Maturaarbeit

Bloggerfilm

Einreichdatum: 00.00.2010

Vorgelegt von Michael Eugster

Vorgelegt bei: Suzanne Weber

Inhaltsverzeichnis

1. Vorwort 4
2. Vorbereitungsarbeiten 5
2.1 Konzept 5
2.1.1 Konzept: Einleitung 6
2.1.2 Konzept: Inhaltliche Ideen 6
2.1.3 Konzept: Technische Ideen 7
2.1.4 Konzept: Sponsoring 8
2.1.5 Konzept: Umsetzung 9
2.2 Homepage & Social Networks 10
2.3 Suche Sponsoring 11
2.4 Recherchen 12
2.4.1 Passendes Kameramodell 12
2.4.2 Passendes Objektiv 13
2.4.3 Stabilisierung der Aufnahmen 13
2.5 Verfassen Interviewfragen 14
3. Durchführung der Dreharbeiten 15
3.1 Organisation übers Internet 15
3.2 Externe Hilfe 19
3.3 Technische Erkenntnisse 19
3.3.1 Fehlender Autofokus 19
3.3.2 Speicherkarten-Geschwindigkeit 20
3.4 Erfahrungsbericht Interviews 20
3.5 Das BlogCamp Switzerland - Was ist das? 21

3.6 Teilnehmerliste 21
3.7 Portrait Ralph Hutter 23
3.8 Portrait Tom Brühwiler 24
3.9 Portrait Marcel Widmer 25
4. Durchführung Filmschnitt 26
4.1 Suche nach passendem Programm für den Filmschnitt 26
4.2 Erfahrungen 27
4.3 Tipps, Fazit 28
5. Gesamtfazit des Projektes 28
5.1 Abweichungen vom Konzept 28
5.2 Inhaltliche Erkenntnisse 29
5.3 Allgemeine Erkenntnisse 31
6. Schlusswort 31
7. Anhang 33
7.1 Quellenangaben 33
7.2 Weiterführende Informationen und Weblinks 33
7.3 Verwendetes Equipment 34
7.4 Verwendete Programme unter Mac OS X 34

1. Vorwort

«Was ist denn überhaupt ein Blog?»

Diese Frage war ausschlaggebend, damit ich die Idee einer solchen Maturaarbeit überhaupt erst hatte.

Seit dem 20. Dezember 2008 betreibe ich einen privaten Blog unter der Adresse http://blog.meugster.net. Häufig wenn ich erwähnte, dass ich in meiner Freizeit Blogartikel schreibe, kam die Frage auf, was denn ein Blog überhaupt sei. Mir fiel auf, dass vor allem auch junge Kollegen teilweise keine Ahnung hatten, was der Begriff heisst. Älteren Leuten sagte der Begriff genauso wenig, doch bei beiden Altersgruppen besteht das Interesse, zu erfahren, was denn hinter diesem Begriff steckt.

So wuchs langsam die Idee dieser Maturaarbeit heran und somit auch das Bedürfnis, die Frage zu klären, was ein Blog oder ein Blogger ist.

Recht schnell kam dann später die Idee auf, einen Film zu realisieren, der genau diese Frage beantworten sollte.

Das Projekt «bloggerfilm» im Rahmen dieser Maturaarbeit soll also klären, was ein Blog und ein Blogger ist, wer in der Schweiz bloggt und einiges mehr drum herum. Die Begriffsklärung steht dabei im Vordergrund und das Ergebnis in Form eines Filmes soll sowohl die jüngere als auch die etwas ältere Generation ansprechen. Dies soll bedeuten, dass der Film auch ohne Vorwissen verstanden werden sollte.

Die folgende schriftliche Dokumentation soll den Weg von der Idee zum eigentlichen Film zeigen und Probleme sowie deren Lösungen darstellen.

2. Vorbereitungsarbeiten

Beim Start der Arbeit musste zuerst einmal definiert werden, was konkret im Film gezeigt werden soll. Dabei wurde das Thema in der Vereinbarung über die Erstellung der Maturaarbeit folgendermassen definiert:

> *Vorstellen und Näherbringen des Themas Blogging und der Schweizer Blogger → «Urgesteine» und einige andere ausgewählte Blogger.*

Als Endergebnis sollte ein Film dastehen, der genau dieses Thema aufgreift und erklärt. Da es zu diesem Thema, insbesondere mit Bezug auf die Schweiz, eigentlich keine Literatur gibt, war die Grundlage der Arbeit zum einen persönliche Erfahrungen und zum anderen die Interviews mit anderen Schweizer Bloggern. Es gibt zwar viele Bücher mit Anleitungen und Tipps, wie man zum eigenen Blog kommt, doch dies soll in dieser Maturaarbeit nicht das Thema sein. Der Film soll dem Zuschauer das Thema an sich näher bringen.

2.1 Konzept

Bevor für den Film überhaupt geworben und Teilnehmer gesucht werden konnte, musste überlegt werden, was dafür benötigt wird, in welchem Rahmen das Ganze geschieht und vieles mehr. Es mussten also Vorbereitungsarbeiten geleistet werden. Der erste Schritt dazu war das Verfassen das Konzeptes, denn für das Anwerben von möglichen Leuten für Interviews und für Sponsoringanfragen musste anfangs etwas bestehen, das man den Leuten auch vorweisen konnte. Die Grundidee, Inhaltliche Ideen, mögliche Interviewpartner, Technische Ideen, Sponsoring und die grobe Umsetzung sind in diesem Konzept enthalten.
Um gleich zu Beginn schon ein Wiedererkennungszeichen zu setzen wurde ein Logo für das Projekt erstellt und in allen folgenden Dokumenten auch eingesetzt. Es tauchte natürlich auch wieder auf der Homepage (*siehe 2.2 Homepage & Social Media*) auf.

Da das Konzept einen guten Eindruck gibt, wie das Projekt realisiert werden sollte, kann man es in den folgenden Kapiteln (*2.2.1 bis 2.2.5*) nachlesen:

2.1.1 Konzept: Einleitung

Grundidee

Viele Leute wissen nicht genau, was Blogger sind, auch wenn es immer mehr Blogger in der Schweiz gibt. Mit dem Projekt möchte ich einer möglichst breiten Gruppe zeigen, was ein Blog oder ein Blogger ist und mit Portraits von bestimmten Bloggern den Leuten die Schweizer«Bloggerszene» etwas näher bringen.
In diesem Konzept möchte ich auf die verschiedenen Ideen etwas genauer eingehen.

Rahmenbedingungen

Das Projekt wird im Rahmen einer Maturaarbeit an der Kantonsschule Wil realisiert. Dabei wird der Film als solches am meisten gewichtet, jedoch auch die schriftliche Arbeit bewertet.

2.1.2 Konzept: Inhaltliche Ideen

Was ist ein Blogger?

Anhand eines einfachen Videobeispiels möchte ich zeigen, was ein Blog ist. Es soll ohne grosse Vorkenntnisse möglich sein, zu verstehen, was der Sinn hinter einem Blog ist und woher der Begriff kommt.

