



Fabian Schweyher  
Spenglergäßchen 16  
86152 Augsburg

Telefon  
0176 20 80 48 55

E-Mail  
schweyher@soundphotographer.de

## Workshop mit Online-Journalist Fabian Schweyher

### **„Audio Slideshows optimal produzieren“**

#### Was ich biete

Mit einer kompakten Schulung mache ich Volontäre und gestandene Journalisten fit für die Produktion von Audio Slideshows. Zu Beginn lernen die Teilnehmer die theoretischen Grundlagen: Wirkung, Stärken und Schwächen des Formats sowie Unterschiede zum Bewegtbild-Video. Anschließend geht es darum, wie sich Web-Reportagen hochwertig und zügig erstellen lassen. Welche Fotos und Tonaufnahmen werden benötigt? Wie nehme ich sie auf? Wie werden Bild und Ton zu einer spannenden Audio Slideshow kombiniert? Wie funktioniert die Software? Die Antworten erfahren die Teilnehmer in der Schulung, in die mehrere Übungen eingebunden sind. Schließlich soll jeder Schüler in dem Workshop selbst eine Web-Reportage anfertigen. Die Schulung dauert, je nach Absprache, 2 oder 3 Tage. Weitere Details finden Sie in der Anlage.

#### Warum ich der richtige Trainer bin

Ich bin freiberuflicher Online-Journalist und spezialisiert auf Audio Slideshows. Mein Wissen basiert auf meiner Diplomarbeit im Studiengang Online-Journalismus an der Hochschule Darmstadt, mit der ich mich 2007 als erster deutscher Journalist mit diesem Format beschäftigt habe. Seitdem bilde ich Journalisten in diesem Bereich fort, beispielsweise die Volontäre der Burda Journalistenschule und der Axel Springer Akademie. Genauso erstelle ich Audio Slideshows selbst, etwa für Spiegel Online und ARD Online, und ich schreibe über das Format in meinem Blog [soundphotographer.de](http://soundphotographer.de). Immer wieder werde ich in Presseartikeln als Experte zitiert (siehe Anhang).

#### Was eine Audio Slideshow ist

Der Aufbau klingt simpel: In einem Film ist eine Abfolge an Fotos zu sehen, während dazu Ton läuft. Doch aus der Kombination entsteht eine Anziehungskraft auf die Betrachter, schließlich erhalten Fotos und Ton mehr Raum, um ihre Wirkung zu entfalten. Aus redaktioneller Sicht hat sich die Audio Slideshow mit dem Aufkommen von Tablet-PCs wie dem iPad zu einem wichtigen Format entwickelt. Auf den großen Displays entfalten die Filme ihre volle Wirkung.

„Audio Slideshows optimal produzieren“

## **Inhalte und Aufteilung des Workshops**

### Hintergründe

- Audio Slideshow – was ist das?
- Die herausragende Wirkung des Formats
- Die Vorteile der Audio Slideshow und die Nachteile
- Audio Slideshow vs. Video: Unterschiede, Gemeinsamkeiten und die Qual der Wahl
- Was bei einer audiovisuellen Reportage zu beachten ist: Protagonisten, Aufbau, Dramaturgie

### Umgang mit Fotokamera, Tonrekorder und Software

- Einweisung in Fotokamera und Tonrekorder
- Fotografieren für Audio Slideshows
- So entstehen hochwertige Ton-Aufnahme und verwendbare O-Töne
- Software Audacity und Soundslides: Einführung und Übungen (auch möglich für Videoschnittsoftware)

### Praxisübung: Eine spannende Web-Reportage entsteht

- Entwickeln eines Themas für einen eigenen Beitrag
- Vor Ort: Suche nach Protagonisten und recherchieren der Story
- Vor Ort: Aufnahme von Fotos und Audio (Interviews, Geräusche, Atmosphäre)
- Schneiden der Audiospur, Auswahl der Bilder und Gesamtschnitt
- Besprechung der Arbeiten

Audio Slideshows und Web-Reportagen

## Referenzen von Fabian Schweyher (Übersicht)

Workshops und Vorträge

- **Burda Journalistenschule** Workshop für die Journalistenschüler
- **Axel Springer Akademie** Workshop für die Journalistenschüler
- **Fotografie Forum Frankfurt** Vortrag für Fotografen
- **Frankfurter Tag des Online-Journalismus** Vortrag für Online-Journalisten

