

Regionalbuchtage / Videoformate

I. Ausgangsüberlegungen

Die genannten Beispiele sollen **für alle Veranstaltungen der Regionalbuchtage als Anregungen** dienen können, aber gleichzeitig eine **sinnvolle Kombination mit einer Förderung** einzelner Veranstaltungen ermöglichen.

Sowohl aus inhaltlicher Perspektive als auch aus Gründen der Umsetzung regen wir dazu an, Veranstaltungen immer als etwas zu denken und zu konzipieren, das mit (mindestens) einem weiteren **Partner** umgesetzt wird. Ein entscheidendes Argument für Partnerschaften, das für digitale Formate nochmal wichtiger ist: die mögliche **Bündelung von Reichweiten**.

Mögliche Partner für die Verlage sind hierbei einerseits die „natürlichen“: Autor*innen, Buchhandlungen und Veranstaltungsorte. Aber auch Unternehmen und Institutionen mit ähnlichen Zielgruppen (Tourismusbüro bzw. Reiseveranstalter) können helfen, die Veranstaltungen in Richtung von Zielgruppen zu kommunizieren, die man sonst vielleicht nicht (so gut) erreicht.

Daher die Empfehlung, „**besondere Begegnungen**“ als konzeptuelles Element für alle Veranstaltungen im Rahmen der Regionalbuchtage zu nutzen.

Einige **Vorteile digitaler Formate** in diesem Kontext sind:

1. Es ist im Prinzip egal, wo die jeweiligen Partner sitzen. Entscheidend ist, dass sie **für das Publikum attraktiv** sind.
2. Wenn die Veranstaltungen „hybrid“ (digital + analog) oder „online pur“ konzipiert sind, ist sicher: **Sie finden in jedem Fall statt**, also auch dann, wenn z. B. eine Pandemie kein (oder nur wenig) Publikum zulässt.
3. **Es können mehr Menschen teilnehmen**. Für hybride Events erschließen digitale Formate „das zweite Publikum“: alle, die gerne teilnehmen möchten, aber nicht zum Ort des Events kommen können oder wollen – oder schlicht keinen Platz bzw. kein Ticket mehr bekommen haben. Zudem können auch Aufzeichnungen von Live-Veranstaltungen erstellt werden, sodass auch die, die am jeweiligen Termin keine Zeit hatten, später an der Veranstaltung „teilnehmen“ können.
4. Durch den Einsatz digitaler Kommunikation lassen sich visuelle **Nähe und Interaktion** mitunter besser herstellen als bei einem analogen Event – insbesondere bei einer größeren Zuschauerzahl.
5. **In digitalen Events entstehen wertvolle Inhalte!** Diese Inhalte (Video, Audio, Bild, Text), können – die entsprechenden Genehmigungen der Teilnehmenden vorausgesetzt – live und im Nachgang prinzipiell beliebig eingesetzt werden (Verlagswebsite, Newsletter, Social-Media-Kommunikation, Pressearbeit, Werbemittel usw.).

Literaturtest GmbH & Co. KG
Alte Jakobstraße 87/88
10179 Berlin

Tel. 030 / 531 40 70-0
Fax 030 / 531 40 70-99

office@literaturtest.de
www.literaturtest.de

HRA 51203 B (Amtsgericht
Charlottenburg)



Regionalbuchtage / Videoformate (Seite 2)

II. Formate der Begegnung

Hier ist inhaltlich natürlich extrem viel, und zwar in extrem vielen Kombinationen denkbar. Die folgenden Beispiele verstehen sich als Anregungen dafür, wie sich der Gedanke der Begegnung konkretisieren ließe. Aber entscheidend ist: **Jedes Format muss zu den Inhalten und den beteiligten Partnern passen.** Und zwei generelle Empfehlungen lassen sich aussprechen:

- Haben Sie **Mut zu kürzeren Formaten!** Denn ein Event, das nur als digitale „Kopie“ eines lokalen daherkommt, z. B. als Video einer 90-minütigen Lesung mit genau einer Einstellung, könnte das Publikum überfordern bzw. langweilen. Und nutzen Sie die Möglichkeiten digitaler Formate, z. B. indem Sie eine (längere) Aufzeichnung in mehrere Teile gliedern und einzeln zugänglich machen.
- **Entwickeln Sie eigene Ideen!** Denn je individueller ein Format ist (und es sei es auch nur in Details der Ausstattung), desto besser lässt es sich kommunizieren.