Bloggerportraits - Bloggerurgesteine und Neulinge

In kurzen Portraits und Zusammenschnitten soll der Film bekannte und auch weniger bekannte Schweizer Blogger vorstellen. Unter anderem möchte ich gerne, sofern möglich, folgende Blogger vorstellen:

- Christian Leu (leumund.ch)
- «BloggingTom» (bloggingtom.ch)
- Renato Mitra, (apfelblog.ch, groovenite.com)
- «Pixelfreund» (pixelfreund.ch)
- «Annubis» (annu.biz)
- Julian Stiefel (pixelpress.ch)

- kopfchaos (kopfchaos.blogspot.com)
- «dasrecht» (blog.dasrecht.net)
- Thomas Deutsch (thomas-deutsch.ch/blog/)
- Martin Rechsteiner (pokipsie.ch)
- Hans Fischer (technikblog.ch)
- hosä (hosae.ch)
- Thomas Benkö (benkoe.ch)
- Daniel Gerber (birewei.ch)
- Jeremy Kunz (tkkg.ch)
- Mirko Fischli (zapfel.ch)
- David Keller (davesblog.ch)
- Marcel Widmer (marcelwidmer.ch)
- «Rouge» (rouge.ch/blog)
- Bundesrat Moritz Leuenberger (moritzleuenberger.net)
- «dworni» (dworni.ch)
- schtift (schtift.ch)
- Une fille du Limmatquai (unefilledulimmatquai.ch)

Bloggerszene

Durch kurze Filmausschnitte von Bloggertreffen oder sogenannten TweetUps (über Twitter organisierte Treffen) soll die Offenheit, die Stimmung an solchen Treffen gezeigt werden.

2.1.3 Konzept: Technische Ideen

Kamera

Für eine optimale Umsetzung und spezielle Portraits mit tollen Bildern wäre es toll, den Film mit einer aktuellen Kamera (→ Spiegelreflex, vergl. Canon 550D oder Canon 7D, o.ä.) zu drehen.

Ton

Für frische und rauscharme Tonaufnahmen wird ein anderes Mikrofon benötigt, das zusätzlich noch gekauft werden muss. Eventuell wird ein externes Mikrofon

(gross) und eines für Aufnahmen der Gespräche (klein, zum «Anklicken» an Kleider) benötigt.

Beleuchtung

Wo die Lichtverhältnisse nicht ideal sind, werden Scheinwerfer benötigt, um die Person und das mittelbare Umfeld (grundsätzlich vielleicht eher indoor) zu beleuchten. Dazu muss entweder ein neues Gerät angeschafft werden oder ausgeliehen werden.

2.1.4 Konzept: Sponsoring

Voraussetzungen aus finanzieller Sicht

Das Projekt startet ohne Budget. Gewisse Investitionen sind jedoch unumgänglich, um an eine gute Qualität des Filmes zu gelangen. Aus diesem Grund werden voraussichtlich Sponsoren für den Bloggerfilm benötigt.

Was muss finanziert werden?

Folgende Dinge müssen von externen Geldern (idealerweise) oder privat finanziert werden:

- Kamera
  - Canon 550D
  - Canon Objektiv EF 50mm, f/1.8 II
- Mikrofon (gross / klein)
- Scheinwerfer (eventuell ausleihen)
- Software für Videoschnitt (Mac OSX)
  - Vorschlag: Final Cut Studio
- ex. Festplatte für grosse Filmdateien
- SD-Speicherkarten
- Domain und Webspace (www.bloggerfilm.ch)

Wovon Sponsoren profitieren

Die Sponsoren werden voraussichtlich (je nach höhe des Beitrages) mit einer grösseren oder kleineren Nennung im Film und auf der Projektwebsite rechnen können.

Der Hauptsponsor wird am Anfang des Filmes mit Logo genannt und am Schluss im Abspann erwähnt. Zudem erhält er auf der Website einen Platz für sein Logo, wo er auf unbegrenzte Zeit (so lange, wie die Projektseite online bleibt) mit einem Banner und Textlink werben kann. Diese Werbung wird im Footerbereich auf jeder Seite der Projektseite angezeigt.
Weitere Sponsoren werden im Abspann des Filmes genannt, je nach Höhe des Beitrages mit Logo. Auf der Projektwebsite (www.bloggerfilm.ch) erhalten sie einen Textlink im unteren Teil der Website und eine Nennung auf der Liste mit allen Sponsoren und Gönnern.

2.1.5 Konzept: Umsetzung

Vorgehen

1. **Ausschreiben, Informieren und Werben**
   In der Anfangsphase werde ich eine Ausschreibung auf der Homepage bloggerfilm.ch starten, um interessierte Bloggerinnen und Blogger anzuwerben, Sponsoren zu suchen und erste Interessierte zu finden. In dieser Phase möchte ich auch erste Blogger kontaktieren, welche ich gerne in meinem Film hätte. Benötigtes Know-how wird ebenfalls in dieser Phase eingeholt (z.B. mit welchen techn. Mitteln man den Film idealerweise erstellen sollte).
2. **Konzept und Fragen für Film**
   Zeitgleich zum ersten Punkt war das Ziel, ein Konzept zu schreiben. Zudem müssen die Fragen für die Interviews notiert und gesammelt werden, sowie Gedanken zum Ablauf und Aufbau des Filmes festgehalten werden.
3. **Eigentliche Umsetzung**
   Nach den beiden Phasen (1 und 2) beginnt dann die zeitaufwändigste Phase, in welcher die Blogger besucht werden oder man sich trifft und die Interviews durchgeführt werden.
4. **Schnitt**
   Das aufgenommene Filmmaterial muss in der vierten Phase zu einem (Kurz-)Film zusammengeschnitten werden, der attraktiv und

informativ ist. Auch Leute ohne Vorkenntnisse sollten den Film verstehen können.

5. **Bereitstellung / Eventuell: Vorführung**
   Wenn die Nachfrage besteht, wird das Endergebnis in Form einer Vorstellung vorgeführt. Der Film soll zudem für jeden im Web (kostenlos) aufrufbar sein.

2.2 Homepage & Social Networks

Blogger erreicht man am besten, indem man sie online anspricht, denn dort veröffentlichen sie ja auch ihre Beiträge. Aus diesem Grund wurde bei der Kommunikation voll auf eine Homepage und Social Networks (in diesem Fall Facebook und Twitter) gesetzt.

In einem ersten Schritt wurde ein simples Design erstellt und die Seite mit Inhalten gefüllt. Dies fand parallel zur Verfassung des Konzeptes (*siehe 2.1 Konzept*) statt. Die Homepage und das Konzept sollten gleich zu Beginn aktuell gehalten werden und auf den gleichen Stand sein. Aus diesem Grund wurde auch die Möglichkeit geschaffen, das Konzept direkt auf der Homepage zu downloaden.

Ebenfalls parallel zur Erstellung der Homepage wurden Accounts auf den Social Networks «Facebook» (facebook.com) und Twitter (twitter.com) erstellt und für den Start vorbereitet. Damit sollten gleich zu Beginn der Informations- und Werbephase alle Kommunikationskanäle bereit stehen, um zum einen Anfragen von Interessierten schnell zu bearbeiten, aber auch um das Projekt bekannt zu machen und dafür zu werben.

Die Homepage ging am 7. Juli 2010 online und wurde danach gemeinsam mit der Facebook-Seite und dem Twitter-Account laufend auf dem aktuellsten Stand gehalten.

Da Facebook-Nutzer nicht die gleiche Art von Informationen auf einer Facebook-Seite erwarten, wie es Twitter-User mit den Kurznachrichten von max. 140 Zeichen erwarten, wurde meist kein exakt gleicher Inhalt verwendet, sondern auf das entsprechende Netzwerk angepasste Nachrichten verfasst.