Eigene Veröffentlichungen

- **Betonierter Größenwahn: Die Feste Kaiser Wilhelm II.** Stück zu einer ZEIT-Reportage
- **Eingesperrt! Mario Röllig im Stasi-Gefängnis** Multimedia-Projekt zum Mauerfall
- **ARD Online** Synästhesie: Wenn Klaviertöne kunterbunt werden
- **Augsburger Allgemeine** Das Rosenau-Stadion: Ein Platzwart erzählt von vergangenen Zeiten
- **Spiegel Online** Der lange Leidensweg eines Stasi-Opfers

Fachbeiträge

- **Die Tageszeitung (taz)** Artikel „Reduzierte Form für Liebhaber“
- **SWR2 Magazin** Artikel „Wenn Bilder sprechen“
- **SWR2 Impuls** Radiobeitrag „Soundslides – der neue Trend im Internet“

# Reduzierte Form für Liebhaber

**ONLINE** Mehr als ein Diavortrag mit Tonspur: Audioslideshows sind besonders für Reportagen gut geeignet. In Deutschland ist das junge Genre noch ziemlich unbekannt

VON MICHAEL BRAKE

**T**ext. Foto. Video. Diese drei klassischen Formen dominieren den Onlinejournalismus. Hin und wieder verirrt sich dazwischen mal eine interaktive Grafik oder Landkarte, aber noch immer bilden sich eigenständige, crossmediale Online-Genres nur langsam heraus. Und wenn sie dann da sind, kriegt es kaum jemand mit – wie bei der Audioslideshow.

Die macht für den fernsehkonzektionierten User zunächst den Eindruck eines vollautomatischen Diavortrags mit Tonspur: Foto folgt auf Foto, nichts bewegt sich, allenfalls wird mal ein wenig gezoomt. Doch die reduzierte Form schafft eine spezielle Atmosphäre: Während Videos oft einfach so vorbeifließen, kann man sich hier die einzelnen Fotos genauer anschauen, wirken lassen, Details entdecken. Ein gutes Foto ist ein Konzent-

*Während Videos einfach so vorbeifließen, kann man hier Details entdecken*

rat der Zeit vor und nach dem Augenblick der Aufnahme, sagt Robert Wenkemann, Multimedia-Chef von faz.net. „In einer Audioslideshow springt man von einer sehr intensiven Situation zur nächsten“, so Wenkemann. „Wenn man dann noch Atmo-Geräusche hört oder ein Reporter dazu subjektiv erzählt, hat man viel stärker das Gefühl, man sei vor Ort.“ Entsprechend eignet sich das Format besonders gut für magazinig-zeitlose Themen, Reportagen und Porträts. Bei faz.net finden sich etwa Beiträge über das größte hinduistische Fest in Deutschland bei Hamm, über die verlassene Todeszone von Tschernobyl und über Fußball in Palästina.

Ihren Durchbruch schafften die Audioslideshows vor einigen Jahren, dank der preiswerten und leicht bedienbaren Software Soundslides, die sich schnell als Produktionsstandard durchsetzte. Doch während sich die Slide-



Szene aus „Außen Puff, innen die Hölle“ Foto: Matthias Eberl/screenshot

shows in den USA eine bedeutende Rolle erarbeitet haben – ein herausragendes Beispiel ist „One in 8 Million“ von nytimes.com, eine Serie von 54 Kurzporträts der Bewohner New Yorks aus dem Jahr 2009 –, führen sie hierzulande noch ein Nischendasein. Ausprobiert wurden sie zwar inzwischen von vielen Seiten, aber neben faz.net setzt nur sueddeutsche.de wirklich regelmäßig auf das Format.

Anlass genug für erste Abgesänge: So erklärte Zeit-Online-Multimedia-Chef Fabian Mohr kürzlich in einem vielverlinkten Blogbeitrag, warum die Slideshow gegen das omniprésente Bewegtbild verloren hätte. Der Online-Journalist Fabian Schweyher, der seine Diplomarbeit über Audioslideshows geschrieben hat und auch selbst produziert, sieht es weniger drastisch: „Vor ein paar Jahren gab es dank Soundslides eine gewisse Euphorie – daher kommt jetzt wohl die Enttäuschung.“ Aber auch er glaubt, dass der große Durchbruch in Deutschland ausbleiben wird.

