

INTERVIEW

FRAU STADLER ÜBER 360°-KAMERAS UND IHREN EINFLUSS IN DER BEWEGTBILDBRANCHE

Seit 2013 arbeitet Prof. Dr. Eva Stadler an der Hochschule der Medien (HdM) in Stuttgart als Professorin für Digitales Entertainment und Bewegtbildmanagement im Studiengang Medienwirtschaft (MW). Vor ihrer Tätigkeit als Professorin war sie Produzentin für fiktionale Inhalte wie beispielsweise die Serie „4 Blocks“.

IPW-Team: Wie kam es zu Ihrer Entscheidung, beruflich in die Bewegtbildbranche zu gehen?

Prof. Dr. Eva Stadler: Seit ich mich erinnern kann, wollte ich schon immer etwas mit Medien machen, mir war nur noch nicht klar, was genau. Nach dem Abitur habe ich bei verschiedenen Praktika absolviert, zum Beispiel in der Lokalredaktion einer Zeitung und in der Boulevardredaktion eines Fernsehsenders. Dadurch habe ich gemerkt, dass ich den Bewegtbildbereich interessant finde und insbesondere die Produktion. Somit habe ich meinen Weg über das folgende Studium an der HFF München schließlich als fiktionale Produzentin gefunden, worüber ich heute sehr glücklich bin.

In unserem Magazin geht es dieses Jahr unter anderem um die Einsatzgebiete von 360°-Kameras. Hatten Sie persönlich schon irgendwelche Berührungspunkte mit dieser Technologie, wie z.B. bei der Produktion eines 360°-Films?

An der HdM bisher noch nicht, außer dass ich die technischen Möglichkeiten dieser Kameras in einigen Lehrveranstaltungen theoretisch erläutere.

Bei der Produktion der Serie „4 Blocks“ haben wir ein 360°-Video für die Social Media Kampagne umgesetzt.

Gibt es in der Bewegtbildbranche derzeit denn einen Trend, der verdeutlicht, dass 360°-Kameras immer wichtiger werden?

Ich habe den Eindruck, dass man die 360°-Produktion mittlerweile vor allem in Dokumentationen, Reportagen oder im Sportbereich wiederfindet. Besonders das ZDF ist hier sehr stark vertreten mit vielen 360° Inhalten aus allen drei Bereichen. In der fiktionalen Bewegtbildproduktion hat sich die Technologie allerdings noch nicht

durchgesetzt. Der Mehrwert und der Aufwand der Technik stehen in keinem Verhältnis zueinander. Es gibt viel eher einen Trend, 360° für die Vermarktung im Social Media-Bereich zu nutzen, um hier noch ein zusätzliches Seherlebnis für die Zuschauer:innen zu erzeugen. Ein Beispiel hierfür ist die Serie „Weissensee“, bei der die Zuschauer:innen dank einer 360°-Anwendung die Drehorte besuchen können.

Jetzt haben wir über die Anwendungsbereich von 360°-Kameras gesprochen. Wie schätzen Sie persönlich die Chancen für diese Technologie in der Zukunft ein?

Ich glaube, dass sich die Technologie allmählich gut in ausgewählten Bereichen etabliert hat. Insbesondere für Marketing- und Unternehmenszwecke oder im professionellen Bewegtbildbereich bei Dokumentationen und in der Sportbranche. Hier kann die Welt, die durch diese Technologie für die Zuschauer ersichtlich wird, einen enormen Mehrwert bieten. Ich denke also, dass sich 360° auf jeden Fall zumindest in diesen Bereichen langfristig durchsetzen wird.

Zum Abschluss noch eine allgemeine Frage: Was war denn Ihr persönliches Lieblings-Filmprojekt und wieso?

Jedes Projekt hat etwas Eigenes, das bedeutet auch, dass jedes Projekt eigene Vor- und Nachteile in der Herstellung und Verwertung mit sich bringt. Es gibt aber auf jeden Fall besondere Projekte, die mir persönlich wahnsinnig viel bedeutet haben. Das sind nicht unbedingt die größten Projekte, die ich umgesetzt habe, sondern eher die Projekte, durch die sich völlig andere Richtungen für mich eröffnet haben.