

DREHBÜCHER SCHREIBEN

Stand: 28-07-2020

1. EINFÜHRUNG – OHNE DREHBUCH GEHT ES NICHT

Wie mache ich einen guten Film? Wie kann ich die Geschichte finden, mit der ich jedes Thema so erzählen kann, dass es den Zuschauer auch interessiert?

Entscheidend ist eine gute Geschichte – und um diese gut zu erzählen brauche ich ein Drehbuch.

Warum brauche ich ein Drehbuch?

Mit einem Drehbuch wird sichergestellt, dass am Ende etwas herauskommt, was andere auch ansehen möchten.

2. VORBEREITUNG – WIE SOLL DER FILM AUSSEHEN?

Filmanalyse:

Was ist gut gemacht, was nicht? Was gefällt mir besonders, was fesselt mich?

am Anfang steht der Plan: Die Filmanalyse ist ein wichtiger Bestandteil des Filmens: Für die Umsetzung der eigenen Filmidee ist es sinnvoll verschiedene Filmbeispiele zu schauen und unter folgenden Kriterien betrachten:

- Was will ich erzählen?
- Was ist meine Aussage?
- Was will ich mit dem Film erreichen?
- Wie soll der Film aussehen?
- Welche Ziele soll der Film haben? (Unterhalten, Überzeugen, Motivieren, Informieren, Trainieren ...)

Wichtig: Ein Hauptziel festlegen: dieses Hauptziel bestimmt die Art des Filmes

- Wie sieht der Einstieg aus?
- Wie kommt der Film zum Thema?
- Wie werden die Personen eingeführt?
- Wie wird die Musik eingeführt?
- Wie wird die Spannung aufgebaut?
- Welche Einstellungen werden verwendet?

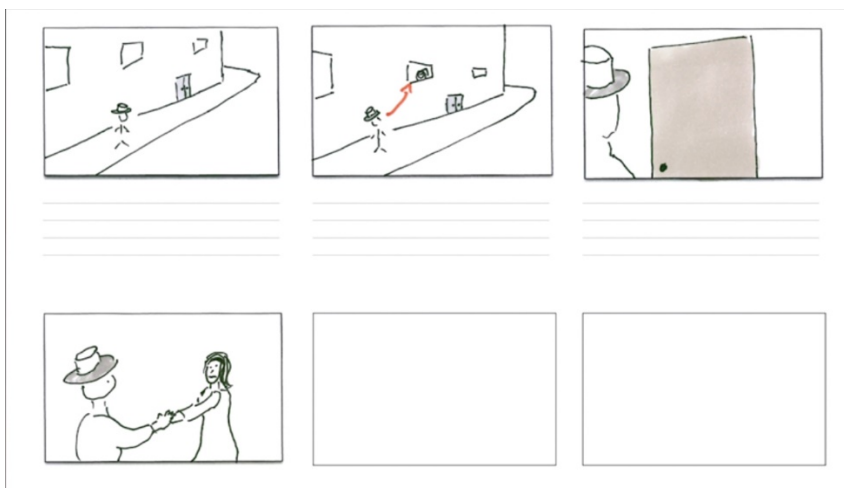
Rahmenbedingen:

- Wer soll den Film ansehen?
- Hat der Film ein Publikum, lohnt es sich überhaupt den Film zu machen und ist Film das richtige Medium für mein Thema?
- Was ist meine Zielgruppe? (Die Zielgruppe bestimmt die Sprache)
- Welche Ziele hat meine Zielgruppe/mein Publikum?
- Welche Art von Film ist die richtige? (Real-Dreh, Animation, Legetechnik, zeichnen/scribbeln ...).
- Welche Länge soll der Film haben?
- Wird es eine Fortsetzung geben? (für das Web gilt: besser mehrere kurze Clips erstellen)
- Visuelle Eigenschaften festlegen (Retro-Look, GoPro Action Cam, s/w ...)
- Wie ist die Sprache – Worte und Bildsprache (die Bildsprache muss an die Zielgruppe angepasst werden)

Drehbuch früher



Drehbuch kürzer



Drehbuch heute



3. STORYTELLING

Eine Geschichte erzählen:

Jeder gute Film erzählt eine Geschichte. Die Grundlage ist unsere Neugier. Unser Gehirn spinnt Geschichten, versucht Fakten so zu ordnen, dass sich ein logischer Ablauf ergibt. Wir interpretieren zeitliche Abfolgen als Ursache und Wirkung.

