

kultur**B**
digital

kultur-b-digital.de



LIVESTREAM
LEICHT GEMACHT

1. Vorwort

Keine Theatervorstellungen, keine Opernaufführungen, keine Konzerte, kein Museums-, kein Gedenkstätten- und kein Bibliotheksbesuch: Seit dem 19. März 2020 ist alles dicht.

Ein harter Schlag für viele Kultureinrichtungen in Berlin.

Nachdem der erste Schock verdaut ist, stellt sich die Frage, wie man nun mit der neuen Situation umgehen soll: Wie erreichen wir die Fans, treuen Nutzer*innen und Besucher*innen unserer Einrichtungen? Werden wir bald mehr Theatervorstellungen, Konzerte und Museumsrundgänge im Internet sehen? Warum der Shutdown auch Chancen bietet, sich durch Live-streaming besser in den sozialen Medien zu positionieren, um auch nach der Krise davon profitieren zu können, möchte ich im Folgenden darstellen.



Autor: Steven Siebert
Regisseur und Produzent
für Liveübertragungen
movact.de

2. Gliederung

1	Vorwort	S.1
2	Gliederung	S.2
3	Warum Livestreams?	S.3
4	Welcher Content eignet sich für einen Livestream?	S.4
5	Auf welchen Plattformen kann ich live streamen / Welche sollte ich nutzen?	S.5
6	Technische Voraussetzungen	S.6
7	Worauf muss ich inhaltlich achten und wie bereite ich mich vor?	S.10
8	Rechtliche Hinweise	S.11

3. Warum Livestreams?

Drei Gründe, warum Livestreams wichtig für eine erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit sind:

3.1. Ein Livestream kann neue Zielgruppen erschließen

Livestreams eignen sich hervorragend, um in Echtzeit mit vorhandenen und neuen Kund*innen, Zuschauer*innen und Fans zu interagieren und die eigene Reichweite online wie auch offline auszubauen.

3.2. Ein Livestream schafft Nähe zu Kunden / Zuschauer*innen

Doch es darf nicht nur zugeschaut werden: Das Stichwort lautet Mitgestalten! In einem Livestream kann der/die Zuschauer*in in einem Chat das Gesehene kommentieren, Fragen stellen und mit Hilfe von Emojis und Umfragen interagieren. All diese Werkzeuge können dann im Stream von z.B. einem/r Moderator*in aufgenommen werden.

[\(Mehr dazu unter Punkt 7\)](#)

3.3. Das Video ist OnDemand weiterhin abrufbar. Ihr habt 2 (Content)-Fliegen mit einer Klappe geschlagen

Entschließt man sich (regelmäßig) live zu streamen, sollte man die Erwartungen an die Zuschauer*innenzahlen realistisch halten. Die Erfahrung zeigt aber, dass selbst wenn ein Livestream im Durchschnitt nur 20-150 Zuschauer*innen hat, das Video in den ersten 24 Stunden nach Übertragungsende oft zwischen 500 und 1.000 Views erreicht.

4. Welcher Content eignet sich für einen Livestream?

“Wenn die Besucher*innen schon nicht zu uns kommen, dann kommen wir eben zu den Besucher*innen!” Ein Livestream kann zwar nicht das Erlebnis eines Theaterbesuches oder das Wandeln durch die Gänge eines Museums ersetzen, aber die Zeit bis zum nächsten Besuch durchaus verkürzen und Unentschlossene und Interessierte zum Reinschnuppern einladen.

Wenn die finanziellen Mittel und personellen Ressourcen vorhanden sind, kann man durchaus eine kleine, regelmäßig stattfindende Liveshow im eigenen Haus produzieren, wie zum Beispiel das Capitol Theater Mannheim, das seit einigen Wochen Livemusik in die Wohnzimmer der Besucher*innen überträgt und damit regelmäßig die 10.000-Zuschauer*innen-Marke knackt.

