



# me-TV im Web

Schon 15 Mio. User veröffentlichen Intimes, Kreatives oder Politisches via Web-Tagebuch. Der neueste Blogger-Trend: Privatvideos online

**PLUS 4 Seiten:**

**Die besten Weblogs**

**S**teve Garfield, mittelmäßig erfolgreicher Musikvideoproduzent aus Boston, hasst TV-Realities. „Falsche Inseln, falsche Sänger, falsche Wohncontainer – was ich will, ist richtiges Leben.“

Langes Fackeln ist Steves Sache nicht. Seit Jänner produziert er deshalb mit Gattin Carol eine eigene Reality. Man sieht die beiden beim Burger-Grillen. Beim Streichen der Veranda. Beim Einkaufen im neuen Apple-Store.

## Family-Reality-TV als Quotenknüller im Internet

**5.000 Web-Watcher.** Bis zu 5.000 User verfolgen dieses absurde Spechtelmechtel der Familie Garfield pro Tag – online natürlich, via Video-Blog [stevegarfield.blogs.com](http://stevegarfield.blogs.com). Damit gehören Steve und Carol zu den absoluten Quotenknüllern der noch kleinen, aber stetig wachsenden Legion von Video-Bloggern (unter Auskennen kurz Vlogger genannt).

Vlogging – das ist der neueste Hype in der laut Spezialsuchmaschine [Technorati.com](http://Technorati.com) bereits 14,7 Millionen Weblogs starken Blogosphäre. Die wächst derzeit schier ins Unendliche:

● 900.000 Postings werden pro Tag in Weblogs verfasst – macht fast 10,4 Posts pro Sekunde.

● Bereits alle fünf Monate, so haben Studien berechnet, verdoppelt (!) sich die Zahl der Blogs.

● Allein der österreichische Anbieter [Twoday.net](http://Twoday.net) listet derzeit rund 12.000 User, die regelmäßig Content für weit über 100.000 Leser produzieren.

**Der E-MEDIA-Guide.** Politiker (etwa zur deutschen Bundestagswahl unter [neuwahlen.twoday.net](http://neuwahlen.twoday.net)) bloggen ebenso wie Promis (Pamela Anderson mit [pamelanderson.blogs.friendster.com](http://pamelanderson.blogs.friendster.com)), Klimaforscher ([Realclimate.org](http://Realclimate.org)), Schwangere ([Babyblog.twoday.net](http://Babyblog.twoday.net)) oder ein Supermarktleiter aus Bremen ([Shopblogger.de](http://Shopblogger.de)).

Keine Frage: Weblogs sind Thema – und machen Themen. Aus erster Hand, immer subjektiv, oftmals ungefiltert – aber gerade deshalb wesentlich spannender zu lesen als so manche etablierte Online-Zeitung.

„Eine Revolution, wie junge Menschen an ihre News kommen!“, attestiert auch der US-Medien-Mogul Rupert Murdoch. „Sie übernehmen die Kontrolle über ihre Medien, statt von ihnen kontrolliert zu werden.“

Die Bandbreite ist dabei so gewaltig wie kaum überblickbar. E-MEDIA serviert deshalb ab S. 29 erstmals einen Weblog-Guide. Ein Führer durch 120 ausgewählte Blog-Adressen in 14 Kategorien – von Auto bis Klatsch, von Politik bis Erotik, von Kochen bis Reise. Praktisch zum Rauschneiden und Aufheben.

**Blogger-Trend Vlogging.** Doch während die meisten ihre Weblog-Botschaften noch immer in möglichst treffende Texte fassen, ersparen sich die Video-Blogger (ähnlich den Podcastern, siehe E-MEDIA-Titelstory ab Seite 16) derlei lange Schreibtiraden.

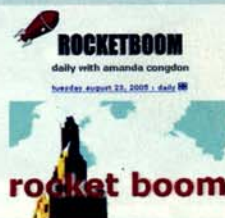
## E-MEDIA-Guide: 120 Top-Weblogs in 14 Kategorien

Sie stellen einfach Videos ins Netz. Ihre User können sich für regelmäßige Clip-Downloads anmelden – und sind dann bei jeder neuen Folge der „Videonachrichten“ dabei. Manche davon sind freilich noch reichlich banal bis verzichtbar.