I . Das Autorentandem

Zwei Autor*innen (aus einem oder zwei Verlagen) stellen einander und natürlich ihrem Publikum ihre jeweiligen Bücher und Gedanken vor – idealerweise zwei Personen aus Ost und West, die sich auch über ein **gemeinsames Thema** gut als Tandem bewerben lassen (z. B. „Damit unser Dorf wieder größer wird – gute Ideen aus Ost und West“).

Denkbar sind für den Einstieg zwei kurze Leseabschnitte (jeweils 5-7 Minuten) als Impulse für das dann folgende Gespräch (mit Moderator). Möglich wäre auch, aus dem Tandem ein Quartett zu machen, wenn etwa neben den Autor*innen zwei Verleger*innen (als Moderator*innen) zu Wort kommen.

Ziel wäre es (das sollte Teil der Vorbereitung sein), einander (und das Publikum) im Gespräch zu überraschen, indem jeweilige Besonderheiten, aber auch Gemeinsamkeiten und Unterschiede zum Vorschein kommen, mit denen man nicht unbedingt gerechnet hätte. Und natürlich gilt inhaltlich: Wo ein direkter Bezug zur Deutschen Einheit hergestellt werden kann (z. B. zwei ehemalige benachbarte Grenzorte begegnen einander), ist dies erwünscht.

2. Das Regionenquartett

Dieses Format ist im Grunde eine Erweiterung des Autorentandems. Denn auch hier stellen zwei Autor*innen einander und natürlich ihrem Publikum ihre jeweiligen Bücher und Gedanken vor – aber aus dem Tandem wird ein Quartett dadurch, dass sie **mit jeweils einem regionalen Partner** auftreten. Denkbar ist hier auch sehr viel – vom Tourismusbüro, einem Reiseveranstalter oder einer Buchhandlung bis hin zu lokalen Prominenten (der Schauspieler aus dem Nachbarort) oder Medien („zu Gast bei den Schaumburger Nachrichten“).

Auch hier ist es wichtig, eine **thematische Klammer** zu finden – etwas, das es plausibel macht, dass dieses Quartett sich in dieser Zusammensetzung präsentiert („Wir hatten mal Kohle – Strukturwandel in Geschichten aus Aue und Bochum“). Und der direkte Bezug zur Deutschen Einheit ist natürlich auch hier erwünscht. Die besonderen Vorteile dieses Formats sind: **kombinierte Reichweite** in der Kommunikation und, bei einer Kooperation mit einer Buchhandlung, ein klarer **Vertriebsweg**.

Literaturtest GmbH & Co. KG
Alte Jakobstraße 87/88
10179 Berlin

Tel. 030 / 531 40 70-0
Fax 030 / 531 40 70-99

office@literaturtest.de
www.literaturtest.de

HRA 51203 B (Amtsgericht
Charlottenburg)



Regionalbuchtage / Videoformate (Seite 3)

III. Für mehr Reichweite: Zentrale verstärkt lokale Kommunikation

Auch wenn die Details der zentralen Kommunikation erst definiert werden können, wenn das Budget der Regionalbuchtage feststeht, so lässt sich eines schon jetzt sicher sagen: Die **Reichweite** und damit der **Erfolg** jeder einzelnen Veranstaltung ergeben sich maßgeblich aus der Kommunikation der jeweiligen Veranstalter und ihrer regionalen Partner – also lokal bzw. dezentral. Diese Kommunikation kann durch zentrale Plattformen, Kanäle etc. nur *verstärkt*, aber *niemals ersetzt* werden.

Zu den **lokal wichtigen Kommunikationsmaßnahmen** gehört neben den „Klassikern“ (Website, Newsletter, Social-Media-Kanäle, Werbemittel etc.) auch **regionale Pressearbeit**. Und in die Präsentation jedes einzelnen Video-Formats sollte auch (mindestens) eine **plausible Anbindung an einen Buch-Shop** integriert werden. Denkbar ist hier als übergreifende Konvention:
Link auf die konkrete Produktseite auf der Verlagswebsite +
Link auf eine übergreifende Plattform (z. B. <https://www.buchhandlung-finden.de/>).