	Aufwand	Preis / Investition
 Einfaches Equipment		€
 Semiprofessionelles Equipment		€
 Professionelles Equipment		€
		€€
		€€
		€€
		€€€
		€€€
		€€€
		€€€

-  [Musikalischer Livestream der Künstlerin Ellie Goulding:](#)  [Zum Link](#)
-  [Q&A und Lesung des Autors Jürgen Todenhöfer:](#)  [Zum Link](#)
-  [VARENA Kasperl Theater:](#)  [Zum Link](#)
-  [Konferenz / Vortrag bei Annual Dash Conference:](#)  [Zum Link](#)
-  [Sporttipps:](#)  [Zum Link](#)
-  [United We Stream “Tresor”:](#)  [Zum Link](#)
-  [Lesung der Autorin Margit Auer:](#)  [Zum Link](#)
-  [Q&A des Autors Torsten Rohde:](#)  [Zum Link](#)
-  [Livekonzert aus dem Capitol Theater Mannheim:](#)  [Zum Link](#)

5. Auf welchen Plattformen kann ich live streamen und welche davon sollte ich nutzen?

							
Streamen via Browser	●	●					
Streamen via App	●	●	●	●			
Streamen via Drittanbieter	●	●			●	Nur für freigeschaltete Seiten	Nur für freigeschaltete Seiten
Zuschauen via Browser	●	●		●	●	●	●
Zuschauen via App	●	●	●	●	●	●	●
Livechat	●	●	Ja, aber unübersichtlich	●	●	●	●
Interviewgäste zuschalten			●	●	●		
Spenden Button	Registrierte Profile	●		●	●		
Livestream planen	●	●				●	●
Zielgruppe steuern	Öffentlich, Gruppen, Unternehmens- & Fansseiten	Öffentlich, oder per Einladungslink	nur öffentlich	Öffentlich, Freunde oder Gruppen	Öffentlich, Freunde oder gegen bezahltes Abo	Nur für registrierte Nutzer*innen	Öffentlich, oder per Einladungslink
Nachhaltigkeit	Video-on-Demand möglich	Video-on-Demand + Schnitt	Livestream nach 24h gelöscht	Video-on-Demand möglich	Video-on-Demand + Schnitt	Video-on-Demand möglich	Video-on-Demand möglich

Facebook geht beim Vergleich der kostenlosen Livestreaming-Plattformen als Sieger hervor, wenn man den Fokus auf eine schnelle Umsetzung und eine hohe Reichweite legt, auch wenn dieser Aspekt dank des neuen Algorithmus inzwischen mit Vorsicht zu genießen ist. Hier ist eine strategische Vorgehensweise die Devise, sofern die Zielgruppe auf Facebook zu finden ist.

Twitter lohnt sich für Livestreams vor allem für Einrichtungen, die schon eine sehr große Community haben und ihre Zielgruppe schnell und zielgerichtet ansprechen wollen.

Instagram ist bekannt für schnelle Updates, kurze Beiträge und eine junge Zielgruppe. Der Fokus liegt hier im Moment noch auf einer spontanen Livestream-Funktion.

Möchte man eine langanhaltende Wirkung der Videos erzielen, lohnt sich ein Stream auf **YouTube**, **Vimeo** oder in einer eigenen Mediathek. Livestreams auf Plattformen wie **Twitch** oder **LinkedIn** lohnen sich dann, wenn ihr eine ganz genaue Zielgruppe (z.B. Gaming oder den B2B-Bereich) abdecken wollt.

6. Technische Voraussetzungen

Unabdingbar für einen Livestream jeglicher Art ist eine zuverlässige und ausreichende Internetverbindung. Über Webseiten wie <https://www.speedtest.net/de> sollte man seine Internetverbindung vor einem Livestream testen. Die Bandbreite sollte mindestens 9 mbit/s im Upload schaffen, um den Zuschauer*innen ein ruckelfreies Seherlebnis bieten zu können.

