbewusstsein vier verschiedene Faktoren<sup>70</sup> von Wichtigkeit sein:

1. **Informal awareness:** Wissen über den Arbeitsplatz der verschiedenen Teilnehmer der Gruppe. Zentralisiert oder dezentralisiert.
2. **Group-structural awareness:** Wissen über die formelle und informelle Gruppenzusammensetzung, Rollenverteilung, Status, Fortschritte, Positionen zu Problemstellungen.
3. **Social awareness:** Wissen über die emotionale Lage der Gruppenmitglieder, Interessen der Teilnehmer, Aktivierungspotenzial, wie stark sind Teilnehmer an Projekt gebunden.
4. **Workspace awareness:** Wissen über Funktion und Arbeit der Teilnehmer in dem gemeinsam genutzten digitalen Arbeitsplatz.

Der kreative Austausch und die Zusammenarbeit in einer Gruppe sind durch oftmals komplexe Strukturen charakterisiert. Die Anforderungen des „collaborative writing“ werden durch die Vernetzung immer stärker, die Felder, in denen diese Techniken zum Tragen kommen, interdisziplinärer. Der „collaborative approach“ kann, muss aber nicht zum Erfolg führen. Jedoch, wenn bestimmte Voraussetzungen eingehalten werden, kann gemeinsames Schreiben zu einem Mehrwert führen, der ohne die Nutzbarmachung kollektiver Intelligenz nicht erreichbar wäre. Aber welche Voraussetzungen müssen erfüllt werden, um in der heutigen Netzgeneration den angeführten Ansprüchen zu genügen? Dadurch, dass dieses Schreiben heutzutage sowohl synchron als auch asynchron durchgeführt werden kann, die Anwesenheit der Beteiligten nicht mehr von unbedingter Notwendigkeit ist und oftmals elektronisch passiert, müssen verschiedene Werkzeuge genutzt werden, die diesen Prozess vereinfachen, strukturieren oder überhaupt erst möglich machen. Daher untersuche ich im Folgenden verschiedene elektronische Hilfsmittel, die eine Computer gestützte Kommunikation zulassen und führe Beispiele an, wie diese bei den späteren Filmprojekten genutzt wurden.

---

69 Ilona R. Posner and Ronald M. Baecker: How people write together. In: Proceedings 25th Hawaii International Conference on System Sciences, Vol IV, 1992, 127-138. Quelle: [http://www.dgp.toronto.edu/people/RMB/papers\\_old/p23.pdf](http://www.dgp.toronto.edu/people/RMB/papers_old/p23.pdf). S. 5. Stand: 16.11.2012.

70 Vgl. Lowry et al. und Schlichter. S. 40.

## 5. Werkzeuge kollaborativen Arbeitens

E-collaboration bezeichnet Kommunikationsstrukturen und Werkzeuge, die auf eine dezentralisierte und computerbasierte Zusammenarbeit, von zeitlich- oder räumlich getrennten Gruppen basiert. Digitale Werkzeuge, die kollaboratives/kooperatives/partizipatives/contestipatives Arbeiten über eine räumliche Distanz hinaus erleichtern oder erst ermöglichen, sind für Projekte, deren Teilnehmer nicht am selben Ort zusammenarbeiten können, unabdingbar. Besondere Verwendung findet die E-Collaboration in Firmen mit Intranet und Mitarbeiterportalen, die auf eine Zugangsmöglichkeit und Transparenz des vorhandenen Wissens abzielen. Doch auch für kreative Prozesse können diese kollaborativen Möglichkeiten, die das Internet bietet, gewinnbringend genutzt werden. Im folgenden Beschreibe ich kurz verschiedene Werkzeuge, die das vernetzte Online-Arbeiten erleichtern oder erst ermöglichen und beziehe mich im Speziellen auf die Erfahrungen und die Hilfsmittel aus dem BATESIAN - und DYSTOPIA – Projekt. Doch diese Tools sind nicht nur für die Produktion aus organisatorischer Sicht ein wichtiges Bindeglied zwischen Produzent und Konsument, sondern diese Anwendungen können auch als nützliche Werkzeuge für die Dramaturgie der Erzählung wertvolle Dienste leisten.

### 5.1 GoogleDrive / GoogleDocs

Neben der Kommunikation und Koordination gemeinsamen Handelns ist ein weiteres Grundbedürfnis der Zugriff auf gemeinsame Ressourcen und das zur Verfügung stellen von Werkzeugen um diese Ressourcen zu bearbeiten. So sind bei kollektiven Arbeiten bestimmte Funktionen erforderlich, wie beispielsweise die gleichzeitige Bearbeitung (Application Sharing) von Daten. Durch Anbieter wie GoogleDrive wird es ermöglicht, Dokumente verschiedenster Art zu erstellen und für einen bestimmten Personenkreis freizugeben. „[O]ne place where you can create, store, share and publish your documents and spreadsheets online.“<sup>71</sup> Innerhalb dieser Dokumente können dann alle zugelassenen Nutzer darauf zugreifen und synchron bearbeiten, unabhängig des Ortes und der Zeit. GoogleDrive ist jedoch teilweise so gestaltet, dass der Zugang zu den Dokumenten erst durch Administratoren ermöglicht werden muss. Der Zugang ist somit auf bestimmte Personen oder Personengruppen beschränkt. Es besteht eine Zugangslimitierung. So können laut GoogleDocs in Dokumente nur 200 Personen, inklusive Betrachter eingebunden werden. 50 Personen haben die Möglichkeit Texte auch zu editieren und nur 10 Personen können gleichzeitig an einem Dokument arbeiten.<sup>72</sup> Doch wenn man diese Limitierung übergehen will, so können Dokumente einen „öffentlichen“ Zugang erhalten, was eine Zugangsbeschränkung obsolet macht. Jeder Nutzer des Internets hat dann die Möglichkeit das Dokument einzusehen, ohne sich vorher zu registrieren.

---

71 Jen Mazzon: Better together: Doc & Spreadsheets. Offizieller Google Blog. 2006. Quelle: <http://googleblog.blogspot.co.at/2006/10/better-together-docs-spreadsheets.html>. Stand: 12.08.2012.

72 Vgl. GoogleDrive Help: Limits on sharing. Quelle: <http://support.google.com/drive/bin/answer.py?hl=en&answer=2494827&topic=2525251&ctx=topic>. Stand: 12.08.2012

Falls Bedarf an einer geschlossenen Gruppe besteht, so kann einerseits GoogleDrive als kooperatives Werkzeug genutzt werden, mit einer bestimmten Anzahl an Personen, die weiterhin identifizierbar bleiben, da erstens Einladungen verschickt werden müssen, um den Zugang zu ermöglichen und zweitens, die bearbeitenden Personen mit Namen oder Kennung in der Seitenleiste angezeigt werden. Andererseits bietet es jedoch auch die Möglichkeit des kollaborativen Arbeitens, da einzelne Dokumente prinzipiell öffentlich zugänglich gemacht werden können, von jedem bearbeitbar sind und dies zusätzlich durch Anonymität geschützt ist, da nur die Namen eingeladener Personen angezeigt werden. Ein weiterer Vorteil von GoogleDrive ist die Möglichkeit Änderungen zu archivieren und bis zu einem Zeitraum von 30 Tagen wieder herzustellen. Auch können spezielle Dokumente oder Änderungen gespeichert werden. So können im Zweifelsfall, bei Löschung Daten, Änderungen oder dergleichen, die Daten problemlos wiederhergestellt werden.

Im Falle von BATESIAN wurden viele Dokumente, die mit GoogleDocs erstellt wurden nicht öffentlich gestellt und mit allen geteilt. Informationen waren teilweise nur einer bestimmten Gruppe zugänglich, die im vorhinein durch eine Kontrollinstanz, das BATESIAN-Team, eingeladen wurden. Dies führte in diesem Fall zu einem elitären Standpunkt und einer Kontrollinstanz, die Zugang gewährte oder ihn verweigerte. Die vollkommene Transparenz des Projektes wird hierbei eingeschränkt. Jedoch wurden Anfragen von Interessierten, die Informationen über das Projekt haben wollten, jederzeit offen beantwortet.

Bei „Wer rettet Dina Foxx?“ wurde hingegen von den Spielern ein öffentliches Dokument<sup>73</sup> erstellt, welches als Nachschlagewerk für die Community gedacht war, um Ermittlungsschritte während des Spiels festzuhalten. Dieses Dokument ist auch ohne GoogleMail Konto einsehbar. Dieses Dokument jedoch ist „User Generated“ und wurde von Spielern für Spieler gemacht. Die Redaktion des kleinen Fernsehspiels, das „Wer rettet Dina Foxx?“ produziert hat, hingegen behält jeden internen Informationsfluss zurück und gibt selbst bei telefonischer Nachfrage für Studienzwecke keine internen Informationen über das Projekt preis, da diese als Betriebsgeheimnis deklariert werden. Der einfache Nutzer/ Spieler kann bei „Dina Foxx“ nur auf Informationen zurückgreifen, die er entweder selbst erstellt, von der Redaktion freigegeben wurden oder von anderen Spielern bereitgestellt werden.

---

<sup>73</sup> Siehe dazu: <https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AtDq38m43tqUdFNjUXczMkZCZ09PakJObF92S3FvMEE&hl=de#gid=0>. Stand: 12.08.2012

## 5.2 Final Draft

Ähnlich verhält es sich mit der Drehbuch Software Final Draft. Durch die Funktion des CollaboWriter<sup>74</sup> ist es möglich, mit mehreren Final Draft Nutzern gleichzeitig an einem Drehbuch zu arbeiten. Eine Person tritt dabei als Host auf und stellt allen eingeladenen Nutzern eine Version des Drehbuchs zur Verfügung. Kontrolle über das Drehbuch kann der Host selbst haben oder ein dafür ausgewähltes Mitglied. Die restlichen Nutzer sind mit dem Host verbunden und betrachten und arbeiten an einer identischen Version. Der Nutzer kann zu jeder beliebigen Zeit die aktuelle Version des Drehbuchs auf seinem Computer speichern um asynchron zu arbeiten und hat somit die Möglichkeit die verschiedenen Stufen des Fortschritts zu archivieren. Zusätzlich gibt es für den synchronen Austausch noch die Funktion eines in das Programm integrierten Instant Messengers. Hier können Gespräche ohne Zeitverlust und in Konferenz mit den anderen Teilnehmern ausgetauscht werden. Nachteilig auf den freien kollaborativen Austausch wirkt sich aber der Kostenfaktor für die Nutzung von Final Draft aus. Die Software ist nicht frei verfügbar und muss durch den Lizenzkauf von jedem einzelnen Nutzer beziehungsweise als Gruppenlizenz erworben werden. Dies schränkt den möglichen Kreis potenzieller Teilnehmer deutlich ein.

Bei BATESIAN wurde jedoch schnell festgestellt, dass unkoordiniertes Arbeiten am Drehbuch durch mehrere Nutzer keinen Vorteil im Schreibprozess bringt. Änderungen wurden erst durch eine Kontrollgruppe besprochen und dann durch meist eine Person umgesetzt. Doch dazu mehr im Kapitel über den Schreibprozess des Drehbuchs während des Projekts.

## 5.3 Internetforen

Eine weitere nützliche Plattform für kollaboratives Arbeiten stellen Foren dar. Sie sind oft zugangsoffen und können auch anonymisiert werden.

„Selbst wenn A und B über ein asynchrones discussionboard miteinander diskutieren, kann man dies eine kollaborative Handlung nennen, solange die Beiträge wechselseitig aufeinander Bezug nehmen und daraufhin ausgerichtet sind, ein gemeinsames Ziel zu erreichen.“<sup>75</sup>

Foren bieten sich zum Austausch unterschiedlicher digitaler Inhalte an. Hier können Meinungen, Erfahrungen, Berichte, Ratschläge und Hilfestellungen unter den verschiedensten Nutzer geteilt und archiviert werden. Die Foren werden meist durch Moderatoren überwacht und kontrolliert, um eine inhaltlich klare Linie beizubehalten. Die Moderatoren übernehmen die Verantwortung, dass die Themen der Diskussionen nur in denen dafür vorgesehenen Threads besprochen werden. Hierfür haben die Moderatoren die Aufgabe

<sup>74</sup>Final Draft: <http://support.finaldraft.com/article.aspx?cid=1001&aid=327>.

<sup>75</sup>Stoller-Schai: S. 41.

falsch gesetzte Beiträge an andere Orte des Forums zu verschieben oder Beiträge zu löschen. Zusätzlich dienen sie als Kontrollinstanz innerhalb von Diskussionen und können störende Nutzer<sup>76</sup> bei Übertreten der Richtlinien sperren oder sogar blockieren. Die Arbeitsprozesse innerhalb von Foren finden in der Regel asynchron statt. Foren sind in den meisten Fällen auf bestimmte Oberthemen beschränkt. Die Struktur eines Forums folgt meist einer klaren Linie. Neben Diskussionsbeiträgen, die als Post bezeichnet und untereinander chronologisch aufgelistet werden, gibt es eine Oberstruktur, die alle Beiträge eines bestimmten Themas zusammenfasst. Diese Oberstruktur wird als Thread (dt. Faden) oder als Topic (dt. Thema) bezeichnet. Für den Nutzer eines Forums bietet sich die Möglichkeit ein RSS-Feed des Forums zu abonnieren. Dieses ruft die neusten Beiträge des Forums ab und verschickt sie an die E-mail Adresse des Nutzers. So können Diskussionsbeiträge verfolgt werden, ohne jedoch auf das Forum zugreifen zu müssen.

Im BATESIAN Forum wurden innerhalb eines Jahres 356 Topics mit 2260 Posts angelegt. Dabei wurde in 4 Hauptkategorien unterschieden:

1. Easy Access
2. World of BATESIAN
3. Scriptwriting Forum
4. Team Forum [HIDDEN]

Die ersten 2 Hauptkategorien können ohne Registrierung problemlos eingesehen werden. Es können alle Beiträge gelesen, aber nicht frei und von jedem editiert werden. Ebenso können keine Beiträge verfasst werden, dafür musste man sich erst registrieren und den AGBs zustimmen. Im Scriptwriting Forum wurden alle Themen bezüglich des Schreibprozesses, verschiedene Zwischenstufen des Drehbuchs, Ideen für die Umsetzung, aber auch Diskussionen über Kamerasysteme etc. besprochen. Nur registrierte Nutzer konnten auf dieses Forum zugreifen. Das Team Forum wurde nur BATESIAN-Teammitgliedern zugänglich gemacht, da dort nur Interna besprochen wurden, die nicht für die Öffentlichkeit gedacht waren, wie Sitzungsprotokolle, Terminabsprachen, Vorbereitung für das WritersSummit, ToDo-Listen etc.

Das Forum wurde für das Projekt stark genutzt und viel Text produziert. Das Problem, das sich daraus ergibt, ist die zunehmende Unübersichtlichkeit. Jeder neue Teilnehmer des Forums steht anfangs vor einer Textflut an verschiedenen Posts, die im Grunde genommen zuerst gelesen werden müssten, um ihre Relevanz für sich und das Projekt herauszufiltern.

---

<sup>76</sup> In der Netzkultur auch „Troll“ genannt. Trolle sind Personen, die vorsätzlich und fortwährend auf Provokation anderer Teilnehmer aus sind. Beiträge dieser störenden Nutzer sind nicht diskussionsbezogen und inhaltlich oft abschweifend. Ziel ist es möglichst wütende oder unsachliche Antworten der anderen Nutzer hervorzurufen, Diskussionen auszubremsen oder zu sabotieren. Vgl. dazu Sebastian Daouds Internetseite [dontfeedthetroll.de](http://dontfeedthetroll.de): Quelle: <http://dontfeedthetroll.de/was-ist-ein-troll.html>.



Für die zugänglichen Foren stellt sich auch die Frage der Wiederverwertung durch Dritte, da durch eine Registrierung einer Creative Commons Lizenz zugestimmt wurde. Die rechtliche Frage bezüglich der Weiterverwendung von Ideen und Beiträgen im Forum, wird im speziellen Fall des BATESIAN-Forums durch die Creative Commons Lizenz 3.0 abgedeckt. Die folgende Grafik ist eine Übersicht über die Grundstruktur des BATESIAN Projektforums mit den einzelnen Unterpunkten.











EASY ACCESS		STATISTICS	LAST POST
 <b>News</b> Stay up to date on the Project	Topics: <b>48</b> Posts: <b>147</b>	 Sat Dec 15, 2012 6:52 pm by <b>Juki</b>	
 <b>Calls &amp; Crew</b> Most direct way to participate	Topics: <b>7</b> Posts: <b>91</b>	 Mon Jul 23, 2012 8:46 am by <b>HobbzProduction</b>	
 <b>General Ideas</b> Share your Ideas for the Project	Topics: <b>19</b> Posts: <b>118</b>	 Mon Oct 22, 2012 12:28 am by <b>synes</b>	
 <b>Help</b> ForumRules, Questions, Answers	Topics: <b>3</b> Posts: <b>7</b>	 Mon Mar 05, 2012 9:08 pm by <b>synes</b>	
 <b>Archive</b>	Topics: <b>145</b> Posts: <b>977</b>	 Wed Dec 28, 2011 6:29 pm by <b>PhilippKaindl</b>	
 <b>Treatments and Scripts</b> Please Register (upper right corner) to read the Script and participate in the discussions!			
THE WORLD OF BATESIAN		STATISTICS	LAST POST
 <b>Society</b> Economy, Politics, Daily Life	Topics: <b>12</b> Posts: <b>59</b>	 Wed May 02, 2012 12:56 pm by <b>synes</b>	
 <b>Technology</b> Gadgets, Techniques, Side Effects	Topics: <b>12</b> Posts: <b>88</b>	 Tue Aug 28, 2012 5:02 am by <b>Ryder</b>	
SCRIPTWRITING FORUM		STATISTICS	LAST POST
 <b>The Feature Film</b> Where the magic happens, combining 5 short stories and the 6th Element into a coherent feature film Script!	Topics: <b>15</b> Posts: <b>118</b>	 Wed Aug 29, 2012 3:07 pm by <b>Sophdirection</b>	
 <b>6th Element</b> Turning independent stories into one big entity - Possible!	Topics: <b>13</b> Posts: <b>102</b>	 Sat Jun 02, 2012 6:11 pm by <b>PhilippKaindl</b>	
 <b>Batesian Universe (short films)</b> We're developing a side-project to the BATESIAN feature film here...	Topics: <b>16</b> Posts: <b>123</b>	 Thu Oct 04, 2012 9:57 pm by <b>Stewart</b>	
 <b>Writers Summit</b> Summary of the discussions during the Writers Summit	Topics: <b>10</b> Posts: <b>23</b>	 Thu Mar 22, 2012 8:37 am by <b>sorinacustik</b>	
TEAM FORUM [HIDDEN]		STATISTICS	LAST POST
 <b>Internal Communication</b> Mostly Reports from meetings, discussions about the organization or stuff that you don't know where else to post	Topics: <b>38</b> Posts: <b>197</b>	 Mon Dec 10, 2012 10:14 pm by <b>sorinacustik</b>	
 <b>Tasks</b> Don't know what to do? Pick a task !	Topics: <b>13</b> Posts: <b>118</b>	 Wed May 16, 2012 9:39 am by <b>fmate88</b>	
 <b>Ideas for new topics</b> Post all your ideas for new topics here and discuss them before they're released	Topics: <b>15</b> Posts: <b>39</b>	 Fri May 11, 2012 12:11 pm by <b>springgrass</b>	
 <b>Architects</b> This is where we decide what goes into the Bible/Wiki	Topics: <b>4</b> Posts: <b>50</b>	 Sun Apr 08, 2012 1:15 am by <b>sorinacustik</b>	
 <b>Marketing</b> Post all your guerrilla marketing efforts here!	Topics: <b>5</b> Posts: <b>24</b>	 Wed Sep 05, 2012 7:46 pm by <b>sorinacustik</b>	

Abb. 1: Übersicht BATESIAN Projektforum

Auch bei DYSTOPIA wird eine Forumsfunktion verwendet für allgemeine Diskussionen über das Thema Cyberpunk, Inspirierende Filme, Vorstellung der User. Themen und Kommentare können frei erstellt werden. Jedoch ist wird im Gegensatz zu BATESIAN dort so gut wie nicht diskutiert. Außer den von den Produzenten erstellten Topics, wurden bislang (Stand Januar 2013) keine weiteren Themen eröffnet. Die User-Community führt kaum Austausch über ihre Ideen. Das Forum dient im Grunde genommen nur als Einreichportal für die Vorschläge der User.



## 5.4 Wikis

Ebenso hilfreich wie Foren haben sich Wikis bewährt. Wikis sind auf Hypertext basierende Webseiten mit Web 2.0 Funktionen, das heißt, diese Seiten können von Internetnutzern gelesen und direkt im Browser online verändert werden. Was bei Wikis zum Tragen kommt ist die kollaborative Erweiterung des Wissens durch die kollektive Intelligenz. Jedem Nutzer steht die Lektüre und Bearbeitung der Artikel und Texte offen. Doch es gibt auch Wikisysteme, die eine Zugriffssteuerung von Nutzern vorsieht. Diese Systeme setzen daher weniger auf das kollaborative Arbeiten, umso mehr jedoch auf die Funktion als Content-Management-System.

Im Falle des BATESIAN-Projekts existiert eine Wikiseite, die jedoch nur für autorisierte Nutzer zugänglich ist. Es geht in erster Linie nicht um die kollektive Erweiterung des Wissens und des Contents bezüglich des Films, sondern vielmehr um eine Strukturierung des vorhandenen Wissens und als Nachschlagewerk. Das Wiki wird innerhalb des BATESIAN Projekts als „Story bible“ verwendet. Mit „Story bible“ ist ein Dokument gemeint, welches meist bei TV-Serien eingesetzt wird. Es werden jegliche Handlungsverläufe, Charakterisierungen der Personen, deren Geschichte und weitere Details der Serie vermerkt. Dies hilft den Autoren der Sendung den Überblick über die Sendung zu behalten, die Kontinuität zu bewahren und gegebenenfalls neuen Autoren einen zusammenfassenden Eindruck zu vermitteln. Das Wiki dient als Erweiterung des Forums, da im Wiki nur die beschlossenen Aspekte der Geschichte zusammengefasst werden, die im Forum diskutiert wurden. Es dient nicht als Ort der Diskussion, sondern als Sammelpunkt der ausgearbeiteten und beschlossenen Ergebnisse.

## 5.5 Dropbox

Dropbox ist ein Netzwerk-Dateisystem, das es allen eingeladenen Nutzern eines Dropbox Accounts erlaubt, Daten zu synchronisieren und online zu archivieren. Bei der Installation des Dropboxprogramms wird ein eigens dafür geschaffener Ordner auf der Festplatte des Rechners erstellt, der je nach Account eine gewisse Größe besitzt. Die Daten, die in diesen Ordnern gespeichert werden, befinden sich auf einem Onlineserver. Die Daten einer Dropbox können mit anderen Nutzern geteilt werden, die dadurch Zugang zum Inhalt des ganzen Ordners erlangen. Bei der Veränderung von Daten werden alle Daten innerhalb des Dropboxordners miteinander verglichen und gegebenenfalls synchronisiert. Dazu müssen aber nicht alle Nutzer innerhalb eines Verteilungsnetzwerkes online sein. Dropbox vergleicht bei jeder Neuanmeldung alle anderen Ordner und passt die Daten an. Ein Vorteil an Dropbox ist, dass dem Nutzer alle Daten auch im Offline Modus zur Verfügung stehen und er diese verwenden kann. Alle Änderungen werden bei der nächsten Online Sitzung synchronisiert. Ein Nachteil dieses Programms ist, gerade für einen gemeinschaftlichen Schreibprozess, dass eine Datei, wie beispielsweise eine Textdatei nicht von mehreren Nutzern gleichzeitig geöffnet und bearbeitet werden kann. Dies wird

vom Programm als Konflikt mit den anderen Usern angesehen und es wird von dieser Datei mehrere Versionen gespeichert. Das hat zur Folge, im Gegensatz zu GoogleDrive, dass es nicht ein Gesamtversion eines Textes zur gleichen Zeit bearbeitet werden kann. BATESIAN nutze die Dropbox als Datenaustausch Plattform. Da dort auch die Möglichkeit besteht, nur ausgewählte Dateien bereitzustellen, war dies hilfreich den Mitgliedern der Filmcrew einfach, schnell und zeitlich unabhängig Datenmaterial zur Verfügung zu stellen.

## **5.6 Instant Messenger & Videochat**

Für eine unmittelbare Kommunikation haben sich Instant Messenger Programme, wie beispielsweise Skype, Facebook-Chat oder der Google+ Hangout, im Laufe des BATESIAN-Projektes als überaus nützlich erwiesen. Hier kann mit internationalen Teilnehmern problemlos und unmittelbar kommuniziert werden, unabhängig ihrer Standorte. Der Vorteil gegenüber Email ist die Möglichkeit der direkten Antwort, da die Anwesenheit innerhalb des Programms über den Online Status angezeigt wird. Ein weiterer Vorteil bei Skype oder Google+ Hangout ist die Face-to-Face Kommunikation durch die Videofunktion. Damit erhält man den Vorteil der virtuellen physischen Ko-Präsenz. Da das BATESIAN-Projekt teilweise über das Internet abgewickelt wird und sich viel durch Kommunikation in geschriebener Form auszeichnet, erhält der Teilnehmer durch den nicht mehr anonymisierten Zugang eine Bindung zu den übrigen Teilnehmern. Dieses gegenseitige Sehen und selbst wahrgenommen werden ermöglicht eine stärkere Bindung der Akteure zueinander und folglich auch eine stärkere Bindung an das Projekt, da sich eine Identifizierung mit dem Projekt und den Teilnehmern durch direkte Kommunikation leichter einstellt, als durch die anonymisierte Form des reinen Austausches durch Schrift.

Die vorgestellten Werkzeuge bieten eine Erleichterung im Arbeiten innerhalb digitaler Netzwerke und Gruppen, die mit Hilfe des Internets Projekte realisieren. Die Möglichkeiten und Werkzeuge sind aber noch lange nicht ausgereizt und werden immerfort weiterentwickelt um neue Mittel digitaler Zusammenarbeit und Kommunikation zu verbessern.

Die Integration einer Gemeinschaft kann neben den kreativen Prozessen auch rein pragmatische Gründe, wie die Finanzierung haben. Auch für wirtschaftliche Zusammenarbeit wurden in den letzten Jahren Mittel und Wege gefunden eine Online-Gemeinschaft zu integrieren. Dafür wurde der Begriff des Crowdfunding entwickelt. Zusätzlich wird der Begriff des Crowdsourcing erklärt, der die Auslagerung von Arbeit an eine Online-Gemeinschaft zusammenfasst.

# 6. The Crowd

## 6.1 Crowdfunding

Crowdfunding (dt. Schwarmfinanzierung) ist eine Art der Finanzierung durch Fremdkapital. Kapitalgeber sind bei Crowdfundingkampagnen eine Vielzahl an Personen, meist rekrutiert aus dem Internet.<sup>77</sup> Neben Filmen/Video werden alle Arten kreativer oder auch innovativer Projekte gefördert. Die populärsten Crowdfundingplattformen sind heutzutage Internetseiten wie Kickstarter<sup>78</sup>, Indiegogo<sup>79</sup>, Startnext<sup>80</sup>, Mysherpas<sup>81</sup>, Sellaband<sup>82</sup>, pling<sup>83</sup>, etc.

Crowdfundingplattformen haben derzeit eine Hochkonjunktur. So wurden alleine bei Kickstarter in einem Zeitraum von 3 Jahren 450 Millionen Dollar für 35.000 kreative Projekte gespendet. 44% Prozent aller Projekte wurden damit erfolgreich finanziert.<sup>84</sup> Oft funktionieren die Seiten nach demselben Prinzip. Je nach Seite lassen sich eigene Profile erschaffen, auf denen das eigene Projekt oder nur die Idee davon, wie ein Film, eine Band, Kunst, Theater oder physische Produkte, angepriesen werden. Man kann dort Menschen „helfen, ihre Träume zu verwirklichen.“<sup>85</sup> Bei Kickstarter und anderen Seiten gilt die Devise „all-or-nothing“. Es wird ein Mindestmaß des zu erreichenden Geldes gesetzt, wird dieses Mindestmaß nicht erfüllt, erfolgt auch keine Gewinnausschüttung. Dieses Prinzip geht davon aus, dass wenn der erforderte Betrag nicht erreicht wird, auch keine Aussicht auf Realisation des Konzepts besteht und die geldgebende Community geschützt wird in ein Projekt zu investieren, dass nicht in der beschriebenen Form ermöglicht werden kann.

Zumeist sind die Kampagnen auf einen bestimmten Zeitraum beschränkt, in dem der festgesetzte Betrag gesammelt werden muss. Wird dieser Zeitraum überschritten, so erfolgt auch in diesem Fall keine Auszahlung des bereits gespendeten Geldes, sondern an die spender rücküberwiesen. Gegenleistung für Geldspenden gibt es in verschiedenster Form, dazu zählen unter anderem Poster, unterschriebene DVDs, Filmplakate, Statistenrollen in Filmen, Producer Credit, Einladung zu Premieren, Rückstellungsverträge mit Geldausschüttung bei erfolgreicher Vermarktung, Rechte am Film etc., es wird aber auch aus altruistischen Motiven gespendet, mit dem Ziel kreative Projekte und Künstler zu fördern.

---

<sup>77</sup> Vgl. Startnext FAQ: Was ist Crowdfunding. Quelle: <http://faq.startnext.de/general/id/Was+ist+Crowdfunding-7/modul/Allgemeines/aid/6>. Stand: 03.01.2013.

<sup>78</sup> <http://www.kickstarter.com>.

<sup>79</sup> <http://www.indiegogo.com>

<sup>80</sup> <http://www.startnext.de>

<sup>81</sup> <http://www.mysherpas.com>

<sup>82</sup> <https://www.sellaband.com>

<sup>83</sup> <http://www.pling.de>

<sup>84</sup> Vgl. Kickstarter. Kickstarter Basics. Quelle: <http://www.kickstarter.com/help/faq/kickstarter%20basics?ref=footer>. Stand: 25.01.2013.

<sup>85</sup> Pling. Darum geht's. Quelle: <http://www.pling.de/wasistpling>. Stand 10.12.2012.

Da nicht alle Projekte, die auf Crowdfunding Plattformen vorgestellt werden, erfolgreich sind, muss zur Sicherstellung eine gewisse Strategie zur Finanzierung erarbeitet werden. Oft werden Filmprojekte gefördert, die schon vor dem Start der Kampagne auf eine mehr oder weniger große Fanbase zurückgreifen können. So hatte das Filmprojekt des Videogametesters James Rolfe mit dem Namen: „The Angry Video Game Nerd: The Movie“ eine mehr als 400% Fördersumme erhalten, als vom Produzenten vorgesehen war. James Rolfe konnte jedoch auf eine große Fancommunity seines Projektes bauen, da der Charakter des „Angry Video Games Nerd“ mit großen Erfolg seit 2004 auf einer eigenen Webseite startete, 2006 zu Youtube wechselte und 2008 als einer der meist abonnierten Youtube Channels gehandelt wurde.

Im Falle des deutschen Serienerfolges „Stromberg“ wurde eine Crowdfundingkampagne<sup>86</sup> gestartet, deren Ziel es war, 1 Million Euro durch Schwarmfinanzierung zu erreichen. Die Finanzierung erfolgte nicht über eine der herkömmlichen Plattformen, sondern wurde von der Produktionsfirma Brainpool auf der Webseite myspass.de ausgeschrieben, die normalerweise als Anbieter für den Stream von TV-Folgen dient. Anders als die üblichen Plattformen bot die Produktion von „Stromberg: Der Film“ jedoch eine Finanzierungsbeteiligung<sup>87</sup> der Investoren an. Brainpool TV lagerte einen Teil der Gesamtfinanzierung an potenzielle Spender aus und garantierte eine Beteiligung an den Erlösen aus der Kinoauswertung. Der Erwerb eines Anteils begann bei 50€ und es konnten bis zu 20 Anteile pro Person erworben werden. Insgesamt standen so 20.000 Anteile zum Verkauf. Die Ausschüttung erfolgt durch die verkauften Kinokarten. Pro verkaufte Karte wird dem Investor 1€ gezahlt bis einschließlich 1 Millionen verkaufter Tickets. Das heißt: hat ein Investor nun 20 Anteile von einem Wert von 1000€ erworben und der Film 1 Millionen Zuschauer in die Kino gelockt, bekommt er seine Investition von 1000€ wieder zurück. Mit mehr als 1 Millionen Zuschauer wird dem Investor jeweils 0,5€ pro verkaufter Karte ausbezahlt.

Ein anderes Beispiel einer gelungenen Kampagne ist „Underwater Realm“<sup>88</sup>, des englischen Regisseurs David M. Reynolds. Das Projekt wurde mit einer Gesamtsumme von über 100.000\$ gefördert. Es besteht aus einer Serie von fünf Kurzfilmen, die allesamt in einer Unterwasserwelt spielen. Die Macher schufen eigens dafür eine Webseite, die wie ein Blog funktioniert, das heißt, es gab wöchentliche Updates über den Ablauf der Vorproduktion, Vorstellung einiger Teammitglieder und Einsichten aus dem Drehprozess. Zusätzlich wurde während der Laufzeit der Vorproduktion die Crowdfunding Seite von Kickstarter<sup>89</sup> ständig aktualisiert und neue Videos hochgeladen. Strategie war es nicht nur über die Fortschritte des Projektes zu informieren, sondern einen Mehrwert für Kon-

86 Webseite des Projektes: <http://www.myspass.de/myspass/specials/stromberg-kinofilm/>. Stand: 12.08.2012.

87 Investmentplan auf der Film Webseite: <http://www.myspass.de/myspass/specials/strombergkinofilm/investieren/>. Stand: 12.08.2012.

88 Homepage des Projektes: <http://www.theunderwaterrealm.com/>. Stand: 12.08.2012.

89 Underwater Realm: <http://www.kickstarter.com/projects/realmpictures/explore-the-underwater-realm>. Stand: 30.01.2013.

umenten zu schaffen. Die Produzenten wandelten die Videos teilweise zu Tutorials<sup>90</sup>, auf die kurz eingegangen wurde, aber erst durch eine Spende als Vollversion zu erhalten waren. Es gab Videos der Kamerafrau, Eve Hazelton, für den richtigen Einsatz von Filmlicht bei der Beleuchtung von Greenscreen-Aufnahmen, Anleitung zur Digitalen Nachbearbeitung und Compositing, Bauanleitungen für Filmlichter etc.. Am Ende der Produktion bestand der Blog aus 75 Videos, die den gesamten Produktionsprozess dokumentierten.

Jedoch Crowdfunding als einfach akquirierbare Geldquelle zu sehen ist falsch. Es reicht bei weitem nicht aus nur eine gute Idee für ein Projekt oder Produkt zu haben. Für die Erstellung einer erfolgreichen Kampagne gehen oft Monate an Vorarbeit und Planung voraus. Auch ist die Öffentlichkeitsarbeit, also die Werbung für das Projekt, die richtige Platzierung in den Medien und die viralen Marketingstrategien arbeitsaufwendig. Daher müssen sich Projektinitiatoren, gerade bei kleinen Projekten, die nicht viel Geld erfordern, die Frage stellen, ob der Mehraufwand durch den zu erreichenden Betrag kompensiert wird.

Auch für BATESIAN wurde auf Kickstarter eine Kampagne für einen Kurzfilm<sup>91</sup> aus dem „BATESIAN Universe“ im September 2012 gestartet. Dieses konnte einen Monat später am 10 Oktober erfolgreich beendet werden. Dadurch konnte der Dreh während einer Kino 00 – Veranstaltung in Montreal, CA, finanziert werden. Der Film befindet sich derzeit, Januar 2013, noch in der Schnittphase.

## 6.2 Crowdsourcing

Unter Crowdsourcing versteht man das Auslagern von Arbeit an eine Schwarmintelligenz bestehend aus Internetusern. Daraus ergibt sich ein wirtschaftlicher oder kreativer Mehrwert für den Crowdsourcerer, der dadurch zustande kommt, dass oftmals das kreative Potenzial von Usern unentgeltlich zur Verfügung gestellt wird. Die User arbeiten partizipativ an einem Projekt oder Problem und generieren so einen wirtschaftlichen Vorteil für ein Unternehmen, da sich so zum Beispiel Kosten oder Arbeitskräfte vor Ort einsparen lassen. Crowdsourcing-Projekte sind oft wie Wettbewerbe gestaltet, da aus dem Aufruf zur Teilnahme an Verbesserungsvorschlägen, spezifischen Aufgabenstellungen oder Problemlösungen, die besten Einreichungen oder Lösungen ermittelt werden.

Als bekanntestes Beispiel für Crowdsourcing in den letzten Jahren im Filmbereich gilt die Seite Wreckamovie<sup>92</sup>, gegründet von den Machern des Internetfilms Star Wreck: In the

---

90 Aus dem lat. tueri: beschützen, bewahren. Tutorials sind Anleitungen oder Lehrvideos über ein bestimmtes Thema oder Softwareprogramm. Hier zeigen User anderen Usern schritt für Schritt die Bedienung oder Handlungsabläufe zur Erreichung eines bestimmten Zieles.

91 Kickstarter Projekt „The Passersby“: <http://www.kickstarter.com/projects/69779335/the-passersby-short-film>. Stand: 12.11.2012.

