

// LEITFADEN:

Empfehlungen an eine Transmedia-Eingabe zur Stoff- und Projektentwicklung

1. Projektantrag / Gesuch **S.03**
2. Erforderliche Beilagen **S.04 - 05**
3. Ausgewählte Quellen und Literaturhinweise **S.06**

Für diesen Leitfaden¹ werden folgende Definitionen verwendet:

- **Multimedia-Projekt:** Eine klassische Ein-Weg-Webseite begleitet den Film. Darauf finden sich Inhalte in Text-Video und/oder Audioform².
- **Crossmedia-Projekt:** Auf mindestens zwei Vektoren wird die gleiche Geschichte in vektorspezifischer Weise erzählt. Die Form kann dabei variieren. Der Film zählt als eigenständiger Vektor³.
- **Transmedia-Projekt:** Auf mindestens zwei Vektoren werden verschiedene Teile der Geschichte erzählt. Das Publikum kann die jeweiligen Vektoren einzeln konsumieren, erfährt jedoch einen Mehrwert, wenn es alle Vektoren konsumiert. Die Angebote auf den einzelnen Vektoren ergänzen sich komplementär. Der Film zählt als eigenständiger Vektor⁴.

Die Definitionen orientieren sich an der zu erzählenden Geschichte einer Einreichung und sind plattform neutral. «Vektor» wird stellvertretend für mediale Plattformen oder Kanäle verwendet. Vektoren verschieben die Elemente der Storyworld und Erzählung auf neue mediale Ebenen und Räume. Ein Vektor kann zum Beispiel eine Facebook-Site oder Kinovorführung resp. TV-Ausstrahlung sein.

Hinweis: Bitte erkundigen Sie sich vor der Eingabe bei der jeweiligen Filmförderinstitution, welche Vektoren derzeit unterstützt werden.

Die Dossiers müssen als einheitliches PDF-File eingegeben werden (max. 10 MB). Allfällige Gesuchformulare sind ebenfalls als PDF beizulegen.

1

Dieser Leitfaden ist gedacht für die Eingabe von Projekten in die „Multimedia-/Projektentwicklungsförderung“ des Bundesamtes für Kultur und im „Pacte Multimedia“ der SRG SSR sowie für Herstellungsanträge „Transmedia-Projekte“ bei der Zürcher Filmstiftung.

2

Beispiel: Auf einer Webseite werden Informationen zu Cast und Crew des Filmes bereitgestellt. Zusätzlich finden sich dort Making-Ofs und Trailer in Videoform.

3

Beispiel: In einem Videoblog wird ein humanitäres Projekt «live» mit wöchentlichen Beiträgen vorgestellt. Aus dem Videomaterial wird ein Kinofilm erstellt, der auch auf YouTube vermarktet wird. Die Story ist auf allen Vektoren mehrheitlich identisch.

4

Beispiel: Im Spielfilm «The Matrix» wird die Geschichte von Neo erzählt, dem auserwählten Retter der Menschheit. Im Game «Enter the Matrix» wird die Geschichte zweier Nebenfiguren erzählt, die im Film nur angedeutet wird. In der Animationsfilmreihe «Animatrix» werden Einzelschicksale und Background-Stories erzählt. Die Stories auf allen Vektoren sind komplementär zueinander.

1. Projektantrag / Gesuch

1.1 Pitch

Fassen Sie die Projektidee in höchstens 1000 Zeichen zusammen.

1.2 Antragsteller

Geben Sie die Adresse des Antragstellers und – sofern es sich um eine Produktionsfirma handelt – die Rechtsform an. Definieren Sie, wer die Hauptverantwortung für das Projekt trägt und legen Sie Kontaktinformationen zu dieser Person bei.

1.3 Zielsetzung und Erfolgsmessung

Erläutern Sie in höchstens 500 Zeichen, was das Ziel des Projektes ist, und wie Sie den Erfolg messen werden.

1.4 Budget-Anteil der Förderinstitution

Geben Sie die Gesamtkosten des Projektes sowie den Anteil, welchen Sie bei der Förderinstitution beantragen, an (Angabe in Prozent und absoluter Zahl).

2. Erforderliche Beilagen

2.1 Die Story (Umfang: 3000 – 8000 Zeichen)

Welche Geschichte wollen Sie erzählen?
Welche Storyworld kreiert Ihr Projekt?
Wie ist die Grund-Tonalität Ihrer Geschichte?
Welche Problemstellung der Gegenwart reflektiert der Stoff?
Definieren Sie die Hauptcharaktere Ihrer Story.
Gibt es inhaltliche Bezüge zur Schweiz?