Die richtige Erzählperspektive: (die Erzählperspektive ist die Sicht, aus der die Geschichte erzählt wird):

- An die Hauptfigur gebunden
- An die Nebenfigur gebunden
- Multiperspektivisch
- Erzähler aus dem Off

Elemente guter Geschichten:

- Interessante Hauptfigur
- Wichtiges Ziel
- Starker Gegenspieler
- Interessante Nebenfiguren
- Komplikationen
- Grosse Katastrophe
- Charakterentwicklung
- Befriedigendes Ende

Die Heldenreise

Eine klassische Möglichkeit, eine Geschichte aufzubauen (um Spannung aufzubauen)

Die Heldenreise

1. Ausgangspunkt: langweilige/unzureichende Welt des Helden.
2. Held wird vom Herold zum Abenteuer gerufen.
3. Er verweigert sich dem Ruf.
4. Mentor überredet ihn, das Abenteuer beginnt.
5. Der Held überschreitet I. Schwelle.
6. Erste Bewährungsproben; trifft auf Verbündete und Feinde.
7. Held dringt bis in tiefste Höhle vor; trifft auf den Gegner.
8. Entscheidende Prüfung: Konfrontation, Überwindung des Gegners.
9. Held bekommt den „Schatz“.
10. Rückweg; gerät in Todesgefahr & entrinnt dieser.
11. Held ist durch das Abenteuer zu neuer Persönlichkeit gereift.
12. Rückkehr nach Hause; Anerkennung.

Wie erzählt man „Langweiliges“ spannend?

Generell gilt:

- es gibt nichts Langweiliges! Suchen Sie nach der Geschichte hinter dem „Langweiligen.“ Der Zuschauer braucht eine Verbindung zu der Geschichte.
- Interessiert sich der Zuschauer für die Person, dann interessiert er sich eher für dessen Ziel: Erzählen Sie mit Menschen – zeigen Sie Menschen, die hinter den Produkten stehen

Beispiel Firmenportraits oder Produktvideo:

- Beispielfrage um eine Geschichte herauszuarbeiten: Welche vermeintlich unlösbare Aufgabe lässt sich mit Hilfe der Produkte oder Dienstleistungen des Unternehmens lösen?
- Welche Protagonisten stehen zu Verfügung? Nicht immer lassen sich mit den „wichtigsten“ Personen die besten Geschichten erzählen. Der Fabrikarbeiter eignet sich z.B. für die Vorstellung eines Betriebes viel besser, als der Vorstandchef (denn der Arbeiter macht Dinge, die man sehen kann).

Storytelling und PR

Storytelling (= Geschichten erzählen) wird im Marketing verwendet. Der Grund ist: klassische Werbung funktioniert immer schlechter. Daher versuchen Werber sich die Kraft der Geschichten zu Nutze zu machen.

Der Vorteil einer guten Geschichte:

- Sie macht neugierig

- hält die Aufmerksamkeit
- ist leichter verständlich
- fördert das Engagement
- bewegt zum Wiederkommen
- regt zum Teilen an
- und lässt sich leichter merken

Die Idee ist: Wir sagen nicht, unser Produkt ist toll. Wir erzählen stattdessen eine Geschichte von einem Menschen, der ein Problem hat und dieses wird durch das Produkt xy gelöst (das muss nicht extra gesagt werden, da der Zuschauer diese Information ja sieht).

Visuellen Erzählen

TIPP: SHOW, DON'T TELL

Das wichtigste am Drehbuch ist nicht der Sprechertext, es ist das Bild, die Handlung, das Geschehen.