92 Siehe dazu die Homepage: <http://www.wreckamovie.com/>. Stand: 07.08.2012.

Prikinning<sup>93</sup> und Iron Sky<sup>94</sup>. Die Seite dient der Vernetzung von Filmemachern und Enthusiasten weltweit. Die Plattform unterscheidet nicht zwischen Professionellen und Amateuren, sondern bietet allen Interessierten die Möglichkeit am Entstehungsprozess eines Projektes direkt teilzuhaben. So ist ein Mantra der Seitenbetreiber „We believe in enthusiasm over professionalism“<sup>95</sup>. Diese Möglichkeit bietet eine Grundlage für die Erstellung „User Generated Contents“, da sie auf freiwilliger Basis, ohne direkte kommerzielle Entlohnung, mit einem Mindestmaß an kreativer Eigenarbeit und außerhalb professioneller Rahmen funktioniert. „[W]e don't expect you to get paid for it; it's something you do just because you love it.“<sup>96</sup>

Alle audiovisuellen Formate, wie Kurzfilm-, Spielfilm-, Musikvideoprojekte etc. können auf Wreckamovie platziert und vermarktet werden. Die Plattform hilft bei der Erstellung und dem Aufbau einer Gemeinschaft zur Produktion des kreativen Projekts. Nutzer können auf der Web 2.0-basierenden Seite ein eigenes Profil erstellen und sie mit Informationen des Projektes füllen. Neben Informationen zur Produktion, Webseite, Budget und Lizenzierung ist es hilfreich in einem kurzen Synopsistext den Film zu beschreiben, um einen Anreiz zu schaffen sich zu beteiligen. Der eigentliche Vorteil der Seite besteht darin, verschiedene anstehende Aufgaben (tasks) für die laufende Produktion auszuschreiben, die dann von anderen unentgeltlich erledigt werden. „They are small jobs the production leader asks the community to help with.“<sup>97</sup>

Für den Film Iron Sky<sup>98</sup> wurden auf Wreckamovie innerhalb von vier Jahren 72 tasks ausgeschrieben für bestimmte Aufgaben oder Vorschläge, mit denen sich zwischen 0 und 439 User beschäftigt haben. Dabei reichte die Palette von der Gestaltung von 3D Objekten, Grafiken, Composting-Elementen, Einsprechen von Tonspuren oder auch Hilfe beim Marketing etc. Die Aufgaben waren zeitbasiert und mussten innerhalb eines vorgegebenen Zeitrahmens erfüllt werden. Die eingereichten Vorschläge wurden anschließend vom Produktionsteam ausgewertet und beurteilt. Eine rein demokratische Abstimmung der Online-Community reichte nicht für die Übernahme aus, daher auch nicht contestipativ. Wäre dies der Fall hätte die Community über die präferierte Idee abstimmen müssen, die dann folglich von den Produzenten im Rahmen ihrer Möglichkeiten umgesetzt werden müsste.

Ideen und erarbeitete Inhalte wurden teilweise miteinander verbunden oder weiter ausgearbeitet. In jedem Fall erfolgte keine einfache Abnahme, sondern eine redaktionelle Kontrolle. Das Kennzeichen des Demokratieversprechens kollaborativer Projekte wird in

---

93 <http://www.imdb.com/title/tt0472566/>. Stand: 10.08.2012.

94 <http://www.imdb.com/title/tt1034314/>. Stand: 15.08.2012.

95 Wreckamovie FAQ: Do I need to be a professionell filmmaker to participate? Quelle: <http://www.wreckamovie.com/faq>. Stand: 10.01.2013.

96 Ebenda.: What are „Wreckupations“?

97 Ebenda.: What are „Tasks“?

98 <http://www.imdb.com/title/tt1034314/>. Stand: 20.12.2012.

diesem Fall also nicht erfüllt. So lässt sich die Arbeitsweise als partizipativ bezeichnen, da stets eine redaktionelle Gruppe über die Weiterverwendung entscheidet.

Eine andere Form der Integration von Internetnutzern kann durch die Offenlegung des gesamten Materials und der Möglichkeit es zu bearbeiten gegeben werden. Diese Form wird vor allem in der Softwareindustrie genutzt. Daher beschäftige ich mich im nächsten Kapitel mit dem Schlagwort des Open Source und werde dies auf den Filmbereich übertragen.



## 7. Open Source als Online-Kollaboration

### 7.1 Was ist Open Source?

Dieser Abschnitt der Arbeit beschäftigt sich mit dem Begriff und der Definition von Open Source. Der Begriff des Open Source kommt ursprünglich aus der Softwareentwicklung. Open Source Software (OSS) ist im Gegensatz zu Produkten mit festem Urheberrecht frei erhältlich und verwendbar. Zusätzlich wird dem Nutzer noch der Zugang zu den Quellcodes gewährt, die er bearbeiten oder verbessern kann. Außerdem ist es dem Anwender möglich dadurch eigene Softwareversionen zu programmieren und zu verbreiten. Der User kann auf die Entwicklung des Programms selbstständig Einfluss nehmen.<sup>99</sup>

Wie in den meisten Industriezweigen basieren die Geschäftsmodelle der Softwareindustrie auf restriktiven Softwarelizenzen, welche die Nutzungsmöglichkeiten von gekaufter Software beschneiden. So ist der Zugang zu den Quellcodes von vornherein untersagt, ebenso ist die Weitergabe der Software durch software- und/oder hardwaretechnische Kopierschutzmaßnahmen nicht möglich. OSS hingegen benutzt liberale Softwarelizenzen, der Zugang zum Quellcode ist offen, sowie die Möglichkeit das Programm frei zu kopieren und zu verbreiten. Da wir uns in einem späteren Kapitel mit dem Phänomen des Open Source Films beschäftigen muss zuvor noch eine genauere Definition und Erklärung gegeben werden, was Open Source ist und welche Grenzen es besitzt. Im Folgenden werden zum späteren Vergleich kurz die Grundstrukturen von Open Source Software untersucht um diese Erkenntnisse später auf den Open Source Film zu übertragen und zeigen, wie Internetuser selbstständig zu der Entwicklung und Auswertung eines Films beitragen können.

### 7.2 Open Source Software

Die Open Source Initiative (OSI) hat für die genaue Definition einen zehn Punkte Plan auf ihrer Webseite veröffentlicht. Dieser beinhaltet neben dem freien Zugang zu Quellcodes noch weitere Merkmale, die auf die markantesten Punkte zusammengefasst werden<sup>100</sup>:

- Die Lizenz der Software darf niemand daran hindern die Software als Teil einer Softwaresammlung unterschiedlichen Ursprungs zu verbreiten oder zu verkaufen. Dabei dürfen für den Verkauf keine Gebühren anfallen.
- Die Software muss einen gut leserlichen Quelltext bereitstellen und das Programm muss in kompilierter Form sowie als Quelltext weitergegeben werden dürfen. Ist der Quelltext nicht vorhanden muss die Möglichkeit geschaffen zu werden, ihn maximal zum Selbstkostenpreis anzufordern oder ohne Gebühr aus dem Internet zu laden.

---

<sup>99</sup> Vgl Open Source Initiative: The Open Source Definition. Quelle: <http://opensource.org/osd.html>. Stand: 13.01.2013.

<sup>100</sup> Vgl.: <http://www.opensource.org/docs/osd> Stand: 22.03.2012.

- Die Lizenz muss die Möglichkeit garantieren, die Software zu modifizieren und abzuleiten und unter gleichen Auflagen zu verbreiten.
- Von der Verwendung der Software darf keiner ausgeschlossen werden.
- Ebenso darf das Einsatzgebiet der Software nicht beschränkt werden und kann für jeden beliebigen Zweck eingesetzt werden.
- Die Open Source Lizenz darf keine anderen Programme oder Lizenzen beeinträchtigen.

Es wird im Folgenden gezeigt, welcher Antrieb und Motivationen<sup>101</sup> private und geschäftliche Entwickler dazu verleitet, ihre Arbeit und Kapital in frei zugängliche Projekte zu investieren. Darüber hinaus werden verschiedene Geschäftsmodelle<sup>102</sup> vorgestellt, mit denen die Entwickler einen kommerziellen Mehrwert ihrer Produkte aus dem Open Source Bereich generieren können. Diese werden wiederum später auf die Filmproduktion angewendet.

### 7.3 Open Source Motivation

Die folgenden Punkte sind mögliche Motivationen für die Erstellung eines Open Source Produkts.

- **Geringere Entwicklungskosten:** Die Einbindung beliebig vieler verschiedener Privatpersonen und Firmen führt zu einer Teilung der Entwicklungskosten. Ebenso wird die damit verbundene Entwicklungsarbeit aufgeteilt und jede Partei kann davon profitieren.
- **Keine Abhängigkeiten:** Open Source Software ist an keinen einzelnen Hersteller gebunden und kann bei Nicht-Erfüllung der eigenen Bedürfnisse um die fehlenden Funktionalitäten erweitert oder aber komplett neu programmiert werden. Ebenso kann die Software vom Prosumer selbst auf verschiedene Betriebssysteme übertragen oder für bestimmte Hardware optimiert werden, falls der Anbieter dazu nicht in der Lage ist.
- **Erweiterung von Sicherheitsstandards:** Der Nutzer kann selbstständig Programmfehler beheben, wenn diese das operative Geschäft beeinträchtigen. Außerdem eine erweiterte Prüfbarkeit des Programms, um beispielsweise vom Nutzer ungewollte Hintertüren<sup>103</sup> zu den eigenen Systemen zu entdecken und gegebenenfalls zu schließen.

---

<sup>101</sup> Vgl: [http://de.wikipedia.org/wiki/Open\\_Source#Motivation](http://de.wikipedia.org/wiki/Open_Source#Motivation). Stand: 25.11.2012.

<sup>102</sup> Im ganzen Kapitel wird dabei Bezug genommen auf Frank Heckers Untersuchung über Open Source Software (Juni 2000): Setting Up Shop: The Business of Open-Source Software. Quelle: <http://hecker.org/writings/setting-up-shop> Stand: 22.03.2012 und [http://www.opensource.org/advocacy/case\\_for\\_business.php](http://www.opensource.org/advocacy/case_for_business.php). Stand: 23.03.2012. Und Eric S. Raymond: Der verzauberte Kessel. 1999. Quelle: <http://www.oreilly.de/opensource/magic-cauldron/cauldron.g.indirect.html>. Stand: 23.03.2012.

<sup>103</sup> Duncan Campell: How NASA access was built into Windows. Quelle: <http://www.heise.de/tp/artikel/5/5263/1.html>. Stand: 23.03.2012

## 7.4 Open Source Geschäftsmodelle

Da Open Source nicht durch Verkauf von Lizenzen finanziert wird, sondern wie zuvor besprochen, frei verfügbar ist, müssen für den Erfolg eines Softwareunternehmens, welches sein Geld mit Open Source Software verdienen will, neue wirtschaftliche Konzepte aufgebaut werden.

- **Support Sellers:** Dieses Modell bietet an sich keinen Gewinn durch den Verkauf von Lizenzen für Software, sondern Ertrag wird erwirtschaftet durch den Mehrwert, den die Produktion von Software nach sich zieht. Das heißt einerseits durch den Verkauf von physischen Gütern wie Datenträgern oder technischen Dokumentationen und andererseits Dienstleistungen, die mit dem Produkt in Verbindung stehen. Dazu zählen Beratung, Schulung, technischer Support und Erstellung von kundenspezifischen Anforderungen.
- **Loss-Leader/ Lockangebot / Market Positioner:** Im Loss-Leader-Modell werden kostenfreie Open Source Produkte zur Marktpositionierung verwendet. Aus dem Open Source Produkt wird dabei kein Gewinn erzielt, sondern nur Absatzsteigerung eines anderen durch herkömmliche Lizenzierung erhältlich Produktportfolio erhöht. Mit Hilfe des Loss-Leaders kann ein Markt für kompilierte unfreie Software des Anbieters geschaffen werden. Die eigentlichen Einnahmen für den Anbieter ergeben sich demzufolge aus dem Verkauf der traditionell vertriebenen Software oder aus dem Zugang für eine Webseite, die durch Mitgliedschaften oder Gebühren Gewinn erzielt.
- **Widget Frosting:** Widget Frosting ist besonders für Hardwarehersteller relevant. Die Hardware wird zusammen mit Open Source Software, wie Treiber, Konfigurationsprogrammen oder Betriebssysteme vermarktet. Gewinne werden hierbei aus dem Verkauf der Hardware-Geräte erzielt, wohingegen die dazugehörige Software kostenfrei mitgeliefert wird und zur Verbesserung der Funktionalität, Steigerung der Effizienz und Betriebssicherheit dient.
- **Accessorizing:** Bei diesem Modell wird zusätzlich zum Open Source Produkt Zubehör verkauft. Dies können Merchandisingartikel wie T-Shirts, Bücher oder Software Dokumentationen. Der Zubehörsanbieter muss dabei nicht unbedingt selbst Open Source Programme vertreiben, sondern kann diese nur durch Marken- und Kundenbindung unterstützen.
- **Service Enabler:** Laut Hecker ein Business-Modell das in erster Linie darauf abzielt die Open Source Software mit online Bezahlhalten zu verbinden. Das kann zum einen werbefinanziert sein oder durch gebührenpflichtige Abonnements von Inhalten.
- **Sell it, Free it:** Beschreibt ein Verfahren Software zuerst mit traditionellen Lizenzen zu verkaufen, die ein Ablaufdatum für den Ausschluss der Öffentlichkeit hat.

Die Lizenz ist so gestaltet, dass die freie Weitergabe einerseits gestattet, aber andererseits die kommerzielle Nutzung des Produktes verbietet. Erst nach einem bestimmten Ablaufdatum wird die Software dann unter OSS Lizenz veröffentlicht.

- **Brand Licensing:** Nach Hecker versteht man unter Brand Licensing ein Verfahren, bei dem man anderen Firmen gegen eine Lizenzgebühr die Herstellung von Produktderivaten unter demselben Markennamen erlaubt. Durch die Lizenzierung wird sichergestellt, dass jegliche Derivate zueinander sowie zur Ursprungssoftware kompatibel sind.
- **Software Franchising:** Das Software Franchising ergibt sich aus den Ansätzen des Brand Licensing und des Support Sellers. Damit ein Unternehmen expandieren kann, muss bei diesem Geschäftsmodell nicht eine Fremdfirma akquiriert werden, sondern es werden Lizenzen verkauft, mit denen Produkte unter dem Markennamen vertrieben werden können.

## 7.5 Definition Open Source Film

Eine genaue Definition des Begriffs Open Source Film ist nicht einfach zu geben. Zwar wird der Bezug aus dem Begriffsfeld der Open Source Software entlehnt, jedoch oftmals auf verschiedene Konzepte angewendet. So entspricht nicht jeder Film, der als Open Source bezeichnet wird, denselben Merkmalen wie eine Open Source Software. Selbst die grundlegendste Eigenschaft, der Offenlegung des Quellcodes, wird bei Open Source Filmen manchmal nicht vollständig nachgekommen. So ist zwar die Verbreitung und Weitergabe des Films erlaubt, aber die nachträgliche Bearbeitung und dergleichen ist nicht gestattet, beziehungsweise nicht möglich, da Quellmaterial nicht zu Verfügung steht um etwas anderes daraus zu kreieren.

Auch die bloße Verwendung moderner Konzepte, wie die Lizenzierung durch Creative Commons Lizenzen kann manchmal dazu führen, Filme als Open Source zu bezeichnen. Die folgende Definition ist ein Derivat zwischen der OSI Open Source Software Definition und der Definition für freie kulturelle Werke. Für das bessere Verständnis wird hier noch kurz das Lizenzsystem der freien kulturellen Lizenzen sowie der Definition für „freie kulturelle Werke“ aufgeführt:

### „Freie kulturelle Lizenzen“<sup>104</sup>

- die Freiheit, das Werk anzuwenden und es aufzuführen: dem Lizenznehmer muss jede Verwendung des Werkes, ob privat oder öffentlich, gestattet sein. Sollte es für die Art des Werkes relevant sein, muss diese Freiheit abgeleitete Nutzung („verwandte Rechte“) wie Aufführung und Interpretation einschließen. Es darf keine Ausnahmen, etwa bezüglich politischer oder religiöser Überlegungen, geben.

---

<sup>104</sup> Vgl.: Definition of free cultural works. Quelle: <http://freedomdefined.org/Definition/De>. Stand: 24.03.2012.

- die Freiheit, das Werk zu studieren und die Informationen anzuwenden: dem Lizenznehmer muss es gestattet sein, das Werk zu untersuchen und daraus gewonnenes Wissen zu jedem Zweck anzuwenden. Die Lizenz darf, zum Beispiel, „reverse engineering“ (engl., etwa: umgekehrt entwickeln, rekonstruieren) nicht beschränken.
- Die Freiheit, Kopien des Werkes zu verbreiten: Kopien dürfen verkauft, getauscht oder verschenkt werden, egal ob als Teil eines größeren Werks, einer Sammlung von Werken, oder alleine. Die Informationsmenge, die kopiert werden kann, darf nicht beschränkt werden. Des Weiteren darf nicht beschränkt werden, wer die Information kopieren darf oder wo sie kopiert werden darf.
- Die Freiheit, abgeleitete Werke zu verbreiten: Um jedem die Möglichkeit zu geben, ein Werk zu verbessern, darf die Lizenz die Freiheit, eine veränderte Version zu verbreiten (bei physischen Werken trifft dies auf alle Ableitungen zu), gleich, welchem Zweck die Veränderung dient, nicht beschränken. Allerdings dürfen Einschränkungen, die diese Freiheiten oder die Anerkennung des Autors schützen, eingesetzt werden.

#### **„Freie kulturelle Werke“<sup>105</sup>**

- Erhältlichkeit des Quellmaterials: Sollte das Werk aus einer Quelldatei oder mehreren Quelldateien erstellt wird, muss das gesamte benötigte Quellmaterial unter denselben Bedingungen erhältlich sein. Dies können die Noten einer musikalischen Komposition, die Modelle einer 3D-Szene, die einer wissenschaftlichen Publikation unterliegenden Daten, der Quelltext eines Computerprogramms, oder etwas ähnliches sein.
- Verwendung eines freien Formats: Das Format, in dem ein digitales Werk erhältlich ist, darf nicht von Patenten geschützt sein, falls keine weltweite, unbeschränkte, unkündbare, kostenfreie Genehmigung zur Verwendung der patentierten Technologie vorliegt. Sollte ein nicht freies Format aus praktischen Gründen bevorzugt sein, muss eine Kopie in einem freien Format ebenfalls erhältlich sein, damit ein Werk als frei bezeichnet werden kann.
- Keine technischen Beschränkungen: Das Werk muss in einer Form ohne technische Maßnahmen, die die oben genannten essentiellen Freiheiten vereiteln, erhältlich sein.
- Keine anderen Einschränkungen: Das Werk selbst darf nicht von rechtlichen Einschränkungen (etwa Patente, Verträge, Schutz der Privatsphäre), die die oben genannten Freiheiten vereiteln würden, betroffen sein. Ein Werk darf sich bestehende rechtliche Ausnahmen des Urheberrechts (um geschützte Werke zu zitieren) zunutze machen, wobei aber nur die unbestritten freien Bestandteile ein Freies Werk ausmachen.

---

<sup>105</sup> Ebenda.

Da beide Definitionen nicht unbedingt deckungsgleich zueinander sind, müssen noch Einschränkungen bezüglich der freien kulturellen Definition im Bereich des Open Source Films getroffen werden.

Schon bei Punkt 1 liegt die Kritik auf der Vollständigkeit des Quellmaterials. So können Teile des Quellmaterials, die nicht für das Endprodukt verwendet wurden, aus verschiedenen rechtlichen Gründen gegebenenfalls nicht veröffentlicht werden. Es kann hierbei zu Rechtsstreitigkeiten kommen, wenn Teile der Aufnahmen Persönlichkeitsrechte Einzelner verletzen. Dies kann beispielsweise durch das Nicht-Einholen von Abbildungsrechten einer Person geschehen. Das aufgenommene Material kann aus diesem Grund nicht einer Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Auch die Verwendung des freien Formats kann missverständliche Interpretationen zulassen. So kann einerseits das angebotene Format frei sein, jedoch nur mit kostenpflichtiger Software oder dergleichen möglich sein es anzuschauen und zu bearbeiten. Somit wird der Zugang für einen Teil der Öffentlichkeit beschränkt. Um dieser Restriktion entgegenzusteuern, müsste die Forderung eher bei dem freien Zugang liegen und die Möglichkeit der freien Bearbeitung zum einen des Quellmaterials und zum anderen des Films selbst durch Open Source Software. Auch ist die Absenz jeglicher Restriktionen, wie in Punkt 4 gefordert, für die Vermarktung eines Films durchaus mit Schwierigkeiten behaftet. Legt der Anbieter ein Augenmerk auf die Herkunfts- und Qualitätssicherung eines Open Source Produktes ist das Markenrecht unablässig. Name und Logo sind Teil des Markenrechts und sollten auch bei jedem Open Source Produkt geschützt sein, es könnte sonst passieren, dass jemand externes die sich die Namens- und Markenrechte sichert und den Hersteller abmahnt.

In Verbindung mit den zuvor schon aufgeführten Regeln für OSI-Produkte ergibt sich demzufolge ein Regelwerk für den Open Source Film mit folgenden Kriterien:

1. „The license of the movie is approved for free cultural works. Specifically this is true for the Creative Commons licenses by and by-sa.
2. The materials used in the movie (sources) are also available under a license which is approved for free cultural works.
3. The movie and its sources are made publicly available via an online download or by other means that are either free or with a cost that covers reasonable reproduction expenses only.
4. The sources should be viewable and editable with free/open-source software. If this is not the case, they must be convertible into such a format by using free/open-source software. The same applies to the movie itself.
5. It should be possible to re-create or re-assemble the movie using the source materials.“<sup>106</sup>

---

106 [http://en.wikipedia.org/wiki/Open\\_source\\_film](http://en.wikipedia.org/wiki/Open_source_film). Stand: 24.03.2012

Die Beifügung der Creative Commons Lizenz unter Punkt 1 unterliegt der Tatsache, dass diese Lizenz bereits weltweit als anerkannte Standardlizenz gilt und durch nationale Anpassung weitestgehend Rechtssicherheit gewährt. Es wird dabei auf 2 der 6 möglichen Creative Commons Lizenzen eingegangen, by und by-sa, die sich beide dafür eignen, einen Film mit dem Open Source Label zu vermarkten. Punkt 3 kann unter Umständen für den Anbieter Schwierigkeiten bedeuten, da die Produktion eines Films mit durchaus großen Datenmengen verbunden ist. Dies hängt aber mit den Möglichkeiten des Datentransfers zusammen und muss primär kein Hindernis darstellen.

## 7.6 Motivationen für Open Source Filme

Je transparenter das Projekt, das heißt, die Einbeziehung der Mitwirkenden in die kreativen Entscheidungen bei der Entstehung des Films, desto höher sollte die Motivation sein, am Projekt mitzuwirken.

Eine reale Beteiligung an einem Open Source Film ist im Grunde genommen in jeder Phase des Projektes möglich und erwünscht. Da meistens über das Medium des Internets gearbeitet wird, kann sich jeder mit einem Zugang, kreativ und organisatorisch am Prozess beteiligen. Auch der Tausch und die Bearbeitung von größeren Datenmengen ergeben heutzutage keine unüberwindbaren Schwierigkeiten. Durch Peer to Peer Dienste wie BitTorrent<sup>107</sup> Netzwerke lassen sich Datenmengen mit hoher Geschwindigkeit von Nutzer zu Nutzer übertragen. Nur die eigentliche Drehphase während eines Projektes besitzt die Einschränkung, dass nur Personen vor Ort sich am Dreh beteiligen können. Filme jedoch, die komplett animiert werden und daher keine Ortsabhängigkeit voraussetzen, können mit Hilfe des Internets geplant und umgesetzt werden.

Für Produktionsfirmen bieten Open Source Filme eine Reihe von Motivationen einen Film dementsprechend zu produzieren. Die Vorteile liegen beispielsweise im Vergleich zu einem traditionell hergestellten Film in den geringeren Entwicklungs- und Produktionskosten eines Open Source Projektes. Durch das Anwerben von Mitarbeitern, die ihre Zeit und Arbeit dem Projekt unterstellen, können einzelne Arbeitsschritte und Teile des Film, außer den anfallenden Kosten für Koordination und Planung, ohne den Einsatz von Finanzmitteln durchgeführt werden, indem zum Beispiel kreative Ideen und deren Umsetzung ausgelagert wird. Auch steht das produzierte Material des Projektes auch nach Abschluss des Films weiterhin zur Verfügung und kann durch die Open Source Lizenzierung anderweitig verwendet werden. Das heißt, dass Musik, Stock Footage, 2D und 3D Modelle bei Bedarf in neue Projekte integriert werden können. So können sich Filmproduktionen gegenseitig Zugang zu ihren Archiven gewähren und dadurch einen Teil der Produktionskosten sparen und ihre Möglichkeiten der visuellen Darstellungsmittel um ein vielfaches erhöhen.

---

<sup>107</sup> Vgl. <http://en.wikipedia.org/wiki/BitTorrent>. Stand: 01.02.2013.



Die Einnahmen werden bei Open Source Projekten durch andere Quellen abgedeckt. Da der Nutzer nicht für das eigentliche Produkt bezahlen muss, besitzt er folglich mehr Geld für Zusatzprodukte, wie beispielsweise Merchandising Artikel oder ähnliches, welche die Haupteinnahmequelle sein können. Der Mehrwert liegt beim Open Source Film oftmals klar auf dem Imagegewinn, welchen das Produkt durch seine Open Source Lizenz gewinnt. Die Möglichkeit den Film ohne technische Schutzmaßnahmen, wie ein Kopierschutz auf jegliche Endgeräte zu konvertieren stellen für die Kunden einen Vorteil dar. Dem Endverbraucher wird beispielsweise durch die Veröffentlichung im Internet und somit unabhängig vom Gerät, Ort und der Zeit, der Film zum Konsum angeboten. Durch den uneingeschränkten Zugang für jeden lässt sich somit eine Kundenbasis aufbauen, die einerseits nicht nur Gefallen an dem Film hat, sondern auch das Konzept der freien Inhalte unterstützenswert findet. Durch dieses Image lassen sich folglich Sponsorpartner finden, die das Projekt durch Sachspenden oder dergleichen unterstützen.

## 7.7 Geschäftsmodelle für Open Source Filme

Im Folgenden werden die Geschäftsmodelle, die schon bei der OS Software vorgestellt wurden, auf die Filmproduktion übertragen. Informationen dazu wurden auch zum Teil aus den persönlichen Gesprächen mit den DYSTOPIA Produzenten ausgewertet.

- **Loss Leader:** Den Film als Open Source Projekt zu klassifizieren kann durch das Image, das dem Begriff des Open Source anhaftet ein differenziertes und breites Publikum erreichen. Der Begriff des Open Source hat noch immer die Idee des Revolutionären und Neuen. Daher lassen sich die Filmprojekte als Aushängeschilder der Produktionsfirma verwenden. Im Rahmen einer Imagekampagne könnte die mediale Aufmerksamkeit, die ein Open Source Film durch das Marketing erlangt, auf die Produktionsfirma umgeleitet werden und durch die Verwendung des Filmmaterials im Showreel der Firma potenzielle Neukunden davon überzeugen, weitere Aufträge an die Produktionsfirma zu vergeben. Die Loss Leader Angebote schaffen Anreize für eventuelle Bezahlhalte und durch die Kontrolle der Kalkulation, die zur Erstellung von offenen Inhalten gebraucht wird und die Kosten, die durch das Öffnen von Inhalten entstehen, wirken sie besonders attraktiv. Durch den Loss Leader soll eine Kundenbasis oder ein Fankreis aufgebaut werden, noch vor oder während der Produktion, der sich derart intensiv mit dem Film beschäftigt, dass sich der Herstellung von kostenpflichtigen Produkten, zum Beispiel Fanartikel etc., für das Projekt lohnt. Auch kann die intensive Beschäftigung der Kundebasis mit dem Film auch dazu führen, das durch den Film eine eigene Marke kreiert wird, die für den Rezipienten einen Anreiz bietet sich kreativ an der Welt und der Marke zu beteiligen. Dies kann beispielsweise im besten Fall zu der Produktion von Fanfilmen führen.

- **Widget Frosting:** Im Rahmen des Widget Frosting im Open Source Film Bereich können die Filme als DVDs vertrieben werden. Der Film kann beispielsweise von einer Filmzeitschrift erworben und als kostenloser Beileger im Heft vertrieben werden. Dabei ist einerseits der freie Zugang weiterhin gesichert und der Film dient hier nur als Anreiz das Magazin zu kaufen. Das hat für den Anbieter den Vorteil seine Marktposition gegenüber der Konkurrenz zu stärken und attraktive Verkaufsangebote zu schaffen. Was aber im eigentlichen Sinne nur vertrieben wird, ist der fertige Film, ohne die Möglichkeit später Veränderungen am Produkt oder seinen Quellen vorzunehmen.
- **Accessorizing:** Steht dem Konzept des Merchandisings sehr nahe. Es wird dabei das Image des Films auf Gebrauchsgegenstände oder andere Produkte übertragen, die dadurch einen Mehrwert erhalten. Wichtigste Grundlage ist aber die Verwandtschaft und den Wiedererkennungswert des Films. Durch den generierten Mehrwert des Produktes lassen sich bei Bedarf höhere Verkaufspreise erheben, als vergleichbare Produkte ohne das entsprechende Image.

Obwohl Open Source frei ist, heißt das noch lange nicht umsonst. Auch durch Open Source kann ein gewisser Grad an Wirtschaftlichkeit erreicht werden, wenn dies nicht im Vordergrund der Produktion steht, ist die Popularitätssteigerung ein hilfreiches Mittel um das Produkt zu vertreiben. Auch im Filmbereich kann dadurch eine andere Zielgruppe erreicht werden beziehungsweise können dadurch Leute angesprochen werden, die einen kreativen Mehrwert aus dem Projekt ziehen können und sich bei einer herkömmlicher Produktion nicht damit beschäftigt hätten. Das hat den Vorteil für den Produzenten, dass zu seiner Marke, die er erschafft gegebenenfalls mehr Produkte wie Kurzfilme, Spielfilme oder vergleichbare Medien geschaffen werden und somit auch Werbung für das Ursprungsprodukt machen. Die führt zu einem breitgefächerten Angebot an Medien, die gemeinsam Geschichten erzählen. Im nächsten Kapitel untersuche ich wie die Nutzung unterschiedlicher Medien Geschichten erweitern und dadurch ein Mehr an Erleben versprechen.

## 8. Transmedia

„Transmedia storytelling represents a process where integral elements of a fiction get dispersed systematically across multiple delivery channels for the purpose of creating a unified and coordinated entertainment experience.“<sup>108</sup>

Die in den späteren Abschnitten folgenden Filmprojekte sind teilweise transmedial angelegt. Daher wird in diesem Kapitel untersucht was transmediale Inhalte sind und wie sie erzählt werden. Später werden die hier gewonnen Erkenntnisse auf die Konzepte der einzelnen Projekte angewendet und deren Umsetzung untersucht. In dieser Arbeit wird zusätzlich die transmediale Erzählform untersucht, da auch sie durch die Beteiligung einer Gemeinschaft entsteht und gelingen kann. Die Mitarbeit des einzelnen Zuschauers, sowie einer Community sind integrativer Bestandteil des transmedialen Erzählens. So schreibt Robert Pratten in seinem Buch über Transmedia:

„Transmedia storytelling“ is telling a story across multiple media and preferably, although it doesn't always happen, with a degree of audience participation, interaction or collaboration.“<sup>109</sup>

Der Begriff „transmedia“ bezeichnet die Verwendung oder Art wie Kommunikationstechnologien erweitert werden, um Geschichten über unterschiedliche Medienplattformen zu erzählen. Diese Plattformen und verwendeten Medien sind zwar in sich verschieden, greifen aber ineinander. Es gibt auf Grund des noch nicht vollständig erschlossenen Feldes des transmedialen Storytellings verschiedene Begriffsbezeichnungen, wie „Multiplattforming“<sup>110</sup>, Cross-Media Produzieren, „integrated media“<sup>111</sup>. Abgesehen vom Namen müssen jedoch laut Carolyn Miller grundsätzliche Anforderungen erfüllt werden:

1. „The project exists over more than a single medium (usually more than 2)
2. Includes both digital and traditional media.
3. Often includes live events.
4. It is at least partially interactive.
5. Each story component expands the core narrative.
6. All elements are tightly integrated.
7. Ideally, designed from ground up to be transmedia.“<sup>112</sup>

---

108 Henry Jenkins: Henry Jenkins: Transmedia 101. Quelle: [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html).

109 Robert Pratten: „Getting started in Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners“. CreateSpace. 2011. S. 1.

110 Vgl. Tim O'Reilly: What is Web 2.0. O'Reilly Verlag. 2005. Quelle: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>. Stand: 03.08.2012.

111 Vgl: [http://en.wikipedia.org/wiki/Integrated\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Integrated_media). Stand: 03.08.2012

112 Carolyn Miller: Transmedia Storytelling. 2012. Quelle: <http://www.slideshare.net/KreativeAsia/transmedia-storytelling-carolyn-miller>. Stand: 03.08.2012.

Henry Jenkins führt dies in weiteren Kategorien noch weiter aus:

1. **„Spreadability“**: the capacity of the public to engage actively in the circulation of media content through social networks and in the process expand its economic value and cultural worth.
2. **Drillability**: the capacity of the public to dig deeper into a narrative, probing beneath the surface to understand the complexity of a story and its telling.
3. **Continuity**: the result of a unifying, consistent and coherent experience that is systematically developed across multiple texts.
4. **Multiplicity**: the use of alternative versions of the characters or parallel universe versions of the stories that are deliberately inconsistent and, in fact, may be contradictory.
5. **Immersion**: the ability of fans to enter into fictional worlds and leave the real world behind.
6. **Extractability**: the ability of fans to take aspects of the story away with them as resources they use in their everyday life.
7. **Worldbuilding**: the construction of interconnecting settings within a storyworld that links together individual stories scattered across multiple media.
8. **Seriality**: the chunking of a story into meaningful and compelling chunks that are dispersed across multiple installments and multiple media systems.
9. **Subjectivity**: multiple perspectives of the storyworld through transmedia narrative extensions that may focus on unexplored dimensions of the fictional storyworld, a broader timeline of the narrative material, or revelation of the experiences and perspectives of secondary character.
10. **Performance**: the active role played by fans participation and their own contributions to the storyworld.<sup>113</sup>

Seit es Kino und Fernsehen gibt war das Erzählen einer Geschichte in diesen Medien meist auf bestimmte Distributionsformen, Lauflängen und den Zeitpunkt der Veröffentlichung beschränkt. Diese Kriterien wurden dabei aber nicht von den Geschichtenerzählern gemacht, sondern eher durch die industriellen Standards geformt, die sich im Laufe der Zeit entwickelt haben oder durch die Beschränkungen des Mediums vorgegeben sind. Doch mit der Entwicklung des Internets und neuen Medien muss sich der Zuschauer nicht mehr auf die industriellen Formate beschränken und nun können Geschichten erzählt werden,

<sup>113</sup> Henry Jenkins: The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. 2009. Quelle: [http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html/](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html/) und [http://henryjenkins.org/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html). Stand: 29.09.2012. Zitiert nach: Peter von Stackelberg: Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told Across Multiple Media. Master Thesis. State University of New York Institute of Technology. 2011. S. 79.

die beispielsweise über eine standardisierte Länge eines Spielfilms hinausreichen. Die Geschichte kann dabei beliebig verlängert oder fragmentiert werden und den Zuschauer auf eine noch nie da gewesene Weise in die Entdeckung und Erzählung mit einbinden. Die neuen Medien ermöglichen ein neuartiges Erzählen durch die Konvergenz der Medienkanäle und Strukturen. Wie Henry Jenkins in seinem Buch „Convergence Culture“<sup>114</sup> ausführt, können kulturelle Praktiken in Narration verwandelt werden.