Chuck Olsen, ein Dokumentarfilmer aus Minnesota, der unter [blogumentary.typepad.com/vlog](http://blogumentary.typepad.com/vlog) Porträt-Clips mit skurrilen Typen aus seiner Umgebung ▶

## Die besten Video-Adressen

### VLOGGING: PRIVAT-TV VON JEDERMANN



**ROCKETBOOM**  
Amanda Congdon präsentiert ihre persönlichen News. Teils skurril, teils politisch: Etwa ein Clip von einer Mahnwache für Irak-Opfer. Themenvorschläge erwünscht!  
▶ [www.rocketboom.com/vlog](http://www.rocketboom.com/vlog)

**BLOGUMENTARY**  
Dokumentarfilmer Chuck Olsen führt Interviews mit skurrilen Typen aus seiner Heimat Minnesota.  
▶ [blogumentary.typepad.com/vlog](http://blogumentary.typepad.com/vlog)

**MAHMOOD.TV**  
Wöchentliche Technoshow von Kanadier Clint Sharp. Dazu Video über Pferderennen und Parodien.  
▶ [mahmood.tv/index.php/blog/c170](http://mahmood.tv/index.php/blog/c170)

**CAROL & STEVE SHOW**  
Ein US-Ehepaar filmt sich bei alltäglichen Verrichtungen – etwa beim Renovieren der Veranda.  
▶ [stevegarfield.blogs.com/videoblog](http://stevegarfield.blogs.com/videoblog)

**ANNIES WELT**  
Zum Schmunzeln: Japanerin Annie dokumentiert ihr Leben.  
▶ [anniee.blogspot.com](http://anniee.blogspot.com)

**KARMAGRRRL**  
Sehr ambitioniertes Kunstvideoprojekt von Sadi aus New York.  
▶ [smashface.com/vlog](http://smashface.com/vlog)

**900.000**

POSTINGS werden pro Tag verfasst – macht 10,4/sec. Top-Wert: 1,1 Mio./Tag bei Ankündigung von *Live 8*.

**50%**

MEHR BLOGS: Alle fünf Monate verdoppelt sich die Zahl der Blogs im WWW.

**40.000**

WEBLOGS werden täglich ins Netz gestellt – aber nur knapp die Hälfte ist einen Monat später noch aktiv.

**12.000**

NET-TAGEBÜCHER verzeichnet allein das österreichische Weblog-Portal *Twoday.net* derzeit.

## Tipps für Video-Blogger

### DIE WICHTIGSTEN FRAGEN UND ANTWORTEN ZUM VLOGGING-TREND

#### Was versteht man eigentlich unter Video-Blogging?

Es ist der nächste logische Schritt nach Blogging (Text) und Podcasting (Audio). Dabei werden selbst produzierte Quicktime-Videos ins Weblog hochgeladen und Usern zugänglich gemacht.

#### Was brauche ich für den Einstieg als Video-Blogger?

Einen Camcorder oder eine Digital-Kamera, mit der man auch kurze Videos produzieren kann. Mac-User können ihre Filme ins Programm

iMovie importieren, bei Windows ist es die Software Movie Maker. Wer das Programm nicht hat, kann Movie Maker 2 aus dem Netz downloaden – funktioniert aber nur mit Windows XP.

#### Wo finde ich eine Anleitung zur Erstellung von Vlogs?

Erste Anlaufstelle für Neulinge sind die *Yahoo! Groups* unter *groups.yahoo.com/group/video blogging*. Eine gute Anleitung bietet auch *free vlog.org*. Schritt-für-Schritt-Tipps für Mac-User hat *www.video blogging.info/archives/how-to-mac*. Für die Windows-Fraktion gibt's die hilfreiche Infoseite *www.video blogging.info/archives/how-to-win*.

#### Wie mache ich mein Video-Blog bekannt?

Eine nettes, wenn auch noch recht kleines Verzeichnis für Videoblogs ist die Page *Vlogdir.com*. Die meisten Vlogger nutzen derzeit die Site *del.icio.us/tag/watchthis*, um sich gegenseitig über neue Videos auf dem Laufenden zu halten.



Foto: Getty Images/Digital Video/Gary Berchelt

► online stellt: „Das Spektrum reicht von professionellen Filmen bis zum verwackelten Video von Opas Geburtstagsparty.“

### Mit Digicam & Web wird jeder zum TV-Produzenten

Nicht weiter verwunderlich. Denn jeder kann zum Vlogger werden. Er braucht nicht mehr als eine Digi-Cam, Webanschluss und Video-Software (wie den in Windows etwa meist bereits integrierten *Movie Maker*). Dann flugs den Clip ins eigene Weblog hochgeladen – fertig ist das Videoblog.