Erzählkanäle eines Films:

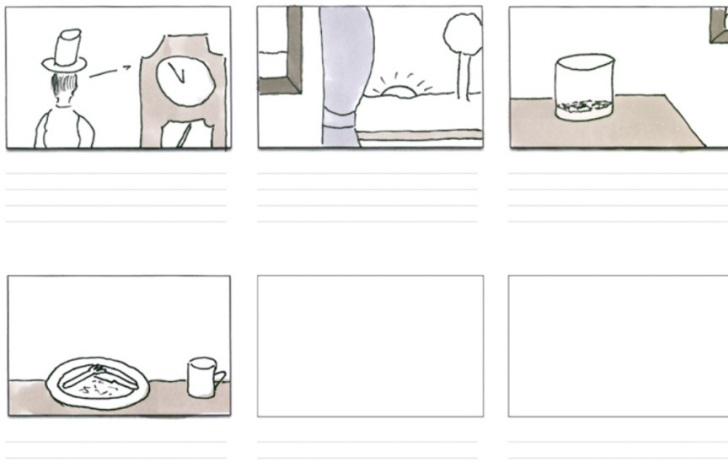
- Bild
- Ton (Sprache, Geräusche, Musik)

Wie arbeiten Bild und Ton (vor allem der Text) zusammen?

Das Bild hat immer Vorrang: ich muss immer erst überlegen, was ich zeigen kann. Die Herausforderung ist, Zustände und Vorgänge als Handlung darzustellen. Auch Charaktereigenschaften, Gefühle und Motivation der Figuren lassen sich durch Handlungen darstellen:

Bsp1: Die Zeit vergeht

- Wir sehen aus dem Fenster wie sich das Licht verändert hat
- Wir sehen wie ein Glas leer geworden ist oder ein Essen gegessen worden ist ...
- ...



Bsp2: Person wartet auf einen Anruf (Arbeiten mit Jumpcuts)

- Person steht neben dem Telefon – Schnitt

- Person sitzt im Sessel – Schnitt
- Person schaut aus dem Fenster – Schnitt
- Person schaut, ob das Telefon noch funktioniert – Schnitt
- ...

Bsp3: Darstellung eines Produkts

- Die schlechteste Lösung: ich sehe das Produkt und der Sprecher aus dem off erzählt, wie toll das Produkt ist oder welche Eigenschaften es hat.
- Besser ist: die handelnde Figur im Film erzählt etwas über das Produkt
- Am besten ist: niemand spricht darüber: ich zeige eine Person, die mit dem Produkt umgeht/es verwendet (und dadurch werden dessen Eigenschaften klar)







Und wie wird die Geschichte im Film erzählt? Durch eine Abfolge an Bildern. Die Art und Weise, wie die Bilder aneinandergesetzt werden, nennt sich Montage oder Schnitt. Die Grundregel ist: lassen Sie alles Überflüssige weg.

Beim visuellen Erzählen auch immer an den Ton denken. Geräusche unterstützen immer die Bildaussage. Bei dokumentarischen Produkten: Was höre ich vor Ort?

Drehbuch schreiben

- Beim Schreiben des Drehbuchs stelle ich mir die Handlung vor
- dann schreibe ich diese in Stichpunkten auf
- dann streiche ich so viel wie möglich (generell so knapp wie möglich erzählen)
- die Dialoge kommen ganz zum Schluss

4. DIE GESCHICHTE PLANEN

1. Die erste Idee weiterentwickeln:
Bei Spielfilmen Stoffentwicklung: Protagonisten, Figuren, Charaktere
2. Was ist das Thema?
Wichtig, um der Arbeit einen Fokus zu geben und es dies tut dem Endprodukt gut
3. Logline – der Film in einem Satz:
Die Logline hilft das Thema zu fokussieren (die perfekte Logline lässt Bilder im Kopf entstehen).
4. Steht die Logline geht es an die Geschichte/an die Story
TIPP: das Ende zuerst schreiben. Welche Schlagzeile steht in der Zeitung, wenn die Geschichte zu Ende ist? So haben Sie ein Ziel, auf das Sie die Geschichte hin entwickeln.

Eine gute Geschichte geht darum, wie ein Problem gelöst wird. Die Art und Weise, wie ich meine Geschichte erzähle, nennt sich Plot, oder Handlung oder Roter Faden (also die Abfolge der Geschichte wie ich sie im Film darstelle).

Es geht immer um Hindernisse und die Frage, wie sich diese überwinden lassen. Ohne Hindernisse ist es schwierig eine spannende Geschichte zu erzählen.