„In the world of media convergence, every important story gets told, every brand gets told, and every consumer gets courted across multiple media platforms“<sup>115</sup>

Geschichten werden im transmedialen Erzählen über mehrere Medien verbreitet. Dazu können neben dem klassischen Film auch Spiele, Comics, Bücher gezählt werden, aber auch digitale Plattformen wie Youtube, Facebook, Blogs, Websites, Social Media Plattformen und andere Kommunikationstechnologien. Dabei sollten die Geschichten, die über die einzelnen Kanäle erzählt werden, auf diese angepasst und die spezifischen Vorteile der Plattform genutzt werden: „requires a story that can be told in a way that seamlessly blends technology and story.“<sup>116</sup>

Das heißt, es werden Teile der Geschichte, Spiele, Rätsel, Videos, Apps, Comics etc. spezifisch für die jeweiligen Plattformen gestaltet. „In the ideal form of transmedia storytelling, each medium does what it does best“<sup>117</sup> So wurde beispielsweise, um ein großes und kommerzielles Projekt zu erwähnen, „Die Matrix-Trilogie“ nicht nur über die drei Spielfilme erzählt, sondern vollständig wurde die Geschichte erst durch die Verbindung mit dem animierten Episodenfilm, welcher die Geschichte zwischen „Matrix“ 1 und 2 erzählt, ebenso zwei Bücher mit Kurzgeschichten in Comicform, die zuerst Online als Webcomics veröffentlicht wurden und später als Druckversion. Innerhalb dieser Webcomics gibt es wiederum versteckte Geschichten zu entdecken, so kann man in der Episode „Broadcast Depth“ von Bill Sienkiewicz einen versteckten Quicktime Film finden. Außerdem wurden mehrere Videospiele mit Vor- und Zwischengeschichten der Filme und Charaktere veröffentlicht. Das „Matrix“-Projekt besteht wie man sieht nicht nur aus einem Produkt, sondern ist mit vielen anderen Medien verknüpft und bildet so eine komplexe Welt, in die der Zuschauer eintauchen muss um sich zu verlieren. Jedes weitere Medium des ganzen „Matrix“-Komplexes baut auf das Vorhergehende auf und bietet neue Zugangsweisen. Auch aus wirtschaftlicher Sicht ist diese transmediale Herangehensweise lohnenswert, da verschiedene Medien auch unterschiedliche Marktnischen und Publika bedienen können. Jedes weitere Produkt macht die Fangemeinde auch hungrig auf Informationen über die Geschichte. Auch wird von Jenkins der Punkt der Performance angesprochen, bei

---

114 Henry Jenkins: Henry Jenkins: Convergence Culture. Where Old and New Media Collide. New York University Press. 2006.

115 Ebenda.: S. 3.

116 Kassia Kroszer: Thought on Transmedia Storytelling, or, Is It Right for Every Story. 2010. Quelle: <http://booksquare.com/thoughts-on-transmedia-storytelling-or-is-it-right-for-every-story/>. Stand: 03.08.2012

117 Henry Jenkins: Convergence Culture. S. 96.

dem die Partizipation der Fans eine wichtige Rolle spielt. Das Erleben der Geschichte ist nicht wie bei dem reinen Konsum eines Films passiv, sondern kann aktiv mitgestaltet werden. Man setzt sich nicht einfach nur ins Kino und konsumiert 2 Stunden lang einen Film, der danach abgeschlossen ist, sondern der Konsument kann und muss oftmals selbstständig dafür sorgen zur Vollständigkeit der Geschichte beizutragen, indem er Medienkanäle wechselt.

## 8.1 Erzählstruktur transmedialer Geschichten

„The Matrix“ ist ein gutes Beispiel für „intercompositional Projects“<sup>118</sup>. Jedes dieser Werke lebt von einer in sich abgeschlossenen Geschichte in dem ihm zugehörigen Medium. Diese Geschichten spielen zwar alle in derselben Storyworld, müssen aber nicht zwangsläufig miteinander verbunden sein um die Narration zu verstehen. Der Hauptcharakter ist in jedem Medium ein verschiedener, ebenso die Handlung, nur die Welt, in der die Geschichten spielen ist eine Verbindung mit den unterschiedlichen Geschichten. Aber dadurch, dass die einzelnen Medien die Welt in der sie spielen erweitern und dramaturgisch wiederum Hintergründe, versteckte Hinweise und ein größeres Verständnis der Geschichte liefern, bedingen sie sich gegenseitig. „The whole is worth more than the sum of the parts“<sup>119</sup>

Hingegen sind „Intracompositional Projects“<sup>120</sup> eine transmediale Narration, in der eine Geschichte über mehrere Medien erzählt wird. Jedes Element eines „intracompositional Projects“ bedingt das Verständnis für die gesamte Narration. Erst wenn man alle Teile gleichermaßen zusammenfügt, bekommt man ein Gesamtbild der Geschichte. Wichtig hierfür ist die Einführung eines zentralen Charakters oder eines zentralen Rätsels, welche die Geschichte antreiben.

Wie schon anhand des „Matrix“ - Projektes gezeigt wurde und Henry Jenkins in seinem Weblog schreibt, muss es innerhalb des Transmediageflechts im Grunde genommen keine Hauptcharaktere geben, die sich durch alle Geschichten gleichermaßen durchziehen oder spezifische Geschichten, die sich auf alle Medien gleichermaßen übertragen lassen. Nur die Welt, in der die Geschichten spielen, bilden den Rahmen.

„Most often, transmedia stories are based not on individual characters or specific plots but rather complex fictional worlds which can sustain multiple interrelated characters and their stories.“<sup>121</sup>

---

118 Vgl. Peter von Stackelberg: Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told Across Multiple Media. Master Thesis. State University of New York Institute of Technology. 2011. S. 175-176.

119 Henry Jenkins: Convergence Culture. S. 102.

120 Peter von Stackelberg: S. 175-176.

121 Henry Jenkins: Transmedia 101. Quelle: [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html). Stand: 26.07.2012

Es reicht oft eine Welt zu kreieren, die vom Zuschauer erst erkundet werden muss und von der klassischen Narration abweicht, indem sie kein vollständiges Bild ergibt, wenn nur ein Medium genutzt wird. Der Zuschauer kann je nach Dramaturgie des Projekts über manche Teile der Handlung im Dunkeln gelassen werden und muss sich erst durch die Erweiterung über eine andere Plattform die nötigen dramaturgischen Splitter zusammensuchen um ein Gesamtbild zu formen.

## 8.2 Alternate Reality Game

Verschiedene transmediale Projekte werden als ARGs (Alternate Reality Games) angelegt. Der Zuschauer kann hierbei nicht nur die angebotenen Medien konsumieren, sondern muss selbst spielerisch tätig werden. ARGs vermischen den Raum zwischen fiktionaler und realer Welt und nutzen dafür transmediale Hilfsmittel.

„Alternate-reality gaming blends real-life treasure hunting, interactive storytelling, video games and online community“<sup>122</sup>

So wird dies auch durch die 1. These des Transmedia Manifestes festgelegt:

„Fiction supersedes reality, becoming as immersive as possible.“<sup>123</sup>

ARGs erschaffen ein fiktionales Konstrukt, das nur durch die Dualität zwischen Spielern und Autoren lebt. Es beginnt mit einem Set an Regeln, die aufgestellt werden, um den Spielverlauf in Gang zu bringen und endet mit etwas, das nicht von vornherein Vorherbestimmt beziehungsweise eher unberechenbar ist. Das Set an Regeln liegt aber genau betrachtet nur auf Seiten der Spielmacher vor. Der Spieler an sich, besitzt im Vorfeld keine genaue Vorstellung wie der Spielverlauf aussieht, noch wie er zu bewältigen ist. Genau dort liegt der Reiz, den ARGs ausstrahlen. Diese Ungewissheit, wann und wie es weitergeht, das Mysterium der Form, trägt einen Großteil am intensiven Erleben bei.

Das fiktionale Konstrukt lebt durch den Input, den die Parteien, das heißt Spieler, Autoren, Publikum und die ausführenden Personen an dem Spiel leisten. Die Autoren beziehungsweise Macher des ARGs setzen zwar ein Szenario in Gang, müssen jedoch unablässig mit dem Publikum zusammenarbeiten um eine Lösung zu finden, da auch sie zum ersten Mal die Vorgänge erleben. Oft sind ARGs so konstruiert, dass sie kein Ein-Spieler Erlebnis darstellen, sondern eine kollektive Intelligenz einer Community erfordern um einen Spielfortschritt zu garantieren. Das Internet wird meist für Suchfunktionen und Kommunikation verwendet. ARGs setzen genau an diesem Punkt an, indem sie dadurch erst das Geschichtenerzählen für den User möglich machen. Und nur durch das Mittel des Netzwerks ist es überhaupt möglich die Masse an Informationen, Hinweisen, Rätseln und Lösungen zu organisieren und zu streuen.

<sup>122</sup> John Borland: Blurring the lines between games and life. CNET NEWS. 28.02.2005. Quelle: [http://news.cnet.com/Blurring-the-line-between-games-and-life/2100-1024\\_3-5590956.html](http://news.cnet.com/Blurring-the-line-between-games-and-life/2100-1024_3-5590956.html). Stand: 01.09.2012.

<sup>123</sup> Kristian Costa-Zahn et al.: <http://www.transmedia-manifest.com/>. Stand: 13.08.2012.



Während der Spiele wird immerzu zwischen den verschiedenen Medien, sei es das Internet, Spiele, Zeitungen, Filme, TV etc. changiert. Dies trifft auch auf die diegetische Welt zu. Die Grenzen zwischen Spiel und Wirklichkeit werden verwischt. Fiktive Elemente sind nicht mehr nur auf die intradiegetische Ebene beschränkt und erkennbar, sondern können direkt auf die Wirklichkeit Bezug nehmen und erst durch als Kontext des Spiels, als Elemente des Spiels erkannt werden. So ist ein Artikel oder eine Kleinanzeige in einer Zeitung für den nichtwissenden Leser vermutlich nicht zu entschlüsseln was dahinter steckt, der Spieler jedoch kann mit seinem Hintergrundwissen über die Spielwelt die platzierten Lösungen innerhalb des Hinweises herausfiltern. Bei dem bislang komplexesten ARG „The Beast“, das in den letzten Jahren durchgeführt wurde, handelte es sich um eine Werbekampagne von Microsoft für Steven Spielbergs Film „A.I.: Artificial Intelligence“. Der Spielverlauf erstreckte sich über einen Zeitraum von zwölf Wochen. Während dieser Zeit wurde von keinem der Spielverantwortlichen bestätigt, dass es sich um ein Spiel handelt.

„In fact, not once, throughout all of this, did the game ever admit that it was a game. No rules were ever published, no prizes were promised, and no game creator stepped into the public spotlight to take credit for what was fast becoming an Internet phenomenon.“<sup>124</sup>

Erzeugung von Immersion ist das Ziel eines ARGs, ein Gefühl das der Spieler vollständig in die fiktionale Welt hineingezogen wird. Während bei klassischen Computerspielen Immersion erzeugt wird durch die Verknüpfung des Spielers mit dem handelnden Spielcharakter in einer Art First-Person Perspektive, wird die Immersion bei ARGs durch die Veränderung der für den Spieler existierenden, wirklichen Welt, zu einer fiktionalen, virtuellen hervorgerufen.

„In an alternate reality game, the goal is not to immerse the player in the artificial world of the game; instead, a successful game immerses the world of the game into everyday existence and life of the player.“<sup>125</sup>

Anders als ein klassischer Film erlaubt es transmediales Storytelling die Erzählzeit<sup>126</sup> eines Projektes zu erweitern. Da die Geschichte nicht zwingend linear verläuft, sondern sequentiell.

---

124 Jane McGonigal: „This Is Not a Game“; Immersive Aesthetics and Collective Play“. 2003. MelbourneDAC. Quelle: <http://www.seanstewart.org/beast/mcgonigal/notagame/paper.pdf>. Stand: 24.08.2012

125 Dave Szulborski: This Is Not A Game. A Guide to Alternate Reality Gaming. New Fiction Publishing. 2005. Quelle: google-books. <http://tinyurl.com/cjqag5p>. Stand: 04.08.2012

126 Gemeint ist hier der Ausdruck aus der Literaturwissenschaft, der die Zeitspanne beschreibt, den ein Konsument für die Lektüre eines Buches, zum Sehen eines Filmes etc. benötigt.

### 8.3 Eingliederung von Spielern

Bei transmedialen Projekten, im speziellen ARGs, kann zwischen mehreren Formen der Nutzer, beziehungsweise Spieler in Bezug auf die Eingliederung unterschieden werden. Da man sich auf eine breite Masse an Teilnehmern einlässt, muss für jede Form eine eigens dafür nötige Zugangsweise geschaffen werden.

Auf der einen Seite der Skala befinden sich Inhalte und Spieler mit einer passiven Partizipation, die in einer „Lean-back“ Mentalität nur die ihnen präsentierten Medien konsumieren und selbst nicht aktiv an der Erschaffung der Geschichte teilhaben. Die Spieler begnügen sich mit der Variante des einfachen Zurücklehns und dem Konsum von einfach erreichbaren Medien. So können Zusammenfassungen des Spielfortschritts als Video eine ideale Möglichkeit darstellen, diese Usergruppe zu befriedigen. Auf der anderen Seite befinden sich aktiv Partizipierende, „lean forward“, die selbsttätig, forschend und analysierend am Spiel und Storyverlauf arbeiten, Inhalte selbst gestalten und sich mit anderen vernetzen. Dies führt zu einer weiteren Unterscheidung zwischen sozialer Partizipation und individueller Partizipation.

Während die soziale Partizipation ständig nach dem Austausch mit anderen Spielern sucht und mit ihnen Informationen austauscht und vor allem teilt, ist die individuelle eher ein Einzelspieler, der nur für sich selbst spielt und entdeckt. Manche Inhalte können nicht anders als durch soziale Partizipation erfahrbar gemacht werden. ARGs sind meist so gestaltet, dass eine Zusammenarbeit mit anderen Teilnehmern erforderlich ist. Dies kann einerseits am Schwierigkeitsgrad liegen, aber andererseits an der Ortsbezogenheit. Jedoch ist die kollektive Intelligenz, die eine große Gruppe von Spielern darstellt, meist schwer zu messen und einzuschätzen. Dies führt auch zu Problemen für die Spielmacher. So beschreibt Elan Lee die Fähigkeiten von den Spielern des ARGs „The Beast“ wie folgt:

„These were the puzzles that would take a day, these were puzzles that would take a week, and these puzzles they'd probably never figure out until we broke down and gave them the answers. So we built a three month schedule around this. And finally we released. [Pause] The Cloudmakers solved all of these puzzles on the first day.“<sup>127</sup>

Dies führte bei „The Beast“ dazu, dass der Schwierigkeitsgrad erhöht werden musste und Hinweise fragmentiert wurden, indem sie teilweise zerstückelt bei verschiedenen Live-Events Gruppen von ausgewählten Spielern zugänglich gemacht wurden, die dann mit Hilfe von Echtzeit-Kommunikation mit anderen Spielern, die sich nicht vor Ort befanden, die Hinweise zusammenführen mussten.

---

<sup>127</sup> Elan Lee: „This Is Not a Game“. Lecture at the Game Developers Conference 2002. Convention Center, San Jose, CA. 22 März 2002. Zitiert bei: Jane McGonigal: „This Is Not a Game“. S. 3.

Auch bei „Wer rettet Dina Foxx?“ wurde auf Zusammenarbeit mit anderen Teilnehmern gesetzt. So gab es eine Geocaching<sup>128</sup>-aufgabe, bei der an mehreren Stellen in ganz Deutschland Tupperwarenbehälter mit einem USB-Stick versteckt wurden. Erst wenn alle Daten auf den USB-Sticks zusammengefügt wurden, konnte ein Spielabschnitt gelöst werden.

Hierbei spielt der Zeitfaktor eine gewisse Rolle. Aufgaben sind teilweise unabhängig des Zeitfaktors gestaltet und andererseits nur in einem gewissen Zeitfenster zu bewältigen. Neben der Zeit ist auch die räumliche Anwesenheit der Spieler ein Unterscheidungsgrund. Teile des Spiels können ortsunabhängig im Netz gelöst werden, wohingegen bei anderen Fragmente des ARGs eine Anwesenheit vor Ort voraussetzend sind, um einerseits die Örtlichkeit als Spielgrund zu nutzen und andererseits die Narration erst durch die Örtlichkeit zu begreifen. Ein Beispiel ist die großangelegte Batman-Kampagne „Why so serious?“<sup>129</sup>, mit *Real Live Events* in New York und Chicago. An diesem Event nahmen mehrere hundert Spieler teil und mussten beispielsweise zu bestimmten Zeiten an öffentlichen Telefonzellen auf einen Anruf warten, Torten von Bäckereien abholen, in denen Mobiltelefone versteckt waren etc.

Diese Art der Erzählens ist implizit darauf angelegt Gruppen zu schaffen, die mehr oder weniger gezwungen sind oder freiwillig, miteinander in Kontakt zu treten um für ihr eigenes Vergnügen zu sorgen.

## 8.4 Gaming

Elan Lee zufolge galt bei der Erstellung Alternate Reality Games „The Beast“ die Vorgabe kein Spiel zu konstruieren.

“We are not building a game” became our mantra. We were building a page of real life. It had to look, smell, and taste real.“<sup>130</sup>

Ziel war es, das Spiel aus einem Spielumfeld herauszulösen, es nicht als solches zu bezeichnen und damit den Spieler an eine Fiktion zu binden, die zeitweise die Realität übernimmt. Wie Huizinga in seiner Spieltheorie feststellte:

„Jedes Spiel kann jederzeit den Spielenden ganz in Beschlag nehmen. Der Gegensatz Spiel-Ernst bleibt stets schwebend“<sup>131</sup>

Nach Daniil Elkonins psychologischer Spieltheorie<sup>132</sup> entwickelt sich im Spiel ein Wechsel

---

128 Eine GPS-Schnitzeljagd, bei der verschiedene Dinge versteckt werden und diese mit Hilfe geographischer Koordinaten und einem GPS-Empfänger von anderen Spielern gefunden werden können.

129 Siehe dazu: [http://www.alternaterealitybranding.com/whysoserious\\_viral09/](http://www.alternaterealitybranding.com/whysoserious_viral09/)

130 Elan Lee: „This Is Not a Game“. Lecture Game Developers Conference 2002. Quelle: <http://jaybushman.tumblr.com/post/695248838/this-is-not-a-game-2002-edition>. Stand: 26.09.2012.

131 Johan Huizinga: Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel. Rowohlt Verlag, Reinbeck bei Hamburg. 1956. S. 17.

132 Daniil Elkonin: Psychologie des Spiels. Pahl-Rugenstein Verlag. Köln. 1980. S. 11.

des Realitätsbezuges. Das Spiel schafft einen Handlungsrahmen, in dem Handlungen, Personen und Gegenstände etwas anderes bedeuten können als außerhalb in der Realität. Durch die Vermischung beider Ebenen von Realität und Fiktion im ARG kann dies natürlich Folgen haben, dass der Handlungsrahmen und die Grenze der Ebenen verwischen. Meist ist das kein allgemeines Problem, jedoch für einzelne Spieler kann so die Spielwelt zur Teilrealität werden, die den spielerischen Charakter vergessen lässt.

Ein weiteres Kennzeichen des Spiels ist nach Huizinga auch die Abgeschlossenheit und Begrenztheit. Es hat einen Anfang, eine Mitte und ein Ende.<sup>133</sup> ARGs jedoch, können durch die Sogkraft, die sie entwickeln, diese Grenze überschreiten. Jane McGonigal führt in ihrem Text ein Beispiel über die Fernsehserie „Push, Nevada“ an, für die ebenfalls ein ARG zur Serie entwickelt wurde. Die Spieler übernahmen, nach einem für sie unbefriedigendem offiziellen Ende, selbstständig das Spiel, spielten weiter und fanden Hinweise, wo eigentlich keine waren.<sup>134</sup> Dieses Beispiel zeigt deutlich, dass die Grenzen zwischen Realität und Fiktion innerhalb einer transmedialen Narration sichtlich verschwimmen können. Auch an einem anderen Punkt setzt das ARG an einem von Huizinga formulierten Punkt an:

„Es schafft Ordnung, ja es ist Ordnung. In die unvollkommene Welt und in das verworrene Leben bringt es eine zeitweilige, begrenzte Vollkommenheit.“<sup>135</sup>

Durch die Verwebung zwischen fiktionalen und realen Ebenen wirkt auch hier der menschliche Drang Ordnung und Struktur zu schaffen.<sup>136</sup> Da dies ein instinktives menschliches Grundbedürfnis ist, neigt der Spieler dazu in das anfangs unstrukturiert erscheinende Spiel, in diesem Fall die Narration, Form zu bringen, indem er selbstständig und selbstständig nach Vollkommenheit strebt und dies durch Eigenarbeit auch leisten kann.

Als einen der wichtigsten Punkte, auch in Bezug auf den zu untersuchenden Aspekt dieser Arbeit, ist die Tatsache, dass das Spiel gemeinschaftsbildend ist. Es gründet und bestärkt eine Gruppe, die dann als geschlossene Gruppe auftritt und sich unter den Mitgliedern auch eine Zugehörigkeit herausbildet, besonders bei ARGs, die wie oben beschrieben, eine eindeutige Anforderung besitzen, Gruppendynamik zu brauchen und nur durch diese funktionieren. Diese Gruppendynamik und Gruppenzusammensetzung muss heutzutage nicht mehr nur durch eine Face-to-Face Situation entstehen. Kollaborative Möglichkeiten des Webs schaffen für User/Spieler die Möglichkeit digital in Kontakt zu treten.

Die Besonderheit, die das ARG im speziellen Falle mitbringt ist, dass es keinen spielerischen Rahmen einnimmt, der, wie Huizinga es beschreibt, einem Wettkampf zwischen Spielern gleicht. Zwar ist ein Wettkampf vorhanden, aber nicht als Spieler gegen Spieler,

---

133 Vgl. Huizinga: S. 18.

134 Vgl. McGonigal: S. 6.

135 Huizinga: S. 19.

136 Ich beziehe mich hier auf die Maslowsche Bedürfnispyramide Stufe 2, der Drang nach Stabilität, Ordnung und Struktur.

sondern vielmehr die Spieler, als eine Einheit, gegen einen externen Unbekannten, der neutralisiert oder gefunden werden muss. Hier kommt nun die kollektive Intelligenz zum Tragen, die in Zusammenarbeit mehr leisten kann, als der Einzelne. Ein Mitglied der Spielgemeinschaft „Cloudmakers“, die sich für das ARG „The Beast“ zusammenschlossen, schrieb auf dem Blog der Gruppe über die Erfahrung über eine kollektive Intelligenz:

„Cloudmakers are organic, yet using their brains in a gigantic parallel-processing venture, like SETI@home on a wetware“<sup>137</sup>

In den Spieltheorien wird das Spiel oft als außerhalb des eigentlichen Lebens kategorisiert. Im Falle der „Cloudmakers“ wurden die Ebenen zwischen Realität und Fiktion jedoch überschritten. Laut McGonigal<sup>138</sup> schlossen sich die Spieler, nach der für die Spieler beeindruckenden kollektiven Erfahrung des Problemlösens, nach den Anschlägen des 11.09.2001 auf das World Trade Center erneut zusammen, um dieses reale Verbrechen zu lösen. Die Tatsache jedoch, dass die Spieler bei „The Beast“ ein geskriptetes Spiel gelöst haben, wurde dabei vollkommen ignoriert. Die Euphorie, die durch das Erleben eines kollektiven Bewusstseins geschaffen wurde und für Spieler eine immense Sogkraft bedeutete, wurde offensichtlich überschätzt. Der Glaube, dass sich die Regeln Narration auch auf das wirkliche Leben übertragen lassen, war ein Trugschluss. Wo bei einer Geschichte Elemente so angeordnet sind, dass sie einen linearen Geschichtsverlauf garantieren, wenn dies auch bei ARGs nicht zwangsläufig den Anschein ergibt, so sind im wahren Leben keine Hinweise versteckt, die nur darauf warten von einem Kollektiv an Spielern entdeckt zu werden. Meist sind ARGs als virale Marketing Kampagnen angelegt, die ein Produkt, Spiel oder Film bewerben sollen. Wie beispielsweise die Kampagne „ilovebees.com“, die genutzt wurde als virale Marketing Kampagne für das Videospiel „Halo2“ oder die Kampagne für Christopher Nolans „Batman: The Dark Knight“, an der bis zu 10 Millionen Spieler beteiligt war. Ich beschränke mich für eine ausführliche Analyse im Folgenden aber auf Projekte, die nicht einen Marketingcharakter besitzen, sondern innerhalb eines Filmprojektes zu Tragen kommen. Damit meine ich, die Nutzung eines ARGs um eine Geschichte, die direkt mit einem Film zusammenhängt und dadurch erst dessen Narration vervollständigt. Nur der vernetzte User kann mit und durch seine Teilnahme zu einem unverzichtbaren Bestandteil der Produktion werden.

Ich möchte im Folgenden einen transmedialen Film untersuchen. Dieses Beispiel wurde ausgewählt, da es darauf abzielt durch das Internet die User in die Geschichte zu integrieren und ihnen dadurch einen Mehrwert des intensiveren Erlebens verspricht. Darüber hinaus sind Teile des Projektes darauf ausgelegt nur durch eine aktive und sich betätigende Community, die gegenseitig Informationen austauscht und Wissen konstruiert, sammelt und katalogisiert, zu funktionieren.

---

137 McGonigal: S. 8.

138 Ebenda.: S. 1.

## 8.5 Transmedia im Film - „Wer rettet Dina Foxx?“

„Wer rettet Dina Foxx?“ ist ein transmediales Filmprojekt des Senders ZDF/kleines Fernsehspiel und des Ufa Labs. Der Film wird als „Internetkrimi“, „Intertainment“<sup>139</sup> oder „Participation Drama“<sup>140</sup> bezeichnet und wurde 2011 ausgestrahlt. In den Medien wurde es als größtes Alternate Reality Game angeführt, das je in Deutschland gespielt wurde.

„Wer rettet Dina Foxx?“ beschäftigt sich mit dem Thema der Datensicherheit im Internet. Dazu wurde eine Kooperation mit der Internetseite freidaten.org eingegangen, die als Hauptplattform für das ARG diente. Diese Seite existierte schon länger im Internet, ist als Blog aufgebaut und informiert aktuell über verschiedene Diskussionen rund um das Thema des Datenschutzes, digitale Privatsphäre und Vorratsdatenspeicherung.

Ein wichtiger Faktor für ein gelungenes transmediales Projekt ist die Beteiligung des Zuschauers am Entstehungsprozess. Laut der Frankfurter Zeitung<sup>141</sup> hatte „Wer rettet Dina Foxx?“ insgesamt 670.000 Zuschauer im Fernsehen. Es wechselten jedoch nur knapp tausend davon ins Netz, um bei dem Krimi der Netzaktivistin Dina Foxx zu helfen und den Fall zu lösen. Das heißt weniger als 99,8% waren bereit ein neues Medium zur Komplettierung des Filmerlebnisses zu nutzen. Anhand der Zahlen lässt sich deutlich ablesen, dass es vielen Zuschauern schwer gefallen ist, das Medium zu wechseln.

## 8.6 Projektphasen und Mediennutzungsverhalten

Die Sendung wurde in 3 Teile unterteilt, die Pre-TV-Phase, die TV-Ausstrahlung und die Post-TV-Phase. In der Pre-TV-Phase wurden schon 3 Wochen vor der TV-Ausstrahlung verschiedene Hinweise und Informationen über die Figuren und die Handlung des Films im Netz gestreut. Es wurden auf Facebook, Xing und anderen Social-Media Plattformen Profile zu den Charakteren erschaffen. Auch wurden in kurzen Videos die Charaktere vorgestellt und die Handlung grob umrissen. Diese Videos waren zwar fiktional, aber so gestaltet, dass sie einen authentischen Eindruck vermittelten. Diese Aktionen wurden von der Redakteurin des Projektes, Milena Bonse, als „Webrauschen“ bezeichnet.<sup>142</sup> Auch wurde die Hauptseite des Projektes „freidaten.org“ etabliert und mit Inhalten gefüllt.

Die zweite Phase des Projektes war die TV-Ausstrahlung mit einem 50-Minütigen Fernsehfilm. Dieser bricht jedoch an einer entscheidenden Stelle ab und wird von diesem Zeitpunkt an im Internet als Alternate Reality Game weitergeführt. Die dritte Phase des

---

139 Neologismus aus den Worten Interaktivität und Entertainment.

140 Homepage der Produktionsfirma Teamworx/ Facts: <http://www.teamworx.de/en/productions/production/movies/production/show/wer-rettet-dina-foxx.html>. Stand: 12.08.2012.

141 Daniel Grinstead: Fernsehen der Zukunft. Hinterm Bildschirm geht's weiter. Frankfurter Zeitung Feuilleton. Ausgabe vom 03.07.2011. Quelle: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/fernsehen-der-zukunft-hinterm-bildschirm-geht-s-weiter-1621.html>. Stand: 26.07.2012.

142 Vgl. Vortrag von Milena Bonse im Rahmen des Media Forums an der Universität Mainz mit dem Thema: Kollaboratives Erzählen und Transmedia Storytelling. Quelle: [http://www.youtube.com/watch?v=JeytMcrj2GY&list=UU-LghVwERPK\\_sWrPFyH16pQ&index=4&feature=plcp](http://www.youtube.com/watch?v=JeytMcrj2GY&list=UU-LghVwERPK_sWrPFyH16pQ&index=4&feature=plcp). Stand: 10.08.2012.



Projektes, die Post-TV-Phase, war als Spiel beziehungsweise ARG angelegt, mit einer Vielzahl von Rätseln und Hinweisen, welchen die Internet-Community nachgehen musste, um die Unschuld von Dina Foxx zu beweisen. Diese Post-TV-Phase mit dem interaktiven Spiel wurde auf einen Zeitraum von drei Wochen angelegt. Von einigen Zuschauern wurde diese lange Laufzeit als Hürde empfunden.<sup>143</sup>

Auch bei der Mediennutzung des Dina Foxx Projekts ist grundsätzlich zwischen zwei Mediennutzungsarten zu unterscheiden. Einerseits kann das Spiel, in eine Art „lean back“ und „lean forward“ Modus unterteilt werden. Der Zuschauer konnte sich entscheiden welchen Interaktionsgrad er innerhalb Geschichte und ihrer Gestaltung einnimmt. Das Spiel wurde innerhalb einer Zeitstruktur von den fiktiven Charakteren des Spiels zusammengefasst. Dabei spielte einerseits Jason, ein guter Freund Dinas, eine wichtige Rolle. Jason diente innerhalb der Spielhandlung als „Puppetmaster“<sup>144</sup>, der die schon geleisteten Fortschritte der Handlung und der Spielergemeinschaft rekapitulierte, kurz zusammenfasste und einen weiteren Ausblick auf die nächsten Ziele gab. So konnten Konsumenten in dem „lean back“ Modus passiv der Handlung folgen, ohne sich selbst aktiv am Spielgeschehen zu beteiligen. Dies hatte zur Folge, dass nicht nur ein Nischenpublikum bedient werden konnte, sondern sich somit eine öffnende Struktur gebildet hat, die mehr Zuschauer angezogen hat. In dieser Mediennutzung konnte der Handlung und dem Stand der Ermittlungen über Freidaten.org durch die eingebundene Youtube Videos gefolgt werden. Der Zuschauer wurde hierbei direkt von den Spielfiguren angesprochen und aufgefordert sich am Spielgeschehen zu beteiligen. Durch das Angebot der passiven Mediennutzung konnte ein Publikum bedient werden, dass sich vom aktiven Spieler abgrenzt und sich nach gewohntem Fernsehverhalten dem angebotenen Programm unterwirft. Nach internen Angaben<sup>145</sup> wurden in der Zeit des Post-TV-Phase so über 2 Millionen Zugriffe auf der Hauptseite Freidaten.org verzeichnet. Wohingegen die Anzahl der aktiven Spieler auf ca. 1000 Spieler bemessen werden kann.

Andererseits wurde auch ein „lean forward“ Modus angeboten, dieser wurde in zwei verschiedenen Versionen zugänglich gemacht. Es gab eine leichte Version, dass sich hauptsächlich aus einem „Point, Click and Drop“ – Spiel zusammensetzte. Hierbei wurde auf der Homepage ein Datenschutzraum, der Dina Foxx Zimmer darstellen sollte, zugänglich gemacht.

Die direkte Ansprache im „lean back“ Modus hatte aber einen weiteren psychologischen Hintergrund. Die unmittelbare Adressierung erzeugt ein Gemeinschaftsgefühl, das in der Psychologie als „parasoziale Interaktion“ verstanden wird. Ein soziales Gefüge der

---

143 Vgl. Resultstudie: Chancen und Grenzen transmedialer Formate am Beispiel von „Wer rettet Dina Foxx?“. Quelle: <http://www.result.de/wp-content/uploads/2012/03/chancen-und-grenzen-transmedialer-formateam-beispi.pdf>. Stand: 10.08.2012.

144 Koreen Olbrish: The ABC's of ARGs. Alternate Reality Games for Learning. Quelle: <http://elearnmag.acm.org/featured.cfm?aid=2019544>. 2011. Stand: 10.11.2012.

145 Telefoninterview mit Kristian Costa-Zahn, der maßgeblich als Redakteur an der Herstellung und Produktion des ZDF-Krimis beteiligt war.



„Rezipienten, die über Massenmedien zu angenommenen Partnern (z. B. Stars) oder in Wirklichkeit inexistenten, also virtuellen Akteuren (z. B. Avatar) Beziehungen aufbauen und mit diesen kommunizieren, als wären sie wirklich.“<sup>146</sup>

Die Spielfiguren vermitteln in einer Art Face-to-Face Kontakt mit dem Spieler eine vermeintlich wirklichkeitsgetreue Kommunikation. Der Zuschauer wird unmittelbar angesprochen. So spricht Jason beispielsweise nur immer direkt in die Kamera mit dem Zuschauer als Adressaten. Der Zuschauer geht im besten Fall auf das Angebot der Medienperson ein und begibt sich in eine andere Form der Kommunikation, eine Aktivere, in der er direkt und aktiv am Geschehen und den Angeboten der fiktiven Person teilhat. Er wird so von einem „lean back“-Konsument zu einem „lean forward“-Konsument. Hier zeichnet sich der Versuch ab, die reale und die fiktive Welt miteinander zu verschmelzen. Die Spielhandlung soll Teilrealität werden. Für die Verschmelzung der beiden Ebenen wurde beispielsweise auch am Anfang des Spiels ein vermeintlicher Hackerangriff inszeniert, der von unterschiedlichen Medien als real aufgenommen wurde.<sup>147</sup> Bei diesem fingierten Angriff wurden alle Daten, sowie die Backups gelöscht. Die User mussten sich erneut registrieren und die Ermittlungen neu starten.

## 8.7 Gameplay

Bei „Wer rettet Dina Foxx?“ nimmt der Spieler keine fiktive Rolle an, sondern verbleibt in seinem eigenen Charakter. Bei „See It Like a Spy“<sup>148</sup> hingegen, wird der Spieler mit einer Spielfigur des Narrativen Universums identifiziert und muss mehrere unabhängig voneinander gestellte Aufgaben lösen. In beiden Fällen befindet sich der Spieler in einem virtuellen Raum, der erkundet und durch den navigiert werden muss. Bei Dina Foxx ist der Raum eine 360° - Ansicht, die nach belieben erkundet werden kann. „See It Like a Spy“ hingegen bietet dem Spieler nur eine Perspektive auf eine graphisch gestaltete Werkbank auf diese Gegenstände, die um diese Werkbank herum gruppiert sind, gestellt werden müssen. Der Spieler hat nun bei „See It Like a Spy“ bei jedem Spiel vier verschiedene Möglichkeiten Gegenstände miteinander zu kombinieren, um die Lösung zu finden. Das Spiel und die Aufgaben haben in sich keinen narrativen Bezug zur eigentlichen Fernsehserie, da sie auf der diegetischen Ebene die Handlung der laufenden Serie nicht vorantreiben oder in irgendeiner Weise die Storyworld erweitern. Der Dina Foxx Datenschutzraum hingegen ist unmittelbar mit der Handlung und dem Fortlauf des Spiels verbunden. Je nach Fortschritt innerhalb des Spiels werden im Datenschutzraum neue Level freigeschaltet, die wiederum neue Gegenstände und Möglichkeiten liefern, um Rätsel zu lösen, Hinweise zu entdecken und somit die Narration entscheidend voranzutreiben. Das Spiel

<sup>146</sup> Wikipedia: [http://de.wikipedia.org/wiki/Parasoziale\\_Interaktion](http://de.wikipedia.org/wiki/Parasoziale_Interaktion). Stand: 24.11.2012.

<sup>147</sup> Vgl. Alexander Krei: „Wer rettet Dina Foxx?“ entwickelt sich zum Flop. DWDL.de 24.04.2011. Quelle: [http://www.dwdl.de/nachrichten/31027/wer\\_rettet\\_dina\\_foxx\\_entwickelt\\_sich\\_zum\\_flop/](http://www.dwdl.de/nachrichten/31027/wer_rettet_dina_foxx_entwickelt_sich_zum_flop/). Stand: 01.11.2012.

<sup>148</sup> Transmediales „Point & Click“ Spiel der Fernsehserie „Burn Notice“: <http://www.usanetwork.com/series/burnnotice/games/seeitlikeaspy/>.

beginnt im virtuellen Raum Dinas Zimmer, der unterschiedliche Möglichkeiten bietet, verschiedene Gegenstände zu betrachten. Vor Spielbeginn können dort Informationen zu Gegenständen gesammelt und ihre Verbindung zum Datenschutz hergestellt werden. Beim Klicken auf ein Objekt öffnet sich ein Fenster und beschreibt in einem kurzen Text wie persönliche Daten in diesem Objekt gespeichert oder durch dieses abgerufen werden können. Ab dem ersten Level jedoch tauchen zu bestimmten Zeitpunkten neue Objekte auf und lassen sich mit schon vorhandenen kombinieren. Je nach Spielfortschritt, auch in Bezug auf den Fortschritt des ARGs tauchen in diesem leichten Spielstrang neue Hinweise und Gegenstände auf, die weitere Lösungen für das Spiel liefern. Das bedeutet, dass der leichte Spielstrang an den zeitlichen Rahmen des anderen Schwierigkeitsgrades gebunden ist. So wird der Spieler, falls sein Interesse geweckt wurde, für eine bestimmte Dauer an das Projekt gefesselt.