Reaktionen durch Social Networks

Damit ich mein Projekt so gut wie möglich machen konnte, fragte ich auf den Social Networks auch nach Feedback und konnte somit auch Reaktionen der Besucher und Leser hervorrufen. Unter anderem kam dabei der Tipp auf, die Webseite mit dem Bloggingsystem «Wordpress» laufen zu lassen, wenn es sich beim Projekt ja schon ums Bloggen dreht. Auf diese Anregung bin ich dann eingegangen und habe dies umgesetzt und dabei auch das Design etwas angepasst. Solche Reaktionen sind sehr wichtig und wertvoll, denn daran erkennt man sehr schnell, was der User (Besucher, Interessierter) von einem erwartet und was man noch verbessern könnte.

2.3 Suche Sponsoring

Ursprünglich war es das Ziel, dass der grösste Teil des Equipments durch Sponsoren finanziert werden konnte. Dazu mussten geeignete Sponsoren gesucht werden, die auch Interesse daran haben könnten, in einem solchen Film als Sponsor erwähnt zu werden. Aus diesem Grund wurden vor allem Firmen angeschrieben, die entweder selber mit Blogs arbeiten oder etwas mit Film, Fotografie oder moderner Unterhaltungstechnik zu tun hatten.

Erfahrungen Sponsorensuche

Viele der Firmen, die angeschrieben wurden, gaben als Rückmeldung, dass sie grundsätzlich keine Maturaarbeiten unterstützen würden, andere antworteten wiederum damit, dass ihre Marge so tief sei, dass sie grundsätzlich keine Sponsoringanfragen annehmen würden.
Gerade Firmen, die im Bereich Social Media in der Schweiz sehr aktiv waren, gaben jedoch meist positive Antworten oder zeigten zumindest Interesse. So sponserte die Firma Brack 100.- Franken und die Firma Hostpoint sponserte dem Projekt das Webhosting für die Website http://bloggerfilm.ch.
Da ich schon von Anfang an plante, die Dreharbeiten mit einer Spiegelreflexkamera von Canon durchzuführen, war eine recht grosse Investition schon geplant, dazu kam das Canon 50mm f/1.8 II Objektiv, um möglichst tolle Aufnahmen an den Interviews durchführen zu können. Da beim Kauf schlussendlich doch weniger Sponsoring-Geld zusammenkam, als ursprünglich erwartet, wurde der Rest privat finanziert.

Fazit Sponsorensuche

Grundsätzlich ist es sogar für ein solches Projekt nicht einfach, interessierte Sponsoren zu finden. Auch wenn einige Sponsoren Interesse zeigten, kam dann schlussendlich doch nichts von einigen Firmen. Es ist sehr wichtig, dass man bei solchen Firmen in Kontakt bleibt, ansonsten ist es schwierig, eine Firma davon zu überzeugen, Geld an ein solches Projekt zu sponsern.

2.4 Recherchen

2.4.1 Passendes Kameramodell

Aufgrund der vielen Gestaltungsmöglichkeiten, die man unter anderem dank wechselbaren Objektiven bei Digitalen Spiegelreflexkameras hat, war schon zu Beginn klar, dass der Film mit einer solchen sogenannten DSLR-Kamera (engl. **D**igital **s**ingle **l**ens **r**eflex) entstehen sollte.
Ausschlaggebend für diese Entscheidung waren einige Videos, die man bspw. auf der Videoplattform Vimeo oder Youtube betrachten kann, wenn man nach einem Kameramodell von Canon sucht, wie bspw. die Kamera Canon 550D, Canon 5D Mk II oder Canon 7D.

Abbildung 1: Canon EOS 550D (Quelle: canon.de)

Durch Betrachten und Vergleichen verschiedener Videoclips und von Meinungen zu den Kameras Canon 550D und 7D, wurde schlussendlich die Entscheidung für die Canon 550D getroffen. Die Kamera war preislich im Vergleich zu den anderen Modellen sehr günstig und lieferte aufgrund des gleichen Sensors wie die das Modell 7D vergleichbare Ergebnisse im Videobereich ab.
Als Entscheidungsgrundlage wurden zum einen die technischen Daten der verschiedenen Kameras verwendet, die man unter canon.com einsehen kann, zum anderen verschiedene Videobeispiele auf vimeo.com.

2.4.2 Passendes Objektiv

Beim Kauf der Kamera stellte sich zudem noch die Frage, welches Objektiv für die Interviews am besten geeignet sein könnte. Hier verglich ich die im Onlineshop digitec.ch verfügbaren Objektive miteinander und informierte mich beim Fotograf Niels Epting, was er mir aufgrund seiner Erfahrung empfehlen würde.
Das günstigste verfügbare Objektiv war das Objektiv Canon 50mm f/1.8 II, welches mir auch von Niels Epting empfohlen wurde. Es passte gut in die gestellten Erwartungen, denn es war sehr lichtstark und mit Blende 1.8 konnte man gut arbeiten, denn mit dieser Blende war der Hintergrund sehr unscharf und nur das Gesicht des jeweiligen Interviewpartners völlig scharf. Dies entsprach auch den Vorstellungen, die ich für den Film hatte.

2.4.3 Stabilisierung der Aufnahmen[1]

Damit die Aufnahmen für den Betrachter des Filmes angenehm sind, musste sichergestellt werden, dass die Aufnahmen ruhig sind. Um die Aufnahmen zu stabilisieren wurde beim Dreh hauptsächlich ein normales Stativ verwendet, das man auch für normale Fotoaufnahmen verwenden kann. Zusätzlich informierte ich mich im Internet und bei Kollegen darüber, wie man die Aufnahmen zusätzlich stabilisieren kann. Eine weitere Möglichkeit, Aufnahmen zu stabilisieren, ist die Verwendung eines Schwebestativs (auch Steadicam oder Steadycam genannt). In diesem Bereich gibt es verschiedene Lösungen, die sich auch in verschiedenen Preissegmenten bewegen. Das Original des Lizenzinhabers des Begriffs Steadicam kostet ungefähr 1000.- CHF, ein etwas anderes Prinzip der Firma Glidecam kostet ungefähr 500.- CHF und Johnny Lee bewerbt auf seiner Website[2] ein Stativ zum Selberbauen, das laut seinen Angaben bloss 14$ kosten soll. In dieser

Abbildung 2: Glidecam HD-2000 (Quelle: digitec.ch)

[1] *siehe 7.1 Quellenangaben*

[2] *http://littlegreatideas.com/stabilizer/diy/*

Anleitung wurden leider Masse verwendet, die in der Schweiz nicht üblich sind und diesem Grund wurde von mir die Entscheidung getroffen, das Schwebestativ nicht selber zu bauen.
Das Schwebestativ Glidecam HD-2000 war während der Durchführung der Interviews noch nicht in meinem Besitz und wurde deshalb auch noch nicht verwendet. Im Film als Endergebnis kam das Schwebestativ nur für Symbolbilder zwischendurch zum Einsatz.

