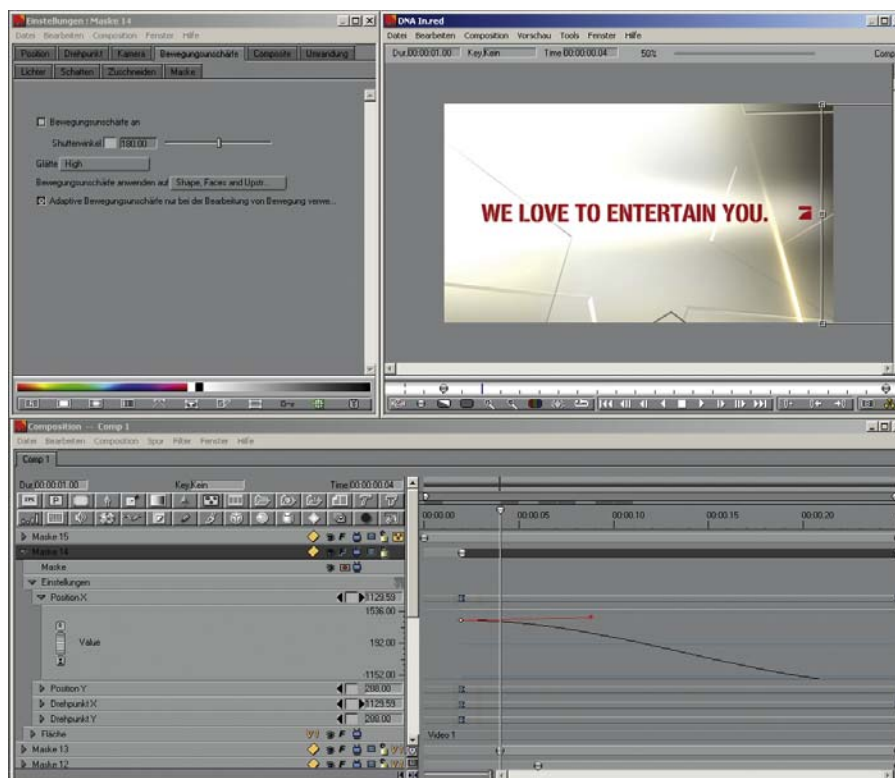


BROADCAST

Eine der interessantesten und am häufigsten eingesetzten Effekt-Transitions im deutschen Fernsehen ist derzeit der DNA-Effekt, der beim Sender ProSieben on Air zu sehen ist. Jener fließende, lamellenartige Übergang ist seit August 2007 fester Bestandteil des Senderdesigns. Entwickelt und kreiert wurde der DNA-Effekt für ProSieben vom Bereich Creative Solutions der ProSiebenSat.1 Produktion.



Lass es fließen!

Welche Bedeutung er im Produktionsworkflow hat und warum inzwischen auf 19 Avid-Media-Composer-Systemen Boris-Software installiert ist, berichtet Wolfgang Heß, Leiter On Air Promotion im Bereich Creative Solutions der ProSiebenSat.1 Produktion. Ein Team von On Air Designern bei Creative Solutions entwickelte das seit August 2007 zu sehende Redesign von ProSieben. Dieses umfasste eine Erneuerung des gesamten grafischen Erscheinungsbildes des Senders. Eher als Evolution statt Revolution zu verstehen, wurden all die Elemente neu gestaltet beziehungsweise weiterentwickelt, die in erster Linie der Informationsvermittlung dienen.

Nach einer ausführlichen Konzeptions- und Layout-Phase erfolgte die Umsetzung der Designelemente in After Effects mit anschließender Konfektionierung für Avid. In diesem Zusammenhang wurde auch an dem neuen Übergangseffekt gearbeitet. André Otto, Art Director On Air Design für die ProSiebenSat.1 Produktion, entwarf eine Komposition aus über einem Dutzend animierter Ebenenmasken, die – der Name ist Programm – „Dynamic Nice Animation“ (DNA) getauft wurde. Die ProSiebenSat.1 Produktion, ein vollständiges Tochterunternehmen der ProSiebenSat.1 Media AG, ist mit mehr als 1.000 Mitarbeitern die größte Geschäftseinheit der ProSiebenSat.1-Gruppe. In den vier Kernbereichen Herstellung, Kreation, Broadcasting Services und Technology leistet das Unternehmen einen wichtigen

Beitrag zum Konzernserfolg. Das Dienstleistungsangebot reicht dabei von der Außen-, Studio-, und Postproduktion über On Air Design und Promotion bis hin zu integriertem Asset Management und der Sendeabwicklung für mehr als zehn TV-Sender.