Dieser leichte Spielstrang kann ohne jegliche Kollaboration und soziale Partizipation mit anderen Teilnehmer gelöst werden. Der zeitliche Aufwand, den ein Spieler leisten muss, ist im Vergleich mit dem ARG als gering anzusehen. Der Grad des „User Engagement“ ist hier im Vergleich zum „lean back“ Modus der Videoszusammenfassungen höher anzusiedeln und befindet sich nach Prattens Tabelle der „Stages of Engagement“<sup>149</sup> auf der zweiten Stufe „Experience“. Der Konsument ist über den reinen Konsum eines Inhaltes hinweg und beginnt sich tiefer mit dem transmedialen Projekt zu beschäftigen, indem der Spieler Zeit und kognitive Arbeit für seine Unterhaltung investiert.

Der schwere Spielstrang, der dem Spieler zur Verfügung steht ist das ARG. Bei diesem wird mehr Eigeninitiative und Engagement verlangt. Nach Pratten ist dies der höchste Grad an „User Engagement“. Diese Stufe der „Exploration“ schließt einerseits die „Advocacy“<sup>150</sup> und andererseits die „Contribution“<sup>151</sup> mit ein. Dies bedeutet bei der „Advocacy“ eine partizipatorische Beteiligung, die über individuelles Engagement hinausgeht indem sie Andere ermutigt teilzunehmen, sowie „Contribution“ als höchsten Ebene des „User Engagements“, das heißt, die aktive Einbringung von Beiträgen, Teilnahme an Events, Kollaboration mit anderen Teilnehmern, ein direktes Bekenntnis zum Projekt und die Erstellung eigener Dokumente. So geschah dies bei Dina Foxx durch die Erstellung eines GoogleDoc<sup>152</sup> Dokuments, in dem alle Fortschritte der Ermittlung, neue Rätsel, Spielcharaktere und ihre Verbindungen von den Spielern zusammengetragen wurden. Die Spieler brachten so selbst Struktur in den Spielverlauf. Mit den Worten Deb Lavoy: „its not the wisdom of crowds, its the aggregated wisdom of individuals.“<sup>153</sup>

---

149 Robert Pratten, Audience Engagement & Content Strategy for Transmedia Storytellers, 2010. Quelle: <http://transmediatic.tumblr.com/post/25364499053>. Stand: 24.09.2012.

150 Robert Pratten: Getting Started in Transmedia Storytelling. S. 23.

151 Ebenda.

152 GoogleDoc zu Dina Foxx. Quelle: <https://docs.google.com/spreadsheets/ccc?key=0AtDq38m43tqUdFNjUXczMkZCZ09PakJObF92S3FvMEE&hl=de#gid=1>. Stand: 30.10.2012.

153 Deb Lavoy: <http://productfour.wordpress.com/2010/03/20/its-not-the-same-thing-the-3-types-of-collaboration/>. Stand: 08.01.2013

Neben selbst erstellten Dokumenten wurden aber auch „Social Media“-Plattformen wie Xing, Facebook und Myspace genutzt um Hinweise zu platzieren oder Charakteren Hintergrundgeschichten zu geben. Ohne Kontext des Spiels wirken diese Seiten wie reale Profile. Ebenso wurden eigens für das Spiel Internetseiten für verschiedene Unternehmen programmiert, die beinahe 2 Jahre nach Ablauf des Spiels noch aufrufbar sind. Auch diese Seiten haben, bis auf den ZDF-Verweis im Impressum, den Anschein Webseiten realer Institutionen oder Firmen zu sein. Auch bei den produzierten Videos wurde versucht möglichst den Anschein von Realität zu bewahren. Die Videos wurden absichtlich mit einem billigen beziehungsweise realistischen Erscheinungsbild produziert. Dazu gehörten Handyvideos, Überwachungskameras, Webcams und kleine Camcorder. Diese vermittelten ein Gefühl der Authentizität, da nicht zwischen verschiedenen Einstellungen gesprungen wird. Oft wurde nur aus einer Perspektive aufgenommen oder die Figuren filmen sich selbst mit einer Handkamera. Bei „Wer rettet Dina Foxx?“ wurde zur keiner Zeit bestritten, dass es sich um ein Spiel handelt. Die Internetseiten hatten einen direkten Bezug zum Sender im Impressum. Anders, als beispielsweise „The Beast“, wurde keine Distanz zum Sender bewahrt, sondern stets der spielerische Charakter hervorgehoben.

Wie schon im vorherigen Kapitel beschrieben muss für ein geglücktes ARG das Publikum die Möglichkeit haben sich am Projekt zu beteiligen und die Geschichte in irgendeiner Form zu erleben. Dieses Erleben setzt eine aktive Teilnahme des Zuschauers voraus um eine Art der Verbundenheit mit der Geschichte zu erreichen.

Wie im Kapitel über Eingliederung von Spielern beschrieben, versuchen die ARGs eine Mischung aus Realität und Spiel zu erzeugen, um den Teilnehmer tiefer in die diegetische Welt zu locken. Der Reiz, den ARGs auf den Zuschauer ausüben liegt darin begründet, dass im Zuschauer das Gefühl gebildet wird selbst etwas zu der Geschichte beitragen zu können. Dabei werden auf die Wünsche der Konsumenten eingegangen und diese bedient. Das Übergreifen der Medien funktioniert aber nur wenn im Zuschauer nicht das Gefühl erzeugt wird zu etwas gezwungen zu werden. Der Wechsel muss stets freiwillig erfolgen, indem ein gewisses Maß an Interesse erzeugt wird.<sup>154</sup>

Zusammenfassend lässt sich über das Projekt sagen, dass die User einen entscheidenden Anteil an der Ausführung und dem Erfolg beitragen. Ohne die selbstständige Erweiterung der Erzählwelt könnte ein transmediales Projekt dieser Größenklasse nicht funktionieren. Es entsteht bei den Teilnehmer eine Ungewissheit über einen längeren Zeitraum, die jedoch durch aktive Handlung und Beteiligung aufgelöst werden kann. Filme mit Spielen zu verbinden und diese zeitgleich ablaufen zu lassen wurden durch das Internet und die Möglichkeit dabei verschiedene Medienformen zu bedienen, zur Realität. Dadurch entsteht für mein Dafürhalten ein Mehrwert durch die Erweiterung der Möglichkeiten Filmwelten erfahrbar und intensiver zu machen.

---

<sup>154</sup> Vgl. Resultstudie. S. 7.

## 9. Filmformen der Gemeinschaftsarbeit

Bevor die einzelnen Projekte näher untersucht werden, muss noch kurz ein Verfahren vorgestellt werden, das die Möglichkeit bietet, mehrere Visionen und Geschichten miteinander zu kombinieren um einen einzigen Film zu machen.

Eine Möglichkeit der Zusammenarbeit in der Filmherstellung mit mehreren Regisseuren ist die Struktur eines Episodenfilms. Dabei muss jedoch zusätzlich unterschieden werden zwischen den Begriffen des „Episodenfilms“ und des „episodischen Erzählens“.<sup>155</sup> Oft wird der Begriff des Episodenfilms als Genrebezeichnung verwendet und hat neben anderen Bezeichnungen wie Drama oder Komödie denselben Stellenwert. Laut dem Filmwissenschaftler Karsten Treber ist der Episodenfilm mit einem „mehrteiligen Altarbild vergleichbar, dessen getrennte Segmente ohne weiteres auch für sich alleine stehen können.“<sup>156</sup> Treber führt dies weiter aus in dem er schreibt:

„Der Episodenfilm besteht aus zeitlich und räumlich in sich abgeschlossenen narrativen Segmenten, die auf der Handlungsebene keinen gegenseitigen Einfluss aufeinander nehmen können. Dies bedeutet, dass Ereignisse und Charaktere einer Episode nicht auf den Gang der Dinge einer anderen Episode einwirken können. Es handelt sich um voneinander getrennte diegetische Räume und Kausalketten, welche sich an keiner Stelle überschneiden.“<sup>157</sup>

Für die Kooperation zur Erstellung eines Films mit unterschiedlichen Regisseuren eignet sich bis jetzt eine Struktur des Episodenfilms. Hierbei können dramaturgische Erzählweisen, Ästhetik und die Erzählten Geschichten stark divergieren. Ein Beispiel dafür wäre hier der Episodenfilm *Paris, je t'aime*<sup>158</sup>, der insgesamt von 22 Regisseuren realisiert wurde.

Wohingegen episodisches Erzählen mehr mit einem kaleidoskopartigen Mosaik verglichen werden kann. Die einzelnen Teile können ohne die Verbindung zu den anderen nicht für sich alleine stehen.<sup>159</sup> Die einzelnen Teile der verschiedenen Geschichten überlagern sich und geben den aufeinander folgenden Szenen erst ihre dramatische Struktur. Weiterhin beschreibt Treber die dramaturgische Struktur des episodischen Erzählens im Film als: „ein kurzes Treffen und Konvergieren von zuvor voneinander getrennten Kausalketten.“<sup>160</sup>

Doch können auch verschiedene Mischformen existieren und sich nicht mit der strikten Definition Trebers decken, der eine Überschneidung im Episodenfilm ausschließt. Denn

---

<sup>155</sup> Michael Lommel: Überlegungen zur Aktualität des Episodenfilms. In: Ralf Schnell, Georg Stanitzek (Hrsg.): *Ephemeres. Mediale Innovationen 1900/2000*. transcript Verlag, Bielefeld 2005. S. 123-137.

<sup>156</sup> Karsten Treber: *Auf Abwegen: episodisches Erzählen im Film*. Verlag Remscheid : Gardez!. Mainz 2005. S.19.

<sup>157</sup> Ebenda.: S. 17.

<sup>158</sup> Siehe dazu: <http://www.imdb.com/title/tt0401711/>.

<sup>159</sup> Vgl. Treber: S. 19.

<sup>160</sup> Ebenda.: S. 38.

anders als Treber argumentiert Lommel, dass die kleinste Einheit des Episodenfilms:

„aus zwei relativ unabhängig entwickelten Geschichten [besteht], die aber – manchmal auf geheimnisvolle Weise – korrespondieren können.<sup>161</sup>

Die Erzählformen können im Episodenfilm laut Lommel<sup>162</sup> in zwei verschiedenen Weisen unterschieden werden, einerseits die Reihung, das heißt, die Aneinanderreihung der einzelnen Geschichten, die sich gegenseitig nicht in der Handlung unterbrechen und andererseits die Verschachtelung, bei der die Geschichten in sich fragmentiert werden. Auch können hier verschiedene Mischformen existieren.

Ein Merkmal des Episodenfilms ist unter anderem die Multiperspektivität<sup>163</sup>, die der Erzählung erlaubt verschiedene Blickwinkel und Perspektivenwechsel auf das selbe Ereignis zu werfen. Die Struktur der Multiperspektivität wird beispielsweise im Kapitel 11 beschriebenen Filmprojekt DYSTOPIA verwendet.

Beim Episodenfilm können, wie zuvor schon bemerkt, einzelne Regisseure kreativ zusammenarbeiten, ohne jedoch dabei ihren eigenen persönlichen Stil zu vernachlässigen. Erzählweisen, dramaturgische Strukturen und Stil können sich unabhängig von anderen Episoden frei entwickeln und unabhängig in Bezug auf das Gesamtkunstwerk stehen. So fällt beispielsweise die Episode „Quartier de la Madeleine“ aus *Paris, je t'aime* stilistisch aus dem Rahmen heraus, da er einerseits Schwarzweiß gedreht wurde und andererseits sich stark im Fantasy-Genre bewegt. Die Möglichkeiten aus verschiedenen Geschichten ein ganzes zu schweißen sind unbeschränkt und im Grunde genommen nicht fixierbar. Es können nur Tendenzen festgehalten werden und selbst diese sind für die unterschiedlichen Projekte verschieden.

Michael Lommel schreibt in seinem Artikel über den Episodenfilm, dass er Globalisierungstendenzen, Informationszirkulation und Netzwerkgesellschaft reflektiert. Die dazugehörige Leitmetapher der globalisierten Welt ist das Netz, verstanden als World Wide Web. Damit ist das Grundmotiv der Vernetzung auch inhärent in der Idee des Episodenfilms.<sup>164</sup>

Im Falle von BATESIAN und DYSTOPIA trifft die Aussage Lommels zu, da sich dies nicht nur in der inhaltlich dramaturgischen Struktur widerspiegelt, sondern auch im Produktionsverfahren. Beide Projekte werden mit und durch das World Wide Web geschaffen, das heißt mit und durch eine Netzwerkgesellschaft. Ebenso weisen beide einen episodenhaften Charakter auf. Das BATESIAN Projekt besteht aus 5 Geschichten, die inhaltlich ineinandergreifen. DYSTOPIA hingegen aus einem Handlungsstrang, der aus 2 verschiede-

---

<sup>161</sup> Lommel: S. 129.

<sup>162</sup> Ebenda. S. 130.

<sup>163</sup> Ebenda.: S.133.

<sup>164</sup> Vgl. Lommel: S. 125.

nen Perspektiven erzählt wird. Im Folgenden werden die beiden Projekte vorgestellt und die dramaturgische Struktur der Kombination der Handlungsstränge beschrieben und wie diese durch die Beteiligung einer Community geschieht oder geplant wird.

## 10. BATESIAN

### 10.1 Die Ursprünge des Projekts - Kino00 & Kino-Kabaret.

Die folgende Beschreibung des „Kino-Movements“ dient als Erklärung für das Verständnis der zugrundeliegenden Motivation ein partizipatives Filmprojekt zu gestalten. Ich gehe dabei von der Struktur und der Arbeitsweise aus, die diese Bewegung charakterisiert und welche Voraussetzungen dabei eine wichtige Rolle spielen.

Initiiert wurde das österreichische Filmprojekt „BATESIAN“ durch den Verein kino5 e.V. Der Verein besteht aus einer ständig wachsenden Gruppe freier Filmemacher und hat ihren Ursprung in Wien. Seit 2005 existiert kino5 und ist aus der internationalen „Kino“ Bewegung entstanden. Diese Bewegung hat ihren Ursprung im kanadischen Montreal. Eine Gruppe Filmemacher unter der Leitung von Christian Laurence setzte sich im Januar 1999 die Aufgabe bis zum Jahr 2000 pro Monat einen Kurzfilm zu produzieren und diesen in monatlichen Vorführungen einem interessierten Publikum zu zeigen. Im Jahr 2001 wurden zusätzlich zu der monatlichen Vorführung ein neues Konzept zur Produktion von Filmen entwickelt und zwar in Form eines Kino-Kabarets.<sup>165</sup> Kanadas ältestes Filmfestival „Festival du Nouveau Cinema“<sup>166</sup> diente als Rahmen um dieses neue Konzept zu realisieren. Passend zum 30. Geburtstag des Festivals wurde erstmals die alternative Arbeitsweise der Kurzfilmherstellung ermöglicht.

Die Idee des Kino-Kabarets beschränkte sich aber nicht nur auf dieses singuläre Ereignis, sondern wurde von den Teilnehmern in die Welt getragen und hat dazu geführt, dass sich „Kino Zellen“ auf der ganzen Welt gebildet haben. Bis zum heutigen Tag werden Veranstaltungen dieser Art international organisiert und durchgeführt. Alleine in Europa gibt es inzwischen 25 Großstädten Kino Zellen mit tausenden von Mitgliedern. Sogar Afrika wurde durch die Kino-Bewegung erobert und veranstaltet in Reunion, Mauritius, Benin und Burkina Faso jährliche Events der Kurzfilmproduktion.

Das Kino-Movement dient als Vernetzungspunkt zwischen professionellen Filmemachern, Amateuren und Filmliebhabern. Das Kino-Kabaret dient als Plattform für eine internationale Gemeinschaft freier Filmmacher, die sich einer kollaborativen / partizipativen / kooperativen Arbeitsweise verschrieben haben. Eine genaue Definition zu treffen ist schwierig, da sich diese Bewegung als ein kreatives Labor für Filmideen und zur Förderung eines gemeinschaftlichen Prinzips versteht. Ein wichtiger Punkt ist die Ermöglichung neuer Versuchsanordnungen wie Filme gemacht werden, dabei wird mit unterschiedlichen Herangehensweise gespielt und experimentiert. Feste und klare Strukturen gibt es nicht. Es ist die Mission, Filmschaffende zusammenzuführen, deren Einstellung nicht darauf beruht Filme nur mit Hilfe eines Budgets zu realisieren, sondern vielmehr Filmkunst auch

---

<sup>165</sup> Vgl. <http://www.kino00.com/english/history/>. Stand: 06.02.2012

<sup>166</sup> <http://www.nouveaucinema.ca>. Stand: 03.02.2013.



ohne, beziehungsweise wenig Produktionsbudget zu ermöglichen. Dies bietet die Möglichkeit, spielerisch mit Kunst umzugehen, ohne dabei finanzielle Folgen bei einem Misserfolg zu befürchten.

Folgende Grundsätze werden im Kino-Movement als Leitmotiv festgehalten<sup>167</sup>:

1. Believe in a cinema that is daring, original, and unsubmissive.
2. Believe in a mode of production that is free from the tyranny of consensus; one that focuses on the process of the artist but also places importance on pooling resources and sharing knowledge.
3. Believe that this production method allows for the creation of original works that would not otherwise exist.
4. Believe in the plurality of genres, of formats, and of artistic processes, from the most arduous to the most easygoing.
5. Believe that a short film is a spontaneous art form that should not seek to reproduce production methods of traditional full-length film.
6. Believe in an alternative network of distribution that mitigates the deficiency and the indifference of larger distribution channels. (Cinema owners, broadcasters, distributors.)
7. Believe that cinema belongs to everyone. That all films have the right to exist and to be seen. And only the public can judge their value.
8. Believe that it is our duty to aim for and to encourage excellence. As first audience of the works of our peers, we take on the task of judging them rigorously, with neither complacency nor condescension. And therefore pushing each artist further in his/her creative process.
9. Believe in a context of distribution that favors a direct relationship between the public and the creators; a context that is welcoming, friendly and affordable.
10. We are humbled and inspired by the enthusiasm of our pioneers who further pushed the boundaries of québécois cinema, all the while having a really good time.

Auch Menschen, die zuvor nie an einer Filmproduktion beteiligt waren, erhalten die Möglichkeit ihre Ideen selbst umzusetzen. Gegenseitige Hilfe und der Anspruch des gegenseitigen voneinander Lernens ist eine der Voraussetzungen unter denen die Veranstaltungen abgehalten werden. Zusätzlich zum pädagogischen Anspruch, den das Festival an die Teilnehmer hat, ist die zeitliche Begrenztheit der Produktionen. Filme werden innerhalb einer bestimmten Zeit produziert, bearbeitet und anschließend gezeigt. Dabei haben die verschiedenen Produktionsteams, je nach Veranstaltung, zwischen 24 und 60 Stunden Zeit einen fertigen Film herzustellen.

---

<sup>167</sup> <http://www.planetekino.com/index.php?s=kino&ss=reglements>. Stand: 05.02.2012.

Seit 2005 findet jedes Jahr ein Kino-Kabaret mit dem Namen „Kino Dynamique“ in Wien statt. 2010 waren ca. 170 Teilnehmer aus 24 Ländern im Kino Labor im „Raum für neue Arbeit“ im 14. Wiener Gemeindebezirk auf dem Gelände des Fernsehsenders Okto zu Gast. Die Teilnehmer konnten sich im Vorfeld für das „KinoDynamique“ in ihrem gewünschten Tätigkeitsbereich anmelden. Dabei hatten 40 Regisseure die Möglichkeit ihre Ideen mit Hilfe der anderen Teilnehmer zu verwirklichen. Jegliche Bereiche, die für die erfolgreiche Herstellung eines Film von Nöten sind, wurden durch die Teilnehmer abgedeckt. Vom Musiker, Beleuchter, Schauspieler bis hin zu Spezialisten für Kamera und Schnitt waren alle Sparten vertreten. Mit dem Produktionstreffen am ersten Tag begann die Uhr zu ticken. Nach Vorstellung des Organisationsteams und der Verfahrensweise des Kabarets fand eine allgemeine Vorstellung der einzelnen Teilnehmer statt. Dadurch erhielten alle die Möglichkeit sich gegenseitig kennen zu lernen und bereits mögliche Kandidaten für Projekte zu sondieren.

Die Teilnehmer hatten im folgenden drei mal 60 Stunden Zeit für die Fertigstellung ihrer Filme. Wichtiges Prinzip der Veranstaltung ist ein nicht kompetitives System, Filme werden nicht im Vergleich zu Anderen hergestellt. Die Ausführung und Produktion eines Films untersteht nur dem kreativen Willen und Austausch der Beteiligten. Würde der Wettbewerb zwischen den Teilnehmer und den Filmen in den Vordergrund treten, hätte es einen Konkurrenzgedanken zur Folge, der das beabsichtigte gemeinschaftliche Arbeiten unterminiert. Teilnehmer würden beispielsweise aus den falschen Gründen miteinander Arbeiten um vielleicht das bestmögliche Ergebnis zu erzielen, aber jedoch das experimentelle und vor allem bildungserzieherische Prinzip außer Acht zu lassen. Grundsatz ist die wettbewerbsfreie und konkurrenzlose Herstellung eines künstlerischen Werkes, welches an und für sich Rechtfertigung besitzt. Der Wert dieses Werkes hängt, wie in den Leitmotiven beschrieben, vom Zuspruch des Publikums ab. Jedoch ist auch hier das Publikum vom eigentlichen Prozess der Herstellung ausgeschlossen, zumal es nur eine begrenzte Möglichkeit gibt, innerhalb dieses Prozesses teilzuhaben, da bestimmte Positionen während der Herstellung nur einfach besetzt sind.

Auch die Möglichkeit verschiedener Distributionswege ist durch das Kino-Kabaret gegeben. Zum einen sind die einzelnen Zellen dazu verpflichtet monatliche Vorführungen von Kurzfilmen zu veranstalten, bei denen Werke freier Filmschaffender gezeigt werden. Diese Filmschaffenden müssen nicht zwangsläufig Mitglieder einer Kinozelle sein. Somit bietet das Kino-Movement einen offenen Distributionsweg und eine Plattform für Filmkunst. Der Regisseur muss während und nach dem Screening anwesend sein, falls es sich um einen nationalen Beitrag handelt, um in direkten Kontakt mit dem Publikum zu treten. Wichtig ist hier der direkte Austausch mit dem Publikum.

Ebenso verpflichtet sich eine Kino-Zelle eine jährliche Kompilation der besten Filme des vorangegangenen Jahres zu erstellen, die durch das Netzwerk des Kino-Movements vertrieben wird. Im Falle der Kino-Zelle in Wien, „KinoDynamique“, wurde zusätzlich auf

Youtube und Vimeo ein eigens dafür vorgesehener Kanal kreiert, der die gesammelten Werke eines Kino-Kabarets online zur Verfügung stellt. Der freie Fernsehsender Okto bietet zusätzlich die Möglichkeit an, die besten Filme eines „Screenings“ in einer thematisch bezogenen Sendung einem interessierten Fernsehpublikum zu präsentieren. Dabei wird nicht nur der Film gezeigt, sondern auch die Plattform geboten, sich kritisch mit den eigenen Werken auseinander zu setzen.

Die Finanzierung obliegt den einzelnen Kino-Zellen selbst. Finanziert werden sie einerseits durch kulturelle Förderungen des Landes beziehungsweise der Stadt, freiwillige Spenden seitens der Zuschauer bei den Filmscreenings und andererseits durch eine Teilnahmegebühr während der Kino-Kabarets, die jedoch alle nur kostendeckend verwendet werden und keine spezifisch kommerziellen Profit erreichen dürfen, da es sich beispielsweise bei kino5 um einen gemeinnützigen Verein handelt, der aus diesem Grund keine Gewinne erwirtschaften darf.

Doch dass Filme nicht immer kurz sein müssen und sich trotzdem mit den gleichen gemeinschaftlichen Prinzip realisieren lassen, versucht kino5 durch das BATESIAN-Projekt zu verdeutlichen.

## **10.2 Entwicklungsschritte des Projekts**

BATESIAN ist ein Filmprojekt, das durch eine gemeinschaftliche Arbeitsweise über das Internet mit Teilnehmer aus der ganzen Welt entstanden ist. An diesem Projekt war ich maßgeblich in der Entwicklung, Produktion und Ausführung beteiligt.

Mit Hilfe eines internationalen „Call for ideas“ wurde im Frühjahr 2011 durch das Kino-Movement Netzwerk, kino5 und Nisi Masa Ideen gesammelt für die Idee eines partizipativen und internationalen Spielfilms. Jeder Interessierte konnte an dem Aufruf teilnehmen und Vorschläge einschicken. Dieses internationale Brainstorming brachte eine Vielzahl kreativer Ideen hervor, deren Umsetzbarkeit und inhaltliche thematische Struktur differierte. Ziel war die Umsetzung des Projektes international auszurichten und ein Konzept zu erstellen, das ein möglichst breitgefächertes Angebot zur kollektiven Arbeit inkludierte. Einer der Schwerpunkte bestand darin, online eine Gemeinschaft aufzubauen, die sich kreativ und organisatorisch an der Planung und Umsetzung des Projekts beteiligte. Wie diese Ziele umgesetzt wurden, welche Schwierigkeiten sich dadurch ergaben und welche Kompromisse dabei eingegangen wurden, werde ich im Laufe dieses Kapitels beschreiben.

Das Projekt verfolgte keine einheitliche Linie und wurde in den verschiedenen Phasen mit unterschiedlichen Arbeitsstrukturen entwickelt. Wie sehr dieses Projekt jedoch den anfänglichen Forderungen einer Kollaborativität nachgekommen ist, wird im Folgenden geklärt. Dafür werden die schon in Kapitel 2 erfolgten Begriffsdefinitionen herangezogen,

um das Projekt in seiner Struktur der Zusammenarbeit näher zu definieren. Ein wichtiger Prozess, der untersucht werden soll, ist unter anderem der Schreibprozess des Drehbuchs, der unter Mitwirkung vieler verschiedener Autoren in unterschiedlichen Arbeitsschritten, Strategien und Gruppenzusammensetzungen erfolgte.

Um möglichst viele Regisseure und verschiedene Departments der Filmherstellung zu akquirieren, war die Form des Films ein wichtiges Merkmal. Dies war möglich durch eine Sammlung verschiedener Geschichten, die thematisch miteinander verbunden sein sollten. Möglich ist dies einerseits durch die Filmform des Episodenfilms, bei dem die Episoden aneinandergereiht werden und die sich in Bezug auf Form und Stil unterscheiden können. Diese Filmform wurde bereits im Kapitel 9 näher untersucht. Andererseits durch den Versuch, die Geschichten ineinander zu verweben, das heißt episodisch zu erzählen.

Das Team<sup>168</sup> einigte sich nach langen Diskussionen eine Einheitlichkeit innerhalb des Films zu schaffen. Wie schon im zweiten Kapitel der kollaborativen Arbeitsansatz definiert wurde, war es das Ziel, eine „[...]shared creation“<sup>169</sup> zu erschaffen. Einen Film, der dabei aber nicht die individuelle Handschrift eines Einzelnen trägt, sondern vielmehr die Handschrift, die aus dem Konsens vieler entstanden ist. Es wurde angestrebt, unterschiedliche Episoden auszuwählen, aber ihnen einen gleichen visuellen Eindruck zu geben.

Es war das Experiment ein Film zu machen, der sich nicht von einem traditionell hergestellten Film unterscheiden sollte, aber durch andere Mittel entstanden ist. Nur Kurzfilme aneinanderzureihen, die vielleicht sogar unabhängig voneinander produziert wurden, hat wenig mit einem gemeinschaftlichen Prinzip zu tun. Nur wenn die Teilnehmer aufgefordert sind, sich miteinander und durch die Verbindung ihrer Geschichten auszutauschen und dafür einen gemeinsamen Ziel anstreben, dass aus einer gemeinsam geteilten Vision entstanden ist, kann in diesem Fall mit dem Oberbegriff von Deb Lavoy angestrebten „creative collaboration“ gesprochen werden. Die Schwierigkeit bestand nun darin, einerseits eine gleichbleibende Qualität zu erzeugen, unabhängig davon wer und wie viele an der Entwicklung beteiligt waren und andererseits die Unterschiedlichkeit auf einen Nenner zu vereinen. Wie diese Zusammenarbeit geplant wurde und welche Formen sie später angenommen hat, soll im Folgenden durch die Beschreibung des ersten Konzepts beschrieben werden.

### **10.3 „Six Slices of Vienna“**

Das Projekt basierte seit Anfang an auf einer sozial- und gesellschaftskritischen Tendenz. Es sollten neue innovative Blickpunkte auf die Gesellschaft geworfen werden. Das erste Konzept wurde unter dem Arbeitstitel „Six Slices of Vienna“ mit dem Untertitel „Eine neue Welt ist möglich / Eine neue Welt droht“ entwickelt.

<sup>168</sup> <http://www.batesian.org/team/>.

<sup>169</sup> Michael Schrage: No more teams. Mastering the dynamics of creative collaboration. Currency Doubleday. New York, 1995. S. 33. Gelesen bei: D. Stoller-Schai: S. 42.

Das Konzept basierte auf der Idee von neu definierten Formen des Zusammenlebens. Manche davon können erstrebenswert sein, andere nicht. Junge österreichische und internationale Regisseure sollten in sechs Episoden ihre unterschiedlichen Sichtweisen auf gesellschaftliche Alternativen einbringen. Sie sollen mit einer Utopie spielen, befreit vom Anspruch auf Umsetzbarkeit in der Realität. Die Episoden sollten den Ansatz haben, inhaltlich verknüpfbar zu sein. Dabei wurde, einerseits an eine zentralen Location gedacht, beispielsweise ein gemeinsamer Drehort, wie ein Wohnhaus in Wien und andererseits verbindende Charakteren, die gemeinsam in diesem Haus leben, arbeiten oder durch spezifische Umstände dieses Haus besuchen müssen. Zusätzlich sollten die einzelnen Episoden auch einen thematischen Überbau besitzen: die Vision neuer Gesellschaftsformen und –normen. In „Six Slices of Vienna“ sollte der Zuschauer in eine utopische Welt eintauchen, die Menschen in alternativen Lebensmodellen zeigt.

Der Film sollte sich in das Genre des episodisch erzählten Films einreihen. Sechs Geschichten, die durch wiederkehrende und verbindende Elemente einer dramaturgischen Linie folgen, würden sich zu einem Langspielfilm zusammenfügen. Durch die Verknüpfung der Episoden, die jeweils von unterschiedlichen Regisseuren gedreht werden sollten und sich in Inhalt, Erzählweise und Perspektiven möglicherweise unähnlich wären, aber einem gemeinsamen Überthema verschrieben hätten, entstünde ein vielschichtiges Szenario. Zu unterstreichen ist auch der Anspruch, die eingereichten Geschichten nicht einfach zu übernehmen, sondern sie durch eine kollektive Mitarbeit einer Community von Usern weiterzuentwickeln und möglichst viele Stimmen und Vorschläge in die Ausarbeitung mit einfließen zu lassen.

Es würde sich dabei nicht um reine Kurzfilme handeln, die lose aneinandergehängt werden sollten, sondern um einen Film, der seine Berechtigung aus der Diversität der einzelnen Teile beziehen würde. So wie in anderen Beispielen dieses Genres, zum Beispiel „Four Rooms“<sup>170</sup> sorgt gerade der Wechsel der Erzählweise für Spannung beim Zuschauer. „Four Rooms“ ist das Werk von vier verschiedenen Regisseuren, deren visuelle Form der Erzählung nicht unähnlich ist, sich aber unterscheiden Tempo, Stil und Dramaturgie. So nähert sich jeder dem übergeordneten Thema auf seine persönliche Weise und fügt sich mit einem in sich geschlossenen Werk als Puzzleteil in einen größeren Zusammenhang ein. Im Fall von „Six Slices of Vienna“ wäre dies der gemeinsamen Ort des Wohnhauses und der dazugehörigen Umgebung, sowie der thematische Überbau einer utopischen Gesellschaftsform. Durch einen internationalen Call wurden Interessenten dazu aufgefordert, Ideen für eine realistische Utopie einzureichen.

Das Flowchart<sup>171</sup> „Six Slices of Vienna“ im Anhang zeichnet nochmals genau eine Timeline des Projekts mit verschiedenen Stufen der Herstellung nach.

---

<sup>170</sup> [http://www.imdb.com/title/tt0113101/?ref=fn\\_al\\_tt\\_1](http://www.imdb.com/title/tt0113101/?ref=fn_al_tt_1). Stand: 10.10.2013

<sup>171</sup> Siehe Anhang 14.4 Flowchart.

### Phase 1:

Phase 1 des Projektes beschäftigt sich mit der Ausschreibung für einen Ideenwettbewerb. Ideen werden gesammelt, um daraus die Rahmenbedingungen für die Welt, in der die Episoden spielen, zu schaffen. Die Rahmenbedingungen dienen den Drehbuchautoren als Ideenanstoß und Hintergrund für ihre Geschichten. In den einzelnen Episoden müssen die Rahmenbedingungen berücksichtigt, aber nicht in dem gleichen Ausmaß thematisiert werden. Der dramatische Überbau soll dadurch geschaffen werden, dass die Episoden, welche die Erklärungen für die in der fiktiven Welt geänderten Rahmenbedingungen liefern, eher gegen Ende des Gesamtwerks eingebaut werden. Und jene Episoden, die das alltägliche Leben unter den gegebenen Umständen zeigen, den Anfang des Films ausmachen. Dies folgt einer klassischen Filmdramaturgie, ohne welche auch ein episodisch erzählter Film, der sich aus unterschiedlichen Teilen zusammensetzt und eine funktionierende dramaturgische Kurve besitzen will, nicht entziehen kann. So ist nach Christopher Voglers Dramaturgie, das Zeigen der gewohnten und alltäglichen Welt am Anfang eines Films das beste Mittel um Vorgeschichte und Exposition unterzubringen. Die Vorgeschichte bietet dem Zuschauer alle notwendigen Informationen für das Verständnis über den Hintergrund und die mögliche Vergangenheit und Gegenwart der Protagonisten.<sup>172</sup> Die Drehbuchautoren können selbständig auswählen, ob ihre handelnden Figuren in diesem Haus, das als gemeinsamer Ort des Zusammenkommens funktioniert, wohnen oder nur anderweitig mit dem Haus zu tun haben, wie beispielsweise Handwerker, Polizisten, Besucher oder Einbrecher etc.. Zusätzliches verbindendes Prinzip ist, dass zumindest ein Charakter aus der jeweils vorhergehenden Episode in einer Nebenrolle der folgenden Episode erscheint oder ein Hauptcharakter der letzten Episode eine Nebenrolle in der Ersten spielt. Dies führt zur einer weiteren Verknüpfung untereinander und gilt als Anreiz für die verschiedenen Autoren das Drehbuch unter diesen Voraussetzungen gemeinsam zu gestalten und ihre Geschichten aufeinander abzustimmen. Diese Struktur hätte zur Folge, dass die Autoren mehr oder weniger dramaturgisch dazu gezwungen wären miteinander zu arbeiten und Inhalte der anderen Autoren zu übernehmen.

### Phase 2 :

Nach Auswahl und Bestimmung der „Location“ ergeht ein Aufruf für Treatments an ausgewählte nationale und internationale Regisseure. Aus dem Pool an Einreichungen wählt die künstlerische Leitung des BATESIAN-Teams jene 6 Treatments aus, die von den jeweiligen Regisseuren/Autoren (4 internationale und 2 nationale) verfilmt werden.

### Phase 3:

Nachdem die Reihenfolge der Episoden für das Gesamtwerk festgelegt wurden, unter Berücksichtigung des dramaturgischen Aufbaus, wählen und beschreiben die Regisseure jene Charaktere, die in den folgenden Episoden erscheinen sollen oder können. Die

<sup>172</sup> Vgl. Christopher Vogler: Die Odyssee des Drehbuchschreibers. Verlag Zweitauseneins. Frankfurt a. Main 2007. S. 182/183.

Beschreibungen werden dann an die anderen Regisseure weitergeleitet, damit diese die Charaktere in ihre Episoden einbauen. So kann schon in der Treatmentphase eine Zusammenarbeit erfolgen.

#### Phase 4:

In Phase 4 wird eine Auswahl getroffen, die eine Zusammenarbeit der Regisseure mit dem BATESIAN-Team vorsieht. Mitglieder der Produktion arbeiten gemeinsam mit den Autoren an den einzelnen Episoden und verhelfen ihnen ein Gefühl für die nationalen Gegebenheiten zu vermitteln. In diesem Prozess können die österreichischen Co-Autoren ein Lokalkolorit für die Geschichten erschaffen, das heißt eine Atmosphäre erzeugen, die örtliche Eigenarten der Stadt widerspiegelt.

#### Phase 5:

Hier erfolgt die Auswahl der einzelnen Departements durch das internationale Kino- und Nisi Masa Netzwerk, sowie zusätzliche Interessenten von verschiedenen Filmschulen oder die Beteiligung freier Filmemacher.

#### Phase 6:

Produktion und Dreh des Projekts. Da besonderer Wert auf die internationale Ausrichtung gelegt werden soll, können sich die einzelnen Episoden auch inhaltlich international ausrichten. Dazu zählt beispielsweise die Multikulturalität, die Wien an sich mitbringt. Daher müssen einzelne Geschichten zwar in Wien spielen, aber nicht unbedingt folglich in deutscher Sprache gedreht werden. Den Autoren steht es frei, die Sprache der Episode zu wählen. Die Auswahl der Sprache muss aber dramaturgisch innerhalb der Episode begründet sein.