„Die Audioslideshow ist ein Format, das sehr stark sein kann – das sich durch sein recht starres Korsett aber auch relativ schnell abnutzt“, sagt er. Dazu kommt, dass Soundslides inzwischen an seine Grenzen stößt und so die Kreativität hemmt: Die Tonspur lässt sich nicht nachträglich editieren, der Einbau von Videosequenzen ist nicht möglich – wobei gerade die Kombination mit Video als nächster Entwicklungs-

schritt gesehen wird. Ein weiteres Problem ist der vergleichsweise hohe Produktionsaufwand. „Ich habe außerdem das Gefühl, dass eine Audioslideshow höhere Standards erfüllen muss als ein vergleichbares Video, weil das Format nicht so an-

*Mit dem Durchbruch der Tablet-PCs könnte die Stunde der Audioslideshows schlagen*

genommen ist“, sagt Schweyher. „Genau wie die Bilder wirken auch die Fehler intensiver.“

Schließlich ist da noch der ökonomische Faktor: Deutsche Media-Agenturen vergöttern nach wie vor die Page Impression (PI), den Einzelseitenaufruf, als Reichweitenmessgröße für Onlinewerbung. Und da verliert jede Slideshow gegen eine schnell gebaute Fotoklickstrecke. Solange es kein Umdenken gibt, Werbung nach Unique Visits oder gar nach Nutzungsdauer zu honorieren, wird die Audioslideshow ein Liebhaber-Genre bleiben, das allenfalls zur Userbindung einer Webseite dienen kann.

„Wir machen das nicht, weil wir da Klicks einsammeln kön-

nen, sondern weil es ein besonderer journalistischer Mehrwert ist“, sagt auch Robert Wenkemann. Leisten kann sich faz.net ein solches Aushängeschild nicht zuletzt dank des Zugriffs auf das weltweite Redaktionsfotografen-Netzwerk der Print-FAZ. Deswegen sieht auch Wenkemann die Zukunft der Slideshow eher als spezielles Format für spezielle Anlässe – und findet das auch gut so. Die Rückschau auf den letzten Bundesligaspieltag sei für eine Audioslideshow ohnehin zu profan.

Das Problem der PI-Fixiertheit kennt auch Hans-Jürgen Jakobs, Chefredakteur von sueddeutsche.de, will das Angebot dennoch ausbauen. „Es muss unsere journalistische Aufgabe sein, ein Thema auch anders zu erzählen, wir machen schließlich kein Onlinenotizdienst“, sagt er. Man müsse beharrlich bleiben: „Viele Leute, gerade in der Werbebranche, sind ziemlich defensiv.“

Als Bestätigung für diese Haltung gewann der freie sueddeutsche.de-Autor Matthias Eberl Ende 2009 einen Reporterpreis für seine Slideshow „Außen Puff, innen die Hölle“ über eine Münchener Künstlerkneipe. Eberl ist in Deutschland ein Pionier, schon seit 2003 experimentiert er mit multimedialen Formen und neuen Verknüpfungen von Bild, Ton und Text. Von Audioslideshows allein leben kann Eberl noch nicht. Er ist aber zuversichtlich, dass sich ihre Zahl noch „erheblich steigern wird“, und sieht nicht nur die Redaktionen in der Pflicht: „Der Wille ist bei vielen da, ich glaube, es mangelt eher an Journalisten, die das Medium beherrschen.“ Und wenn der Onlinejournalismus endlich stärker auch in den Magazinnereichen vordringt, könnte die große Stunde schlagen: „Wenn sich Tablet-PCs wie das iPad tatsächlich als Lesegerät für Zeitungen und Zeitschriften etablieren, wird die Audioslideshow bei Reportagen Standard sein.“

**mehr auf**  
[www.taz.de](http://www.taz.de)

Wie Audioslideshows, Videokommentare und Co aussehen – nicht nur auf Papier