Damit man sich mit seinem Livestream von der Konkurrenz abhebt, sollte man dafür sorgen, beim Filmen mit dem eigenen Smartphone ein paar Regeln zum Thema Beleuchtung, Tonqualität und Kameraführung zu beachten. Dass das nicht immer automatisch mit hohen Kosten verbunden sein muss, habe ich bereits im Artikel "TV aus der Hosentasche" erläutert. Es empfiehlt sich, bevor man live geht, einen Blick darauf zu werfen:

<https://kultur-b-digital.de/informativ/das-smartphone-wird-zur-filmkamera>



6.1. Equipment für Einsteiger*innen



© movact

Alles, was man für seinen ersten Livestream braucht, tragen wir tagtäglich mit uns herum - unser Smartphone. Mit diesem und der App des gewählten Sozialen Netzwerkes kann es schon losgehen. Man sollte jedoch darauf achten, dass der Ton passt. Niemand hört euch gern zu, wenn der Ton zu leise ist oder Umgebungsgeräusche die Übertragung negativ beeinflussen. Sorgt also dafür, dass ihr euch in eine ruhige Ecke begeben und Störfaktoren, wie zum Beispiel ein offenes Fenster, wenn möglich beseitigt. Ein handelsübliches Bluetooth-Headset kann dafür sorgen, dass man euch besser versteht, solltet ihr euch mal zu weit weg vom Smartphone bewegen.

Stellt euch nicht einfach vor eine weiße Wand, sondern baut euch lieber ein kleines, ansprechendes Setup. Wählt euren Bildausschnitt bewusst, und sorgt mit etwas Dekoration und genügend Licht dafür, dass ihr euch selbst in einen schönen Rahmen setzt. Mehr zum Thema Bildgestaltung ohne professionelles Equipment, habe ich in diesem Video Tutorial erläutert: [zum Video](#)

Da sich euer Smartphone stets in Reichweite des WLAN Routers befinden muss oder zumindest LTE haben sollte, müsst ihr euren Standort für den Livestream gegebenenfalls daran orientieren.



6.2. Semi-Professionelles Equipment



Wer ein paar Euro in seine Technik investieren möchte, sollte zuerst an seiner Audioqualität arbeiten. Die eingebauten Mikrofone in Smartphones sind für Geräuschquellen nah am Gerät ausgelegt. Sitzt man einige Meter entfernt, kann der/die Zuschauer*in daheim kaum noch etwas verstehen. Externe Mikrofone, die man über den Klinken-, USB- oder Lightninganschluss an das Smartphone koppeln kann, gibt es bereits ab 35€. Ein kleines Kamerastativ für wackelfreie Aufnahmen kann ebenfalls nicht schaden, und sollte man einmal vorhaben, die Zuschauer*innen auf eine kleine Führung einzuladen, empfiehlt sich ein sogenannter [Gimbal](#) (siehe Bild oben). Dieser gleicht die unruhigen Bewegungen der Hand elektronisch aus. Um zusätzliche Technik wie [Mikrofon](#), Weitwinkellinse, [Kopflicht](#) oder Powerbank am Handy zu befestigen, eignet sich ein sogenanntes [RIG](#). Last but not least empfiehlt sich zusätzliche Beleuchtung, um den Stream ins richtige Licht zu rücken. Kamerasensoren von Smartphones liefern die besten Bilder bei Tageslicht. Solltet ihr in geschlossenen Räumen drehen, sollte man für maximales Licht sorgen, um ein möglichst rauschfreies Bild zu generieren. Kostengünstig und professionell geht das mit Softboxen. Sie sind schon ab 25€ erhältlich. Wie man mit günstigen [Softboxen](#) ein Interview-Setup ausleuchtet, erkläre ich in folgendem Tutorial: [zum Video](#)

Die Links in diesem Abschnitt führen zu Amazon.de
Natürlich gibt es andere Anbieter und die Links dienen nur als Beispiele für die Ausstattung.

6.3. Professionelles Equipment

Wer mit mehr als einer Kameraperspektive streamen möchte oder gleichzeitig eine PowerPoint-Präsentation zeigen will, muss etwas mehr Geld in die Hand nehmen und sich zusätzlich in Programme einarbeiten, die das Mischen von mehreren Signalen ermöglicht.



Gerade in Theatern, Konzerthäusern und Kleinkunsthäusern gibt es oft bereits eine kleine Kameraausstattung, mit welcher häufig Proben mitgefilmt werden. Und da oft auch eine Mikrofonierung sowie ein dazugehöriges Mischpult vorhanden sind, wären die Grundvoraussetzungen für einen professionellen Livestream oft schon von Haus aus gegeben.