#### Phase 7:

Nach Beendigung des Drehs ist die Postproduktion den einzelnen Regisseuren vorbehalten, muss aber in Abstimmung mit dem BATESIAN-Team erfolgen, die als redaktionelle Instanz einen Überblick auf das Gesamtprojekt haben soll. Nach Heibach wäre dieser Prozess partizipativ, da es sich um eine eingeschränkt offene Gruppe handeln würde, die durch eine Kooptierung weiterer Teilnehmer durch die redaktionelle Instanz erfolgen würde. Die Geschichten wären Einzelprojekte, an denen asynchron gearbeitet wird. Das Gesamtwerk jedoch wird durch individuelle Vorgaben der Projektinitiatoren gesteuert.

Mit diesem Konzept strebte kino5 eine Filmförderung an und reichte es beim Bundesministerium für Unterricht, Kunst und Kultur ein.



## 10.4 Bm:ukk und Förderung „Neuer Filmformate“

Das Konzept „Six Slices of Vienna“ wurde 2011 vom Bm:ukk im Bereich „Neue Filmformate“ mit einem Entwicklungsbudget von 6000€ gefördert. Ziel dieser Förderung ist es, die heimischen Filmschaffenden im Zusammenwirken mit den medientechnologischen Veränderungen der letzten Jahre und den damit entstandenen - und entstehenden - kreativen Möglichkeiten zu fördern. Es gilt, für freie und/oder unabhängige Talente die Möglichkeit zu schaffen, cross- und transmediale Medienprodukte herzustellen und zu verbreiten. Wichtig ist es dabei neue Trends auszuprobieren und gegebenenfalls zu schaffen, dazu gehören:

- „hybride Ästhetiken und hybride Teams (Know-how und Techniken aus verschiedenen, bislang „Film fremden“ Disziplinen, wie etwa das „Programmieren“ fließen verstärkt in Film und Kino ein, bilden sich ab).
- die Verbreitung von Kurzfilmformaten (im Gegensatz zum „abendfüllenden“ Kino – Langfilmformat).
- Einbeziehung der Möglichkeiten des Web für die Finanzierung, die Herstellung, die Gestaltung, das Marketing und den Vertrieb (Crowdfunding, Crowdsourcing, Online Games, Apps, Kick Off via Web für Alternate Reality Games, VOD und andere Services).
- fragmentierteres, „serielles“ visuelles Erzählen (Abkehr vom monolithischen Filmkunstwerk, das ausschließlich im Kino gezeigt oder für das Kino produziert wird).
- Schöpfung von „Gesamterfahrungen“ für das Publikum in verschiedenen Stadien des Produktionsprozesses eines Films, das Teilnehmenlassen des Publikums am Film auch außerhalb des Kinos.
- vermehrte Nutzung von bereits bestehendem Bildmaterial (via „Open Source“ oder „MashUps“ und „ReMixes“ oder „FanMovies“, „GameMovies“ oder „Machinima“ - manchmal auch in urheberrechtlichen „Grau- bis Schwarzzonen“).<sup>173</sup>

Die Konzeptidee „Six Slices of Vienna“ wurde weiterentwickelt zu dem eigentlichen Projekt „BATESIAN – the collaborative film project“ das sich zum jetzigen Zeitpunkt noch in der Produktion befindet, aber im Laufe dieser Arbeit stetig weiterentwickelt wird. Bislang wurden drei Teaser für das Projekt produziert.

---

173 Förderrichtlinien des Bmukk: [http://www.bmukk.gv.at/medienpool/20208/abt3\\_if\\_neuefilmformate.pdf](http://www.bmukk.gv.at/medienpool/20208/abt3_if_neuefilmformate.pdf). Stand 13.02.2012

Die folgende Grafik illustriert den Prozess der Produktion mit den geplanten Arbeitsschritten:

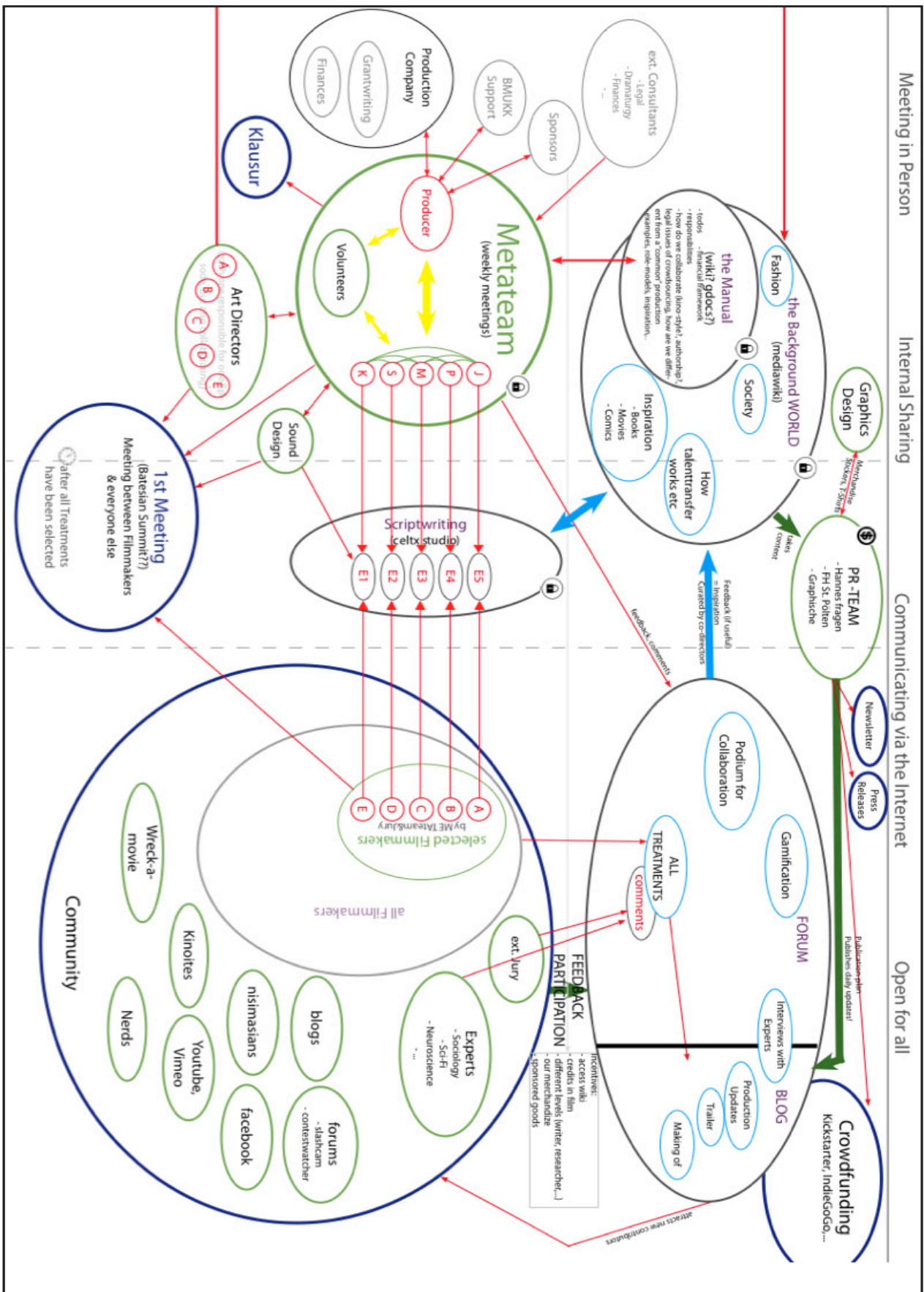


Abb. 2: Projektplan BATESIAN

## **10.5 Hintergrund der „World of BATESIAN“ (Synopsis der Welt)**

Mitte des Jahres 2011 wurde die Idee des „skill transfers“ entwickelt, welche die Grundlage für das Spielfilmprojekt BATESIAN bildete. Die Idee stammt aus dem Science-Fiction Bereich und hat als wichtigstes Element eine spezifische Technologie, die es erlaubt Fähigkeiten von einem Menschen auf einen Anderen zu transferieren. Dabei können nur Fähigkeiten übertragen werden, die im Laufe des Lebens gelernt und intuitiv beherrscht werden. Das bedeutet, nur angelernte Fähigkeiten lassen sich übertragen und keine Emotionen, angeborene Talente, Persönlichkeitseigenschaften oder Wissen. Der Spender muss sich ein Interface an der Rückseite seines Kopfes implantieren lassen, auf das wiederum ein Gerät installiert wird, mit dessen Hilfe die „Fähigkeit“ in einen Container entnommen wird. Die Schnittstelle ist für den Spender dauerhaft und bleibt existent, auch wenn der Spender sich dazu entschließt, keine Fähigkeiten mehr zu verkaufen. Die Extraktion der „Fähigkeit“ dauert im Normalfall 7 Tage in denen der Spender nicht in der Lage ist seine Fähigkeit zu benutzen. Nach Verstreichen dieser Zeit wird der Container mit der Fähigkeit vom Spender entfernt und in einzelne Dosierungen umgewandelt. Nach Entnahme des Containers wächst die Fähigkeit des Spenders innerhalb kürzester Zeit vollständig nach. Der Preis, der für die Fähigkeit bezahlt wird, richtet sich nach der Qualität des entnommenen Produktes. Höherwertige Fähigkeiten erzielen aufgrund der Angebots- und Nachfragedifferenz einen höheren Marktwert. Da es in der „World of BATESIAN“ noch keine qualitätsmessenden Maschinen gibt, muss der Spender die Qualität seiner Fähigkeit unter Beweis stellen. Dies führt in verschiedenen „Skill Companys“ zu unterschiedlichen Preisen, da je nach Firma mehr oder weniger intensive Tests durchgeführt werden. Der Konsument kann nun Einheiten der Fähigkeiten kaufen und konsumieren. Die konsumierten Fähigkeiten sind jeweils 24 Stunden wirksam. Der Kunde kann somit also die Fähigkeiten auf Tagesbasis erwerben und einnehmen. Nach Ablauf der 24 Stunden verliert der Konsument die Fähigkeit vollständig und muss erneut eine Dosis zu sich nehmen. Die Qualität der Ausgangsfähigkeit des Spenders wirkt sich dementsprechend auf den Konsumenten aus, je nach Qualitätsstufe kann eine Fähigkeit besser oder schlechter beherrscht werden. Zusätzlich kann nur eine Fähigkeit pro Tag konsumiert werden, auch die mehrfache Einnahme der Fähigkeit trägt nicht zur Leistungssteigerung bei. Die vorhergehenden Punkte dienen als Grundregeln für die Welt, die vom BATESIAN-Team erschaffen wurde. Anhand dieser Regeln konnten potenzielle Teilnehmer Geschichten schreiben.

## **10.6 Call for Treatments/Auswahlprozess**

Schon die Idee des Themas, das als Grundstruktur für die späteren Treatments diene, wurde in einem Ideenwettbewerb online ermittelt. Dafür wurde, anhand von eingesendeten Vorschlägen, ein spezifisches Thema ausgewählt und festgelegt. Die Auswahl der Grundidee erfolgte durch das BATESIAN-Team und schloss die Mitbestimmung einer

Online-Community aus. Das bedeutet, dass nur eine kleine geschlossene Gruppe, in der Funktion einer redaktionellen Kontrolleinheit, die Entscheidung fällen konnte. Dies spricht schon im Vorfeld gegen den Versuch einer Kollaborativität. Hier kommt mehr die partizipative Ansatz zum Tragen, da er zwar die Teilnahme einer größeren Gruppe, wie eine Community vorsieht, jedoch diese nicht die freie Entscheidung zugunsten einer Konsensbildung hat, sondern durch eine höher gestellte Instanz kontrolliert wird, die letztendlich die finale Entscheidung über den Auswahlprozess fällen kann. Ein Vorteil dabei ist die schnellere Entscheidung, die in einer kleineren Gruppe gefällt werden kann, als diese durch eine große Online-Gemeinschaft auszudiskutieren.

Nachdem das Thema feststand, wurde ein internationaler „Call for Treatments“ gestartet. Aufgrund dieses Aufrufes wurden 97 Treatments aus 29 Ländern nach Wien geschickt. Dieser Output konnte durch die Adressenlisten der Mitglieder der Kino- und Nisi Masa Netzwerke erreicht werden. Die folgende Grafik verdeutlicht die Verteilung aus den einzelnen Ländern, Geschlechtsverteilung, sowie die Aufteilung zwischen reinen Autoren und Autoren/Regisseuren, die ihre Geschichte selbst verfilmen wollen.

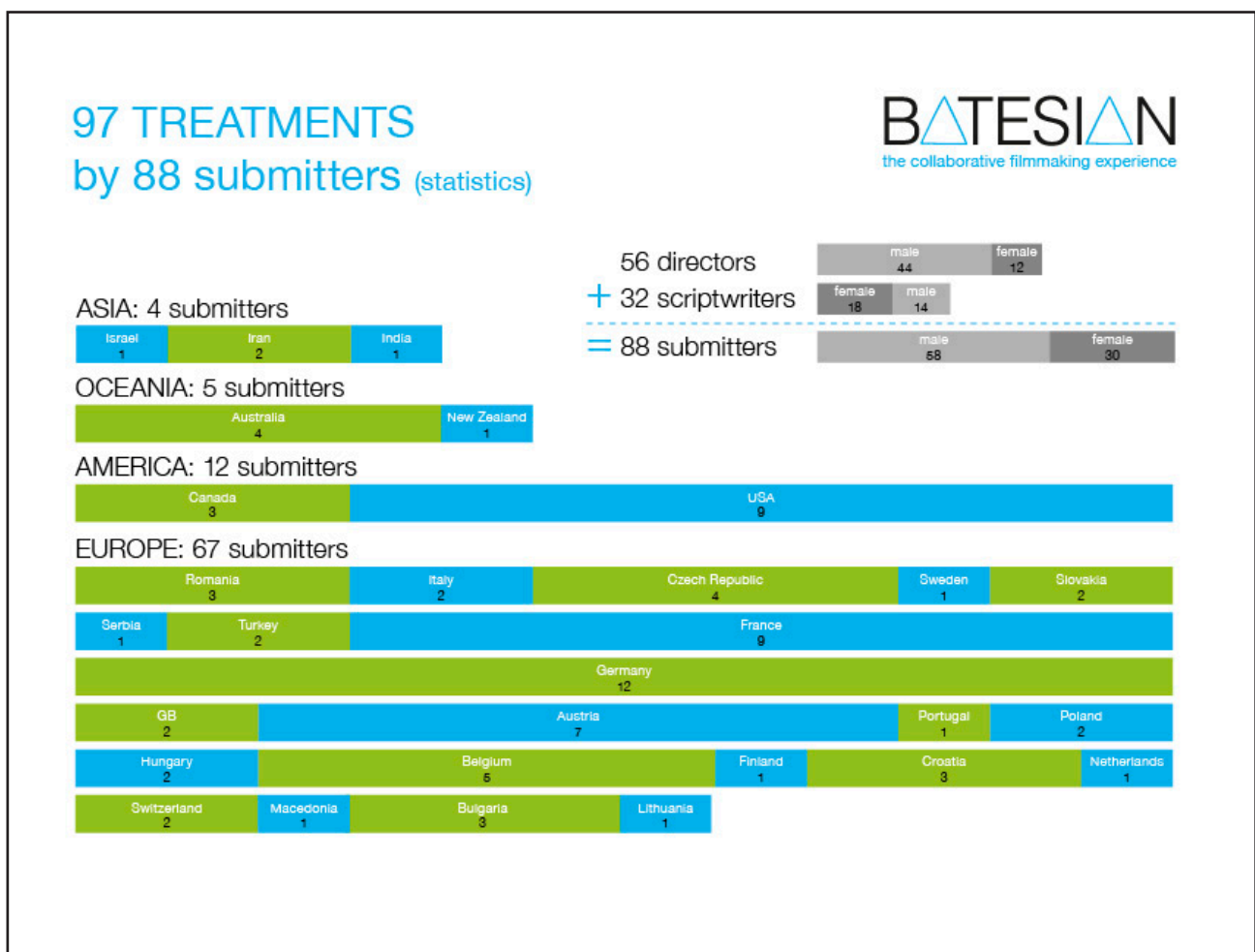


Abb.3: BATESIAN Einreichungen Treatments

Anhand der folgenden Grafik wird nun der Auswahlprozess beschrieben:

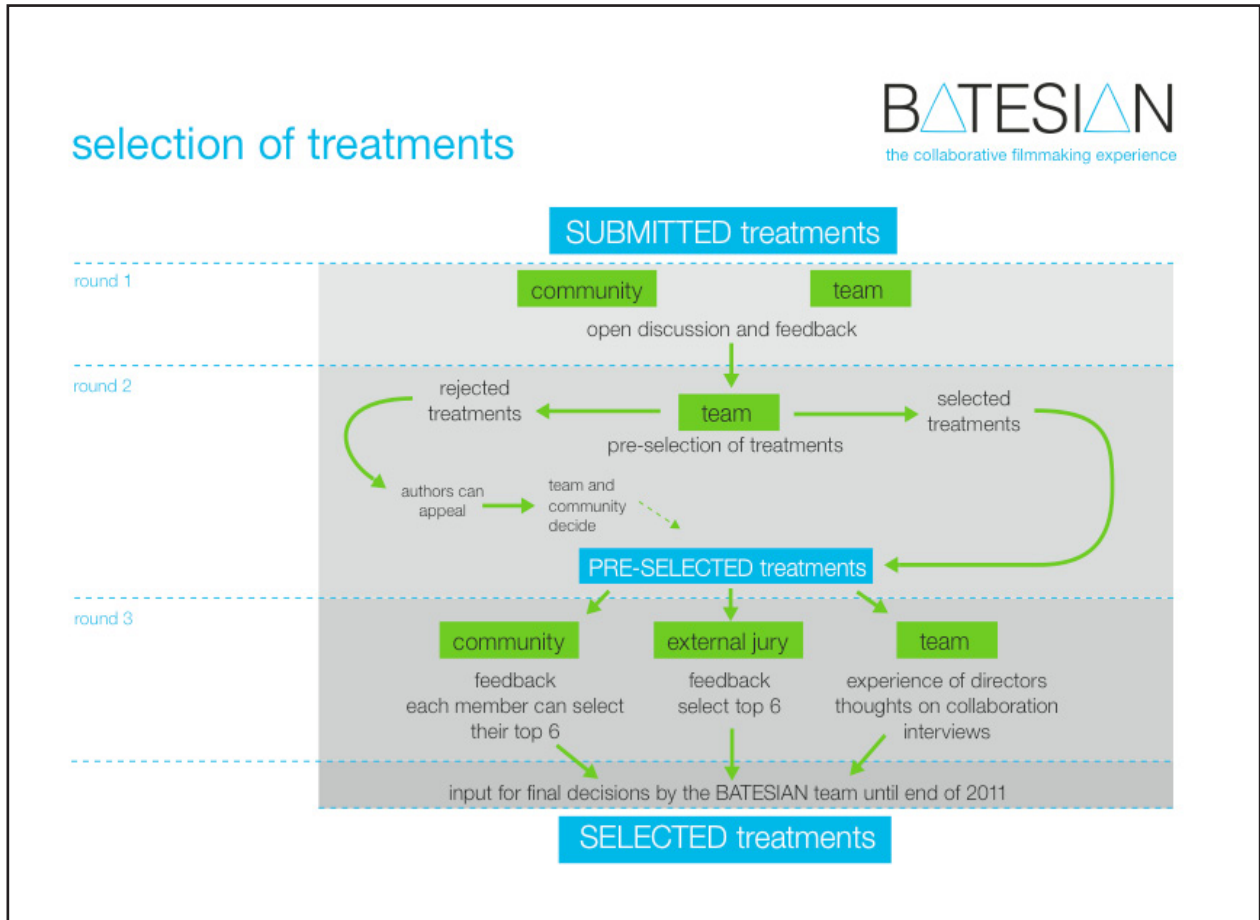


Abb. 4: BATESIAN Auswahlprozess

Der Auswahlprozess der Treatments umfasste drei Runden. Alle eingereichten Treatments wurden von den Teammitgliedern gelesen und kategorisiert. Dabei wurde besonderer Wert gelegt auf die Originalität der Geschichte, Dramaturgie und die auftretenden Charaktere. Ebenso die Visualisierung, den sozialen, politischen und wirtschaftlichen Kontext, der in die Geschichte eingearbeitet wurde. Zu berücksichtigen war neben dem Symbolismus in der Geschichte außerdem die Integration der Geschichte in die „World of BATESIAN“, damit ist gemeint, wie stark die Idee des „Fähigkeiten-Transfers“ in die Geschichte eingebunden war, ob die Technologie nur eine Nebenrolle spielte um die Handlung voranzutreiben oder Hauptbestandteil der Geschichte darstellte.

Außerdem wurde untersucht, wie sehr sich die Treatments an die Regeln und Vorgaben gehalten haben, die im Vorfeld über die Verwendung der Technologie vom BATESIAN-Team beschlossen wurden.

Das BATESIAN-Team und die Forum-Community hatte nun in dem Auswahlprozess der ersten Runde die Möglichkeit jedes Treatment zu lesen und anhand der Kriterien zu analysieren. Besonderer Wert wurde auf die Kritikfähigkeit der Autoren gelegt und demnach auch die Bereitschaft Veränderungen innerhalb der Geschichte vorzunehmen. Ebenso musste ein Verfahren gesucht werden, mit Hilfe dessen eine Auswahl getroffen wurde,



die einem allgemeinen Konsens zwischen Community und Team entsprach und sich nicht ausschließlich aus persönlichen Vorlieben zusammensetzte. Doch es ergab sich ein Problem, da keine der Kriterien vollständig als objektiv bezeichnet werden konnten. Dies wurde im Laufe der Diskussion über die Kriterien in der Forumssektion „Discussion of Selection Criteria“<sup>174</sup> festgestellt. Während anfangs noch von einem System ausgegangen wurde, was einer doppelten Gewichtung für Originalität, Dramaturgie, Charaktere und eine einfache Gewichtung für Visualisierung, sozial-, politisch-, wirtschaftlicher Kontext, Integration in die Welt von BATESIAN, Symbolismus, Bauchgefühl und das Ende vorsah, änderte sich dies durch die Diskussion mit den Forumsgliedern. Es wurden Fragen von der Community aufgeworfen, die für die Selektion der Treatments einen wichtigen produktionstechnischen Rahmen eröffneten. So mussten aufgrund des geplanten Budgets schon im Vorfeld die Umsetzbarkeit eines Treatments angedacht und somit Einschnitte in der Auswahl getroffen werden. Die Regeln für die Auswahl wurden gemeinsam mit der Community entwickelt. Die Diskussion in der Community wurde mit wechselnden Teilnehmern geführt, in einer potenziell offenen Gruppe, die eine Interessensgemeinschaft bildete. Innerhalb dieser Phase konnten wir die meisten Zugriffe auf unser Forum und Homepage verzeichnen. Meiner Einschätzung nach lässt sich dies durch den Wettbewerbscharakter dieser Phase erklären. Die User hatten das Gefühl etwas „gewinnen“ zu können und einen tatsächlichen Beitrag zu dem Projekt zu leisten. Für viele stellte es die Möglichkeit dar, ihre Geschichten zum ersten Mal verfilmen zu lassen. Ein anderer Punkt war, dass hier die Aufgabenstellung klar definiert wurde. Es musste eine Auswahl getroffen werden. Auch spielte für die Entscheidung welche Treatments in die Preselection aufgenommen wurde, der Punkt eine Rolle, wie die Autoren auf die Ideen der Community aufgenommen haben. Für die 2. Runde konnten die Autoren Ideen und Verbesserungsvorschläge, die vom BATESIAN-Team und der Community in eine neue Version ihres Treatments eingliedern. Auch zuvor abgelehnte Treatments hatten dadurch nochmals eine Chance durch Einbeziehung der Community ihre Geschichte zu verbessern und damit gegebenenfalls einen Freifahrtsschein für die nächste Runde zu bekommen.

Dadurch wurden für die zweite Runde 21 Treatments in die Vorauswahl aufgenommen. Kriterien waren hierfür zusätzlich zu den oben genannten, noch die professionellen Erfahrungen eines Filmdrehs, sowie die Bereitschaft zur Partizipation. Was bedeuten soll, dass sich die Ausführenden bei der Mitarbeit des Projekts nicht vollkommen auf die Durchsetzung ihres eigenen persönlichen Stils und ihrer Visionen beschränken sollten, sondern sich auf demokratisch gefasste Mehrheitsbeschlüsse einlassen und diese dann auch zu akzeptieren. Dies schließt natürlich auch eine mögliche substanzielle Veränderung der geschriebenen Geschichte voraus, wenn dies durch die Mehrheit der Teilnehmern beschlossen wird. Teilnehmer zu zwingen Änderungen zu übernehmen war nicht Ziel der Arbeitsweise, es ging mehr um die Akzeptanz und das Verständnis anderer Meinungen und diese weiterzuentwickeln. Auch wenn diese Meinungen von nicht professionellen Filmen-

---

<sup>174</sup> <http://www.batesian.org/board/?viewtopic.php?f=10&t=6>

thusiasten eingebracht werden. Das dies ein oftmals anstrengender und diskussionslastiger Arbeitsprozess sein würde, musste von Anfang an klar kommuniziert werden. Dafür wurden in der zweiten Runde mit allen Teilnehmern Videochats mit dem BATESIAN-Team organisiert. In diesen Gesprächen wurden die Autoren nach ihren Erfahrungen befragt und ihren Einstellungen gegenüber kollaborativen/partizipativen Arbeitsprozessen. Der Vorteil, der sich aus diesen Gesprächen ergab, war der direkte Kontakt mit den Teilnehmern und deren Ansichten über das Projekt.

Im der dritten Runde des Auswahlverfahrens wurde zusätzlich eine unabhängige Jury hinzugezogen, die aus 5 professionellen Medienschaaffenden bestand, unter anderem die für den Student Academy Award nominierte Filmemacherin Carmen Vidal. Die zugeteilten Treatments mussten von ihnen gelesen und auf die oben genannten Kriterien hin bewertet werden. In diesem letzten Verfahren kristallisierte sich ein deutlicher Konsens heraus. Die Jury, Das BATESIAN-Team und die Online-Community hatten dann die Möglichkeit ihre Top 6 Listen zu verfassen, die im Forum gepostet wurden.

Insgesamt wurden innerhalb des Forums 28 Top 6 Listen mit den verschiedenen Präferenzen abgegeben. Die Verteilung der verschiedenen Stimmen brachte dieses Ergebnis<sup>175</sup> hervor:

Stimmen	Treatment
4	The Plumber, The Brenger Experiment, People vs. Skillz
3	Wunderkind, Catskills, Knowledge and the Bluff, Future Goldmine, Hard Fall
1	Epidermis, The Violinist, The Piano, Flawless, Home of the Future's Past

Schlussendlich wurden aber nur 5 Treatments<sup>176</sup> ausgewählt, anstatt wie geplant 6. Die Entscheidung beruhte einerseits auf der Verschiedenheit der einzelnen Geschichten, sowie andererseits auf der Einsicht, dass eine Geschichte weniger, Raum für kreative Freiheit lassen würde, die einzelnen Geschichten miteinander zu verknüpfen. Dies sollte durch ein verbindendes Element geschehen, das sich auf alle Episoden gleichermaßen erstreckt, einen inhaltlichen Rahmen bildet und gegebenenfalls als Voraussetzung für die Handlungsstränge steht. Diese kreative Freiheit gab dem Projekt mehr Möglichkeit gemeinschaftlich den Inhalt miteinander zu verknüpfen und untrennbare Übergänge zu schaffen, um das episodische Erzählen zu ermöglichen. Darüber hinaus wurde durch die Leerstelle, die sich dadurch auftat, eine Gelegenheit geschaffen, Ideen und Vorschläge der Community kreativ zu integrieren. Dieses Verfahren aber als contestipativ zu bezeichnen trifft meiner Meinung nach nicht zu. Obwohl es eine Abstimmung durch die Community gab wurde vom Team die Entscheidung getroffen beispielsweise People vs. Skills nicht aufzunehmen, da es unserer Meinung nach, nicht stimmig zu den anderen Geschichten war. Zusätzlich hätte eine zweite Abstimmung erfolgen müssen, die über die Geschichten

<sup>175</sup> Ergebnis der Abstimmung im Forum nachzulesen: <http://www.batesian.org/board/?viewtopic.php?f=10&t=136&start=30>. Stand: 30.04.2012

<sup>176</sup> Auswahl der Treatments: <http://www.batesian.org/board/?viewtopic.php?f=22&t=209>. Stand: 30.04.2012



entscheidet, welche jeweils drei Stimmen bekommen haben. Die letztendliche Auswahl erfolgte teamintern unter Berücksichtigung persönlicher Standpunkte, Vorlieben und Einschätzungen.

## 10.7 Das 6. Element

Durch die Entscheidung, ein verbindendes Element in die Geschichte einzubauen, sollte der Sprung ermöglicht werden von einem Episodenfilm hin zu einem episodisch erzählten Film. Wie bereits im Kapitel 9 beschrieben, sollte dies geschehen durch ein Element, das die Geschichten ineinander webt und ihre Kontinuität festlegt. Die einzelnen Teile sollten in ihrer Struktur festgelegt werden und sich in einer Weise aufeinander beziehen, so dass sie sich in ihrer Linearität nicht mehr austauschen lassen. Dafür wurde ein Ereignis benötigt, das sich chronologisch von Anfang bis Ende entwickeln würde, um den Verlauf der Geschichte zu fixieren. In den Fragmenten der Geschichte sollten immer mehr Details dieses Elements enthüllt werden und sich somit zur treibenden Kraft heraus kristallisieren die im Hintergrund wirkt. Da das 6. Element keine eigene, alleinstehende Geschichte an sich werden sollte, musste es möglichst unterschwellig sein. Die Entscheidung für das 6. Element wurde, nach Diskussionen verschiedener Möglichkeiten im Forum<sup>177</sup> gefällt. Es wurden Ideen ausgetauscht und über die Vor und Nachteile debattiert. Ebenso wurde durch die User abgestimmt im Forum<sup>178</sup>, dass das 6. Element eine Veränderung in den Geschichten hervorruft. Letztendlich wurden folgende Voraussetzungen auf dem Writers Summit beschlossen:

- It has no impact on the story of the feature film.
- It is happening in the background of the feature film.
- It only has a subtle influence on the characters.
- The characters don't have obvious conversations about it.

Somit nimmt die Verbindung zwischen den Geschichten keine zentrale Rolle ein, sondern füllt die fiktive Welt mit wiederkehrenden Details und unterschweligen Verbindungen. Wie man sieht wurde die Abstimmung innerhalb des Forums durch die Entscheidung des Writers Summit untergraben. Man einigte sich letztendlich dann noch nur in einer kleinen, geschlossenen Gruppe. So gesehen wurde hier weder kollaborativ noch partizipativ gearbeitet.

Im finalen Drehbuch wurde dieses 6. Element durch ein Referendum dargestellt. Dieses Referendum entscheidet über die Zulassung des „Skill-Transfers“ in Österreich. Die Teile der Geschichte hängen alle dramaturgisch mit der Entscheidung dieses Referendums zusammen. Dieses Referendum sollte in verschiedenen Szenen immer wieder auftauchen,

<sup>177</sup> 6 Element Diskussion im BATESIAN Forum: Quelle: <http://www.batesian.org/board/?viewforum.php?f=60>, Stand: 21.07.2012

<sup>178</sup> <http://www.batesian.org/board/?viewtopic.php?f=60&t=383>, Stand: 25.07.2012.

nicht direkt, sondern mehr als Hintergrundrauschen, zum Beispiel ein Interview übertragen im Fernsehen, Tageszeitungen mit Schlagzeilen, kurze Einstellungen von Protesten für oder gegen den Fähigkeiten-Transfer etc..

Dramaturgisch hatte das 6. Element auch die Aufgabe ein schärferes Licht auf die sozialkritischen Probleme der eigentlichen Geschichten zu werfen, indem sie die wirklichen Probleme hervorheben, die in dieser Gesellschaft durch soziale Repression entstehen.

Die Entscheidung zur Nutzung eines Referendums innerhalb des Drehbuchs spiegelt symbolisch auch den Entstehungsprozess des Projektes wider. Auch hier wurde versucht in direkt-demokratischer Weise in inhaltlicher und struktureller Weise abzustimmen, was wiederum eine direkte Auswirkung hatte auf den Verlauf der Produktion. Hier trifft auch die Aussage Lommels über die Globalisierungstendenzen des Episodenfilms zu, denn im Drehbuch versucht Österreich mit dem Rest der Welt gleichzuziehen und das Verbot des Fähigkeiten-Transfers aufzuheben.

## **10.8 Schreibprozess am Drehbuch**

Der Drehbuchschreibprozess gestaltete sich oftmals als sehr schwierig. Unser Vorhaben war ein offener Prozess der Teilnahme, der aber bis dato von keinem anderen Projekt dieser Art geleistet wurde, daher konnten wir uns nicht an anderen Projekten orientieren. Wir befanden uns auf einem neuen Terrain und mussten Verfahrensweisen erst selbst herausfinden und damit experimentieren. Wie sehr wir von dem anfänglichen Vorhaben abrücken mussten und neue Wege gefunden haben wird im Folgenden beschrieben, mit den Theorien über kollaboratives Schreiben verglichen und auf die kreative Praxis übertragen.

Die Drehbuchautoren waren zu Anfang hauptverantwortlich für die Ausarbeitung ihrer Geschichten, somit ließ sich eine Integration von Außenstehenden zu Beginn nur schwer bewerkstelligen. Da die Treatments nicht wie in einem Wiki von mehreren Personen gleichzeitig ausgearbeitet wurden, sondern bis zu einem gewissen Zeitpunkt nur von einer Person, stand der gemeinschaftliche Ansatz, den das BATESIAN-Team zu Beginn des Projekts hatte noch aus. Der Schreibprozess am Drehbuch gestaltete sich oft nicht als offener Kreativpool zu dem jeder Interessierte seinen Beitrag leisten konnte. Zwar konnten die Mitglieder der Online-Community die verschiedenen Arbeitsversionen der einzelnen Geschichten und später auch des Drehbuchs lesen und kommentieren, jedoch lag keine Kollaboration oder Partizipation, wie im bereits definierten Sinne vor, da nicht jeder gleichberechtigt am Drehbuch und den Treatments mitschreiben konnte. Es war kein offen zugänglicher Prozess. Es bestand oftmals nur die Möglichkeit des Feedbacks und dem Versuch von Vorschlägen für Änderungen, diese wurden aber nicht zwangsläufig übernommen.

In der ersten Phase der Treatmentprozesse wurde dem Team, sowie der Community nur eine konsultierende Funktion eingeräumt. Nach Lowry et al. war die erste Phase des Treatment-Wettbewerbes ein „Single author writing“, bei dem ein Autor stellvertretend für die Gruppe schreibt. Das Problem, dass sich dabei herauskristallisierte, war wie schon in Kapitel 4 angemerkt, die Gefahr des fehlenden Konsenses mit der Gruppe. Die Anmerkungen von Usern wurden nicht zwangsläufig in die neuen Versionen übernommen, da diese, den Autoren zufolge, sich dramaturgisch oder inhaltlich nicht mit ihrer Vision deckte. Die Autoren behielten sich immer das Recht vor, selbst zu bestimmen, inwieweit sie Verbesserungsvorschläge aufnehmen. Das Vorhaben war ursprünglich das nicht nur Autoren die alleinige Vorherrschaft über das Drehbuch besitzen, sondern auch das BATESIAN-Team sowie die außenstehende Community-Mitglieder kreativ am Drehbuch mitgestalten können. Hier wurde die Schwierigkeit deutlich, wie Kreativprozesse, insbesondere Schreiben in großen Gruppen, zu Problemen führen können. Anders als bei Wikipedia etc., geht es nicht um die Vermittlung von Fakten, die sich wiederum auf andere Quellen referieren lassen, sondern kreative Ideen, deren eigentliche Anzahl unbegrenzt ist und nicht auf Fakten basieren. Somit steht jeder in der Gefahr, die eigene Idee als Absolutheit wahrzunehmen. Doch genau diesen Punkt wollte dieses Projekt überwinden.

Schwierig war es nun die einzelnen Autoren von einem gemeinsamen Weg zu überzeugen, da sie oft von „ihren“ Geschichten gesprochen haben und meist einen Unwillen zeigten, Änderungen vorzunehmen, die von der Community eingebracht wurden. Alleine die Bezeichnung und das Beharren auf die „Individualität“ der Geschichten liefen dem Prinzip des „collaborative writing“ zuwider. Dies lag einerseits am frühen Stadium des gesamten Kreativprozesses, der ein genaues Gruppenbewusstsein noch nicht entstehen lassen konnte. Andererseits wurden die genauen Rollenverteilungen, unterschiedlichen Verantwortungen, Fortschritte im Prozess, emotionale Grundhaltung der Teilnehmer nicht genügend ausgetauscht, was zu Kommunikationspannen in manchen Teilen des Verlaufes geführt hat, ebenso auch fehlende Konzepte in welcher Weise die Community eingliedert werden kann und welche Gewichtung man darauf legt.