Als kommunikativer Resonanzboden für alle lokalen Aktivitäten innerhalb der Regionalbuchtage bieten sich u. a. folgende **zentrale Möglichkeiten**:

- Landing Page für die Regionalbuchtage <https://www.jetzteinbuch.de/regionalbuchtage/> als zentraler Ort für die Ankündigung (Programmübersicht) und Dokumentation (Einbindung von Berichten, Videos etc.) der einzelnen Events
- Plattformen und Kommunikationskanäle beteiligter Partner (u. a. Heimatministerium, Tag der Regionen)
- überregionaler Medienpartner
- gemeinsame Präsentation aller im Rahmen der Regionalbuchtage relevanten Titel in VLB-TIX – als Basis für die Kommunikation in Richtung Buchhandel (Büchertische) und Presse / Blogger*innen
- Grafikelemente und Hashtag für ein gemeinsames digitales Branding aller Events der Regionalbuchtage

IV. Umsetzung der Formate

Für beide Formate (und viele Varianten) gilt, dass sie in (mindestens) vier verschiedenen Szenarien umsetzbar sind:

1. Hybrid I: An **einem** realen „Hauptort“ des Events sind **alle** Protagonisten (mit oder ohne Publikum) versammelt und werden gefilmt. Das Event wird zusätzlich gestreamt und ggf. aufgezeichnet.
2. Hybrid II: An **einem** realen „Hauptort“ des Events sind **ein Teil** der Protagonisten (mit oder ohne Publikum) physisch anwesend und werden gefilmt, alle anderen werden per Video **zugeschaltet**. Das Event selbst wird gestreamt und ggf. aufgezeichnet.
3. Hybrid III: An **zwei** realen „Hauptorten“ des Events sind die Protagonisten **jeweils** (mit / ohne Publikum) physisch anwesend und werden gefilmt. Beide Quellen werden zusammen in ein Video gestreamt und ggf. aufgezeichnet.

Literaturtest GmbH & Co. KG
Alte Jakobstraße 87/88
10179 Berlin

Tel. 030 / 531 40 70-0
Fax 030 / 531 40 70-99

office@literaturtest.de
www.literaturtest.de

HRA 51203 B (Amtsgericht
Charlottenburg)



Regionalbuchtage / Videoformate (Seite 4)

IV. Umsetzung der Formate (Forts.)

4. Digital pur („at home“): Es gibt **keinen Hauptort** des Events – die Protagonisten werden jeweils vom individuellen Ort ihrer Wahl aus zugeschaltet. Das Event selbst wird gestreamt und ggf. aufgezeichnet.

Software

Nur für das Szenario „Hybrid I“ (alle an einem Ort) reicht es aus, mit einer Videoquelle (Laptop-Kamera) zu arbeiten und diese auf eine Plattform zu streamen (z. B. YouTube, Facebook). Für Formate, in die Bilder aus mehr als einer Videoquelle fließen, empfiehlt sich eine Meeting- oder Webinarsoftware (z. B. Zoom), aus der heraus dann ebenfalls gestreamt werden kann. [Weitere Option: Mit Hilfe einer Software wie Open Broadcaster Software (OBS) lässt sich ein Stream auch gleichzeitig auf mehrere Plattformen übertragen („Simulcast“).

Empfehlung: Da die „Hybrid I“-Variante die am wenigsten „digitale“ Option ist und gerade für Corona-Zeiten die geringste Flexibilität bietet, ist es wohl besser, die Variante **„Meeting/Webinar-Software + Streaming auf Plattform“** als Standard in Bezug auf die Software-Ausstattung der Veranstalter zu planen.

Für die Regionalbuchtage und damit für eine zusammenhängende Reihe empfiehlt sich allerdings ein **gemeinsamer digitaler Auftritt**, der einerseits als Klammer fungiert und dabei die Ressourcen und Reichweiten der beteiligten Partner bestmöglich bündelt. Umgekehrt sollten auch die einzelnen Beiträge in ihrer Gestaltung diesen gemeinsamen Auftritt aufnehmen und auf ihn verweisen können.

Da der Börsenverein hier bereits über eine Lizenz sowie erste Erfahrungen verfügt, empfiehlt sich aus meiner Sicht der Einsatz von Zoom als Meeting- bzw. Webinarsoftware. Ob z. B. für die Regionalbuchtage (oder die IG) (eine) eigene Lizenz(en) sinnvoll und finanzierbar ist oder die Lizenz des Börsenvereins zur Verfügung steht, wäre zu klären.

Hardware

Generell gelten hier zwei Dinge:

1. „Es kommt darauf an“: Was hier die richtige Wahl ist, hängt vom konkreten Konzept einer Veranstaltung ab, ihren Zielen und ihrem Setting. Das kann erheblich variieren – etwa je nach Ort, Raum, Anteil von Bewegung im Film, Eigenschaften und Fähigkeiten der Protagonisten usw. usw. Das Konzept ist hier alles – und ohne das Konzept ist alles nichts.
2. Jede Empfehlung ist beliebig nach oben veränderbar – entscheidend ist der jeweilige Qualitätsanspruch bzw. die (Mindest-)Erwartung des Publikums. Zu berücksichtigen sind nach Möglichkeit auch die bereits vorhandenen Geräte sowie Budgets für mögliche Investitionen. Gerade Letzteres kann – auch unabhängig von möglichen Förderungen im Rahmen der Regionalbuchtage – stark variieren.