Des Weiteren braucht man einen [leistungsstarken Computer](#) und eine sogenannte [Capture Card](#), welche es einem ermöglicht, das HDMI-Signal aus der Kamera an den Computer zu übertragen.

Um das Livesignal zu mischen, benötigt man nun noch ein Programm. Für die ersten Gehversuche eignet sich das kostenfreie Programm [OBS](#). Mit dieser Software lassen sich mehrere Eingangsquellen, wie Kameras, PowerPoint-Präsentationen und Videos steuern und mit Grafiken wie Logos und Namensblendungen versehen. Wichtig ist darauf zu achten, dass der Ton, welcher in der Regel über ein externes Mischpult kommt, mit dem Videosignal synchronisiert wird. Detaillierte Tutorials zum Umgang mit dem Programm OBS findet man auf YouTube.

7. Worauf muss ich inhaltlich achten und wie bereite ich mich vor?

Ein Stream lebt von Interaktion mit den Zuschauer*innen. Sonst könnte man auch einfach ein Video hochladen. Ihr solltet also darauf achten, eure Zuschauer*innen stets mit einzubinden.

7.1. Den Livestream planen

Als erstes müsst ihr euch entscheiden, auf welcher Plattform ihr live gehen möchtet. Macht dies vor allem von eurer Zielgruppe und bestehenden Reichweiten auf den unterschiedlichen Plattformen abhängig. Schreibt ein kleines Script und setzt euch einen klaren Zeitplan. Wenn ihr zum Beispiel zum Mitsingen animieren wollen, solltet ihr die Liedtexte zur Verfügung stellen, entweder als Download oder eingeblendet im Stream. Darüber hinaus solltet ihr euch ein Vorgehen und Antworten überlegen, sollten Spam, Hasskommentare oder unangenehme Fragen im Chat auftauchen. Seid euch bewusst, dass es für einen Livestream keine Korrekturschleife gibt. Eventuell könnten unüberlegte Aussagen und Antworten auf Zuschauer*innenfragen falsch interpretiert und in einem ungünstigen Kontext wiedergegeben werden.

7.2. Livestream übergreifend ankündigen

Teilt mit ausreichend Vorlauf euer Vorhaben in Form eines schriftlichen Postings, Bild oder sogar kurzen Ankündigungsvideos mit. Geht dabei auf die Art des Streams ein und erläutere einen groben Zeitplan. Fordert in der Ankündigung dazu auf, diese zu teilen, um andere auf den bevorstehenden Stream aufmerksam zu machen. Auf Facebook bietet es sich zum Beispiel auch an, eine Veranstaltung für euren Livestream zu erstellen, so wie ihr es vielleicht jetzt schon für eure "Offline"-Events macht.

7.3. Während des Livestreams

Fordert eure Zuschauer*innen zu Interaktionen auf: Fragen stellen, kommentieren, liken und teilen. All das sorgt dafür, dass der Algorithmus der jeweiligen Plattform euren Stream besser bewertet und dieser so mehr Menschen auf der Plattform angezeigt wird. Ist das nicht möglich, zum Beispiel bei einer Theatervorführung, beantwortet wenigstens Fragen im Live-Chat.

7.4. Stream nachbereiten

Nachdem ihr den Stream beendet habt, könnt ihr euch bei den meisten Plattformen noch dafür entscheiden, ob der Stream als Aufzeichnung weiterhin auf eurer Seite zu sehen sein soll. Ergänzt dazu einfach eine Videobeschreibung und ändert gegebenenfalls den Titel, sodass keine Verwirrung bei den Zuschauer*innen entsteht. Manche Plattformen bieten euch auch an, den Stream nachträglich zu schneiden.

[\(Eine Übersicht darüber erhaltet ihr unter Punkt 5\)](#)

8. Rechtliche Hinweise

Was zunächst nach Spontaneität und unkomplizierter Umsetzung klingt, bedarf jedoch einiger Vorbereitung und Auseinandersetzung mit den rechtlichen Hintergründen. Was also ist zu bedenken?

