

Inka Pallister
Renate de Graaff

Digital Media und HD

Entscheidungsgrundlagen und Produktions-
wege für Film- und Medienschaffende

Input für kreative Köpfe
mediabook Verlag

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Einleitung	9
1. Digitale Medienmärkte	11
1.1. Die Konvergenz der Märkte und Digital Media	12
1.2. Digitales und elektronisches Kino	16
1.2.1. Status Quo	16
1.2.2. Internationale Marktentwicklung	18
1.2.3. Chancen und Risiken	22
1.2.4. Player und Allianzen	26
1.2.5. Zusammenfassung	27
1.3. Digitales Fernsehen	30
1.3.1. Status Quo	30
1.3.2. Internationale Marktentwicklung	32
1.3.3. Marktentwicklung in Deutschland	33
1.3.4. Der digitale Kabelmarkt	35
1.3.5. Der digitale Satellitenmarkt	39
1.3.6. Der digitale terrestrische Markt	40
1.3.7. Die Medienlandschaft in Deutschland	40
1.3.8. Digitales Pay-TV	46
1.3.9. Zusammenfassung	50
1.4. Digitales hochauflösendes Fernsehen (HDTV)	53
1.4.1. Status Quo	53
1.4.2. Internationale Marktentwicklung	54
1.4.3. HDTV-Marktentwicklung in Europa	59
1.4.4. HDTV-Marktentwicklung in Deutschland	62
1.4.5. Marktentwicklung der HDTV-kompatiblen Endgeräte	63
1.4.6. Zusammenfassung	65
1.5. Cross-Media-Verwertung	68
1.5.1. Status Quo	68
1.5.2. Entwicklung des internationalen Breitbandmarktes	70
1.5.3. Entwicklung des internationalen Video-on-Demand-Marktes	72
1.5.4. Entwicklung des mobilen Kommunikationsmarktes	79
1.5.5. Mobilfunkanbieter und ihre Produkte in Deutschland	84
1.5.6. Der DVD-Markt	86
1.5.7. Entwicklung des DVD-Verleihmarktes	87
1.5.8. Zusammenfassung Cross-Media	88
1.6. Digitale Medienmärkte – Fakten im Überblick	89

2.	Digitale Technologien	91
2.1.	Zeittafel technologischer Entwicklungen	92
2.2.	Technologische Grundlagen	95
2.2.1.	Begriffsabgrenzungen	95
2.2.2.	Bildformate	96
2.2.3.	Internationale TV-Übertragungsnormen	97
2.2.4.	Bildwechselfrequenzen	98
2.2.5.	Auflösungen	100
2.2.6.	High Definition für Fernsehen und Kino	101
2.2.7.	Komprimierungstechniken	104
2.3.	Digitale Aufnahmetechnologien	108
2.3.1.	Grundlagen der digitalen Kameratechnik	108
2.3.2.	Hochauflösende Kameras	111
2.3.3.	Aufnahmezubehör für HD-Kameras	126
2.3.4.	Entwicklungen im HD-Camcorder-Bereich	130
2.3.5.	Speicherchip und Optical Disc Camcorder mit HD-Option	132
2.4.	Digitale Postproduktionstechnologien	134
2.4.1.	Einführung in digitale Postproduktion	134
2.4.2.	Systeme für die Materialauf- bzw. -vorbereitung	136
2.4.3.	Digitale Schnittsysteme	141
2.4.4.	Systeme und Techniken der visuellen Bildbearbeitung	146
2.4.5.	Systeme und Techniken des Compositings	152
2.4.6.	Technologien des digitalen Ton- und Sounddesigns	153
2.4.7.	Digitale Masterformate	158
2.5.	Systeme für das Digital Media Management	161
2.5.1.	Media- und Content-Management	161
2.5.2.	Anforderungen an Media- und Content-Management-Systeme	161
2.5.3.	Workflow-Management	164
2.5.4.	Content-Management	165
2.5.5.	Storage-Management	170
2.6.	Digitale Übertragungsnetzwerke und Infrastrukturen	172
2.6.1.	Grundlagen der digitalen Übertragungstechnik	172
2.6.2.	Digitale Übertragungsnetzwerke	173
2.6.3.	Kabelnetzwerke	173
2.6.4.	Funknetzwerke	174
2.6.5.	Digitale Distribution von Breitbandinhalten für digitales und elektronisches Kino	178
2.6.6.	Digitale Distribution von Breitbandinhalten für Fernsehen und Internet	182
2.6.7.	Empfangsgeräte (digitale Dekoder)	191
2.6.8.	Digitale Distribution von Breitbandinhalten für den mobilen Gebrauch	196
2.6.9.	Digitale Speichermedien (CD/DVD)	200

3.	Praxisbeispiele für HD-Workflows	205
3.1.	Einführung in die HD-Pionierarbeiten	206
3.2.	Der erste HD-Kino-Kurzfilm „gone underground“	207
3.2.1.	Zielsetzung und Projektbeschreibung	207
3.2.2.	Gestalterische Anforderungen	209
3.2.3.	Beschreibung des Herstellungsprozesses	212
3.2.4.	Übersicht der Workflowschritte	217
3.2.5.	Produktionsdaten	219
3.3.	Das HD-Innovationsprojekt „Test & Feel – Thri3ller“	220
3.3.1.	Zielsetzung und Projektbeschreibung des Testumfangs	220
3.3.2.	Gestalterische Anforderungen	222
3.3.3.	Beschreibung der Herstellungsprozesse	222
3.3.4.	Der HD-Dokumentarfilm Test & Feel – Thri3ller	233
3.3.5.	Cross-Media-Verwertung des HD-Rohmaterials	234
3.3.6.	Produktionsdaten	236
3.4.	Der HD-Kurzfilm „Triell“	237
3.4.1.	Zielsetzung und Projektbeschreibung	237
3.4.2.	Gestalterische Anforderungen	238
3.4.3.	Beschreibung des Herstellungsprozesses	238
3.4.4.	Produktionsdaten	244
4.	Entscheidungsprozesse	245
4.1.	Grundlagen und Methodik der Entscheidungsfindung	246
4.1.1.	Einführung in die Entscheidungsfindung	246
4.1.2.	Trendanalyse und Märkte	250
4.1.3.	Marketing und Vertrieb von digitalen Produkten	253
4.1.4.	Wirtschaftliche Faktoren bei digitalen Produktionen	258
4.1.5.	Finanzierungsmöglichkeiten	264
4.1.6.	Kreative und visuelle Produkthanforderungen und Umsetzungsmöglichkeiten	267
4.1.7.	Standortspezifische Rahmenbedingungen	272
4.1.8.	Ressourcen	277
4.2.	Auswahl und Optimierung des Workflows	279
4.2.1.	Grundlagen und Einführung in den digitalen Medienprozess	279
4.2.2.	Arbeitsschritte im digitalen Medienprozess	283
4.2.3.	Digitale Produktionswege im Vergleich	292
4.2.4.	Vom Workflow zum Datenflow	299
4.3.	Der Cross-Media-Ansatz in der digitalen Produktion	302
4.4.	Entscheidungsmatrizen	305
5.	FAQs / ... oft gestellte Fragen	310
6.	Glossar	313