5. Dramatische Struktur (3 Akt Struktur)
Anfang, Mitte, Ende
6. Anfänge und Schlüsse:

Anfang:

Der Anfang entscheidet, ob der Zuschauer den Film weiter anschaut. Darum gilt es, den Zuschauer so schnell wie möglich in den Film hineinzuziehen

- Protagonisten vorstellen
- Sympathie wecken
- Problem zeigen
- Interesse für Lösung wecken

Schluss:

Der Schluss ist wichtig, weil er entscheidet, welche Meinung der Zuschauer vom Film mitnimmt. Ist der Schluss sehr gut, vergisst man z.B. schnell Schwächen in der Mitte und auf der anderen Seite kann ein unbefriedigender Schluss einen guten Film kaputt machen.

Falls der Film etwas bewirken soll, muss am Ende folgendes bedacht werden:

- Steht am Ende eine klare Botschaft/eine Handlungsaufforderung?
- Weiss der Zuschauer, was er denken soll?
- Weiss der Zuschauer, was er tun soll?
- Weiss der Zuschauer, dass sein Leben besser wird, wenn er dies oder das tut?
(wichtig ist, dass die Botschaft subtil vermittelt wird)

5. DIE UMSETZUNG

1. Expose/Ideenskizze: beschreibt die Geschichte etwas genauer. Die Länge des Exposes richtet sich nach der Länge der Produktion (eine bis fünf Seiten)

Im Expose wird alles in Kurzform und im Fliesstext erzählt (geschrieben wie ein Roman). Das soll spannend und gut zu lesen sein. Alles wird beschrieben (inklusive Schluss). Das Expose beschreibt die ganze Geschichte. Es soll eine Vorstellung geben was passiert, wie der Film aufgebaut ist und wie er funktioniert. Der Stil muss zur Geschichte passen. Durch diesen Arbeitsschritt wird einem selbst sehr vieles klarer und auch, was eventuell nicht funktioniert. Das Expose ist ein gutes Werkzeug um zu prüfen, ob andere die Idee und den Ansatz auch überzeugend finden.

Strukturiertes Expose:

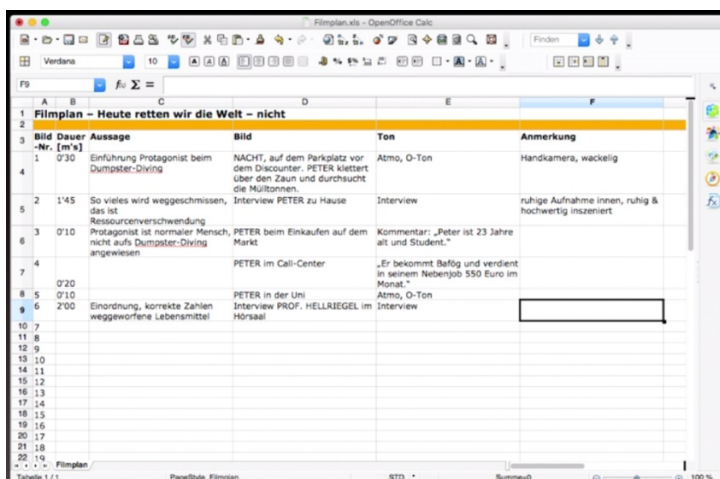
- Titel, Autor
- Logline
- Zusammenfassung in 5-6 Sätzen
- Liste der Figuren und Beschreibung
- Handlung

Checkliste Expose: (an alle Punkte gedacht?)

- Thema
- Ort und Zeit
- Protagonisten
- Ziel, Bedürfnisse, Schwächen
- bei Spielfilmen: Gegenspieler
- Hindernisse
- Schluss
- Genre
- Erzählperspektive (aus wessen Sicht wird die Geschichte erzählt)

2. Filmplan (bei dokumentarischen Projekten)

Der Filmplan löst den Film in einzelne Sequenzen auf. Daraus abgeleitet wird dann der Drehablaufplan (= ein Plan der so angeordnet ist, wie gedreht werden soll)