8.1. Befinden sich Menschen im Bild?

Wer sich absichern will, klärt die Einwilligung der abgebildeten Personen durch eine entsprechende Einverständniserklärung. Eine grundsätzliche Zustimmung darf jedoch nicht im Arbeitsvertrag geregelt werden, sondern ist von Fall zu Fall neu einzuholen.

Im Gegensatz zu Fotos, bei denen man die Persönlichkeits- und Nutzungsrechte gegebenenfalls auch noch vor der Veröffentlichung nachträglich einholen kann, oder auch im Unterschied zu Videos, aus denen vor der Publikation Personen rausgeschnitten werden können, solltet ihr bei einem geplanten Livestream mehr Zeit im Vorfeld einplanen, intern offen kommunizieren, dass live gesendet wird, und alle Einverständnisse vorab einholen.

8.2. Ist ein Gemälde, eine Skulptur oder ein anderes Kunstwerk zu erkennen?

Freigaben der Urheber*innen/ Künstler*innen werden benötigt, sobald Kunstwerke auf Bildern, Filmen oder in einem Stream auftauchen, vollständig sichtbar und klar zu erkennen sind. Alternativ gibt es, wie die GEMA für Musik, auch eine Verwertungsgesellschaft für Bildkunst, ein möglicherweise kostspieliger und komplizierter Weg. Besser ist es, möglichst das Zeigen von Kunstwerken zu vermeiden, wenn ihr euch nicht sicher über die Freigaben seid.

8.3. Liegt eine Drehgenehmigung von Hausbesitzer*in / Veranstalter*in vor?

Gegebenenfalls müsst ihr diese Genehmigung beim Filmen auf privaten Grundstücken einholen.

8.4. Wird Musik im Stream gespielt?

Natürlich unterliegt auch Musik dem Urheberschutz. Sorgt also dafür, dass die Musik im Hintergrund höchstens als sogenanntes „unwesentliches Beiwerk“ zu hören ist, damit keine GEMA-Gebühren für euch anfallen.

Livestreams, die ihr hinterher nicht bei Youtube oder einer anderen Plattform dauerhaft speichert, sind zwar flüchtig, so dass das rechtliche Risiko auf eine Klage gering ist. Dennoch stellt die Flüchtigkeit keinen Freifahrtschein für Grenzüberschreitungen dar.

Überblick zu Medienproduktion und Rechtlichem der Mabb, inkl. Informationen zu Urheber-, Persönlichkeits- und Datenschutzrecht: [zum Link](#)

8.5. Brauche ich eine Rundfunklizenz?

Regelmäßige Livestreams wie die der Bild-Zeitung, aber auch Privatpersonen, wie zum Beispiel die Streams des Youtubers Gronkh alias Erik Range, wurden aufgrund verschiedener Faktoren mittlerweile als Rundfunkanstalt eingestuft und müssen demzufolge eine Rundfunklizenz beantragen.

Und das kann schnell teuer werden: Bis zu 10.000€ können für eine Rundfunklizenz anfallen. In einem Schreiben an die erfolgreichen Streamer „PietSmiet“, die sich ebenfalls mit der Frage der Rundfunklizenz beschäftigen mussten, definierte die ZAK (Kommission für Zulassung und Aufsicht der Medienanstalten) Rundfunkangebote als Formate, die

- linear – sprich live – gesendet werden,
- von mehr als 500 Zuschauern/Usern gleichzeitig gesehen werden können,
- eine redaktionelle Gestaltung aufweisen und
- „entlang eines Sendeplans“ regelmäßig und wiederholt verbreitet werden.

Aktueller Hinweis zu vereinfachtem Meldeverfahren von Livestreams, die einer rundfunkrechtlichen Genehmigung bedürfen (Infoblatt Medienanstalten der Länder, Stand 20.3.2020): [zum Link](#)



Weitere rechtliche Hinweise rund ums Livestreaming finden Sie in unserem FAQ-Infoblatt „Kultur im Livestream: Rechtliche Aspekte“ auf:

kultur-b-digital.de