Aus diesem Grund wurde Ende Februar 2012 ein „Writer Summit“, das heißt eine Art Konferenz ins Leben gerufen. Dafür nutze das BATESIAN-Team die Förderung des Bm:ukk um alle beteiligten Autoren und eine Auswahl an internationalen Beteiligten nach Wien einzuladen, um dort eine 10-tägige Besprechung zu veranstalten. Diese Konferenz hatte einen partizipativen Charakter, es wurden zu der Gruppe des BATESIAN-Teams und den Drehbuchautoren noch zusätzlich Community-Mitglieder eingeladen, die sich durch eine aktive Beteiligung im Forum ausgezeichnet haben.

Auf dieser Konferenz wurde versucht einen Prozess zu entwickeln, der eine hierarchiefreie Zusammenarbeit ermöglichen sollte. Darüber hinaus wurde die erste Fassung des Drehbuchs aus den einzelnen Geschichten erstellt. Nach den Strategien von Lowry et al. erfolgte hier ein „reactive writing“. Da sich die Teilnehmer am selben Ort aufhielten,

konnten einerseits wichtige Voraussetzungen im Gruppenbewusstsein<sup>179</sup> erfüllt werden, wie bei der:

- „**Informal awareness**“: Gemeinsamer Ort des Arbeitens;
- „**group structure awareness**“: Erkenntnisse über Gruppenstrukturen und Zugehörigkeiten, Rollenverteilung, Standpunkte und Meinungen.
- „**social awareness**“: Erkenntnis über Interessensverteilung der Teilnehmer, emotionale Lage, Engagement im Arbeitsprozess.

Andererseits eine unmittelbare Kommunikation, was den Vorteil hat, direkt auf die Einwände und Vorschläge anderer Teilnehmer einzugehen und durch Diskussion einen Konsens zu finden. Dies verlangte aber ein hohes Maß an Gesprächskoordination und Leitung um den Diskussionsverlauf nicht zu unterminieren und nur die Lautesten zu Wort kommen zu lassen.<sup>180</sup>

Hinzu kommen die „Workspace awareness“, da sich alle Teilnehmer an einem Platz befanden und sich für die Zeit des Kongresses miteinander austauschen konnten. So konnten Diskussionen und Vorschläge unmittelbar ausgesprochen und verhandelt werden. Auch konnte durch die Ko-Präsenz der Teilnehmer auf die „social awareness“ besser reagiert und gegebenenfalls bei negativen Stimmungen und Eindrücken gegengesteuert werden. Um ein geordnetes Maß an Kommunikation zu gewährleisten, wurde die Rolle eines Gesprächsleiters geschaffen, der Diskussionen regulierte und eventuelle Themenabschweifungen auf ein Minimum reduzierte.

Was im Folgenden gemacht wurde, waren verschiedene Experimente von Mischformen und unterschiedlichen Herangehensweisen der in Kapitel 4 angeführten Schreibstrategien. Zu Anfang wurden die einzelnen Episoden in Szenen unterteilt.<sup>181</sup> Die Teilung erfolgte dramaturgisch nach bestimmten Prinzipien. Dazu zählten unter anderem Orts- und Tageszeitenwechsel innerhalb der Geschichten, sowie Plotpoints und Spannungsbögen. Nun wurde versucht aus den einzelnen Episoden einen einheitlichen Spielfilm mit einer durchgängigen Handlung zu kreieren. Bei diesem Probelauf konnte man schon inhaltliche und dramaturgische Schwächen, fehlende Übergänge, unnötige Szenen, Doppelungen, aber auch Spannungsbögen und Plotpoints herausarbeiten. Die erste Fassung dieser Zusammenstellung erfolgte kooperativ nur durch die Autoren in Eigenarbeit, ohne das BATESIAN-Team. Bei der nächsten Fassung wurde die Geschichte wiederum in 5 Teile geteilt und nun von allen Beteiligten gemeinsam erarbeitet. Dafür wurde in einem rotierenden System mit Kleingruppen, mit wechselnden Teilnehmern, jeder der 5 Teile

<sup>179</sup> Vgl. Lowry et al.: Collaborative Writing Taxonomy. S. 40.

<sup>180</sup> Vgl. Konflikt aus Ponsers und Baeckers Interviews über kollaborative Schreibgruppen: „Everyone gave comments on everyone else's work ... We argued about every sentence. The final decision went whoever yelled loudest!“ In: How people write together. S. 8.

<sup>181</sup> Siehe dazu eine Videozusammenfassung des Writers Summit mit dem Thema „Scene Card“. Quelle: <https://vimeo.com/37719239#>.

genauer untersucht und verschiedene Möglichkeiten der Zusammensetzung ausprobiert. Durch den koordinierten Rotationsprozess wurde so ein größtmöglicher Konsens ermöglicht und wie schon in Kapitel 2 beschriebener kollaborativer Arbeitsansatz vollzogen: „collaboration as mutual engagement of participants in a coordinated effort to solve the problem together“<sup>182</sup>, jedoch mit der Einschränkung kein wirklich offen zugänglicher Prozess zu sein, sondern nur die Vorort befindlichen Teilnehmer. Aber dennoch befanden sich die Teilnehmer zu diesem Zeitpunkt des Schreibprozesses auf gleicher Höhe der Verantwortung, es gab keine vorgelagerte Kontrollinstanz, sondern es wurden alle Veränderungen durch die Teilnehmer ausdiskutiert. Mit Hilfe dieser Mischformen des kollaborativen Schreibens wurde letztendlich eine vorläufige dramaturgische Struktur für den Film auf dem Konsens der Beteiligten entwickelt.

Der Versuch der Einbeziehung der Online-Community erfolgte in ähnlicher Weise. Hier wurde extra dafür ein „Scene Card Game“<sup>183</sup> auf Basis einer webbasierten Diagrammsoftware<sup>184</sup> entwickelt, der es Community-Mitgliedern ermöglichte mit demselben Ausgangsmaterial, den Scene Cards, eine Struktur für den Film zu finden. Hier konnten digitale Karteikarten beliebig verschoben werden. Angesichts der wenigen Teilnehmer bei diesem Onlinespiel wurden die Ergebnisse später bei der Entscheidung für eine finale Struktur jedoch nicht in Betracht gezogen.

In der nächsten Phase wurde nun versucht die Geschichten, durch das zuvor beschriebene 6. Element, miteinander zu verzahnen. Dies geschah aber nicht mehr auf dem Writers Summit, sondern wurde danach und online in Angriff genommen. Hier stellte sich aber wieder, wie ich feststellen musste, das Problem einer fehlenden Face-to-Face Kommunikation heraus. Ebenso auch, dass das Drehbuch an sich nicht mehr in unterschiedliche Teile zergliedert werden konnte, sondern als Ganzes betrachtet werden musste. Die Teile der Geschichten waren fragmentiert und ineinander verschachtelt, auch konnte das 6. Element nicht einzeln für jede Geschichte von den jeweils einzelnen Autoren entwickelt werden, sondern nur durch eine Kontrollinstanz, die das Buch als einheitliche Geschichte betrachtete. Dafür wurde eine zusätzliche Position geschaffen. Ein Teammitglied wurde als „Script-Editor“ eingesetzt und hatte die Aufgabe der Überwachung bezüglich eines generellen Überblicks auf den gesamten Storyverlauf, Änderungen innerhalb der Geschichte, Eingliederung von Änderungen, Kontinuität, Vermeidung von Redundanzen etc. Dies ist zu vergleichen mit der „centralized“ Dokument Kontrollmethode, die in Kapitel 4 beschrieben wurde.

Arbeitsschritte konnten oft nicht gemeinsam erledigt werden, sondern nur in Kleinstgruppen. Jegliche Veränderung an einer Stelle wirkte sich auf das gesamte Drehbuch aus und musste wiederum später mit der größeren Gruppe diskutiert werden, was jedoch

---

182 J. Roschelle und S. Teasley: S. 70.

183 Siehe dazu Tutorial für das online „Scene Card Game“: <http://vimeo.com/37039241#>. Stand. 01.12.2012.

184 Gemeint ist LucidChart: <https://www.lucidchart.com/>.

meist nur asynchron geschehen konnte. Dies führte zu einer Verzögerung des Schreibprozesses. Synchrones Schreiben war durch die internationalen Teilnehmer aufgrund von Zeitverschiebungen oft nur schwer zu planen. Asynchrones Arbeiten jedoch setzt einen nicht unerheblichen Mehraufwand an Zeit voraus, der in diesem Fall nicht vorhanden war, da aufgrund einer Deadline für die Einreichung einer Herstellungsförderung nicht genügend Zeit zur Verfügung stand, wurde die Integrierung eines verbindenden Elementes durch den Script-Editor, das heißt nur durch einen Autor, durchgeführt, dieser hatte daher nicht mehr nur die Aufgabe das Drehbuch zu kontrollieren, sondern auch eine kreative Schreibposition zu erfüllen. Veränderungen wurden aber nach wie vor mit der Gruppe kommuniziert.

Wie in Kapitel 2 schon untersuchten Begrifflichkeiten und Voraussetzungen für Kollaboration nach Heibach ist zu entnehmen, dass Kollaboration in einer offenen Gruppe stattfinden muss, was bei BATESIAN nur teilweise der Fall war. Grundsätzlich bestand für jeden die Möglichkeit sich kreativ zu beteiligen. Da jedoch die Form eines Forums gewählt wurde und dort der Austausch mit der Community stattfand, sind Vorschläge und Ideen auf spezifische User zurückzuführen, jeder Teilnehmer musste sich im Forum registrieren und war dadurch zu identifizieren. Auch bestand zu jedem Zeitpunkt des Projekts eine redaktionelle Kontrolle durch das BATESIAN-Team. Daher kann man nicht von einem kollaborativen Prozess, wie Heibach ihn definiert, sprechen. Die verschiedenen Stadien der Vorproduktion bedienten sich unterschiedlicher Strategien, die teilweise gemischt wurden.

Ein weiteres Problem für die oftmals fehlende Eingliederung der Community war das Fehlen einer aktiven Community. Nach dem Treatmentwettbewerb, also dem contestativen Teil, stagnierte die Beteiligung der Community zunehmend. Es fehlte an Strategien der Reaktivierung, sowie eine gänzlich fehlende Pressearbeit. Wir versuchten zwar auf unterschiedlichen Blogs und Foren Werbung für unser Projekt zu machen, hatten damit aber nur bescheidenen Erfolg. Die Einbeziehung der klassischen Presse erfolgte nicht. Die meisten Mitglieder des Forums, die sich aktiv beteiligten waren entweder aus dem Teams selbst, die Autoren, Bekannte, die persönlich zur Beteiligung aufgefordert wurden und wenige Mitglieder der Community, die sich für das Projekt interessierten.

Ein wichtiges Versäumnis zusätzlich ist meiner Einschätzung nach die fehlende Aufgabenstellung an die Online Gemeinschaft. Oft wurde für mich mit dem, retrospektiv gesehen, irrationalen Selbstverständnis gehandelt, dass sich Interessierte aus freien Stücken Arbeit suchen und sich somit beteiligen. Das die selbstständige Erschaffung von Content sich aber nur auf 1% der Beteiligten bezieht wurde außer Acht gelassen. Retrospektiv betrachtet, hätte man mehr klar strukturierte, einfache Aufgaben auslagern können, anstatt die Community sich selbst zu überlassen. Auch wurde die größere Gruppe der „lean back“ Konsumenten zu wenig beachtet. Statusupdates über den Lauf der Produktion wurden in zu unregelmäßigen und langen Abständen an die Community weitergegeben. Zwar wur-



den im Laufe der Produktion immer wieder Pläne dazu gefasst, jedoch nicht eingehalten. Dies lässt sich meiner Meinung nach einerseits erklären durch fehlende Hauptverantwortungen für die Betreuung des Blogs und andererseits durch die mangelnde Ressource Zeit und Arbeitskräfte.

Das Drehbuch wurde im Mai 2012 beim Bm:ukk eingereicht, erhielt aber nicht die volle Fördersumme, sondern nur eine Teilförderung von 15.000€, die es ermöglichte im Herbst 2012 drei Teaser<sup>185</sup> für das Spielfilmprojekt zu finanzieren. Bei den Teasern handelte es sich um die Geschichten: The Brenger Experiment, Catskills und Hard Fall.

Aus diesem Grund wurde das Drehbuch wieder in die einzelnen Geschichten unterteilt, die jeweils einzeln von separaten Teams verfilmt wurden. Für die Teaser wurden drei der fünf Geschichten des Drehbuchs kurz zusammengefasst in Filmform produziert. Die Veränderung des Teaserdrehbuchs fand parallel in Kleingruppen statt. In dieser Phase der Produktion wurde vor allem die „Independent“- Dokument-Kontroll-Methode von Posner und Baecker angewendet: „Each team member works on a separate part of the document and maintains control of this part throughout the writing process.“<sup>186</sup> Die Kleingruppen, beziehungsweise die Regisseure der einzelnen Teaser waren hauptverantwortlich für die Ausarbeitung ihres Drehbuchs.

Die Einbeziehung einer Online-Community war für diesen Prozess zwar vorgesehen und wurde aber aufgrund mangelnder Zeit nicht durchgeführt, was an sich das eigentlich angestrebte Ziel des Projektes unterminierte. Dies lag auch an der zur Verfügung stehenden Zeit ein Ergebnis zu produzieren. Aufgrund der Förderung hatten wir einen befristeten Zeitraum zur Verfügung. Alleine die Entscheidungsfindung über das finale Produkt nahm viel Zeit in Anspruch. Es stand zur Auswahl den Film trotzdem in voller Länge zu produzieren, was aber erhebliche Kompromisse und Einschnitte zur Folge hätte; einen kurzen Ausschnitt aus dem Drehbuch zu verfilmen, wie vom Bmukk vorgeschlagen wurde oder selbstständig aus dem vorhandenen Drehbuchmaterial etwas Neues zu entwickeln, was letztendlich geschehen ist. Die hochgesteckten Ziele kollaborativen/partizipativen Arbeitens wurde jedoch dafür zugunsten der Effizienz schneller Entscheidungen aufgegeben. Im Laufe des gesamten Projektes wurde mit vielen verschiedenen Strategien experimentiert eine Online-Gemeinschaft mit einzubeziehen, die unterschiedlich gut oder schlecht funktioniert haben.

Wie untersucht wurde, erfolgte die Produktion des Drehbuchs dennoch gemeinschaftlich. Zwar nicht in einer Art, wie beispielsweise ein Wiki funktioniert, mit einem absolut freien Zugang für alle, dennoch wurde mit einigen kollaborativen Schreibstrategien gearbeitet. Wie schon beschrieben wurde, hatte man zu Beginn des Projektes einen offenen Zugang

---

185 Nicht zu verwechseln mit einem Trailer, da dieser aus bestehendem Material eines Filmes zusammengeschnitten wird. Der Teaser hingegen besteht aus extra für den Werbezweck hergestelltem Material und kann sich im Stil vom eigentlichen Film unterscheiden.

186 Ilona R. Posner and Ronald M. Baecker: How people write together. S.5.



geplant. Dieser wurde jedoch im Laufe des Projekts immer weiter verengt.

Auch der Dreh wurde nur bedingt partizipativ bewältigt. Es wurde in der Vorproduktion eine geschlossene Gruppe, ein Filmteam, zusammengestellt, das an der Ausführung des Drehs beteiligt war. Diese Gruppe offen zu machen, das heißt jedem die Möglichkeit geben einen Beitrag zu leisten, ist aufgrund der unterschiedlichen Professionalisierungen nur schwer zu bewerkstelligen. Da nicht jeder potenzielle Teilnehmer über die gleichen professionellen Fähigkeiten verfügt, können bestimmte Positionen kaum gewechselt werden, wenn der Anspruch besteht eine gleichbleibende Qualität zu erzielen und das innerhalb einer vorgegeben Zeit.

Das ursprüngliche Anliegen des BATESIAN-Teams war ein weitaus offenerer Prozess während der Dreharbeiten. Die folgende Grafik illustriert den entworfenen Drehplan.

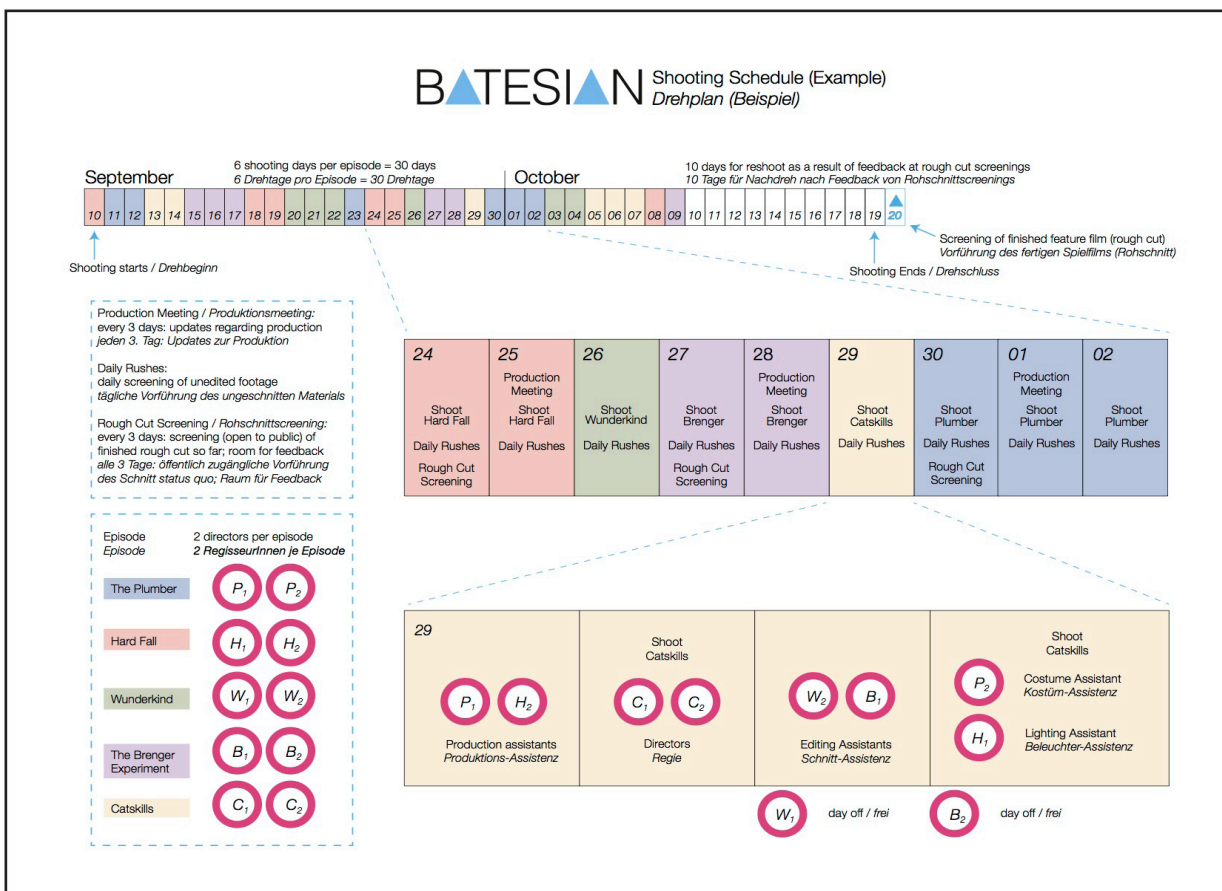


Abb. 5: BATESIAN Drehplankonzept

Es sollte eine Mischung aus kooperativen und partizipativen Elementen sein. Wie in Kapitel 2 schon erläutert wurde, schließen die Dreharbeiten bei einem Film die Integration Externer aus. Jedoch wurde von uns ein System entwickelt, das genau diesen Punkt überwinden könnte. Es war geplant tägliche Vorführungen des an diesem Tag gedrehten Materials zu veranstalten. Zuschauer und Interessierte sollten die Möglichkeit haben Kritik, Feedback und Anregungen zu geben und dadurch die Gelegenheit haben in den Dialog zu treten mit den „Head of Departments“ wie Regie, Kamera, Licht oder Ausstattung. Die Zuschauer hätten zwar durch das Feedback keinen direkten Einfluss auf die Ausführ-

rung, da eine Umsetzung der Vorschläge nicht garantiert wird, dennoch könnten sie einen geistigen Beitrag leisten. Aber es wurde schon im Vorfeld ein 10-tägiger Nachdreh disponiert, der für die Umsetzung etwaiger Verbesserungsvorschläge gedacht war. Auch wäre die Zusammensetzung der Feedbackgruppen durch ihren öffentlichen Charakter nicht festgelegt, was auf eine kollaborative Gruppe nach Heibachs Definition zutreffen würde, jedoch ist durch die geforderte Anwesenheit der Teilnehmer jeder identifizierbar, was wiederum Heibachs geforderte Voraussetzung für kollaborative Gruppen widerspricht.

Auch sollten während des Drehs Besetzungen einzelner Positionen nicht strikt festgelegt werden. Jeder Arbeitsbereich sollte Springerpositionen beinhalten, die mit wechselnden Teilnehmern besetzt werden. Dabei würde man in Arbeitsgebiete eingelernt werden. Dies wäre eine Möglichkeit dem pädagogischen Anspruch, den das Kino-Movement besitzt auf eine Spielfilmproduktion auszuweiten. Die folgende Grafik erklärt anschaulich das Konzept mit den rotierenden Positionen. Zusätzlich wäre dieses System ein Verfahren hierarchische Strukturen abzuflachen und durch wechselnde Aufgabengebiete gleichmäßig auf die Teilnehmer des Drehs zu verteilen. Dadurch würde man sich mehr einem heterarchischen System nähern.

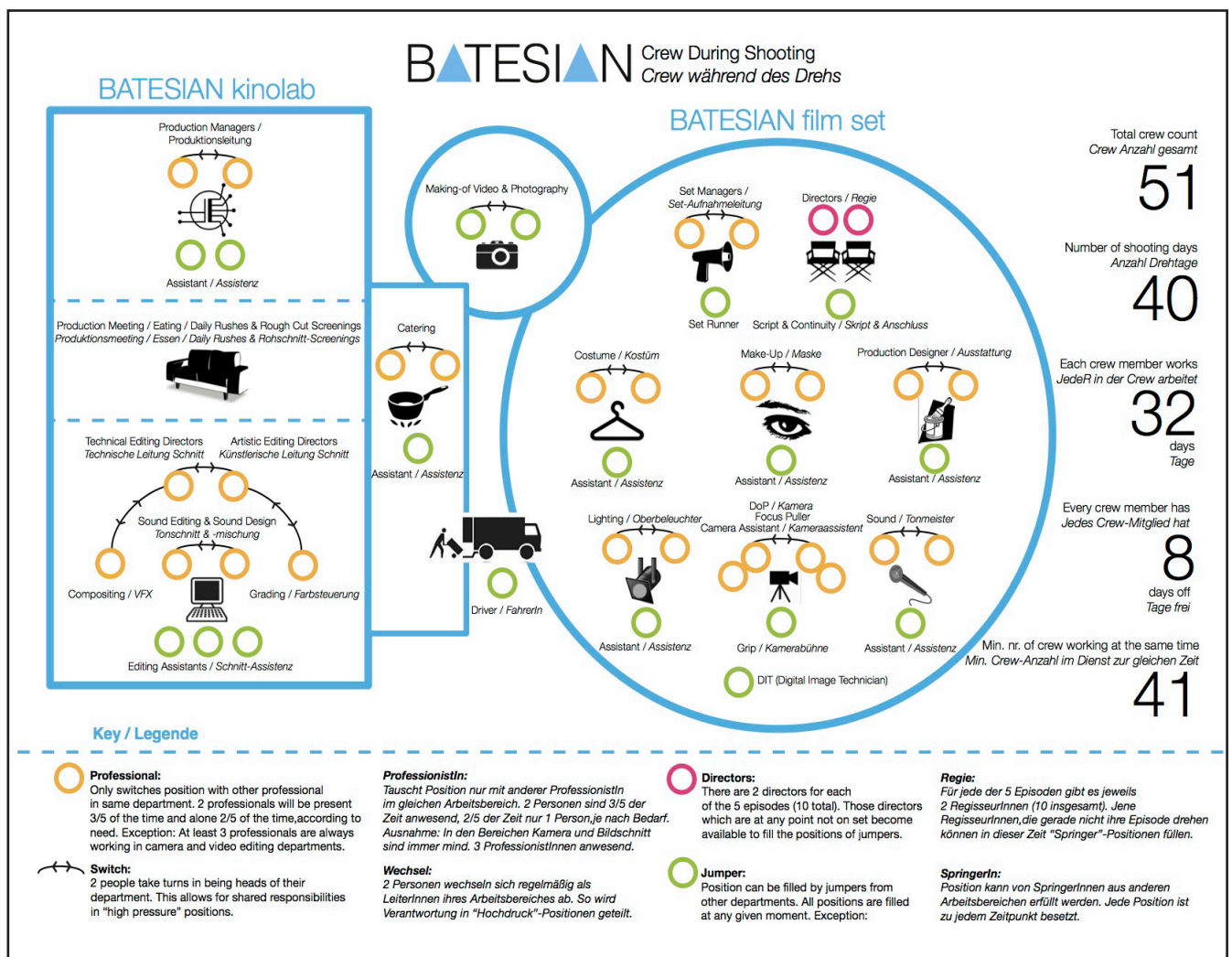


Abb. 6: BATESIAN Kinolabor

Ich sehe in beiden Modellen Probleme bezüglich der Koordination und der Umsetzbarkeit mit den uns zur Verfügung gestandenen Mitteln. Filmdrehs ohne großes Budget haben immer einen Mangel an Zeit und Geld. Zwar ist die Idee kollektives Wissen nutzbar zu machen anziehend, aber die Schwierigkeit liegt vor allem darin eventuelle Vorschläge kurzfristig und qualitativ gut umzusetzen, wenn diese nicht im Vorfeld genau geplant wurden. Auch ist der Ansatz Springerpositionen zu schaffen und Teilnehmern die Möglichkeit geben verschiedene Positionen auszuprobieren reizvoll, jedoch in Anbetracht des immensen Zeitaufwandes, der nötig wäre Personen auf die neue Position einzulernen, vielleicht zu groß. Es wäre trotzdem nötig für alle Departements eine feste Position zu haben, die einen Überblick auf die zu erledigenden Arbeiten besitzt.

Dennoch wäre es meiner Meinung nach ein lohnendes Experiment gewesen gerade in der Postproduktion, wie dem Schnitt, von unterschiedlichen Menschen, sowohl Amateure als auch Professionelle/Semiprofessionelle Versionen des Films herstellen zu lassen. Dies würde an sich dem Charakter des Projekts entsprechen und Raum für User Generated Content eröffnen. DYSTOPIA verfolgt ebenso ein Konzept der „User Generated Postproduction“ durch den Open Source „Content Pool“, dies wird in Kapitel 11 näher untersucht.

Für den Dreh des Spielfilms waren insgesamt 51 Tage geplant, was die Umsetzung des Konzeptes ermöglicht hätte. Dieses Konzept zur Filmherstellung ist bisher einzigartig und hätte dem Charakter einer transparenten Produktion entsprochen. Hätten Zeit und Geld für den Dreh keine übergeordnete Rolle gespielt, wäre dieses Verfahren eine Möglichkeit gewesen Usern eine wirkliche Anteilnahme an einem Drehprozess zu gestatten.

Partizipative Arbeit und vor allem kreatives Schreiben ist mit vielen Risiken und Problemen behaftet. Dennoch ist es möglich Resultate zu erzielen, ohne dabei ganz auf diese Struktur zu verzichten. Andererseits glaube ich aber auch, dass man sich dabei teilweise über den strikten Ansatz der Integration einer Online Gemeinschaft hinwegsetzen muss um Ergebnisse zu erzielen, sonst trifft man sich insgesamt nur bei dem kleinsten gemeinsamen Nenner oder findet keinen Konsens, was dem gesamten Projekt und dem Produkt nur schaden kann. Auch spielt die Frage der Zeit eine wichtige Rolle. Gemeinschaftsentscheidungen gehen immer Diskussionen über einen längeren Zeitraum voraus, da sich jeder zu Wort melden will und auch darf. Dies setzt nicht nur einen langen Atem für die Community voraus, sondern auch für die Produzenten im Hintergrund. Das BATESIAN-Projekt erstreckte sich von der ersten Idee bis zur Produktion der Teaser beinahe 2 Jahre. Es wurde dabei sehr viel Zeit in die Organisation, wie gemeinschaftliches Arbeiten funktionieren kann, gesteckt. Jedoch ohne eine organisatorische Struktur, das heißt ein Redaktionsteam, welches die Entwicklung überwacht und regelt, ist meiner Meinung nach, eine Filmproduktion dieser Größenordnung nicht zu bewältigen.

Wie zusammenfassend zu sehen ist, wurde keine Strategie konsequent durchgeführt. Es wurde zu jeweils unterschiedlichen Zeitpunkten unterschiedliche Strategien angewendet. Eine funktionierende und aktive Online-Community mit einzubeziehen stellt oft einen erheblichen Mehraufwand dar. Alleine die Erhaltung und ständige Aktivierung der Community bei diesem Projekt war kaum zu bewältigen. Um diese Community am Leben zu erhalten und Anreize zu schaffen sich gegebenenfalls zu beteiligen, müssen ständig Inhalte produziert werden für die Teilnehmer, die nicht vor Ort sind, um diese auf dem Laufenden zu halten. Denn nach einer Hypothese<sup>187</sup> sind nur 1% der Teilnehmer innerhalb einer virtuellen Gemeinschaft bereit selbstständig Inhalte zu produzieren. 10% interagieren mit der Gemeinschaft und 89% sind reine „lean back“ Konsumenten, die vorgefertigte Inhalte betrachten wollen.

Dies war zum Teil auch bei BATESIAN ein Problem, da nach dem Höhepunkt der User Beteiligung während des Auswahlprozesses der Treatments, also der contestipative Teil, die Mitarbeit der virtuellen Gemeinschaft stetig abnahm. Auch Strategien, wie beispielsweise spezifische Aufgaben an die Community auszulagern und diese mit einer Deadline zu versehen, wurden oft versäumt. Sich darauf zu verlassen, dass sich Interessierte Aufgaben selber suchen würden, war oftmals nicht genug, vor allem wenn sich die Gemeinschaft aus einer Gruppe von 270 registrierten Teilnehmern des Forums zusammensetzt, von denen nur 11% 10 oder mehr Foreneinträge vorweisen können. So gesehen war die dynamische Ausbreitung der Verantwortungen und Pflichten auf die Teilnehmer nicht möglich.

Um weiterhin das Projekt am Leben zu erhalten und neue Anreize zu schaffen ist nach Fertigstellung des Filmprojekts geplant sämtliches Quellenmaterial online freizugeben und für den Download bereitzustellen, um Usern die Möglichkeit zu geben eigene Versionen der Teaser zu erstellen. Wir folgen mit diesem Entschluss, der relativ spät im Laufe des Projektes gefällt wurde, dem Konzept des Open Source Filmprojektes DYSTOPIA.

Dennoch haben wir es im Laufe des Projekts geschafft ein Drehbuch zu schreiben, dass durch und mit Hilfe des Internets erstellt wurde und eine geteilte Vision vieler unterschiedlicher Menschen geworden ist. Alleine diese Tatsache ist meiner Meinung nach Beweis genug die These des einsamen Genies teilweise zu verabschieden.

BATESIAN war nur eine Möglichkeit und Versuch der Integration einer Online Gemeinschaft. Eine weitere ist das DYSTOPIA Projekt, das mehr contestipative Strategien verfolgt.

---

<sup>187</sup> Vgl. Charles Arthur: What is the 1% rule?. The Guardian. 26.07.2006. Quelle: <http://www.guardian.co.uk/technology/2006/jul/20/guardianweeklytechnologysection2>. Stand: 25.01.2013.



## 11. DYSTOPIA – Open Source Film – User generated Cinema

DYSTOPIA, ehemals unter dem Arbeitstitel „Minotauros Project“, ist ein Open Source Projekt der Filmakademie Ludwigsburg. Im Laufe der Produktion und dieser Diplomarbeit wurde der Titel und das Projekt verändert, daher schreibe ich bis zu einem gewissen Zeitpunkt vom Minotauros Projekt und später von DYSTOPIA. Voraussichtliche Fertigstellung des Projektes ist April/Mai 2013.

Es wurde als Diplomfilm von den Produktionsstudenten Martin Katic, Pascal Nothdurft und Márk Szilágyi ins Leben gerufen. Ziel der Produktionsstudenten ist ein Open Source Film, der zur Zeit mit Hilfe einer Online-Community entwickelt wird. Dabei sollen nicht nur das Drehbuch, sondern auch alle anderen Teile des Films mit Hilfe dieser Online-Community erarbeitet werden. Das heißt, dass es zwischen dem angestrebten Zielpublikum und den Produzenten eine Brücke geschlagen werden soll, die Partizipation während des gesamten Produktionsprozesses zulässt. Ich spreche hier von Partizipation, da die Produzenten immer noch als Redaktion über die Inhalte entscheiden. So steht in den Nutzerbestimmungen: „Your idea or contribution will enter the voting process, as long as it meets the demands and is executable. These will be marked by the Dystopia team.“<sup>188</sup>

Der Konsument soll somit teilweise zum Produzenten gemacht werden. Einerseits durch Beisteuerung von Ideen, Vorschlägen und Konzepten und andererseits durch die Berechtigung über die Konzepte anderer User und deren Durchführung abzustimmen. Es gilt das Prinzip des „create and vote“<sup>189</sup>. Durch die Hilfe des Internets kann der Konsument zu jeder Zeit an jedem Ort Teil des Projekts werden und seine Beiträge online beisteuern. Dafür werden wie bei den Voraussetzungen für User Generated Content die Inhalte und Beiträge online veröffentlicht und sind für jeden einsehbar.

Das Projekt ist in Verschiedene Produktionsphasen unterteilt. Die Aufteilung und Benennung der Phasen erfolgt nach einer Reihenfolge, die durch die Ansicht der internen Filmförderunterlagen und Interviews mit den Produzenten zustande gekommen ist. Dabei wird das Projekt in 3 Teile unterteilt, beginnend mit dem Teil A – Online Konzeption. Kollektives Kunstwerk. Darauf folgend B – Dreharbeiten. Dreh für Content Pool. Umsetzung des gemeinsamen Nenners. Und als letztes C – Everybody's Movie. Personalisiertes Kunstwerk.

### 11.1 Facebook als Drehbuchplattform

Start der virtuellen Diskussion fand am 15. Oktober 2011 auf Facebook statt. Aufgrund der Abschaffung der Forumsfunktion auf Facebook Ende 2011 wurde die Diskussion auf der Pinnwand der Social-Media Plattform weitergeführt.

---

188 DYSTOPIA. User-Generated Cinema. General Terms of Use for the Portal. Project Description. Quelle: <http://create-dystopia.org/terms>. Stand: 20.01.2013.

189 DYSTOPIA. Projektbeschreibung: We want to create a cyberpunk movie together with you. Quelle: <http://create-dystopia.org/projects/profile/51/dystopia>. Stand: 10.01.2013.

Die erste Drehbuchphase des Projekts war die Sondierung. Das bedeutet die Recherche des Genres durch die Community. Geplant wurde ein Science-Fiction Film aus dem Cyberpunkgenre. Dafür musste zunächst das Themenfeld eingegrenzt und ein einheitliches Verständnis dafür erzeugt werden. Die Community stellte verschiedene Beispiele von Cyberpunk-Gattungen vor und erörterte die Vor- und Nachteile und Merkmale bestimmter Strömungen. Was macht Cyberpunk aus? Was braucht man um überhaupt von Cyberpunk zu sprechen? Im Laufe der Diskussion sollten sich so verschiedene Sichtweisen auf den Begriff des Cyberpunk ergeben. Gleich zu Beginn stellten die Initiatoren des Projekts die Frage nach der Definition von Cyberpunk. Dieser musste im Kontext von verwandten Begriffen genauer abgegrenzt werden. In diesem Bereich gibt es verschiedene Science-fiction Genre, die sich mit alternativen Realitäten beschäftigen und eine hohe Technikaffinität aufweisen. Die Online Community brachte dabei Genres in die Diskussion, die diese Technikaffinität aufweisen, auch grob zum Cyberpunk gezählt werden können, aber sich dennoch von der klassischen Perspektive unterscheiden. Dazu zählen beispielsweise der Steam- und Dieselpunk.<sup>190</sup> Beide Genres setzen auf ein „Was wäre wenn..?“ – Szenario und sind zeitlich mehr oder weniger eingegrenzt. Während Steampunk in einem viktorianischen Zeitalter spielt, in dem Elektronik zwar erfunden, aber noch mit Dampfmaschinen der verschiedensten Art betrieben wird, ist Dieselpunk zeitlich später einzuordnen und spielt hauptsächlich in der Anfangszeit der Dieselmotoren zwischen 1920-1950. Cyberpunk hingegen kann einerseits als Oberbegriff eines Science-Fiction Genres gesehen werden und andererseits als selbstständige Strömung innerhalb der Science-Fiction, die sich thematisch mit der nahen Zukunftsrealität beschäftigt.