2.5 Verfassen Interviewfragen

Damit die Interviews schlussendlich auch für den Film verwendet werden konnten, wurde der Grossteil der Fragen bei allen Interviewpartnern gleich gelassen. So konnte auch eine differenzierte Ansicht einer Frage im Film zur Ansprache kommen. Drei Drehtage wurden für das Projekt eingesetzt und dabei wurden folgende Fragen verwendet:

1. Stell dich vor.
2. Bloggen ist...
3. Deine kurze Beschreibung eines Blogs
4. Deine kurze Beschreibung eines Bloggers
5. Wie bist du zum Bloggen gekommen?
6. Worüber bloggst du?
7. Wo liegt für dich der Reiz im Bloggen?
8. Sind Blogger deiner Meinung nach wichtig und wenn ja, warum?
9. Dein Lieblingsplatz zum Schreiben deiner Beiträge?
10. Dein Gegenstand, der beim Bloggen immer bei dir ist.
11. Was tust du sonst in deiner Freizeit?
12. Nutzt du Social Networks für die Verbreitung deiner Artikel. Wenn ja, welche?
13. Das wievielte Mal bist du am BlogCamp? (nur am BlogCamp gefragt)
14. Hat dir das BlogCamp bis jetzt gefallen? (nur am BlogCamp gefragt)
15. Was sagst du: Der oder das Blog?
16. Was war zuerst, das Huhn oder das Ei?

Die letzten beiden Fragen sollten das Interview zum Schluss noch etwas auflockern und wurden ebenfalls für einen witzigen Abschluss in den Film eingebaut. Der Gedanke dabei war, dass man sich Schluss noch etwas amüsieren kann und den Film oder das Interview somit positiv in Erinnerung hat.
Bei den Interviews mit den «Bloggerurgesteinen» Marcel Widmer, Tom Brühwiler und Ralph Hutter wurden noch einige weiteren Fragen gestellt, da sie aufgrund der langjährigen Erfahrung etwas mehr zum Thema sagen konnten und auch Auskunft über bloggende Unternehmen geben konnten.

3. Durchführung der Dreharbeiten

3.1 Organisation übers Internet

Wie bereits unter *2.2 Homepage & Social Networks* erwähnt, wurde bei der Kommunikation ausschliesslich auf das Internet gesetzt. Dabei wurden die Informationskanäle Homepage (http://bloggerfilm.ch), Twitter (http://twitter.com/bloggerfilm), Facebook (http://www.facebook.com/bloggerfilm) und der Versand von Mails verwendet.

Homepage / Blog

Abbildung 3: Homepage http://bloggerfilm.ch

Die meisten Informationen wurden auf der Homepage veröffentlicht. Der Zweck der Homepage sollte sein, dass man sich jederzeit mit kurzen, knackigen Texten darüber informieren kann, worum es beim Projekt «bloggerfilm» geht und was der aktuelle Stand der Arbeit ist. Die Möglichkeit zum Kontakt stand natürlich dank eines Kontaktformular auch offen und die Anmeldung wurde mit einem Google Docs Formular auch über die Homepage abgewickelt.
Anfangs war die Homepage ausschliesslich in reinem HTML, PHP und CSS geschrieben. Auf eine Anregung hin wurde das Design anschliessend angepasst und die Bloggingplattform Wordpress installiert und verwendet. Damit war es möglich, jederzeit Informationen im Blog auf der Startseite zu veröffentlichen und die Inhalte der Seite online mit einem sogenannten WYSIWYG (What you see is what you get) Editor zu bearbeiten.
Gerade der Blog stellte sich als sehr nützlich heraus, denn wenn man die Möglichkeit hat, mit einem solchen System zu bloggen, hält man die Homepage eher aktuell, als wenn man dazu jedes mal den Quellcode bearbeiten muss.
Und wenn der Film schon vom Bloggen selbst handelt, liegt es ja schon fast auf der Hand, dass das Projekt einen Blog betreiben könnte. In diesem Fall ist es ja ausschliesslich ein News-Blog.
Neue Einträge im Blog wurden jeweils auf den Social Networks Facebook und Twitter (anschliessend noch genauer erläutert) veröffentlicht und verbreitet.

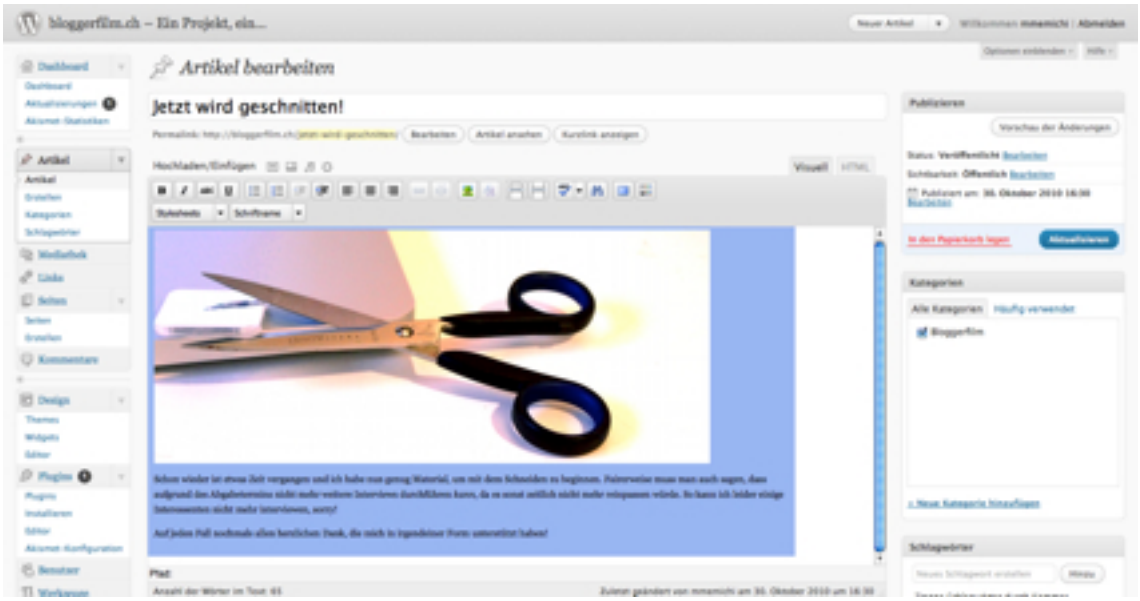

Abbildung 4: Beispiel eines Blogbeitrages mit dem Bloggingsystem Wordpress

Abbildung 5: Beispiel eines veröffentlichten Blogbeitrages

Anmeldung via Homepage mit einem Google Docs Formular

Die Anmeldung erfolgte direkt auf der Homepage. Damit die Organisation der eingehenden Informationen über die angemeldeten Personen einfach gehalten werden konnte, wurde dabei ein Google Docs Formular verwendet.
Jeder, der einen kostenlosen Account bei Google hat, kann ein solches Formular erstellen. Dies funktioniert mit folgenden Schritten:

1. Einloggen unter https://docs.google.com/
2. Unter «Neu erstellen» den Punkt «Formular» wählen
3. Fragen in die Eingabemaske eintippen
4. Ganz unten wird ein Link zum Formular angezeigt
5. Der Inhalt der Felder wird anschliessend in einer Tabelle als Dokument gespeichert. Jedes mal wenn sich jemand über das Formular einträgt, wird die Tabelle automatisch erweitert und aktualisiert.