Nr.	Dauer [m+s]	Aussage	Bild	Ton	Anmerkung
1	0:30	Einführung Protagonist beim Dumpster-Diving	NACHT, auf dem Parkplatz vor dem Diskounter. PETER klettert über den Zaun und durchsucht die Mülltonnen.	Atmo, O-Ton	Handkamera, wackelig
2	1:45	So vieles wird weggeschmissen, das ist Ressourcenverschwendung	Interview PETER zu Hause	Interview	ruhige Aufnahme innen, ruhig & hochwertig inszeniert
3	0:10	Protagonist ist normaler Mensch, nicht aufs Dumpster-Diving angewiesen	PETER beim Einkaufen auf dem Markt	Kommentar: „Peter ist 23 Jahre alt und Student.“	
4	0:20		PETER im Call-Center	„Er bekommt Bafög und verdient in seinem Nebenjob 550 Euro im Monat.“	
5	0:10		PETER in der Uhl	Atmo, O-Ton	
6	2:00	Einordnung, korrekte Zahlen weggeworfene Lebensmittel	Interview PROF. HELLRIEGEL im Hörsaal	Interview	

3. Storyboard

Das Storyboard ist ein Hilfsmittel für den Regisseur, ein fertiges Drehbuch umzusetzen. Wie sieht ein Storyboard aus? Das Storyboard zeigt in Bildern wie die einzelnen Einstellungen der einzelnen Szenen umgesetzt werden. Die meisten Dokumentarischen Projekte kommen ohne Storyboard aus, in der Werbung und bei Animationen ist das Storyboard aber meist wichtiger als das Drehbuch selbst.

Im Storyboard lässt sich mit wenigen Strichen festhalten, wie das Bild aussehen soll. Auch bei der Planung der Drehs helfen die Storyboards sehr. Das Storyboard zeigt, wie die visuelle Umsetzung gedacht ist.



Storyboard-Erstellen

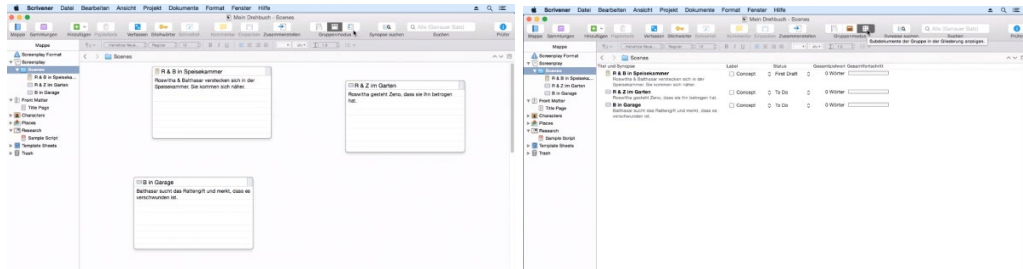
- StoryboardThat <http://www.storyboardthat.com> – 2 Storyboards pro Woche kostenlos; man klickt sie sich aus einfachen Vorlagen zusammen.
- ToonBoom Storyboard Pro <https://www.toonboom.com/products/storyboardpro/features> – 38\$/Monat oder 999 \$ einmalig, gibt es für Windows und Mac; Hier zeichnet man das Storyboard im Programm oder importiert Grafiken. Diese kann man dann verknüpfen, kommentieren und weiterbearbeiten.
- Für [OmniGraffle](#) gibt es eine Bibliothek für Storyboards: [Storyboard Characters](#) (Vorsicht: Nutzungsrechte klären – die Bilder stammen aus einer Google-Veröffentlichung, daher ist nicht klar, ob die einfach so verwendet werden können.)

4. Karten legen:

Empfehlung für jede Szene eine Karteikarte schreiben (Ort, Person und was in der Szene passiert). Die Karten lassen sich dann frei arrangieren. Das hilft sehr bei der Überlegung, ob der Film so auch funktioniert.

Programm (mit Pinwandmodus) zum Download: Scrivener

<https://www.literatureandlatte.com/scrivener/download>



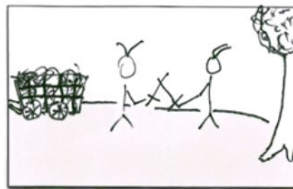
5. Aufbau und Struktur des Drehbuchs

Das Drehbuch ist nicht nur der Text, der gesprochen wird – vor allem ist das Drehbuch auch die Beschreibung dessen, was zu sehen, was passiert (es geht um das Visuelle Erzählen).