Es wurde zuerst versucht, die Begriffe zu unterscheiden und einen gemeinsamen Nenner zu finden, auf dem der Film später aufgebaut wird. Innerhalb der Diskussion wurde der Kontext beleuchtet, in welchem das Cyberpunk-Genre eine Rolle spielt. Dazu gehören neben klassischer Science-Fiction Literatur, beispielsweise Tad Williams, William Gibson, Neal Stephenson etc., Rollenspiele, wie Shadowrun, Cyberpunk 2020, Frostzone, etc. auch Musik und Comics, wie Hard Boiled, Ronin, Transmetropolitan, die Nikopol-Trilogie etc. Unter anderem auch Blogs (z.B. monolculture), Filme (Matrix, Blade Runner, Akira) und Spiele (Deus Ex, Syndicate, System Shock).

So können Science-Fiction und Cyberpunk kategorial nicht getrennt werden, sondern sind ineinander verwoben. Wohingegen Science-Fiction zum Teil Utopien darstellen können, sind Cyberpunk-Welten meist dunkle Szenarien, die eine dystopische Sicht auf den Fortschrittsfanatismus werfen. Der Mensch ist eingebettet in eine Welt voller Technologie und ist von dieser Abhängig wie von einer Art Droge. Cyberpunk Welten rufen immer eine Art der aktuellen Gesellschaftskritik auf, in der Technologie nicht unbedingt verteufelt, jedoch der richtige Umgang mit Technologie in Frage gestellt wird.

---

<sup>190</sup> Steampunk: <http://www.youtube.com/watch?v=5i9ZX10iM64>. Dieselpunk: <http://www.dieselpunks.org/>

„Classic cyberpunk characters were marginalized, alienated loners who lived on the edge of society in generally dystopic futures where daily life was impacted by rapid technological change, an ubiquitous datsphere of computerized information, and invasive modification of the human body.“<sup>191</sup>

Innerhalb eines Monats wurde durch die Community-Mitglieder eine Definition geschaffen, in welchem Genre sich die anzustrebende Cyberpunkwelt befindet. Dieser Prozess war eher die Konstruktion von Wissen, der durch das Produzententeam durch Fragestellungen angeleitet wurde.

Am 8. November 2011 wurde auf Facebook und dem Projekt-Wiki<sup>192</sup>, das dem Minotaurus-Team als Diskussions-Panel diente, eine Zusammenfassung und Essenz der Definition von Cyberpunk veröffentlicht, welche mit Hilfe der Community erstellt wurde. So lässt sich Cyberpunk als Auszug der Community-Diskussion wie folgt definieren:<sup>193</sup>

1. Ein System (sei es wirtschaftlicher oder politischer Natur) kontrolliert die Gesellschaft (The Corporation). Lebensräume für Freiheit, Selbstbestimmtheit, Individualität oder auch Menschlichkeit sind klein, im Untergrund und sind nach Maßstäben des Systems illegal.
2. Technik und Technologie zeigen sich (auch) von ihrer dunklen Seite. Dabei spielen realistische Technologien eine zentrale Rolle, die das gesellschaftliche Verhalten und das soziale Leben bestimmen (Internet oder Vergleichbares).
3. Mensch und Maschine wachsen zusammen. Zum Teil so weit, dass intelligente Maschinen selbstständige Charaktere werden (Verhalten und möglicherweise sogar das Aussehen).
4. Virtual Reality/Augmented Reality: Es gibt oft entweder eine komplett virtuelle Welt oder eine „reale“ Welt, deren Wahrnehmung durch digitale Elemente ergänzt ist. Cyberpunk spielt also mit der Wahrnehmung und der Frage nach der Wirklichkeit.
5. Information ist Macht. Eine zentrale Rolle spielen Kommunikationsnetzwerke, über die Menschen untereinander verbunden sind und/oder beeinflusst werden können. Hacker sind in diesem Setting die idealen Helden.
6. Die Geschichte wird aus der Perspektive des Untergrunds erzählt. Wir sympathisieren mit den Antihelden, den Outcasts der Gesellschaft, den Punks. Ob der Sturz des Systems und die Revolution gelingt, ist dabei nicht immer im Vordergrund.

---

191 Lawrence Person: Notes Toward a Postcyberpunk Manifesto. 1999. Quelle: <http://slashdot.org/story/99/10/08/2123255/notes-toward-a-postcyberpunk-manifesto>. Stand: 01.10.2012.

192 <http://www.minotaurus.org/wiki/index.php?title=Hauptseite> (Link nicht mehr aktiv)

193 <https://www.facebook.com/minotaurusproject>. Post vom: 08.11.2011



7. Stil: düster, realistisch, schmutzig. Oft dominiert ein Farbton den ganzen Film. Die Farben sind entsättigt, aber auch partiell grell/neon (Tokyo-Look).

In der nächsten Phase nutzten die Minotauros-Macher weiterhin Facebook für die Ideensammlung. Hier wurde durch Fragestellungen die Grundlage für die Filmwelt geschaffen. Die Macher starteten einen Aufruf für Geschichten aus verschiedenen Cyberpunk Rollenspiel-Abenteuern. Welche ungewöhnlichen Geschichten der Community während eines Rollenspiels passiert sind und die sich von den gewöhnlichen Themen und Questen unterscheiden, besondere Erlebnisse und Wendungen. Es wurden kleine Anekdoten und Storylines aus verschiedenen Rollenspielen gesucht. User nutzten die Facebook Pinnwand um eine Sammlung an Querverweisen und Artikel aus dem Internet zusammenzutragen. Dazu gehörten verschiedene Einflüsse aus Kultur und Kunst, aber auch realistische Entwicklungen aus Technik und Forschung. Ebenso wurde der Einfluss diskutiert, den Technologie auf unsere Gesellschaft ausübt und wie sie diese beherrscht.

Es wurden auf Facebook Fragen gestellt, die mit Hilfe der Kommentierungsfunktion auf der Projektseite von der Community beantwortet wurden. Dies führte jedoch im Laufe der Fortschreitenden Diskussion und durch eine größere Beteiligung der User, die oft inhaltsabweichende Beiträge leisteten, zu einer chaotischen Diskussion auf der Pinnwand. Hier wurde ein Problem deutlich, das Simanowski als Schwierigkeit kollaborativer Schreibprozesse beschreibt:

„Das Schreiben nicht *in*, sondern *neben* der Geschichte wird in manchen Fällen schließlich zum spürbaren Problem und führt die Geschichte zur Reflexion ihrer selbst.“<sup>194</sup>

Die Beiträge nahmen nicht inhaltlich Bezug aufeinander, Geschichte wurde nicht fortgeschrieben, sondern es wurde vielmehr über den Schreibprozess an sich diskutiert. Es gab wenig Rücksicht auf das Gemeinsame<sup>195</sup>.

Wegen zunehmender Unübersichtlichkeit, was von einzelnen Community-Mitgliedern bemängelt wurde, setzten die Minotauros-Macher ein Wiki um, welches weiterhin bis zum Start der Webseite dazu dienen sollte Struktur in den Diskussionsverlauf zu bringen.

Es wurden in den Monaten November 2011 bis Januar 2012 spezifische Fragen an die Community gestellt, die zur Konstruktion der Welt und vor allem Strategien zu entwickeln wie mit der Community zusammen zu arbeiten ist. Die Fragerunde im November 2011 diente darüber hinaus als Inspirationsquelle für das Cyberpunk Genre und als Mittel um die Community in den kreativen Ideenfindungsprozess einzubinden. Anfangs funktionierte diese Strategie, jedoch im Fortschritt des Projekts wurde durch die unzureichende Plattform der Facebook Pinnwand der Ideenaustausch immer unübersichtlicher.

<sup>194</sup> Roberto Simanowski: Der Autor ist tot, es lebe der Autor. In: Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Schriftenreihe des Zentrums für Medien und Interaktivität. Campus Verlag, Frankfurt 2004. S. 209.

<sup>195</sup> Vgl. Ebenda.

Doch Anfang des Monats März 2012 kann die Facebook Diskussion als gescheitert angesehen werden. Durch den Absprung mehrerer aktiver Community-Mitglieder und das Unvermögen der Produzenten die Community am Leben zu erhalten wurde der Versuch des kollaborativen Schreibens auf Facebook aufgegeben. Ein großes Problem sehe ich in der Verwendung von Facebook als Plattform für einen kollaborativen Ansatz. Zwar besitzt die Plattform Vorzüge, wie den eingebundenen Chat, die Möglichkeit Bilder und Videos hochzuladen und zu verlinken, freien Zugang, jedoch ist Facebook nicht darauf angelegt, beziehungsweise bietet nicht die geeignete visuelle Plattform und Darstellungsweise um inhaltlich komplexe Geschichten fortzuschreiben. Statusmeldungen und Kommentare werden meist nur knapp gehalten und sind daher meist weniger informativ. Es besteht nicht die Möglichkeit wie in einem Forum Untersektionen zu bilden und dort über einen bestimmten Punkt zu sprechen. Falsch platzierte Beiträge können ebenso wenig verschoben werden und wer nun nach bestimmten Inhalten sucht, muss teilweise ganze Gesprächsverläufe absuchen um spezifische Beiträge zu finden.

## **11.2 DYSTOPIA**

Im Mai 2012 wurde jedoch die neue Webseite online gestellt, die unter einem neuen Projektnamen zu finden war. Das Projekt wurde zu „DYSTOPIA“<sup>196</sup> umbenannt. Ebenso fand eine Änderung der Userintegration statt, die im folgenden Kapitel näher analysiert wird.

## **11.3 Einbindung des Users durch contestipative Verfahren**

Mit der Änderung des Namens wurde auch eine Änderung der Strategie des gemeinschaftlichen Filmprojekts vollzogen. Die Struktur näherte sich einer partizipativen Arbeitsweise, die wie in Kapitel 2 schon festgelegt wurde, einer redaktionellen Kontrolle unterliegt. Außerdem nahm der contestipative Charakter einen großen Stellenwert ein.

Während des gesamten kreativen Projektprozesses werden<sup>197</sup> User immer wieder aufgefordert anhand von bestimmten, vorher festgelegten Vorgaben eigene kreative Leistungen einzubringen. Die eingereichten Ideen und Konzepte der User werden innerhalb der Community diskutiert und bewertet. Die am besten bewerteten Einreichungen werden durch die Produzenten kommentiert und in einer Shortlist veröffentlicht. Jeder User hat nun eine Stimme und wählt aus der Shortlist seinen persönlichen Favoriten. Die folgende Grafik erläutert die Stufen des contestipativen Verfahrens.

---

<sup>196</sup> Vgl. [www.create-dystopia.org](http://www.create-dystopia.org). Stand: 15.08.2012.

<sup>197</sup> Hier wird Präsens verwendet, da die Vorproduktion zum Zeitpunkt der Arbeit Januar 2013 noch nicht abgeschlossen ist.

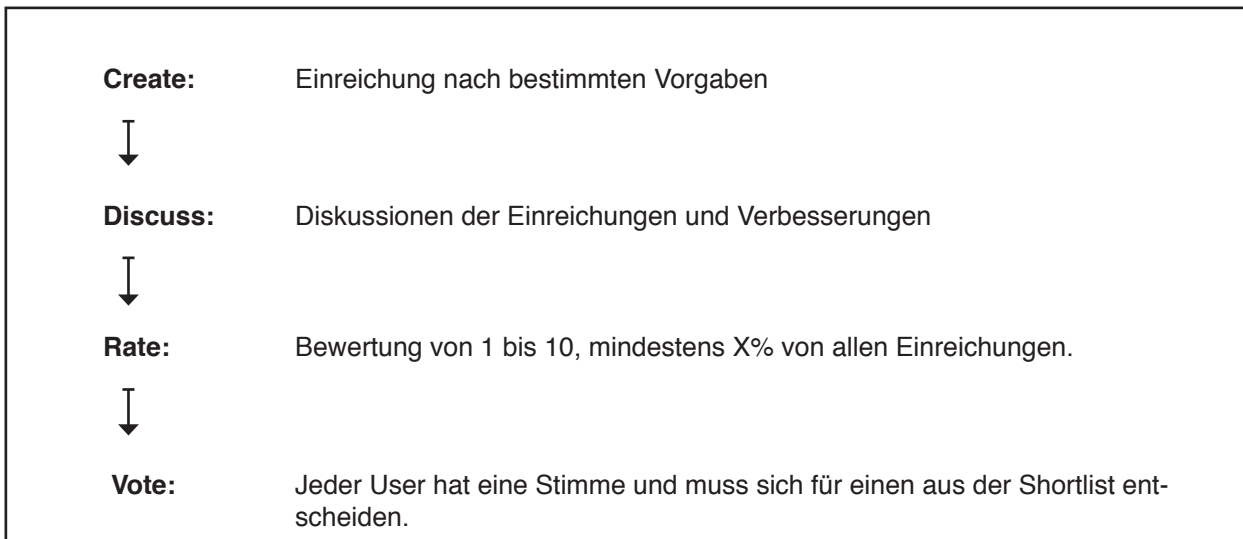


Abb. 7: DYSTOPIA contestipatives Verfahren

Der Schreibprozess wurde jedoch nicht mehr wie beim vorhergehenden Versuch partizipativ gestaltet, sondern ist contestipativen Strukturen unterworfen. Im Vorfeld der Ideenfindung wurde eine Art Wettbewerb ausgeschrieben für die Einreichung von Ideen zu einem bestimmten Thema. Die „Core Ideas“ mit maximal 400 Zeichen lief bis zum 16. Juli 2012. In diesem Rahmen wurden 20 Ideen eingereicht, über welche im Netz von den anderen registrierten Usern abgestimmt werden konnte. Teilweise waren dies Ideen, bei denen an Kurzzusammenfassungen von Filmen zu denken war, andererseits wurden auch Ideen eingereicht, die eine kurze Handlungs-/Dialogsequenz einer Geschichte beinhalteten. Die Integration der User war nicht darauf ausgelegt, durch Kommentare Ideen und Vorschläge zu kreieren und gegebenenfalls danach durch die Autoren Verbesserungen an ihren Geschichten vorzunehmen. Nachdem die Geschichten eingereicht wurden fand kein Verbesserungsprozess statt. Dies steht im Gegensatz zum vorher beschriebenen BATESIAN-Projekt, das eben genau das Ziel hatte, Ideen der User in diesem Stadium miteinfließen zu lassen.

Jeder Nutzer, der Teil des Projekts werden wollte, musste sich auf der Homepage registrieren und konnte somit in dem Abstimmungsprozess teilnehmen. Pro Idee konnten bis zu maximal 5 Stimmen abgegeben werden, die in Halbschritten gezählt wurden. Dies führte am Ende der Abstimmung zu einem Durchschnittswert. Die besten 5 Ideen kamen in die zweite Runde. Darüber hinaus wurde eine Wildcard an eine zusätzliche Idee vergeben. Dies erfolgte wiederum durch eine Social Media Abstimmung auf Facebook. Die Idee mit den meisten „Gefällt mir“ und „Teilungen“ wurde in die nächste Runde aufgenommen. Nach Abstimmung der „Core Ideas“ erfolgte die zweite Phase des Projektes mit der Möglichkeit aus einer eingereichten Idee und mit einem Element des von den Machern produzierten Teasers<sup>198</sup>, etwas Neues zu kreieren. Dafür hatten die User 800 Zeichen zur Verfügung um die Ideen miteinander zu kombinieren. Aus diesen eingereichten Ideen, die

<sup>198</sup> Video auf Vimeo: <https://vimeo.com/41881648>. Stand: 16.08.2012.

innerhalb des Forums diskutiert wurden, wählten die User in einem Abstimmungsverfahren die beste Idee aus. Aus dieser Idee wurde nun in einem nicht gemeinschaftlichen Verfahren durch einen einzelnen Drehbuchautor eine vorläufige Version eines Handlungsablaufes erstellt. Unter dem Punkt „Participate“ der Seite wurden bisher<sup>199</sup> 13 verschiedene Calls ausgeschrieben. Jedoch waren nur drei Calls wirklich für User ausgelegt durch Abstimmung eine Entscheidung zu treffen. Der Großteil der Aufgaben bestand nur darin Vorschläge zu machen, die jedoch in den meisten Fällen nicht diskutiert wurden und nur unkommentiert ihren Platz in der Liste der Einreichungen fanden. Hierbei sehe ich ein großes Problem, da Auswahlverfahren denen kein Platz für Kommentare und Aushandlungsprozesse eingeräumt wird leicht den qualitativen Anspruch gemeinschaftlicher Arbeit verlieren. Damit meine ich, dass Abstimmungen nicht unbedingt von der Qualität der Einreichungen abhängen, sondern vielmehr davon, welcher Teilnehmer genügend seiner Freunde akquirieren kann für ihn zu stimmen. Dabei wird die Möglichkeit unterbunden kollektive Kreativität zu nutzen um Verbesserungen durchzuführen und gegen eine bloße Quantität ersetzt. Dies kann aber durch den Ansatz der DYSTOPIA Produzenten vermieden werden, indem Stimmen nur gezählt werden, wenn vorher eine bestimmte Anzahl anderer Einreichungen bewertet wurden.

#### **11.4 Konzeption der Website**

Anders als im Präsentationsvideo vorgestellt, änderte sich im Laufe der Produktion der Zugang zum gemeinschaftlichen Arbeiten. So wird die geplante Webseite weniger am partizipativen Arbeiten ausgelegt sein, als vielmehr contestipative Teile beinhalten. Es geht weniger um die uneingeschränkte Mitbestimmung von Community-Mitgliedern als um einen Wettbewerb der Ideen und Vorschläge.

Die Seite ist klar strukturiert. Die wichtigsten Felder für die User Beteiligung sind „Participate“ und die „Milestones“. Unter dem Punkt „Participate“ werden übersichtlich die ausgeschrieben „Calls“ aufgeführt. Anders als im Forum des BATESIAN Projekts, sind dort nur die Aufgaben zu finden, die von den Produzenten ausgeschrieben wurden. Dies führt demnach nicht zu einem unübersichtlichen Sammelsurium an Forenbeiträgen. Auch wurde für einzelne „Calls“ die Kommentierungsfunktion der Ideen unterbunden. Andere User können sich demnach nicht zu den Vorschlägen äußern.

---

<sup>199</sup>Stand: 10.01.2013.

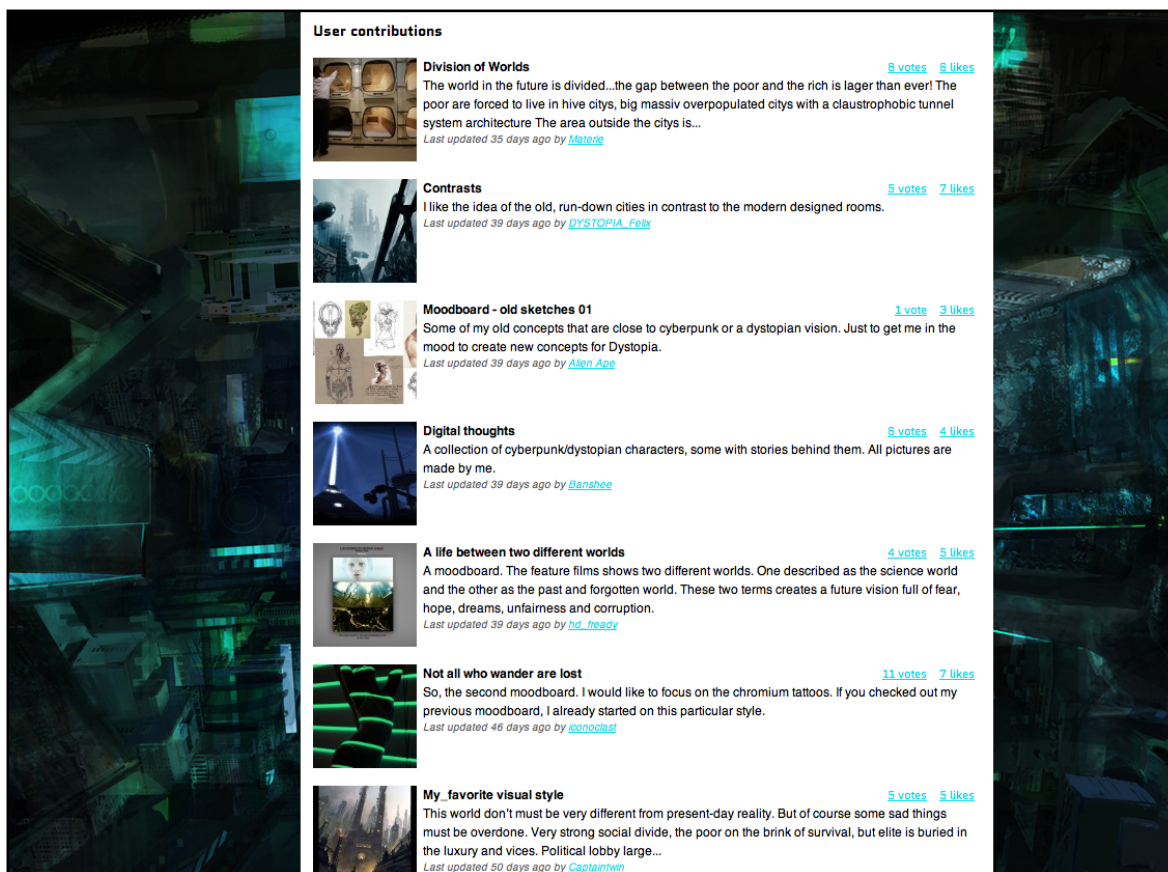


Abb. 8: DYSTOPIA Homepage

Im oberen Bild zeigt ein Beispiel aus der Webseite.<sup>200</sup> Dieses Beispiel zeigt einige Nutzerbeiträge zu dem „Call“ für Moodboards, der später die visuelle Richtlinie für den Film darstellen soll. So konnten User ihre gesammelten Bilder, Photos, Zeichnungen etc., die teilweise selbst erstellt oder aus dem Internet zusammenkopiert wurden, auf die Plattform stellen. Zusätzlich musste eine kurze Beschreibung zu den Bildern beigefügt werden. Jeder registrierte Nutzer konnte nach Ablauf der Deadline am 16.11.2012 bis zum 26.11.2012 über die verschiedenen Einreichungen abstimmen und kommentieren. Insgesamt wurden 13 unterschiedliche Moodboards eingereicht. Die Sparte der Einreichungen erstreckte sich über selbst erstellte Zeichnungen bis hin zu Standbildern aus Filmen. Hier wird aus einem zum Teil zusammenkopierten Sammelsurium verschiedener Eindrücke eine neue kreative Ausdrucksmöglichkeit der User geschaffen, die von den Produzenten im Bereich der Möglichkeiten produktionstechnisch ausgewertet wird.

Die Aussage „im Bereich der Möglichkeiten“ ist gewählt, da sich diese auf alle Ausschreibungen bezieht. Das Problem ist nicht unbedingt die Kreativität der Einreichungen der User, sondern vielmehr deren Umsetzung in der Realität. Die Ideen können und werden nicht deckungsgleich produziert, einerseits aufgrund eines begrenzten Budgets und andererseits aus dramaturgischer Sicht.

<sup>200</sup> <http://create-dystopia.org/calls/view/417/moodboards>. Stand: 15.12.2012.

Durch die Registrierung für die Webseite muss der User, durch die Zustimmung zum AGB, schon im voraus auf finanzielle Ansprüche an seine möglicherweise urheberrechtlich schützenswerten Beträge verzichten und deren Nutzungsrechte an die Produzenten abtreten. Der User hat die Möglichkeit innerhalb des Portals Beiträge zu kommentieren, Feedback zu geben und Ideen einzureichen. Dafür erhält der User eine bestimmte Anzahl an Creditpoints als virtuelle Währung. Ideen, die 1:1 von den Produzenten umgesetzt werden erhalten ein „Ribbon“. Ein Ribbon beinhaltet die Rechteübertragung an die Produzenten.

Dafür wird per Post ein schriftlicher Vertrag versendet. Dieser Vertrag überträgt die Veröffentlichungsrechte unter einer CC-Lizenz, sowie das einfache kommerzielle zeitlich, örtlich uneingeschränkte Nutzungs-, Bearbeitungs- und Vervielfältigungsrecht, sowie das Recht zur Filmherstellung des Werkes.

Nach Zahlung der Produktionskosten, bekommen User, die ein Ribbon erhalten haben, anteilig eine Gewinnbeteiligung von 20%, die je nach Beteiligung unter den Teilnehmern ausgeschüttet wird. Die Auswertung ist in einem breiten Spektrum geplant. Neben der Kinoauswertung der besten Versionen, eine Kompilation von Kurzfilmen, sollen zusätzlich DVD und TV-Rechte verkauft werden. Ebenso ist ein System des Micropayment geplant, der für eine geringe Gebühr den Express-Download der verfügbaren Quellmaterialien erlaubt.

## 11.5 Content Pool

Ziel für den Film ist es einen Content Pool an Filmmaterial zu erschaffen, der verschiedene Erzählungen zulässt.

„The objective of this cooperation is the mutual conception and professional production of a Content Pool of film scenes and other film elements, such as design suggestions and music.“<sup>201</sup>

Die Initiatoren werden nach eigenen Angaben die Geschichte modular aufbauen. Dafür werden aus der Vision, die von der Community ausgewählt und weiterentwickelt wurde, zwei Handlungsstränge kreiert. Diese erzählen die Geschichte aus der Sicht von jeweils Einem der zwei Hauptprotagonisten. Die Struktur lässt sich wie folgt beschreiben:

---

201 DYSTOPIA: User-Generated Cinema. General Terms of Use for the Portal.



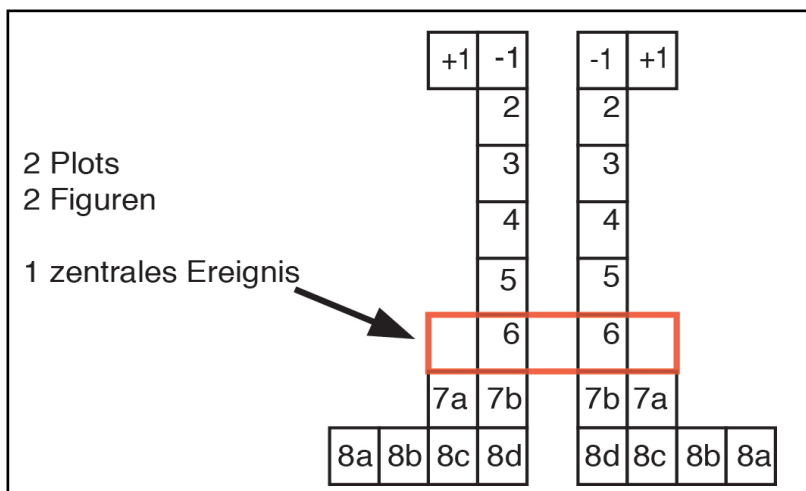


Abb. 9: DYSTOPIA Episodenstruktur

Der oberen Grafik zufolge wird, wie im Kapitel über den Episodenfilm beschrieben, eine Multiperspektivität geschaffen. Die Geschichte, beziehungsweise das zentrale Ereignis, wird aus der Sicht unterschiedlicher Protagonisten erzählt, welches die beiden Handlungsstränge miteinander verbindet. Das Besondere bei diesem Projekt ist jedoch, dass die Erzählform nicht vorgegeben wird. Zwar besitzt das Projekt die Mindestanforderung von 2 Geschichten und einem verbindenden Ereignis, jedoch überlässt man es dem User die dramaturgische Struktur zu gestalten. Das Quellmaterial wird bereitgestellt aber die Reihenfolge nicht festgelegt. Jegliche Kombinationsmöglichkeiten sind daher offen. Die Dramaturgie bleibt der Fantasie des Users überlassen.

Der Content-Pool wird das zentrale Produkt des Projekts. Durch Ihn bietet sich die Möglichkeit das „User Generated“ – Filmmaterial zum „Open Source“ - Projekt zu machen und in direkter Folge daraus der „Everybody's Movie“. Jeder Interessierte kann dabei seine ganz eigene Filmversion schaffen. Das Quellmaterial, das freigegeben wird, beinhaltet alle diese Daten, die zu einer professionellen Erstellung einer Filmversion dienen. Ob wirklich alle Daten, die während der Produktion entstanden sind, freigegeben werden, steht zum jetzigen Zeitpunkt der Vorproduktion noch aus. Es ist geplant zumindest alle im Film verwendeten Daten zur Nutzung bereitzustellen.

Später kommen noch fertig postproduzierte Szenenmodule hinzu, welche die Postproduktion für den Amateur vereinfachen sollen. Diese Phase lässt sich auch als User Generated bezeichnen, da für den Schnitt einerseits ein Mindestmaß an eigener Kreativität gefordert ist, es reicht nicht aus die Szenen nur zu besitzen, um einen Film zumachen. Durch den öffentlichen Zugang ist daher auch im Grunde genommen jeder in der Lage an das Filmmaterial zu kommen. Die Filme werden auch mit dem Gedanken an eine spätere Veröffentlichung und Teilnahme am Wettbewerb zur Auswertung hergestellt. Die folgende Grafik skizziert den kompletten Ablaufprozess:



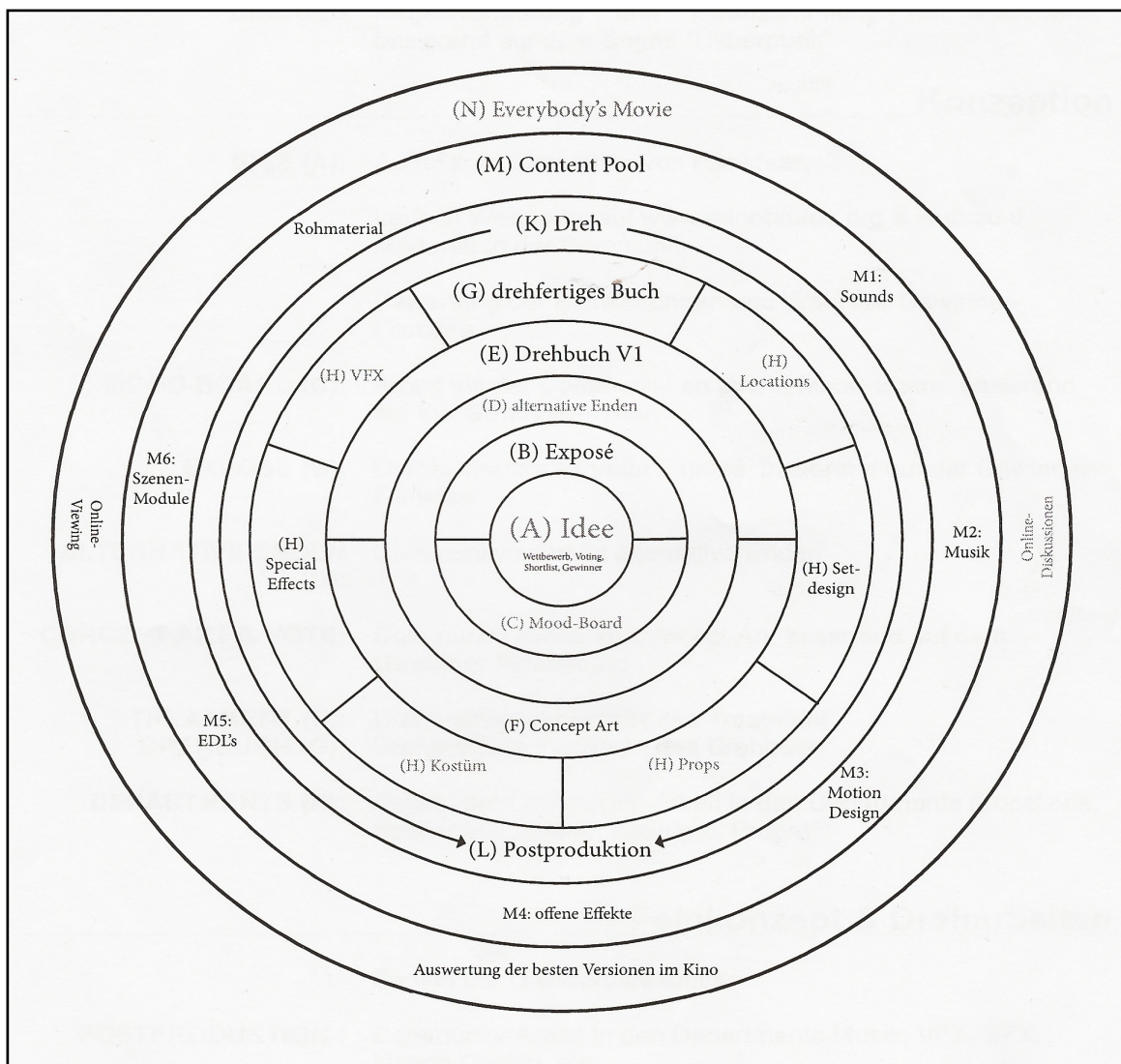


Abb. 10: DYSTOPIA Projektverlauf

Diese letzte Phase ist auf einen Zeitraum von 4-20 Monaten angelegt, je nachdem wie groß der Zuspruch zu dem Projekt ausfällt. Ziel ist die Erstellung möglichst vieler qualitativ hochwertiger User-Kurzfilme. Diese werden im Folgenden auf der Homepage hochgeladen und stehen dann zur Bewertung durch andere User. Hier kommt wieder der contesti- pative Charakter des Projekts zur Geltung. Die 10 Filme mit den meisten Stimmen werden kommerziell von den Produzenten ausgewertet, als zusammengestellte Sammelwerke, durch DVD Vertrieb, VOD, Präsentation als Vorfilme im Kino und eine Festivalauswertung. Der Miturheber, in diesem Fall der User, wird dementsprechend prozentual an den möglichen Gewinnen beteiligt. Daher auch die Wortneuschöpfung der Produzenten des „User Generated Cinemas“, als eine Professionalisierung von „User Generated Content“ in Filmformat. Darüber hinaus können User, die selbst erstellten Filme in jeder Hinsicht in nichtkommerzieller Weise nutzen und veröffentlichen.

## 12. Fazit

Die Bestrebungen Zuschauer in den Prozess der Filmherstellung mit einzubeziehen werden meiner Meinung nach immer vielfältiger. Daher denke ich nicht, dass dies nur ein zeitbasiertes Phänomen ist. Die Techniken und Verfahrensweisen sind allesamt noch in der Experimentierphase, die noch vermutlich noch einige Jahre andauern wird, bis ein funktionierendes System aufgebaut ist. Doch genau dort liegt der Reiz, mit den Möglichkeiten, die das Internet bietet etwas anderes zu machen als bloße Distribution eines bereits geschaffenen Materials. Wie in der Arbeit beschrieben, wurden bereits Softwarelösungen geschaffen, die darauf ausgelegt sind, gemeinsames Arbeiten zu ermöglichen und zu erleichtern und sich die daraus entstehenden Produkte durch standardisierte Lizenzen einfacher vermarkten lassen. Dennoch sind die Strategien, wie Gruppenarbeit durchführbar ist und sich managen lässt, weiterhin Experimentierfelder.

Wie man anhand der Arbeit gesehen hat, geht der Trend immer mehr dazu den Zuschauer in das Produkt zu integrieren und ihm dadurch, wie ich meine, einen Mehrwert zu vermitteln, indem sie die Filmproduktion auch für Amateure zu einer erlebbaren Aktivität gestaltet und ihm die Möglichkeit bietet Teil von etwas zu werden, das sonst hinter seinem Erfahrungshorizont bleiben würde. Meiner Auffassung nach, hat das Internet unsere Kultur verändert und uns die Möglichkeit gegeben mit mehr Menschen an einem Projekt zu arbeiten, etwas Kreatives zu schaffen und dies unabhängig von Zeit und Ort auf der Welt. Dass diese Verfahren und Kommunikationsstrukturen aber längst nicht ausgereift sind, habe ich durch die auftretenden Probleme ausreichend beschrieben.

Auch, dass diese Arbeit für die Projektinitiatoren jedoch nicht immer geradlinig und einfach verläuft, habe ich durch die Untersuchung der Projekte gezeigt. Besonders die Arbeit mit einer Community, deren Mitglieder sich untereinander nicht kennen und nur über digitale Plattformen und Werkzeuge miteinander kommunizieren, macht die Projektleitung und Kommunikation unlängst schwerer. Gerade für Aushandlungsprozesse um Entscheidungen zu treffen enthält die indirekte Kommunikation über das Internet viele Möglichkeiten für Missverständnisse und fehlende Ausdrucksmöglichkeiten, die sich auch damit auf den freien kreativen Prozess auswirken. Zusätzlich ist auch die Absicht und der Versuch, Ideen jeglicher Art, die von der Community eingebracht werden, in die kreative Arbeit zu integrieren, manchmal nicht möglich, da für die Umsetzung entweder die qualifizierten Teilnehmer oder die Ressourcen fehlen. Doch bis es erst soweit kommt und man überhaupt eine funktionierende Gemeinde an Usern aufgebaut hat, dauert es oftmals lange und ist mit viel Öffentlichkeitsarbeit verbunden, die mehr Zeit in Anspruch nehmen kann, als das eigentliche Projekt. Auch ist die Arbeit im Team und einer Community kein Prozess der in einer Selbstverständlichkeit abläuft. Teamarbeit ist ein Lernprozess und daher wichtig ihn auch als solchen anzusehen und dafür ein Bewusstsein zu schaffen. Schon Teams mit einer geringen Teilnehmerzahl sind oft nicht leicht zu managen. Die Auswei-

tung eines Teams zu einer Community, die oftmals in einem gewissen Maße der Anonymität handeln ist daher mit noch mehr Anstrengungen verbunden eine gemeinsame Vision zu teilen. Die Ansicht, nur eine Community aufzubauen reiche aus, ist meiner Auffassung und Erfahrung nach nicht richtig. Auch reicht es noch lange nicht aus Projekte offen und transparent zu deklarieren, um Interessierte, die sich daran beteiligen, anzuziehen. Projekte, die auf die Integration einer Community abzielen, müssen auch die Community ständig mit Informationen versorgen über das Projekt und dessen Arbeitsschritte. Die Ausfallquote der Teilnehmer ist bei längerfristigen Projekten hoch und so muss ständig versucht werden das Level der Integration beizubehalten und neue Mitglieder zu akquirieren. Diese Prozesse müssen durchstrukturiert und sorgfältig auf lange Sicht hin geplant werden. Aber selbst bei genauer Planung ist die Integration einer Community kein Garant für ein ausgereifteres Produkt, da man sich nie sicher sein kann, ob die Planung auch an den entscheidenden Punkten greift und von der Community angenommen wird, da die Netzgemeinschaften in ihrem Handeln teilweise unberechenbar sind.