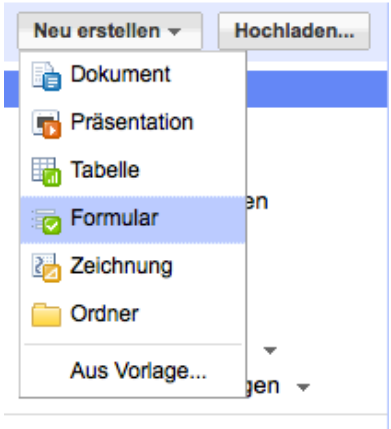

Abbildung 6: Screenshot von Google Docs

Diese Art von Anmeldung hat sich sehr bewährt, denn dadurch hatte man alle Informationen direkt an einem Ort und musste sie nicht mehr manuell zusammentragen. Als Felder wurden bei der Anmeldung der Name, die URL des Blogs, der Wohnort, Anmerkungen und Emailadresse verwendet.

Information per Mail

Allen Teilnehmer wurden die Drehtermine und aktuelle Informationen jeweils per Mail gesandt. Interessierte konnten sich dann für bestimmte Termine schon einmal anmelden. Eine Anmeldung für einen Termin war jedoch nie zwingend, man konnte auch einfach spontan kommen. Dies wurde so definiert, weil viele Blogger eher spontan sind und sich nicht auf einen Termin fixieren wollen. Dies hatte auch zur Folge, dass leider einige Leute, die sich anmeldeten, anschliessend doch nicht kamen. Viele Leute kamen einfach spontan, wie dies vor allem beim BlogCamp der Fall war.

Twitter

Abbildung 7: Screenshot der Twitterseite des Projekts

Twitter ist eine Plattform, auf welcher es möglich ist, Nachrichten mit der maximalen Länge von 140 Zeichen zu verbreiten. Jeder Benutzer kann anderen Benutzern folgen, was bedeutet, dass er auf seiner Startseite die Nachrichten dieses Benutzers sehen kann. Jeder kann auf die Nachrichten von anderen Benutzern, die Tweets genannt werden, antworten. Dadurch kann ein Dialog zwischen den Benutzern und ein Infoaustausch in Echtzeit entstehen.
Für dieses Projekt wurde Twitter genutzt, um zum einen die Drehtermine zu verbreiten, Feedback von anderen Benutzern zu erhalten und um über den aktuellsten Stand der Arbeit zu informieren.

Facebook

Abbildung 8: Facebook-Seite des Projekts

Facebook ist ebenfalls ein Social Network, das den Benutzern erlaubt, miteinander zu kommunizieren. Jeder Benutzer kann seine Privatsphäre-Einstellungen machen, die bestimmen, welche Informationen andere Benutzer von Facebook sehen dürfen. Meistens zeigen Benutzer anderen Benutzern nur dann alle Informationen, wenn sie mit ihnen befreundet sind. Dies ist wohl der grösste Unterschied zwischen Facebook und Twitter.
Facebook erlaubt neben dem normalen Benutzerprofil zudem das Erstellen von Gruppen und Seiten. Für das Projekt bloggerfilm wurde eine Facebook-Seite verwendet. Jeder Benutzer kann angeben, dass ihm diese Seite gefällt und erhält (sofern er die Seite nicht rausfiltert) auf seiner Startseite die Statusmeldungen der Seite.
Facebook wurde ähnlich wie Twitter dazu eingesetzt, Drehtermine zu verbreiten, Feedback von den Benutzern zu erhalten und um über den aktuellen Stand der Arbeit zu informieren. Was bei der Facebook-Seite noch dazu kommt, sind Fotos von den Dreharbeiten.

3.2 Externe Hilfe

Externe Hilfe wurde nicht benötigt, die Planungs-, Dreh- und Videoschnittarbeiten wurden alle ohne externe Hilfe durchgeführt.

3.3 Technische Erkenntnisse

3.3.1 Fehlender Autofokus

Die Digitale Spiegelreflexkamera Canon 550D verfügt über eine Videofunktion, die Videos in Full-HD, sprich mit einer Auflösung von 1920x1080 Pixeln

aufzeichnen kann. Durch die Tatsache, dass man verschiedene Objektive aufsetzen kann und damit auch filmen kann, wird die Kamera sehr attraktiv fürs Filmen. Einen klarer Nachteil der Kamera findet man erst beim Filmen selbst: die Kamera hat keinen Autofokus, d.h. sie stellt nicht automatisch scharf. Man muss also immer selber scharf stellen. Dies kann entweder vollständig manuell durch Drehen am Objektiv der Kamera geschehen oder durch halbes Herunterdrücken des Auslösers (diese Möglichkeit gab jedoch kein zufriedenstellende Resultate).

Beim Filmen stellte sich dieser Punkt jedoch nicht als besonders grosses Problem heraus, weil die Interviewpartner sich im Normalfall nicht gross bewegten. Da die Interviews mit dem lichtstarken Objektiv Canon 50mm bei Blende 1.8 durchgeführt wurden, bewirkte nur schon das Bewegen des Kopfes, dass das Bild unter Umständen nicht mehr völlig scharf war. Man musste also während des Interviews laufend überprüfen, ob das Bild auch immer noch scharf war.

3.3.2 Speicherkarten-Geschwindigkeit[3]

Ein Problem, das bei den Dreharbeiten auftauchte war, dass die Speicherkarte zu wenig schnell war. Zuerst wurde eine SDHC Speicherkarte Class 4 verwendet. Je höher diese Class ist, desto schneller ist die mögliche Schreibgeschwindigkeit, die von der Karte unterstützt wird. Bei der Verwendung einer Karte mit der Class 4, wurde die maximale Aufnahmezeit pro Clip auf ungefähr 15 bis 30 Sekunden reduziert, was nicht brauchbar war. Der Wechsel auf eine SDHC Class 10 Speicherkarte bewirkte, dass dieses Manko aufgehoben wurde und die maximale Aufzeichnungsdauer auf eine halbe Stunde erhöht wurde (weil das von Speicherkarten verwendete Dateisystem FAT32 keine grösseren Dateien als 4GB unterstützt, kann nur so lange aufgezeichnet werden, bis die Datei die Grösse von 4GB erreicht hat).

3.4 Erfahrungsbericht Interviews

Das Durchführen der Interviews war unkompliziert und dauerte pro Teilnehmer (je nach Länge seiner Antworten) 7-10 Minuten.

---

[3] siehe 7.1 Quellenangaben

Für grössere Projekte würde es sich lohnen, ein grösseres Team zu haben. Wenn man alle Dinge alleine durchführt (Film, Tonaufnahme, Interview), kann man sich meistens nur auf etwas völlig konzentrieren und die Filmaufnahmen sind in ihrer Kreativität eingeschränkt. So konnte pro Interviewpartner ausschliesslich aus einer Position gefilmt werden und der Schärfebereich musste manchmal zwischendurch angepasst werden. In einer solchen Situation wäre ein Kameramann durchaus ein Vorteil gewesen. Dieser hätte dann auch aus sich wechselnden Perspektiven filmen können, was in meinem Fall nicht möglich war, da ich diese Dinge alle alleine durchführte.
Da das Projekt «bloggerfilm» im Vergleich zu anderen Dokumentationen oder Spielfilmen eher klein war, hätte sich der Aufwand, ein ganzes Team auf die Beine zu stellen, wohl nicht gelohnt. So wurde zwar nur aus einer fixen Kameraposition gefilmt, die Qualität ist jedoch gut und die gleiche Position gab dem Film eine einheitliche Form.