Die Animation überzeugte, brachte aber eine grundlegende, technische Frage mit sich: Wie könnte das After-Effects-Projekt in den bestehenden Avid-Workflow innerhalb des Senders integriert werden? „Eine Bearbeitung jeder einzelnen Transition in After Effects wäre nicht denkbar gewesen“, erklärte Heß. „Wir produzieren rund 7.500 Trailer pro Jahr für ProSieben, das entspricht etwa



DNA BEDEUTET EINFACH DYNAMIC NICE ANIMATION

André Otto kümmert sich bei ProSieben als Art Director um das On Air Design

BORIS



Der Slogan „We love to entertain you“ wird von ProSieben zur Festigung der Marke verwendet



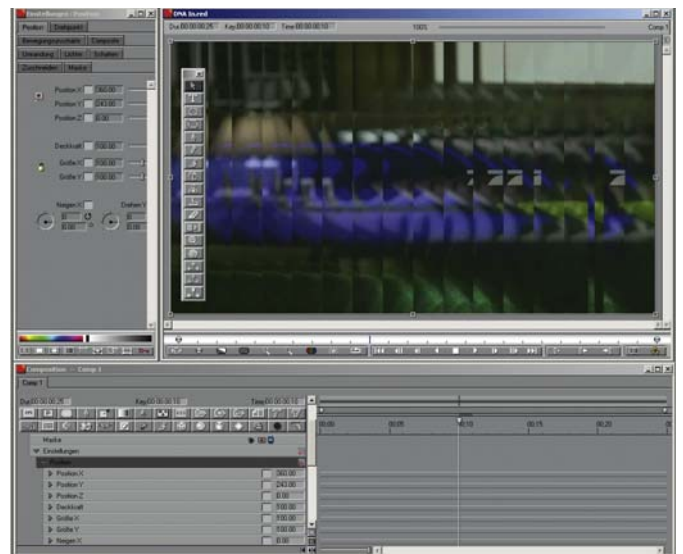
Dies ist ein mit Boris Red umgesetzter DNA-Effekt innerhalb der ProSieben-Sendergruppe

30.000 Trailersendeverversionen. Dabei hätten wir bei jeder dieser Versionen den Opener und Closer aus dem Avid in After Effects exportieren, bearbeiten und wieder importieren müssen. Aufgrund des hohen Zeitaufwandes und der zusätzlichen Fehlerquelle war klar, dass wir den Übergang innerhalb der Avid-Umgebung realisieren müssen. Im Avid wären wir jedoch gezwungen gewesen, für jede Lamelle eine eigene Videospur anzulegen und diese zu editieren, also ein noch weitaus größerer Aufwand als der Weg über After Effects.“

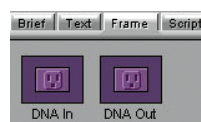
DIE LÖSUNG IN SICHT

Boris FX stellt nicht nur die Boris-Continuum-Complete-Filter (BCC-Filter) her, die vielen Anwendern bekannt sind, sondern entwickelt auch die umfassende Compositinglösung Red, die gleichzeitig Standalone-Anwendung und Plug-in ist. Mit unbegrenzten Spuren, flexiblen Maskierungstools und direktem Zugriff auf die Spuren der Avid-Timeline erwies sich Red als ideal, um den DNA-Effekt nachzubauen. Komplett wird die Integration durch die Möglichkeit, fertige Projekte als Effekt-Icon im Avid Bin abzulegen.

„Bei der Anwendung des DNA-Effektes müssen die Cutter nur noch das entsprechende Icon an der entsprechenden Stelle auf eine neue Videospur ziehen. Wir haben den Übergangseffekt für den Einstieg (DNA In) und Ausstieg (DNA Out) gesondert programmiert, was die Handhabung noch leichter macht. Um angesichts der enormen Zahl an Sendebeiträgen die Abläufe zu optimieren, haben wir für die Verpackung unserer Trailer so genannte Produktions-Dummies angelegt. In diese Timeline-Vorlagen wird der cleane Trailer eingesetzt, auf den darüber liegenden Spuren sind



Die Einarbeitungszeit war relativ kurz und die Ergebnisse können sich sehen lassen. Für das ProSieben-Team bedeutete Boris eine Workflow-Optimierung



Die Effekt-Presets im Avid Bin



Wolfgang Heß ist Leiter On Air Promotion bei ProSieben. Er setzt nun auf Boris Red

EINE BEARBEITUNG JEDER EINZELNEN TRANSAKTION WÄRE IN AFTER EFFECTS NICHT MÖGLICH GEWESEN

die Verpackungselemente und Inserts angelegt. Unsere Writer/ Producer passen dann die Längen der Elemente an, kontrollieren die Inserts und setzen den richtigen Sendungs- respektive Filmtitel und die entsprechende Sendezeit ein“, so Wolfgang Heß.

DAS ERGEBNIS: HÄUFIGER EINSATZ

„Die DNA ist unser Bindeglied zwischen den einzelnen Trailern im Promoblock und das Letzte, was einen Spot finalisiert. Anstelle von hart aneinander geschnittenen Einzeltrailern suggerieren wir eine fließende Promostrecke, die wie vorproduziert aussieht, jedoch flexibel handhabbar ist wie bisher. Zum Einsatz kommt der Effekt zwischen jedem Trailer sowie auch im Trailer selbst, wenn Nachklappen, Sponsorings et cetera integriert werden müssen.“ ▶ mjl



Matthias J. Lange [mjl@digitalproduction.com] ist Chefredakteur der DIGITAL PRODUCTION. Der gelernte Journalist widmet sich seit den 80er Jahren den Themen Film, Musik und Animation.