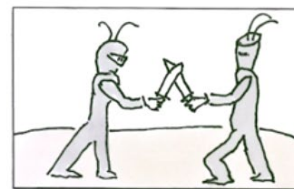
Einstellungsgrößen:



weit



total



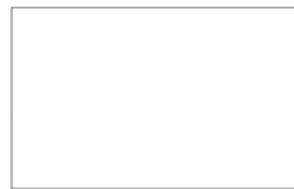
halbtotat

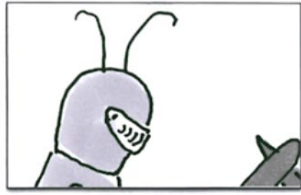


amerikanisch



halbnah

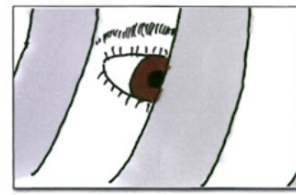




nah



groß



Detail

Schuss – Gegenschuss:



Kamerapositionen:

Kamerapositionen

- fest
- Schwenk
- Fahrt (Dolly)
- Hub (mit Kran)
- Zoom

6. Die Rolle des Tons im Film

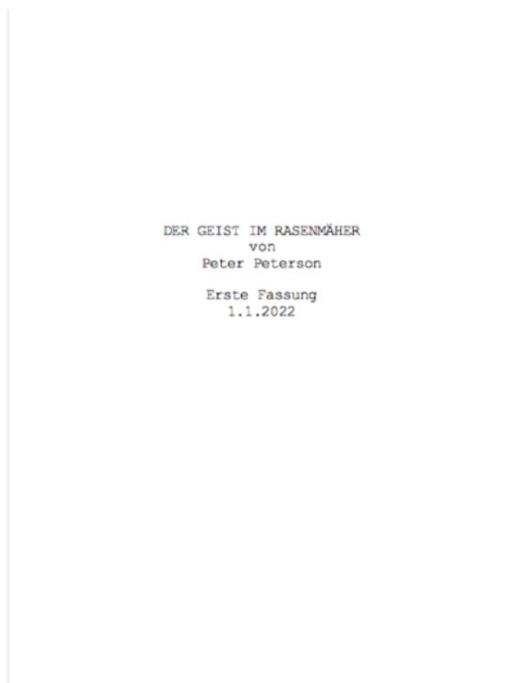
Der Ton eines Films besteht aus Sprecher, Dialogtext, O-Ton, Geräuschen und Musik. Der Sprechertext steht im Drehbuch.

Bei Doku-Drehbüchern gibt es Angaben zur Athmo = Umgebungsgeräuschen (wie z.B. Kühe, ticken einer Uhr etc.) Was unbedingt ins Drehbuch muss, sind Zusammenfassungen der O-Töne (=Originalton) und ist die Aufnahme eines akustischen Ereignisses. Anders als die Athmo ist das kein gleichbleibender Hintergrund sondern ein Ereignis (z.B. der Startschuss bei einem Rennen). Fast immer ist der O-Ton das, was ein Mensch sagt. Was der Sprecher später aus dem Off sagt ist der Sprechertext (und dieser sollte niemals das Beschreiben was man sieht, also keine Wiederholung des Bildes sein). Unbedingt vermeiden: Die Wort - Bildschere (d.h. Ton und Bild widersprechen sich)

6. DAS DREHBUCH SCHREIBEN

Faustregel: eine DIN A4 Seite = Eine Minute Film

1. Das Drehbuchformat



2. Ort und Beschreibung

jede Szene beginnt mit der Angabe ob die Szene drinnen und draussen spielt, sie beschreibt den Ort und das Setting

INN. = innen (AUS. = aussen) / Ortsangabe / Tageszeit

2 / 2

INN. - VORRATSKAMMER - NACHT

3. Für Dokus: AV-Script

AV-Script „Heute retten wir die Welt – nicht“ (AT)

Bild	Ton	Sprechertext/O-Ton	Länge [m's]
NACHT, auf dem Parkplatz vor dem Discounter. Davor Titel „Heute retten wir die Welt – nicht“	Atmo		0'20
PETER klettert über den Zaun und durchsucht die Mülltonnen.	Klappern des Zauns, Aufkommen auf dem Boden, Mülltonnen		0'23
Interview PETER zu Hause		(Peter spricht darüber, was alles weggeworfen wird, welche Ressourcen so verschwendet werden)	1'41
PETER beim Einkaufen auf dem Markt	Atmo, Peter spricht mit Verkäuferin	„Peter ist 23 Jahre alt und Student.“	0'13
PETER im Call-Center	Atmo, Gespräche	„Er bekommt Bafög und verdient in seinem Nebenjob 550 Euro im Monat.“	0'18
PETER in der Uni	Atmo Gang, Hörsaal		0'11
Interview PROF. HELLRIEGEL im Hörsaal		(Jedes achte Lebensmittel, das wir einkaufen, landet in der Mülltonne. 82 Kilo pro Person sind das jedes Jahr. 6,7 Millionen Tonnen sind das in Deutschland. Dabei ist die Tendenz steigend. Und in anderen Ländern sieht es sogar noch schlechter	1'33