3.5 Das BlogCamp Switzerland - Was ist das?

Das BlogCamp Switzerland ist eine europäische Tagung, die von Blogger für Blogger organisiert wird. Die Tagung basiert auf dem sogenannten BarCamp-Prinzip, bei welchem jeder Teilnehmer in einer der verschiedenen, parallel laufenden «Sessions» (Vorträgen) entweder zuschauen oder selber mitwirken kann (sprich eine eigene Session vortragen).
Die Themen drehen sich rund um Blogging, Internet, Social Media oder Ähnliches. Die Teilnahme an einem solchen BlogCamp ist kostenlos und man trifft dort bis zu 100 Blogger aus der ganzen Schweiz und aus dem grenznahen Ausland. Das letzte BlogCamp fand am 4. September im Technopark in Zürich statt.

3.6 Teilnehmerliste

Folgende Leute haben zugestimmt, an einem Interview für den «bloggerfilm» teilzunehmen und haben vor der Kamera ihre Antworten gegeben:

BlogCamp Switzerland 5, 4. September 2010:

Rahel Stössel	radisli-zieht-aus.ch
Pascal Birchler	pascalbirchler.ch / wp-magazin.ch
David Worni	dworni.ch

Sandro Hostettler	hosae.ch
Markus M. Müller	personal.netmex.ch
Clemens Bartlome	lioninside.com
David Keller	davesblog.ch
Florin Jaeger	flog.in
Philipp Küng	philippkueng.ch
Michael Schmid	x-foto.ch/blog
Sam Steiner	steinis.ch
Mona Hinnen	monah.ch

Drehtag im Café Henrici Zürich, 11. Oktober 2010

Dominik Nägeli	jedenabendtanz.tumblr.com
Elli & Jeannine	pejds-fashion.blogspot.com
Pascal Grob	pascalgrob.blogspot.com
Niels Epting	blog.nielsepting.ch
Simon Künzler	blog.xeit.ch

Drehtag in Pfäffikon SZ mit «Bloggerurgesteinen», 23. Oktober 2010

Ralph Hutter	pixelfreund.ch
Tom Brühwiler	bloggingtom.ch
Marcel Widmer	marcelwidmer.ch / jobblog.ch

Drei dieser Teilnehmer (Ralph Hutter, Tom Brühwiler und Marcel Widmer) werden nun in einem kurzen Portrait noch etwas genauer vorgestellt. Sie gehören alle drei zu den ersten Blogger der Schweiz , man nennt sie auch «Bloggerurgesteine».

3.7 Portrait Ralph Hutter

Abbildung 9: Ralph Hutter beim Interview in Pfäffikon SZ

Der in Zürich lebende Ostschweizer Ralph Hutter bloggt unter dem Pseudonym «pixelfreund» auf seinem gleichnamigen Blog pixelfreund.ch. Er bezeichnet sich selber als «Allerleiblogger» und war einer der ersten Blogger der Schweiz. Weil er sich sehr für Fotografie interessiert, bloggt er häufig über dieses Thema. So hat er sich gerade für die analoge Fotografie mit Lomo-Kameras begeistert und gibt darum Tipps und Erfahrungen über dieses Thema an seine Leser weiter. Er bloggt jedoch allgemein einfach über Dinge, die ihn gerade interessieren, z.B. auch über iPhone Apps oder iPad Apps, Digitalfotografie oder auch über ein besuchtes Konzert.
Ralph arbeitet bei der Namics und ist dort verantwortlich für Marketing und Kommunikation in der Schweiz (d.h. für Werbung, PR, Online-Bereich, Printmedien, Partnermanagement).
In seiner Freizeit beschäftigt er sich natürlich mit analoger oder digitaler Fotografie, fährt gerne Rad, liest gerne und begeistert sich für Musik.

3.8 Portrait Tom Brühwiler

Abbildung 10: Tom Brühwiler beim Interview in Pfäffikon SZ

Tom Brühwiler wohnt in Hinwil und gehört wie auch Ralph Hutter zu den Bloggerurgesteinen. Er bloggt seit dem 10. Februar 2005 auf seinem Blog «BloggingTom» unter bloggingtom.ch unter dem Motto «Die täglichen Abenteuer im Cyberspace…» über verschiedenste Dinge. So wurde er mit seinem Blog bekannt, weil er sich mit einer Kreditkartenfirma anlegte und seine Beiträge dazu solchen Wellen schlugen, dass er in der Schweiz und auch Deutschland bekannt wurde.
Weil er selber keinen Themenblog betreibt (d.h. keinen Blog, der auf ein bestimmtes Thema fixiert ist), schreibt er wie auch Ralph über Dinge, die ihn gerade beschäftigen oder interessieren.
Tom ist bei der Firma Hostpoint «Social Media Verantwortlicher», d.h. er pflegt den Auftritt des Hosters auf verschiedenen Plattformen wie Facebook, Twitter und auch auf dem Firmenblog.
Da die Arbeit bei Hostpoint und das Bloggen viel Zeit einnimmt, bleibt ihm nicht mehr viel Freizeit übrig, die er aber auch für die Familie aufwendet.

3.9 Portrait Marcel Widmer

Abbildung 11: Marcel Widmer beim Interview in Pfäffikon SZ

Marcel Widmer wohnt in Wollerau und bloggt seit dem Jahr 2004 zum einen auf seinem privaten Blog marcelwidmer.ch, als auch auf seinem Fachblog jobblog.ch.
Er ist selbständig als Coach und Trainer mit seiner Firma Widmer Consulting. In seinem Fachblog greift er regelmässig Themen rund ums Coaching auf und arbeitet sich in diese Themen ein. Damit teilt er wertvolle Informationen mit den Lesern seines Blogs und bringt sich selber auch weiter, da der das Thema vollständig aufarbeiten muss.
Auf seinem privaten Blog marcelwidmer.ch findet man wie auch bei den anderen beiden vorgestellten «Bloggerurgesteinen» verschiedenste Inhalte. Aufgrund seiner Selbständigkeit und seiner Aktivitäten im Internet bleibt ihm nicht mehr viel Freizeit übrig. Doch diese spärliche Freizeit verbringt er häufig mit seiner Familie oder mit etwas Fotografie und seinem Blog.

4. Durchführung Filmschnitt

4.1 Suche nach passendem Programm für den Filmschnitt

Ursprünglich war geplant, den Videoschnitt unter dem Betriebsystem Linux mit dem OpenSource-Programm «kdenlive» durchzuführen. Nachdem jedoch einige Probeaufnahmen gemacht wurden, um das Programm zu testen, stellte sich heraus, dass sich das Programm nicht besonders dafür eignete, denn die Vorschau war nie flüssig und die Bedienung des Programms recht langsam. Wahrscheinlich liegt der Grund für diesen Geschwindigkeitsmangel darin, dass die Videos im h.264-Codec vorlagen. Dieser Codec ist für den Videoschnitt nicht geeignet, was zur Folge gehabt haben könnte, dass das Programm alle Clips für die Vorschau neu rendern musste.

Abbildung 12: Screenshot Filmschnitt in iMovie

Mit iMovie (unter Mac OS X Snow Leopard) war dieses Problem nicht vorhanden und die Vorschau funktionierte einwandfrei. Wenn man Videoeffekte auf einen Clip anwenden möchte, muss der Clip jedoch konvertiert werden, da der h.264-Videocodec nicht für den Videoschnitt entwickelt wurde, sondern um Videos bei guter Qualität zu komprimieren. Er eignet sich also gut zum Abspielen.