2.2 Das Team (2000 Zeichen)

Nach welchen Kriterien wollen Sie Ihr Team zusammensetzen?
Mit welchen Autoren, Dramaturgen und Transmedia-Experten planen Sie eine Zusammenarbeit?
Mit welcher Besetzung wollen Sie die audiovisuellen Inhalte Ihres Projekts umsetzen?
Mit welcher produktionstechnischen und künstlerischen Crew möchten Sie arbeiten?
Skizzieren Sie, mit welchem technischen Equipment Sie Ihr Projekt umsetzen.

2.3 Die Kanäle zum Publikum (1000 – 2000 Zeichen)

Welche Gruppen von Menschen wollen Sie mit Ihrer Geschichte hauptsächlich erreichen (Zielpublikum)?
Welche Medien, Kanäle (Channels) und Plattformen nutzen Sie, um dieses Zielpublikum anzusprechen?
Wie intensiv kann das Publikum mit der Story, ihren Charakteren und dem allgemeinen Thema der Geschichte interagieren?

2.4 Interaktivität (1000 – 2000 Zeichen)

Über welchen definierten Zeitraum hinweg wird die Geschichte erzählt, veröffentlicht und ausgewertet/bewirtschaftet?
Wer betreut die Feedback-Kanäle für das Publikum über welchen Zeitraum hinweg?
Welche Partnerschaften mit Medienhäusern, Rundfunkanstalten, Internet-Communities, Technologiefirmen und anderen Marktteilnehmern werden angestrebt?
Welche Social Media-Aktivitäten sollen gesetzt werden?
Welches soziale Netzwerk ist Ihr bevorzugter Kanal?

2.5 Projektmanagement (3000 – 8000 Zeichen)

Skizzieren Sie einen Zeit-Massnahmenplan für die Entwicklung, Durchführung und den Abschluss Ihres Projekts. Wie werden sie den Erfolg des Projekts messen?

Nennen Sie die Fachleute, Freelancer, Produktionsfirmen, Agenturen, Designer, Programmierer, mit denen Sie in diesem Projekt zusammenarbeiten wollen. Legen Sie Unterlagen über die wichtigsten Mitglieder Ihres Projektteams bei, die deren Kompetenz im Bereich Multimedia sowie die Verankerung dieser Personen und Firmen in der Schweiz belegen.

2.6 Design/ Visualisierung (2000 – 3000 Zeichen)

Wie sollte das „Look and Feel“ Ihres Multimedia-Projekts sein? Nennen und zeigen Sie Vorbilder und Beispiele. Ergänzen Sie Ihr Gesuch / Ihren Antrag – soweit vorhanden – mit Links, Fotos, Screenshots und Storyboards.

2.7 Kalkulation der Entwicklungskosten (2000 Zeichen)

Mit welchen Tagessätzen planen Sie (z.B. für Freelancer im Projektteam)?

Legen Sie erste Kostenschätzungen von Auftragsunternehmen vor.

Entwickeln Sie einen Zeitplan für den Finanzierungsbedarf Ihres Projekts in der Stoff- und Projektentwicklungsphase.

3. Ausgewählte Quellen und Literaturhinweise

Bernardo, N. (2011): The Producer's Guide to Transmedia: How to Develop, Fund, Produce and Distribute Compelling Stories Across Multiple Platforms. Beactive Books, Lisbon, London, Dublin.

Eick, D. (2014): Digitales Erzählen. Die Dramaturgie der Neuen Medien. UVK Verlagsgesellschaft, Berlin.

Hayes, G. P. (2011): How to Write a Transmedia Production Bible: A Template for Multi-Platform Producers. Screen Australia, Sydney. In: <http://goo.gl/8f9ech>.

Jenkins, H. (2006): Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. NYU Press, New York.

Phillips, A. (2012): A Creator's Guide to Transmedia Storytelling. McGraw-Hill, Columbus.

Stackelberg, P. v. (2011): Creating Transmedia Narratives: The Structure and Design of Stories Told across Multimedia. Masterthesis. State University of New York, New York.

Wacker, V. (2014): Transmedia Storytelling. Masterthesis. ZHdK, Zürcher Hochschule der Künste, Zürich.

4. Impressum

Autoren: Michael Brönnimann, Martin Zimper

Redaktion: Susa Katz, Daniel Waser