Literaturtest GmbH & Co. KG
Alte Jakobstraße 87/88
10179 Berlin

Tel. 030 / 531 40 70-0
Fax 030 / 531 40 70-99

office@literaturtest.de
www.literaturtest.de

HRA 51203 B (Amtsgericht
Charlottenburg)



Regionalbuchtage / Videoformate (Seite 5)

Deshalb empfehlen wir prinzipiell folgendes Vorgehen – gerade für „Video-Novizen“:

1. Der Veranstalter (Verlag) entwickelt **ein inhaltliches Konzept** für seine Events entlang der Frage: Was passt zu meinem Buch, meinem Autor, meinem Partner und vor allem: meinem Publikum und meinen kommunikativen Zielen?
2. Der Veranstalter schafft vor aller weiteren Kommunikation des Events eine **„Probesituation“**, basierend auf den vorhandenen Mitteln, und erhält dazu eine **professionelle Video-Beratung** (die z. B. Teil der Förderung sein könnte) mit pragmatischem Feedback: „Kamera ist gut, aber das Licht stimmt nicht.“ „Wir empfehlen unbedingt ein externes Mikro.“ „Der Raum ist zu groß für dieses Format, nehmen sie lieber den Kassenbereich!“ usw.
3. Auf der Basis dieser Beratung erfolgt dann ein gemeinsames **Feintuning**, das ein für dieses Format und die vorhandenen Möglichkeiten passendes Qualitätsniveau in Bild und Ton zum Ergebnis hat – und das Wissen, wo eine zusätzliche Investition sinnvoll oder gar notwendig ist.

Dies empfohlen, lassen sich aber auch ganz allgemein und mit dem entsprechenden Vorbehalt einige allgemeine Empfehlungen abgeben:

Technik

Bei bestimmten Geräten sind insbesondere eingebaute Kameras bereits sehr hochwertig, und Headsets können die Tonqualität deutlich verbessern. Da aber für die angemessene Positionierung der Geräte (z. B. ein hochwertiges Smartphone mit sehr guter Kamera) Zusätzliches wie ein Stativ nötig werden kann und ein Headset optisch nicht so attraktiv ist, empfehlen sich als (zusätzliche) Grundausstattung in der Regel:

- eine externe **Webcam**
- ein externes **Mikrofon** und
- Hilfen für eine angemessene **Beleuchtung**.

In einer maßvollen Preisklasse bewegt sich z. B. folgendes Equipment:

Kamera: Logitech C920 HD PRO Webcam, Full-HD 1080p – ca. 160 Euro

Mikrofon: Samson Meteor Mic USB Studio/Podcast Mikrofon – ca. 100 Euro

Beleuchtung: LED-Ringlicht: Neewer Ringleuchte Licht Set: 18 Zoll / 48 Zentimeter / Außen 55W 5500K – ca. 83 Euro

*Anmerkung: Das gilt natürlich für jede **einzelne** Videoquelle. Angesichts der insgesamt moderaten Summen wäre aber z.B. die (Teil-)Förderung eines „Tandems“ denkbar, wenn z. B. die Autor*innen entweder selbst einen Teil der Kosten übernehmen oder das Ganze ein zweckgebundener Zuschuss anstatt eines Honorars wäre.*

Ergänzend können – z. B. wenn ein Format mehr Bewegungsfreiheit erfordert – **Ansteckmikrofone** die bessere Wahl sein, etwa dieses Modell: **Rode smartLav+ Lavalier-Mikrofon für Smartphone/Tablet**.

Die Frage des Mikrofons ist auf keinen Fall zu vernachlässigen! Denn neben dem „Fundament“ – einem stabilen und angemessen leistungsfähigen Internetanschluss – ist der Ton in vielen Fällen (insbesondere, wenn er nicht gut ist) maßgeblich für das Erleben des Publikums.

Literaturtest GmbH & Co. KG
Alte Jakobstraße 87/88
10179 Berlin

Tel. 030 / 531 40 70-0
Fax 030 / 531 40 70-99

office@literaturtest.de
www.literaturtest.de

HRA 51203 B (Amtsgericht
Charlottenburg)