Eine weitere Möglichkeit wäre das Programm «Final Cut Express 4» gewesen, welches mir die Firma Brack gesponsert hätte. Da das Programm jedoch keinen Export in der gewünschten Qualität (1080p, d.h. mit einer Auflösung von 1920x1080 Pixel, progressiv) anbietet, kam das Programm nicht in Frage.

4.2 Erfahrungen

Ein Faktor, der gerne unterschätzt wird, ist die Zeit, die der Filmschnitt benötigt, denn bis ein Film fertig ist, werden neben den Dreharbeiten verschiedenste Arbeitsschritte benötigt:

Auswahl der Szenen

Beim Filmdreh sammelt sich ein Mehrfaches an Material an, als schlussendlich im Film verwendet werden kann. Für das Projekt «bloggerfilm» kamen mehr als drei Stunden an Filmmaterial zusammen. Aus diesem Material muss zunächst eine Auswahl an Szenen getroffen werden, die schlussendlich im Film erscheinen werden.

Auswerten der ausgewählten Szenen

Der nächste Schritt beinhaltet die Auswertung der Szenen. In diesem Schritt müssen die ausgewählten Szenen in einen Zusammenhang gebracht werden.

Vertonen

Da es sich beim «bloggerfilm» um eine Art von Dokumentarfilm handelt, mussten einige Dinge kommentiert werden, so dass der Film einen roten Faden erhalten konnte.

Symbolbilder

Einige Symbolbilder und Animationen fehlten natürlich noch, nachdem die Interviews gefilmt waren. Dazu mussten noch einige zusätzlichen Aufnahmen mit der bereits vorhandenen Kamera gemacht werden und eine Animation für das Erklären des Begriffs «Blog» erstellt werden. Dazu wurde das Programm «Keynote» von Apple verwendet, welches den Export der Animation als Filmdatei unterstützte.

Länge des Filmes beachten

Der Film sollte eine ideale Länge von unter 10 Minuten erreichen. Dies hat hauptsächlich zwei Gründe. Der eine Grund ist die Limite von 10 Minuten, die von verschiedenen Videoportalen wie bspw. Youtube eingeführt wurde. Der andere Grund ist, dass sich Leute zwar meist die Zeit für einen Film nehmen, der ungefähr 10 Minuten lang ist, aber alles was oberhalb dieser Grenze liegt, scheint zu lang zu sein.

Um diese Länge von unter 10 Minuten erreichen zu können, mussten einige Szenen gekürzt werden und Dinge wie «Ähm...» rausgeschnitten werden. So wurde eine gewisse «Kompaktheit» an Informationen erreicht und lange Pausen vermieden.

Passende Musik

Was für einen Film meistens auch von grosser Bedeutung ist, ist die Musik. Für den «bloggerfilm» wurde Musik vom Portal **jamendo.de** verwendet, da man dort Musik findet, für welche man keine Lizenzkosten zahlen muss und diese legal verwenden kann.

4.3 Tipps, Fazit

Der Filmschnitt benötigt viel Zeit und ist ein Prozess aus verschiedensten Arbeitsschritten, an welche man denken muss. Gerade das Vertonen von Kommentaren und die Aufzeichnung von Symbolbildern sind Dinge, an welche man vielleicht nicht unbedingt denkt.
Das richtige Programm zu finden stellt sich nicht als besonders einfach aus, denn professionelle Anwendungen können schnell viel Geld kosten und von der Bedienung ziemlich kompliziert werden. Es zeigte sich beim Schnitt jedoch, dass auch ein kostenlos von Apple mitgeliefertes Programm wie iMovie für kleinere Projekte wie dieses durchaus geeignet ist.

5. Gesamtfazit des Projektes

5.1 Abweichungen vom Konzept

Während den Dreharbeiten und während dem Schneiden des Filmes hat sich meine Idee vom Film etwas verändert. So kam es dazu, dass weniger über die Blogger an sich berichtet wird (es kommen eigentlich keine Bloggerportraits im Film vor), sondern vor allem der Begriff «Blogger» und «Blog» geklärt werden und deren Bedeutung und Relevanz innerhalb der Gesellschaft.
Da der Film (siehe *4.2 Erfahrungen → Länge des Filmes)* von der Länge auf 10 Minuten heruntergeschraubt werden sollte, war es nicht möglich, solche Portraits noch einzubauen, denn der Film sollte in kurzer Zeit noch möglichst informativ sein. Je länger der Film dauert, desto höher ist auch die

Wahrscheinlichkeit, dass die Aufmerksamkeit der Zuschauer sinkt oder (falls man sich den Film via Streaming im Internet anschaut) dass er aufgrund seiner Länge gar nicht erst betrachtet wird.
So wich ich etwas vom ursprünglichen Konzept ab, um andere Ziele zu erreichen.

5.2 Inhaltliche Erkenntnisse

Ein Blog zeichnet sich durch seine Form aus

Was vielen Leuten nicht klar war und dieser Film darum auch zeigt, ist dass sich ein Blog nicht durch den Inhalt, sondern durch seine Form definiert. Dies war vielen Leuten, die vom Thema nicht viel wussten, nicht klar. Aus diesem Grund wird im Film auch auf die Vielfalt der Blogs hingewiesen, denn es gibt praktisch über jedes Thema, das man sich denken kann, einen Blog.
Die Form eines Blogs ist recht simpel, denn sie zeichnet sich dadurch aus, dass man den aktuellsten Beitrag immer zuoberst findet und in einem Archiv alle bisher geschriebenen Beiträge einsehen kann. Wie im Film auch herausgehoben wurde, kann man unter einem Beitrag im Normalfall ohne grosse Hürden einen Kommentar hinterlassen und so in einen Dialog mit dem Autor oder anderen Lesern kommen.

Nicht einfach ein Internettagebuch

Das Wort Blog kommt ursprünglich vom Wort «Weblog», was soviel wie «Internettagebuch» heisst. Die Bezeichnung Internettagebuch war vor einigen Jahren vielleicht mehrheitlich noch treffend, heutzutage kann man das Wort jedoch nicht mehr gleich verwenden. Häufig beinhalten Blogs wertvolle Erfahrungen und Informationen zu einem bestimmten Thema. Sei dies nun Fotografie, Fashion, Technik, Umweltschutz, Apple, Filmtechnik, Lifestyle, Uhren, Klatsch und Tratsch, Fernsehserien, Social Media, Autos,... - die Liste liesse sich noch beliebig erweitern. Diese Blogs machen heutzutage einen Grossteil der Blogs aus. Daneben findet man selbstverständlich auch noch den anderen grossen Teil der privaten Blogs, die sich nicht auf ein einzelnes Thema festlegen.

Social Networks als Konkurrenz für Blogger?

Eine Frage, die während der Dreharbeiten aufkam, war, ob sogenannte «Social Networks» eine Konkurrenz für die Blogger darstellen. Die Meinungen gingen hier etwas auseinander. Während die einen Soziale Netzwerke wie Facebook oder Twitter als gute Kombinationsmöglichkeit mit dem Blog sehen, glauben andere, dass man wahrscheinlich weniger bloggen wird und dafür mehr auf Twitter und Facebook mit kurzen Statusmeldungen veröffentlichen wird.
Man ist sich jedoch einig, dass der Blog als Medium wohl nicht verschwinden wird. Vielleicht wird die Qualität der Beiträge zunehmen und die Quantität auf der anderen Seite abnehmen.