Eines der Hauptprobleme, das ich während der Produktion des BATESIAN Projektes festgestellt habe, sind unzureichende Prozessmanagementstrategien. Kreativteams, die sich in Organisation und Ausführung von Pioniertätigkeiten versuchen, die vorher noch nicht erprobt wurden und geringe Ressourcen zur Verfügung haben, sind mit einer Vielzahl an Hindernissen konfrontiert. Wir mussten es selbst herausfinden und experimentieren welcher Weg uns zum Ziel führt. Wir haben bei BATESIAN viel versucht, doch meistens verliefen sich diese Anstrengungen ins Leere, was natürlich ein Frustrationspotenzial erzeugt. Der erhoffte Ansturm auf das Projekt blieb aus, jedoch haben sich andererseits einige wenige Community Mitglieder gefunden, die sich bis zum Schluss aktiv und kreativ an dem Projekt beteiligt haben und uns geholfen haben es zu einem positiven Abschluss zu führen. Allein dies war es Wert, an die Möglichkeit der Durchführung solcher Projekte zu glauben.

Um diese Arbeit zu stemmen, braucht es einen langen Atem, damit das Projekt nicht schon in der Entwicklungsphase scheitert. Für das BATESIAN Projekt waren zu wenige Strategien wirksam eine Online-Gemeinschaft sinnvoll in den Prozess zu integrieren. Dies liegt meiner Meinung daran, dass Aufgaben nicht zielgerichtet extern ausgelagert wurden, sondern oft in dem Glauben gehandelt wurde, dass sich Interessierte selbstständig in das Projekt eingliedern würden und sich Aufgaben suchen, falls genügend Interesse besteht. Sich nur darauf zu verlassen ist ein Trugschluss. Andere Aufgaben hingegen, wie das Design des Skillshots, waren aufgrund einer zu kleinen Community und daher auch zu wenig aktive Mitglieder, die sich beteiligen, oftmals zu komplex und aufwändig.

DYSTOPIA hingegen verfolgt meiner Auffassung nach in diesem Punkt eine bessere Strategie, da sie einzelne „Calls“ spezifisch an die Gemeinschaft auslagert und diese mit einer Deadline zeitlich eingrenzt. Die Möglichkeiten werden zwar dadurch minimiert, da sich die Beteiligung oftmals nur auf die ausgeschriebenen Aufgaben beschränkt, jedoch

ist dies effektiver, wenn das Projekt auf einen Zeitrahmen festgelegt wird und finale Entscheidungen herbeigeführt werden müssen. Aus eigener Erfahrung in diesem Bereich ist es leichter auf bestimmte Aufgaben zu reagieren, als sich diese selbstständig zu suchen, wenn keine klare Struktur vorliegt.

Auch der Versuch beim BATESIAN Projekt das Drehbuch ansatzweise kollaborativ zu schreiben war meiner Meinung nach ein zu großes Unterfangen. Die Zusammenführung vieler unterschiedlicher Geschichten, die darüber hinaus von vielen Autoren gleichzeitig geschrieben wurden, die sich alle in unterschiedlichen Teilen der Welt befanden und zusätzlich der Versuch der Ideenintegration der Community hat uns als Produktionsteam und unsere Möglichkeiten überfordert. Vor allem bei einem so freien Prozess wie dem kreativen Schreiben, ist die gleichberechtigte Integration von Ideen ohne klare Vorgaben wie das zu bewerkstelligen ist, kaum möglich. Wir mussten erst mit den unterschiedlichen Verfahrensweisen spielen und experimentieren bis wir uns einem Ergebnis annährten, was unseren Vorstellungen ansatzweise entsprach. Jedoch war dies dadurch, dass oft Anstrengungen ins Leere liefen, ein ermüdender Prozess.

Andererseits ist der Vorteil, der sich bei der Konstruktion der Welt dafür ergeben hat, die Produktion an Hintergrundinformationen. Auch wenn diese Informationen nicht alle den Weg in das Drehbuch gefunden haben, dienen sie dennoch dazu die erfundene Welt durch kollektive Wissensproduktion auszugestalten und schafften dadurch eine Plattform für weitere Projekte, die in diesem Universum spielen können. Dadurch wird natürlich viel Text produziert, der aber wiederum, falls er hilfreich sein und zur Weiterverarbeitung bereitstehen soll, in eine einfache Struktur übertragen werden muss. Hierbei war die Idee einer „Story bible“ ein sehr nützliches Instrument. Wird diese Informationskanalisierung jedoch vernachlässigt, ist die kollektive und massenhafte Generierung von Wissen jedoch eher abträglich.

Im Vergleich mit anderen Projekten, die eine Mitbestimmung von Usern als integralen Bestandteil hatten, zeichnet sich eine deutliche Vorgehensweise ab. Meiner Meinung nach ist es definitiv effizienter im Vorfeld nur bestimmte und kleinere Punkte von einer Community bearbeiten zu lassen und diese wiederum so zu gestalten, damit User, die keine eigenen Beiträge einreichen, durch Abstimmungsverfahren die Möglichkeit erhalten dennoch mitzubestimmen und in ihnen dadurch ein Gefühl der Teilnahme zu erzeugen. Die Pläne für die Umsetzung waren vorhanden, nur mussten wir diese während der Produktion von BATESIAN mit der Realität konfrontieren und die Umsetzbarkeit mit unseren Möglichkeiten überdenken. Dass dabei die Ansprüchen kollektiven Arbeitens auf der Strecke geblieben sind nur um am Ende ein Produkt zu haben, ist leider Fakt. Dennoch war dies ein wichtiger Lernprozess. Im Laufe meiner Recherche bin ich auf kein Projekt gestoßen, dass diesen offenen Ansatz in der Filmherstellung vergleichsweise versucht hätte.

Wie erfolgreich die Beteiligung der User funktioniert, kann unterschiedliche Gründe haben. Große Projekte, wie beispielsweise „Wer rettet Dina Foxx?“ kann schon durch die Distribution durch das Fernsehen eine größere und breitere Teilnehmerschicht ansprechen. Auch spielen die dafür zur Verfügung stehenden Ressourcen eine wichtige Rolle. Schätzungsweise hatte das Projekt ein Budget von 200.000€ zur Verfügung<sup>202</sup>. Das damit natürlich fair bezahlte Mitarbeiter beschäftigt, beziehungsweise angestellt werden können, die sich täglich mit nichts anderem beschäftigen müssen als ihrem Arbeitsbereich, liegt auf der Hand. Kleinere Projekte hingegen, die auf solche Ressourcen nicht zurückgreifen können und deren Mitglieder sich in ihrer Freizeit dem Projekt widmen, müssen dies durch Mehrarbeit kompensieren. Dass dabei natürlich Qualität und gesetzte Ziele darunter leiden können, kann Folge davon sein. Daher denke ich, dass Projekte dieser Art sich für Amateurproduktionen mit geringem Budget und Arbeitskräften, die es sich nicht leisten können zu 100% für einen längeren Zeitraum nur für dieses Projekt zu arbeiten, kaum eignen. Der Großteil solcher Produktionen, die in der Vergangenheit auch wirtschaftlich erfolgreich waren und ein gewisses Maß an Professionalität und vor allem handwerklicher Qualität anstrebten, waren ausfinanziert. Auch zog sich die Produktion über einen längeren Zeitraum hin. Dabei konnten die Produzenten aber schon auf eine ungemein größere Fangemeinde zurückgreifen, die sie in den Jahren zuvor aufgebaut hatten. So benötigte Iron Sky von der ersten Idee bis zur Fertigstellung 6 Jahre und hatte ein Budget von 7,5 Millionen Euro.

Um nochmals auf den Mehrwert partizipativer und contestativer Filmprojekte zu sprechen zu kommen, der am Anfang dieser Arbeit postuliert wurde, bin ich zu dem Schluss gekommen, dass dessen positive Eigenschaften oft projektabhängig sind. Für das Projekt an sich entsteht ein Mehrwert durch die Imagefördernde Öffnung und Möglichkeit zur Beteiligung. Dies kann dazu führen, dass es durch die Medien eine wirksame Werbung bekommt, die Interessierte anzieht. Die User wiederum ziehen den Mehrwert aus der Tatsache sich aktiv und kreativ beteiligen zu können und Wertschätzung ihrer Arbeit durch die Community und Projektinitiatoren erfahren und im besten Fall ihren geleisteten Beitrag verwirklicht sehen. Für Projektinitiatoren hingegen gestaltet sich meiner Auffassung nach die Sache ein wenig anders. So kann die Entscheidung der Integration einer Community mit mehr Arbeitsaufwand verbunden sein, als dass es das eigentliche Projekt erfordern würde. Für kleine und wenig budgetierte Projekte kann dies natürlich zu einem Problemfall werden, wenn die vorhandenen Ressourcen die Mehrarbeit nicht kompensieren können. Auch nimmt die Betreuung einer Community und der Prozess einen kreativen Vorteil daraus zu ziehen einen längeren Zeitraum in Anspruch, was vorteilhaft sein kann da Entschlüsse durch mehr Leute über einen längeren Zeitraum durchdacht werden, jedoch bei Zeitknappheit die Effizienz einschränkt, da Entscheidungen nicht forciert werden, sondern manchmal mühsam ausdiskutiert werden müssen, was wiederum nicht unbedingt

---

202 Vgl. taz: Endlich schneller ins Fernsehen. 03.12.2009. Quelle: <http://www.taz.de/1/archiv/print-archiv/printressorts/digi-artikel/?ressort=fl&dig=2009%2F12%2F03%2Fa0059&cHash=688fea83b3>. Stand: 07.02.2013.



zu einer letztendlichen Entscheidung führen muss, wenn kein Konsens gefunden wird. Ist dies dann der Fall, obliegt die Entscheidung dann doch wieder bei den Ausführenden.

Darüber hinaus sehe ich bei contestipativen Projekten im Filmbereich die Tatsache kritisch sich nur auf eine Votingentscheidung einer Community zu verlassen. Es kann vorkommen, dass die Community sich zu einer Entscheidung hinreißen lässt, die sich für das Projekt als unvorteilhaft ergeben kann. Das Risiko diese Entscheidung zu übergehen kann natürlich dazu führen, das Vertrauen der Community zu verlieren und das Projekt zu unterminieren. Jedoch später ein Produkt zu fabrizieren, dass dabei unter seinen Möglichkeiten geblieben ist kann schließlich auch nicht das Ziel sein, wenn es um eine wirtschaftlichen Auswertung geht. Auch kann die Entscheidung zugunsten einer Sache geschehen, die für die Projektinitiatoren nicht möglich ist, aufgrund der Zeit, der Ressourcen oder rein pragmatischer Gründe wie die Umsetzbarkeit. Dies ist ein sehr schmaler Grad den Projektinitiatoren dabei zu beschreiten haben und sie müssen sich bei der Projektplanung darüber sehr wohl im Klaren sein. Daher müssen für Projekte dieser Art immer Möglichkeit offen gehalten werden für Entscheidungen zugunsten des Endprodukts.

Auch denke ich, dass wirklich offene Prozesse, die einen uneingeschränkt freien Zugang voraussetzen und eine Abschaffung von Hierarchien innerhalb der Filmproduktion anstreben bisher noch nicht möglich sind, wenn am Ende des Prozesses wirklich ein Film entstehen soll. Aus diesem Grunde meine ich, dass es nicht möglich ist, mit nur einer Strategie zielführend zu sein. Je nach Anforderung der unterschiedlichen Tätigkeiten müssen verschiedene Arbeitsprozesse initiiert und durchgeführt werden, mit jeweils unterschiedlichen Formen von Hierarchien und Entscheidungsträgern.

Wie ich festgestellt habe, ist es oft schwierig genau zu bezeichnen mit welchen gemeinschaftlichen Verfahren Filme hergestellt wurde, daher plädiere ich dafür alle Arten der Filmproduktion, die darauf abzielen Internetuser zu integrieren als „User Generated Cinema“ zu bezeichnen.

## 12.1 Ausblick

Eingliederung der Zuschauer in den Prozess der Filmherstellung und der Mehrwert der daraus entsteht hat meiner Meinung nach Zukunft. In den letzten Jahren wurden immer mehr Projekte realisiert, die sich auf ein solches System berufen. Bisher ist dieses Feld jedoch nur in Einzelfällen mit großer Beteiligung einer Internetcommunity verbunden oder mit Projekten, die ein großes Budget vorzuweisen haben. Noch ist diese Form der Filmherstellung für Nischenproduktionen und Liebhaber attraktiv, dies wird sich aber meiner Auffassung nach in den nächsten Jahren ändern. Private Unternehmen entdecken für sich immer mehr die Möglichkeit Filme für ihre Zwecke zu nutzen, indem sie das Medium Film und ihr Produkt mit partizipativen und contestipativen Verfahren kombinieren. So finanzierte die Telekom den Spielfilm „Move On“<sup>203</sup> bei dem während der Vorproduktion sowie des Drehs Fans die Möglichkeit hatten aktiv Elemente beizusteuern, von denen die besten ausgewählt und in den Film integriert wurden. Zusätzlich nutze die Telekom den Film für geschickte Produktplatzierung. Dadurch wird erreicht, dass sich der Kunde und Teilnehmer durch die Geschichte und seine Beteiligung daran verstärkt damit identifizieren kann. Die Folge daraus und der Vorteil der sich für eine Firma damit verbinden kann ist der virale Marketingeffekt, wodurch Werbung nicht nur klassische Distribution erfährt, sondern durch den User selbst geschieht. Werden diese mit contestipativen Elementen kombiniert, hat der Teilnehmer das Gefühl etwas gewinnen zu können und aktiviert seine Freunde und Bekannte für die Abstimmung, was wiederum dazu führt, dass sich mehr Menschen mit den Produkten und der Firma auseinandersetzen.

Daher denke ich, dass das Zeitalter der User-Partizipation und contestipativer Projekte beim Film noch lange nicht vorbei ist und in Zukunft noch mehr ungewöhnliche Gelegenheiten bietet wird, die eigenen Visionen auf die Leinwand zu bannen.

---

<sup>203</sup> <http://www.imdb.com/title/tt2273326/>



## 13. Quellen

### Literatur

**Bieber**, Christop; Leggewie, Claus (Hg.): Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Campus Verlag. Frankfurt/New York 2004

**Brecht**, Bertolt: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. In: Schriften zur Literatur und Kunst I. 1920-1932. Suhrkamp Verlag. 1967.

**Brockhaus Enzyklopädie** in 24. Bd. – 19. Auflage. F.A. Brockhaus Mannheim 1991. Band 16.

**Cleland**, David; Ireland, Lewis: Project Manager's Handbook. Applying Best Practices across Global Industries. McGraw-Hill. New York 2007.

**Duden**. Dudenredaktion (Hg.): Die deutsche Rechtschreibung. Dudenverlag. Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich. 2006.

**Elkonin**, Daniil: Psychologie des Spiels. Pahl-Rugenstein Verlag. Köln. 1980.

**Grinsted**, Daniel: Fernsehen der Zukunft. Hinterm Bildschirm geht's weiter. Frankfurter Zeitung Feuilleton. Ausgabe vom 03.07.2011.

**Hellmann**, Kai-Uwe: Prosumer Revisited. Zur Aktualität einer Debatte. Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2007.

**Huizinga**, Johan: Homo Ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel. Rowohlt Verlag. Reinbeck bei Hamburg. 1956.

**Jenkins**, Henry: Convergence Culture. Where Old and New Media Collide. New York University Press. 2006.

**Keen**, Andrew: Die Stunde der Stümper. Wie wir im Internet unsere Kultur zerstören. Leseprobe. Carl Hanser Verlag. München 2008.

**Kuhlen**, Richard: Kollaboratives Schreiben. In: Christoph Bieber, Claus Leggewie (Hrsg.): Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff. Campus Verlag. Frankfurt am Main 2004.

**Küng**, Julia: Der freie Umgang mit kreativen Inhalten durch CC-Lizenzierung. Juridikum. Zeitschrift im Rechtsstaat. Nr. 1. CONTEXT - Verein für freie Studien und brauchbare Information. Wien 2007.

**Lay**, Mary M.; Karis, William M: Collaborative writing in industry. Investigations in theory and practice. Baywood Publishing. Amityville 1991.

**Lee**, Elan: „This Is Not a Game“. Lecture at the Game Developers Conference 2002. Convention Center, San Jose, CA. 22 März 2002.

**Lommel**, Michael: Überlegungen zur Aktualität des Episodenfilms. In: Ralf Schnell, Georg Stanitzek (Hrsg.): Ephemer. Mediale Innovationen 1900/2000. Bielefeld: transcript 2005.

**Lowry** et al.: Building a Taxonomy and Nomenclature of Collaborative Writing to Improve Interdisciplinary Research and Practice. *Journal of Business Communication (JBC)*, Vol. 41, No. 1, S. 66-99, 2004.

**McLuhan**, Marshall; Nevitt, Barrington: *Take Today. The executive as dropout*. Harcourt Brace Jovanovich. 1972.

**Posner**, Ilona R.; Baecker, Ronald M.: How people write together. In: *Proceedings 25th Hawaii International Conference on System Sciences*, Vol IV, 1992, 127-138.

**Pratten**, Robert: „Getting started in Transmedia Storytelling. A practical guide for beginners“. CreateSpace. 2011.

**Reichert**, Ramón: *Amateure im Netz. Selbstmanagement und Wissenstechnik im Web 2.0*. transcript Verlag. Bielefeld 2008.

**Reinmann-Rothmeier**, Gabi; **Mandl**, Heinz: Analyse und Förderung kooperativen Lernens in netzbasierten Umgebungen. *Zeitschrift für Entwicklungspsychologie und Pädagogische Psychologie*. Ausgabe 34. Verlag für Psychologie Hofgrete. Göttingen 2002.

**Roschelle**, Jeremy und Teasley, Stephanie: The construction of shared knowledge in collaborative problem solving. In O'Malley, C.E., (ed.), *Computer Supported Collaborative Learning*. pages 69-97. Springer-Verlag. Heidelberg.

**Scholl**, Wolfgang: Grundprobleme der Teamarbeit und ihre Bewältigung - Ein Kausalmodell. In M. Högl & H. G. Gemünden (Hrsg.): *Management von Teams. Theoretische Konzepte und empirische Befunde (3. Aufl.)*. Gabler Verlag. Wiesbaden 2005. S. 33-66.

**Schrage**, Michael: *No more teams. Mastering the dynamics of creative collaboration*. Currency Doubleday. New York 1995.

**Simanowski**, Roberto: *Der Autor ist tot, es lebe der Autor*. In: *Interaktivität. Ein transdisziplinärer Schlüsselbegriff*. Schriftenreihe des Zentrums für Medien und Interaktivität. Campus Verlag. Frankfurt 2004.

**Stackelberg**, Peter von: *Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told Across Multiple Media*. Master Thesis. State University of New York Institute of Technology. 2011.

**Stoller Schai**, Daniel: *E-Collaboration. Die Gestaltung internetgestützter kollaborativer Handlungsfelder*. Dissertation der Universität St. Gallen, Hochschule für Wirtschafts-, Rechts- und Sozialwissenschaften.

**Szulborski**, David: *This Is Not A Game. A Guide to Alternate Reality Gaming*. New Fiction Publishing. 2005.

**Treber**, Karsten: *Auf Abwegen: episodisches Erzählen im Film*. Verlag Remscheid : Gardez!. Mainz 2005.

**Toffler**, Alvin: *Die dritte Welle Zukunftschance. Perspektiven für die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts*. Goldmann Verlag. München 1987.

**Vogler**, Christopher: *Die Odyssee des Drehbuchschreibers*. Verlag Zweitauseneins. Frankfurt a. Main 2007.

## Internet

### **Teamarbeit & kollaboratives Schreiben**

**Heibach**, Christiane: Sprachkunst als Vernetzungsphänomen: Eine Re-Formation der Literaturwissenschaft? Bei: Universität Hamburg, Digitalität und Literalität. Zur Zukunft der Literatur im Netzzeitalter. [http://www1.uni-hamburg.de/DigiLit/heibach/sprachkunst\\_vernetzung.html](http://www1.uni-hamburg.de/DigiLit/heibach/sprachkunst_vernetzung.html).

**Schlichter**, Johann; Koch, Michael; Burger, Martin: Workspace Awareness for Distributed Teams. In: W. Conen (Hrsg.), Lecture Notes on Computer Science. Quelle: [http://reference.kfupm.edu.sa/content/w/o/workspace\\_awareness\\_for\\_distributed\\_team\\_122157.pdf](http://reference.kfupm.edu.sa/content/w/o/workspace_awareness_for_distributed_team_122157.pdf).

**Malik**, Fredmund: Der Mythos vom Team. Malik on Management. 1998. Quelle: [www.mom.ch](http://www.mom.ch)

[http://de.wikipedia.org/wiki/Soziales\\_Faulenzen](http://de.wikipedia.org/wiki/Soziales_Faulenzen).

### **Creative Commons**

**Euler**, Ellen: Licences for open access to scientific publications – a German perspective. Center for Applied Legal Studies. Karlsruhe 2005. Quelle: [http://www.indicare.org/tiki-read\\_article.php?articleId=117](http://www.indicare.org/tiki-read_article.php?articleId=117).

<http://creativecommons.org/about>

<http://de.creativecommons.org/was-ist-cc/>

<http://creativecommons.org/licenses/>.

### **Produser**

**Bruns**, Axel: Vom Prosumer zum Produser: Ein neues Verständnis nutzergesteuerter Inhaltserzeugung (Prosumer Revisited 2009). Siehe: [www.produsage.org/node/55](http://www.produsage.org/node/55).

### **E-Collaboration**

**GoogleDrive Help**: Limits on sharing. Quelle: <http://support.google.com/drive/bin/answer.py?hl=en&answer=2494827&topic=2525251&ctx=topic>.

**Mazzon**, Jen: Better together. Doc & Spreadsheets. Offizieller Google Blog. 2006. Quelle: <http://googleblog.blogspot.co.at/2006/10/better-together-docs-spreadsheets.html>.

**Final Draft**: <http://support.finaldraft.com/article.aspx?cid=1001&aid=327>

<http://dontfeedthetroll.de/was-ist-ein-troll.html>.

### **User Generated Content**

**Lenhart**, Amanda; Madden, Mary: Teen Content Creators and Consumers. Pew Internet and American Life Project. Washington 2005. Quelle: <http://www.pewinternet.org/Reports/2005/Teen-Content-Creators-and-Consumers/1-Summary-of-Findings.aspx>.

**Wunsch-Vincent**, Sacha; Vickery, Graham: OECD Working Party on the Information Economy (2007): Participative Web: User Created Content. In: <http://www.oecd.org/dataoecd/57/14/38393115.pdf>.

**Jenkins**, Henry; Clinton, Katie; Purushotma, Ravi;. Robison, Alice J.; Weigel, Margaret: Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. MacArthur Foundation. Chicago 2005. S. 3. Quelle: [http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS\\_WHITE\\_PAPER.PDF](http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF).

**Gfk Media Control Statistik**: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/183279/umfrage/durchschnittsalter-der-fernsehzuschauer-nach-sender/>.

**Youtube** Pressestatistik: [http://www.youtube.com/t/press\\_statistics/](http://www.youtube.com/t/press_statistics/).

## Starwars Uncut

**Lloyd**, Robert: Star Wars Uncut. The world remakes a classic. Los Angeles Times. 26.08.2010. Quelle: <http://herocomplex.latimes.com/2010/08/26/star-wars-uncut-the-world-remakes-a-classic/>.

<http://www.starwarsuncut.com>.

## Stromberg Projekt

<http://www.mypass.de/mypass/specials/stromberg-kinofilm/>.

<http://www.mypass.de/mypass/specials/stromberg-kinofilm/investieren/>.

## Underwater Realm

<http://www.theunderwaterrealm.com/>.

<http://www.wreckamovie.com/>.

<http://www.imdb.com/title/tt0472566/>.

<http://www.imdb.com/title/tt1034314/>.

## Open Source:

<http://www.opensource.org/docs/osd>

**Open Source Initiative**: The Open Source Definition. Quelle: <http://opensource.org/osd.html>.

**Hecker**, Frank: Setting Up Shop: The Business of Open-Source Software. Juni 2000. Siehe: <http://hecker.org/writings/setting-up-shop> & [http://www.opensource.org/advocacy/case\\_for\\_business.php](http://www.opensource.org/advocacy/case_for_business.php).

**Raymond**, Eric S.: Der verzauberte Kessel. 1999. <http://www.oreilly.de/opensource/magic-cauldron/cauldron.g.indirect.html>

**Campell**, Duncan: How NASA access was built into Windows. <http://www.heise.de/tp/artikel/5/5263/1.html>.

<http://freedomdefined.org/Definition/De.>

[http://en.wikipedia.org/wiki/Open\\_source\\_film.](http://en.wikipedia.org/wiki/Open_source_film.)

<http://en.wikipedia.org/wiki/BitTorrent.>

## Kino 00

[http://www.kino00.com/english/history/.](http://www.kino00.com/english/history/)

<http://www.planetekino.com/index.php?s=kino&ss=reglements>

[http://www.imdb.com/title/tt0401711/.](http://www.imdb.com/title/tt0401711/)

## Transmedia

**Borland**, John: Blurring the lines between games and life. CNET NEWS. 28.02.2005. Quelle: [http://news.cnet.com/Blurring-the-line-between-games-and-life/2100-1024\\_3-5590956.html](http://news.cnet.com/Blurring-the-line-between-games-and-life/2100-1024_3-5590956.html).

**Bose**, Milena: Vortrag von Milena Bonse im Rahmen des Media Forums an der Universität Mainz mit dem Thema: Kollaboratives Erzählen und Transmedia Storytelling. Quelle: [http://www.youtube.com/watch?v=JeytMcrJ2GY&list=UU-LghVwERPK\\_sWrPFyH16pQ&index=4&feature=plcp](http://www.youtube.com/watch?v=JeytMcrJ2GY&list=UU-LghVwERPK_sWrPFyH16pQ&index=4&feature=plcp).

**Costa-Zahn**, Kristian; et al.: [http://www.transmedia-manifest.com/.](http://www.transmedia-manifest.com/)

**Jenkins**, Henry: Transmedia 101. Online: [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html).

**Jenkins**, Henry: The Revenge of the Origami Unicorn: Seven Principles of Transmedia Storytelling. 2009. [http://henryjenkins.org/2009/12/the\\_revenge\\_of\\_the\\_origami\\_uni.html](http://henryjenkins.org/2009/12/the_revenge_of_the_origami_uni.html). / [http://henryjenkins.org/2009/12/revenge\\_of\\_the\\_origami\\_unicorn.html](http://henryjenkins.org/2009/12/revenge_of_the_origami_unicorn.html).

**Kroszer**, Kassia: Thought on Transmedia Storytelling, or, Is It Right for Every Story. 2010. Quelle: [http://booksquare.com/thoughts-on-transmedia-storytelling-or-is-it-right-for-every-story/.](http://booksquare.com/thoughts-on-transmedia-storytelling-or-is-it-right-for-every-story/)

**Lavoy**, Deb: Ist not the same thing – 3 Types of Collaboration. 2010. [http://productfour.wordpress.com/2010/03/20/its-not-the-same-thing-the-3-types-of-collaboration/.](http://productfour.wordpress.com/2010/03/20/its-not-the-same-thing-the-3-types-of-collaboration/)

**Lee**, Elan: „This Is Not a Game“. Lecture Game Developers Conference 2002. Quelle: <http://jaybushman.tumblr.com/post/695248838/this-is-not-a-game-2002-edition>.

**McGonigal**, Jane: „This Is Not a Game“: Immersive Aesthetics and Collective Play“. MelbourneDAC 2003. Quelle: <http://www.seanstewart.org/beast/mcgonigal/notagame/paper.pdf>.

**Miller**, Carolyn: Transmedia Storytelling. 2012. <http://www.slideshare.net/KreativeAsia/transmedia-storytelling-carolyn-miller>.

**O'Reilly**, Tim: What is Web 2.0. O'Reilly Verlag. 2005. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>.

**Olbrish**, Koreen: The ABC's of ARGs. Alternate Reality Games for Learning. Quelle: <http://elearnmag.acm.org/featured.cfm?aid=2019544>. 2011.

**Pratten**, Robert: Audience Engagement & Content Strategy for Transmedia Storytellers, 2010. Quelle: <http://transmediatic.tumblr.com/post/25364499053>.

[http://en.wikipedia.org/wiki/Integrated\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Integrated_media).

<http://www.mustloverobots.com/>

[http://www.alternaterealitybranding.com/whysoserious\\_viral09/](http://www.alternaterealitybranding.com/whysoserious_viral09/)

<http://www.teamworx.de/en/productions/production/movies/production/show/wer-rettet-dina-foxx.html>.

Das Internetspiel „See It Like a Spy“ der amerikanischen Fernsehserie „Burn Notice“. <http://www.usanetwork.com/series/burnnotice/games/seeitlikeaspy/>.

[http://de.wikipedia.org/wiki/Parasoziale\\_Interaktion](http://de.wikipedia.org/wiki/Parasoziale_Interaktion).

## **BATESIAN**

[http://www.bmukk.gv.at/medienpool/20208/abt3\\_if\\_neuefilmformate.pdf](http://www.bmukk.gv.at/medienpool/20208/abt3_if_neuefilmformate.pdf).

<http://www.batesian.org/board/?viewtopic.php?f=10&t=136&start=30>

<http://www.batesian.org/board/?viewtopic.php?f=10&t=6>

<http://www.batesian.org/board/?viewtopic.php?f=22&t=209>

<http://www.batesian.org/board/?viewtopic.php?f=60&t=375>.

<https://vimeo.com/37719239#>.

<http://vimeo.com/37039241#>.

<http://www.youtube.com/watch?v=5i9ZX10iM64>.

<https://vimeo.com/41881648>.

## **DYSTOPIA**

**Person**, Lawrence: Notes Toward a Postcyberpunk Manifesto. 1999. Quelle: <http://slas-hdot.org/story/99/10/08/2123255/notes-toward-a-postcyberpunk-manifesto>.

<https://www.facebook.com/minotaurosproject>.

General Terms of Use for the User-Generated Cinema Portal [www.create-dystopia.org](http://www.create-dystopia.org).

<http://create-dystopia.org/terms>.

<http://create-dystopia.org/calls/view/417/moodboards>.

<http://www.dieselpunks.org/>

<http://www.minotauros.org/wiki/index.php?title=Hauptseite> (Link nicht mehr aktiv)

[www.create-dystopia.org](http://www.create-dystopia.org).



<https://vimeo.com/41881648>

## **Dina Foxx**

**ARGWiki:** [http://argwiki.de/index.php5?title=Wer\\_rettet\\_Dina\\_Foxx%3F\\_-\\_Trail](http://argwiki.de/index.php5?title=Wer_rettet_Dina_Foxx%3F_-_Trail)

**Kühl, Elke:** Zeit Online. Mord im TV, Fahndung im Netz. <http://www.zeit.de/kultur/film/2011-04/dina-foxx-krimi-zdf>.

**Krei, Alexander:** „Dina Foxx“ im ZDF: Dem Worst Case entkommen. Quelle: [http://www.dwdl.de/interviews/31054/dina\\_foxx\\_im\\_zdf\\_dem\\_worst\\_case\\_entkommen/](http://www.dwdl.de/interviews/31054/dina_foxx_im_zdf_dem_worst_case_entkommen/)

**Google Docs:** <https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AtDq38m43tqUdFNjUXczMkZCZ09PakJObF92S3FvMEE&hl=de#gid=1>.

**Grinsted, Daniel:** Fernsehen der Zukunft. Hinterm Bildschirm geht's weiter. Frankfurter Zeitung Feuilleton. Ausgabe vom 03.07.2011. Online: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/fernsehen-der-zukunft-hinterm-bildschirm-geht-s-weiter-1621.html>.

**Livejournal:** <http://finddinafoxx.livejournal.com>

**Medienkonvergenz:** [http://www.youtube.com/watch?v=JeytMcrJ2GY&list=UU-LghwERPK\\_sWrPFyH16pQ&index=4&feature=plcp](http://www.youtube.com/watch?v=JeytMcrJ2GY&list=UU-LghwERPK_sWrPFyH16pQ&index=4&feature=plcp).

**Möller, Patrick:** <http://www.argreporter.de/2011/05/dina-foxx-laut-zdf-ein-erfolg/>.

**Rentz, Ingo:** Crossmedia-Krimi „Dina Foxx“: ZDF zieht positive Bilanz. [http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/Crossmedia-Krimi-Dina-Foxx-ZDF-zieht-positive-Bilanz\\_100113.html](http://www.horizont.net/aktuell/medien/pages/protected/Crossmedia-Krimi-Dina-Foxx-ZDF-zieht-positive-Bilanz_100113.html).

**Result Studie:** Chancen und Grenzen transmedialer Formate am Beispiel von Dina Foxx: <http://www.result-blog.de/wp-content/uploads/2012/03/chancen-und-grenzen-transmedialer-formateam-beispi.pdf>.

**ZDF-Reportage** über Auflösung der Geschichte: [http://www.youtube.com/watch?v=A06Z3YCTfCE&feature=player\\_embedded](http://www.youtube.com/watch?v=A06Z3YCTfCE&feature=player_embedded).

## **14. Anhang**

### **14.1 Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1: BATESIAN Projektforum

Abb. 2: BATESIAN Projektplan

Abb.3: BATESIAN Einreichungen Treatments

Abb. 4: BATESIAN Auswahlprozess

Abb. 5: BATESIAN Drehplankonzept

Abb. 6: BATESIAN Kinolabor

Abb. 7: DYSTOPIA contestipatives Verfahren

Abb. 8: DYSTOPIA Homepage

Abb. 9: DYSTOPIA Episodenstruktur

Abb. 10: DYSTOPIA Projektverlauf

Abb. 11: Sic Slices of Vienna Projektverlauf

## **14.2 Abstract**

Der Mythos des einsamen Genies ist durch das Internet obsolet geworden. Kreativität ist nicht mehr nur Produkt eines Einzelnen, sondern entspringt immer öfter aus der gemeinsam erschaffenen Vision einer Netzgeneration. Die Unterhaltungsbranche nutzt das kreative Potenzial des Zuschauers und beteiligt ihn an allen Facetten des Produktionsprozesses. Passive Konsumenten werden abgelöst durch die aktiven und selbsttätigen Prosumenten, der seine Chancen nutzt durch die digitalen Medien seine Ideen zu verwirklichen. Diese Arbeit untersucht ob und wie Online Communitys als kreative Schmelztiegel in der Filmproduktion verwendet werden. Dabei werden anhand aktueller Filmprojekte verschiedene Formen der Userintegration vorgestellt und ihre Verfahren untersucht.

## 14.3 Lebenslauf

### Matthias Kobia

Geboren am 03. September 1982 in Nürtingen, Deutschland.

### Ausbildung

Seit WS 2007	Studium der Theater-, Film und Medienwissenschaft
2003 - 2006	Studium Germanistik und Philosophie, Universität Tübingen
1993 - 2002	Dietrich Bonhoeffer Gymnasium Metzingen

### Berufserfahrung/Praktika

1997	<b>Roadie / Grip</b> - Dei Mudder sei Gesicht 3 Regie: Benjamin Eicher
2003 - 2006	Inszenierung verschiedener Theaterstücke Brechtbautheater Tübingen
2006 - 2007	<b>Regie - &amp; Dramaturgiehospitantz</b> Schauspiel Köln Einzelzimmer - Regie: Amir Reza Koohestani Bernarda Albas Haus - Regie: Hans Neuenfels
2007	<b>Produktionspraktikum</b> Coin Film, Köln <b>Teamassistent</b> ZDF/Kleines Fernsehspiel - Teenage Express
2008	<b>Produktion</b> - Am Prater - Regie: David Rodriguez
2009	<b>Aufnahmeleitung</b> - 22:43 - Regie: Markus Hautz
2010	<b>Produktionspraktikum</b> Vienna Independent Shorts <b>Regisassistent</b> - One Two Three Cheers and a Tiger - When I call
2011	<b>Aufnahmeleitung</b> - Bastagon und die Regenbogenprinzessin - Regie: Marc Schlegel <b>Regie, Drehbuch, Produktion</b> - The Life and Death of Sven, the Folding Chair.
2012	<b>Regie, Konzept</b> - Sigur Ros - Valtari Mystery Film Experiment <b>Regie</b> - Instant 36 - Warte den Moment <b>Regie, Drehbuch, Produktion, Schnitt</b> - BATESIAN „Hard Fall“
2013	<b>Schnitt</b> - Hellerpropeller - We know