### 40.000 Seher für selbstgestrickte News-Sendung

So schaut's dann manchmal auch aus. Manche Vlogger zeigen packende Berichte über das lokale Reitfestival (*www.leanbackvids.com/videoblog*), ein anderes Videoblog (*www.welcometoamyville.blogspot.com*) hat gar die seltsamen Zwiegespräche einer jungen Frau mit einer Spielzeuggiraffe zum Inhalt. Fast schon witzig: Die niedliche Japanerin Annie filmt sich beim Basteln eines Geburtstagsgeschenkes für ihren Freund (*aniecee.blogspot.com*).

**Boom um Rocketboom.** Dass Qualität und Inhalt teilweise zu wünschen übrig lassen, macht aber nix. Geguckt wird trotzdem. Eine der erfolgreichsten Vlogging-Pages, *Rocketboom.com*, erreicht mit selbst produzierten News-Clips an guten Tagen bis zu 40.000 (!) User. Neo-TV-Producer Andrew Michael Baron: „Manche Seher schreiben, dass sie bei uns in drei Minuten mehr Infos erhalten als in einer 30-minütigen Nachrichtensendung im TV.“

Nur ein Grund, warum dem Vlogging fürs Fernsehen ähnliches Revolutionspotenzial wie dem Podcasting fürs Radio prognostiziert wird. *Rocketboom*-Macher Baron: „Video-Blogging kostet fast nix. Weshalb neue TV-Formate ausprobiert – und bei Misserfolg auch gleich wieder verworfen werden können. Nischensendungen – zum Beispiel für Didgeridoo-Enthusiasten – finden online ihr Publikum.“

Schon entdecken die ersten Internet-Größen die vielfältigen Möglichkeiten hinter Vlogging:

● Die Webfirma *Akimbo.com*, die an der Verschmelzung von Internet und Fernsehen tüfelt, hat eine Settop-Box entwickelt, die über schnelle Webverbindung Filme und andere Inhalte aus dem Netz lädt, zwischenspeichert und bei Bedarf abspielt. In der Liste der zu abonnierenden Inhalte: Neben BBC- und CNN-Sendungen Vlogs wie das von Steve Garfield und Gattin Carol.

### Webgrößen wie Google testen Vlogging-Potenzial

● Auch Online-Gigant Google hat mit *upload.video.google.com* einen Vlogging-Testballon gestartet. Hier kann jeder seine persönlichen Clips kostenlos hochladen und anderen Usern zur Verfügung stellen – „ein erstes kleines Video-Blogging-Experiment“, wie Google-Gründer Larry Page orakelt.

**Neues Portal mit Videofunktion.** Weiteres Indiz für einen anstehenden Vlogging-Hype: Das demnächst startende Social Network *24hourlaundry.com* soll verbesserte Clip-Tools und neue Videofunktionen bieten.

### ALS EXTRA: IHR WEBLOG-GUIDE MIT 120 LINKS

Zum Rausschneiden: Die besten 120 Blogs in 14 Kategorien – von Politik bis Sex, von Techno bis Tratsch.



Boss des Dienstes: *Netscape*-Gründer Marc Andreessen, der bereits öfter ein gutes Näschchen für Webtrends bewiesen hat.

**Treffen der Vlogger.** Doch noch ist die Vlogger-Community klein und überschaubar. Tipps und Tricks werden via *Yahoo-Groups* (*groups.yahoo.com/group/video blogging*) ausgetauscht, sehenswerte Clips bei *del.icio.us/tag/watchthis* oder *Vlogmap.org* (listet erst fünf deutschsprachige Video-Blogs) empfohlen. Oder man trifft sich unter dem Motto „Meet the Vloggers“ bei Events wie der *videobloggingweek2005.blogspot.com*. Erfolgsproduzent Steve Garfield: „Noch sind wir wie eine Familie. Manchmal hoffe ich, dass es so bleibt.“ Sieht leider schlecht aus. ■ NANA SIEBERT

# NUR DIE BESTEN.



Eine Berufsinformation des Bundesministeriums für Landesverteidigung



Günther Platter, Verteidigungsminister.

„Der Ausbildungsdienst im Österreichischen Bundesheer bietet allen jungen Österreichern spannende Herausforderungen bei guter Bezahlung und sicheren Zukunftschancen.“

Ein interessantes Berufsumfeld, überdurchschnittliche Bezahlung und vielseitige Karrierewege – der Ausbildungsdienst verbindet Ihre Interessen mit den Interessen Österreichs.

Mehr Infos unter **0810/242 810** (aus ganz Österreich zum Ortstarif) oder auf **www.nurdiebesten.at**.

[www.bundesheer.at](http://www.bundesheer.at)