Blogs als Mittel für freie Meinungsäusserung

Auf die Frage, ob Blogs wichtig seien und wenn ja, warum, antworteten einige Interviewpartner mit einem grundsätzlichen ja. Blogger seien wichtig für die freie Meinungsäusserung, die gerade in einer Demokratie sehr wichtig ist.
So kann jeder, der einen Blog starten möchte, dies tun und seine Meinung mit dem Rest der Welt teilen. Auf diese Weise kann auch Kritik an Unternehmen publik gemacht werden und im besten Fall wird diese auch ernst genommen und berücksichtigt.

Unternehmen entdecken Social Media

Immer mehr Firmen der Schweiz entdecken die Möglichkeiten, die man mit Blogs, Facebook und Twitter hat. So kann man sich als Unternehmen mit einem Blog anders darstellen und die Kommunikation mit den Kunden optimieren. Alle vier interviewten Arbeitnehmer bei Firmen, die Blogs einsetzen, sind sich einig: Bloggen lohnt sich für jedes Unternehmen, sofern es offen bleibt, den Dialog mit Kunden (oder vielleicht auch potentiellen Mitarbeitern, bzw. Partnern) pflegt und ihre Firmenkultur gegen aussen (z.B. durch Blogs) zeigt.

5.3 Allgemeine Erkenntnisse

Blogger sind spontan

Es war sehr schwierig einzuschätzen, wie viele der angemeldeten Teilnehmer schlussendlich am Interview erschienen. Viele nahmen vor Ort spontan noch am Interview teil oder sagten auch spontan ab, was die Sache etwas umständlich machte.

Wenig Werbung, genug Teilnehmer, grosses Interesse

Für das Projekt wurde praktisch keine Werbung gemacht. Einige Blogger haben über mein Projekt berichtet und der Rest der Werbung erfolgte über Mund-zu-Mund-Werbung oder Facebook und Twitter. So zählt die Seite (Stand: 21. November 2010) bereits 60 Fans und auf Twitter folgen 58 Leute dem Account @bloggerfilm (Stand: 21. November 2010). Durch kurze Statusmeldungen kann man die beiden Sozialen Netzwerke aktuell halten und muss eigentlich nicht einmal aktiv Werbung machen, um das Interesse und die Aufmerksamkeit von einigen Leuten zu erhalten.

6. Schlusswort

Es ist für mich immer wieder faszinierend, wie sich Leute von einem Projekt begeistern lassen. Dieses Projekt ermöglichte mir, viele neue Leute kennenzulernen, neue Kontakte zu erhalten und zu pflegen und natürlich auch viel Erfahrung zu sammeln. Der Aufwand eines Filmprojektes ist zwar sehr gross und sicher nicht der bequemste Weg einer Maturaarbeit. Jedoch hat es sich für mich persönlich gelohnt. Gerade die Kontakte, die hervorgerufene Begeisterung, das Interesse am Projekt haben mich motiviert und dazu bewegt, das Projekt vielleicht auch noch nach der Abgabe der Maturaarbeit weiterzuverfolgen. Ich könnte mir durchaus vorstellen, die Homepage bloggerfilm.ch weiterhin aufrecht zu erhalten und in Zukunft vielleicht auch noch die vollständigen Interviews und Zusatzmaterial zum Film bereitzustellen. Die Form ist dabei ziemlich offen.

An dieser Stelle möchte ich auch nochmals einen Dank aussprechen. Der Dank geht natürlich zum einen an alle Teilnehmer, die mich mit ihren Interviews unterstützt haben.
Zum anderen geht der Dank auch an die Organisatoren des BlogCamp Switzerland 5, die mir einen Ort für den Filmdreh zur Verfügung stellten, danke an Ralph Hutter für die organisatorische Hilfe. Danke auch an Niels Epting für einige Tipps während dem Dreh, danke an das Cafe Henrici für die schöne Location.
Danke an Hostpoint für das Sponsoring des Webhosting, danke an Renato Mitra, Thierry Pool, Marcel Widmer, Brack und Namics für die finanzielle Unterstützung.
Schlussendlich möchte ich meinen Dank natürlich auch an alle anderen, die in irgendeiner Form am Projekt mitgewirkt haben oder es bekannter gemacht haben, richten! Es hat mir wirklich Spass gemacht, dieses Projekt durchzuführen!

7. Anhang

7.1 Quellenangaben

2.4.3 Stabilisierung der Aufnahmen:

- http://littlegreatideas.com/stabilizer/diy/
- http://shop.schweizervideo.ch/de/Zubehoer/Kamera-Stabilisierung/Schwebestative/557HD-2000
- http://shop.schweizervideo.ch/de/Zubehoer/Kamera-Stabilisierung/Schwebestative/558STCM-MERLIN
- http://de.wikipedia.org/wiki/Schwebestativ

3.3.2 Speicherkarten-Geschwindigkeit:

- http://de.wikipedia.org/wiki/FAT32

7.2 Weiterführende Informationen und Weblinks

Weiterführende Informationen findet man auf folgenden Seiten:

Bloggerfilm:

- Projektseite: http://bloggerfilm.ch
- Facebook-Seite: http://facebook.com/bloggerfilm
- Twitter-Account: http://twitter.com/bloggerfilm

Diverses

- Blog Michael Eugster: http://blog.meugster.net
- Homepage Cafe Henrici http://cafe-henrici.ch
- Homepage BlogCamp CH http://blogcamp.ch

Sponsoren / Gönner

- Homepage Namics http://dialog.namics.com/
- Homepage Hostpoint http://hostpoint.ch
- Homepage Brack http://brack.ch
- Renato Mitra http://mitra.ch

- Marcel Widmer http://widmerconsulting.ch

7.3 Verwendetes Equipment

- Canon Kamera EOS 550D (auch bekannt unter dem Namen Canon Rebel T2i)
- Canon Kamera EOS 5D Mark II (nur für ein Interview verwendet)
- Canon Objektiv EF-S 18-55mm 1:3.5-5.6 IS
- Canon Objektiv EF 50mm, f/1.8 II
- Canon Objektiv EF 50mm, f/1.4 USM
- Sony Stereomikrofon ECM-DS70P
- MacBook Pro mit Mac OS X 10.6.5 (Snow Leopard)
- Stativ Velbon AEF-3
- Schwebestativ Glidecam HD-2000
- Scheinwerfer (für Aufnahmen am BlogCamp)
- Audio Recorder Zoom H4N
- Ext. Festplatte Western Digital MyBook Studio Edition SE, 1TB
- Speicherkarte Transcend SDHC Class 10 32 GB (für Videoaufnahmen)
- Speicherkarte SanDisk Ultra SDHC Class 4 32 GB (für Bilder)
- Speicherkarte SanDISK SD 1 GB (für Audio)
- viel Verlängerungskabel (Strom, Audio)

7.4 Verwendete Programme unter Mac OS X

- iMovie ’11 (Filmschnitt)
- Keynote ’09 (Animationen)
- GarageBand ’11(Audiobearbeitung)
- Picasa 2 (Bildverwaltung und Import von Kamera)
- Pages ’09 (für diese Dokumentation)