Seite 3 von 2 - AV-Script Beispiel.doc © Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de

4. TIPP: Programme zum Drehbuchschreiben:

- Scrivener <https://www.literatureandlatte.com/scrivener.php>
- Final Draft <http://trial.finaldraft.com>
- Drama Queen <http://dramaqueen.info/about/>
- Celtx <https://www.celtx.com/index.html>
- Adobe Story <https://story.adobe.com/de-de/>

5. Schreiben für Ohr und Auge

- Man sollte nicht erzählen was man sieht - sondern es zeigen
- Niemals Schilder vorlesen oder Namen nennen (Bauchbinden)

- Der Text stützt im Film die Bildaussagen
- Der Text ist wie das Gewürz zum Essen – nicht die Hauptzutat
- Die erste Szene beginnt nie mit Sprechertext – zuerst das Bild wirken lassen (erst nach ca. 5 Sekunden mit dem Sprechertext beginnen)
- Der Film sollte mit einem Bild ausklingen

Tipps zum Schreiben

- Kurze, klare Sätze
- gesprochene Sprache
- Präsens
- Wenige bis keine Regieanweisungen
- Keine unwichtigen Details
- Keine unsichtbaren Handlungen
- Wenige bis keine Monologe

6. Schreiben fürs Hören (Tipps für Sachtex te)

- Im Netz bestimmen die ersten Sätze, ob ein gesprochener Text zu Ende gehört bzw. ein Clip zu Ende gesehen wird.
- Die ersten Sätze müssen dementsprechend spannend geschrieben werden (was wird den Zuschauer interessieren?)
- Nicht mit der Tür ins Haus fallen – den Hörer abholen
- Eine neue Information pro Satz
- Der Zuschauer braucht Zeit die Informationen zu verarbeiten
- Nicht zu schnell zum nächsten Thema springen
- Zentrale Aussagen immer wieder wiederholen
- Zusammenfassung und/oder Wiederholungen bei längeren Texten
- Gesprochener Text ist Umgangssprache und muss leicht verständlich sein (die einfachen Wörter sind oft die kraftvollen!) – also Schreiben wie man spricht!
- Lieber verständlich als schön
- Max. 13 Worte pro Satz (bei Hörtexten 6-8 Worte)
- Mehr Hauptsätze und weniger Nebensätze (auf die Abwechslung zw. kurzen und langen Sätzen achten)
- Klare Aussagen (keine Füllwörter verwenden)

Beliebtes Füllmaterial

ja irgendwie sowieso nun ganz viel
ziemlich in etwa sehr etwas nämlich
übrigens also eigentlich auch noch
demnach durchaus (nicht) wirklich
außerdem durchaus in gewisser Weise
schon wohl allerdings

7. DIGITALES STORYTELLING

1. Neue und alte Erzählformen:

- Verbindung von Videoclips, geschriebenen Text, Animation, Bildern
- Linear erzählt (wie ein Buch oder Film) oder interaktiv

Beispiele im Netz

<http://nasapropect.com/>

<http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/index.html#/?part=tunnel-creek>

2. Tipps zum cross-medialen Erzählen

- Im Netz ist es wichtig, in kurzen Stücken zu erzählen (kurze Sätze und in Absätze gegliedert). Auch in einer Zeile lässt sich Neugier wecken!
- Interaktive Geschichten lassen sich am besten in Häppchen erzählen
- Unterhalten kommt immer an!
- Facebook, Twitter, eine Abfolge von Emails ... eine Geschichte in mehreren Beiträgen auf verschiedenen Plattformen erzählen (Zweck: neugierig machen, im Gedächtnis bleiben)
Vorteil: Grösse der Häppchen und Frequenz der Veröffentlichung ist frei wählbar