



Vom Fernsehsender zum Multi-Channel-Anbieter

Der Norddeutsche Rundfunk vergrößert sein Publikum durch aktuelle Berichterstattung im Fernsehen, Web und in sozialen Medien.



„Seitdem wir mit Adobe Creative Cloud für Unternehmen arbeiten, haben wir die Zusammenarbeit verbessert, Abläufe im gesamten Haus vereinfacht und unser Publikum vergrößert, weil wir schon über Ereignisse berichten, kurz nachdem sie passiert sind.“

Sascha Molina, Hauptabteilungsleiter IT, NDR

LÖSUNG

Adobe Creative Cloud für Unternehmen

ERGEBNISSE



Schnellere Bearbeitung mit einem **INTEGRIERTEN** System für Medien-Asset-Management



GRÖßERE Reichweite durch schnelle Verbreitung von Meldungen zu aktuellen, relevanten Themen



WENIGER KOSTEN- UND ZEITAUFWAND durch effizientere redaktionelle Zusammenarbeit



Ausspielung von Content im **TV, WEB** und in **SOZIALEN MEDIEN**



Norddeutscher Rundfunk (NDR)

Gegründet: 1956

Mitarbeiter: 3.500

Hamburg

www.ndr.de

ARD

www.ard.de

ZIELE

- Zeitnähere Berichterstattung zu aktuellen Ereignissen durch kürzere Produktionszeiten für TV und Video
- Zugriff auf neue Video-Codex und -Funktionen für hochwertige Produktionen
- Bereitstellung von Content in sozialen Netzwerken

Das Publikum auf mehreren Kanälen erreichen

In der heutigen Medienlandschaft wollen Zuschauer Ereignisse sehen, sobald sie passieren – und das nicht mehr nur im Fernsehen. Programme auf unterschiedlichen Kanälen auszustrahlen – außer TV auch Web, Facebook, Twitter usw. – ist für Medienunternehmen entscheidend, um das Publikum zu erreichen und zu halten.

Die ARD, Deutschlands größte Rundfunk- und Fernsehanstalt, trägt zur Bedienung dieser neuartigen Nachfrage nach Medien-Content bei. Die ARD erreicht Haushalte durch ihre neun Landesrundfunkanstalten, zu denen auch der in Hannover, Kiel, Schwerin und Hamburg ansässige Norddeutsche Rundfunk (NDR) gehört. Der NDR mit seinen 3500 Mitarbeitern verfügt über ein eigenes tägliches Radio- und Fernsehprogramm, das Nachrichten, Sport, Kultur und Lifestyle für sein hauptsächlich in Norddeutschland beheimatetes Publikum abdeckt. Der Sender legt einen weiteren Schwerpunkt auf das Web und soziale Netzwerke als wichtige Kanäle bei der Erreichung von Zuschauern in der heutigen Zeit.

„Nachrichten und Sport sind von Natur aus zeitsensibel. Oft haben wir nur Minuten, um Höhepunkte zusammenzuschneiden, bevor sie ausgestrahlt oder publiziert werden“, so Sascha Molina, Hauptabteilungsleiter IT beim NDR. „Aber auch längere Berichte müssen schnell sendebereit sein. Wenn wir zum Beispiel ein Special über den Papstbesuch produzieren, erreichen wir mehr Zuschauer, wenn es fertig ist, solange der Besuch noch frisch im Gedächtnis ist.“

Der NDR produziert und schneidet nicht nur sein gesamtes Programm intern – von der TV-Sondersendung bis zum Facebook-Video –, sondern ist auch mit bis zu 20 % des ARD-Programms betraut. Für die Postproduktion sind also Effizienz und Schnelligkeit unumgänglich, um dem Publikum die Reaktionsgeschwindigkeit auf Nachrichten und Ereignisse zu bieten, die es erwartet.

Optimale Ausstattung für optimale Berichterstattung

Eines der Geheimnisse für den agilen Workflow beim NDR ist das integrierte MAM-System (Media Asset Management). Durch Einspeisung sämtlicher Rohdateien in ein zentrales System kann jeder – vom Redakteur bis zum Journalisten – auf das Material zugreifen, das er benötigt. Als man sich entschied, die alternde Bearbeitungsplattform zu ersetzen, war die Integration mit dem vorhandenen System von Arvato ein wesentliches Kriterium.



„Adobe Creative Cloud unterstützt einen engeren, flüssigeren und schnelleren Bearbeitungs-Workflow, sodass wir mehr hochwertigen Content in kürzerer Zeit produzieren können.“

Sascha Molina, Hauptabteilungsleiter IT, NDR

Die Postproduktions-Spezialisten beim NDR nutzten Final Cut Pro 7. Doch aufgrund fehlender Updates und zunehmender Instabilität wollte das Team eine neue Plattform, mit der man von aktuellen Codecs und dem technologischen Fortschritt im Bereich Video profitieren kann. Avid ließ sich nicht mit Arvato und dem Speichersystem von Harmonic integrieren, und Final Cut Pro 10 hätte einen erheblichen Aufwand für Integration und Training nach sich gezogen. Der NDR stellte fest, dass nur Adobe Premiere Pro CC, Teil von Adobe Creative Cloud, sowohl intuitive Abläufe als auch stabile APIs für die Integration mit Arvato bot, sodass dem Sender der Austausch des vorhandenen MAM-Systems erspart blieb.

Mit Creative Cloud für Unternehmen konnte der NDR außerdem das Lizenz-Management für seine 350 Benutzer im Haus zentralisieren und vereinfachen. Zusätzlich zur Bereitstellung von Lizenzen für Angestellte kann die IT den Zugang für 100 Freiberufler, die in Spitzenzeiten aushelfen, nach Bedarf freigeben oder entziehen.

„Adobe Creative Cloud für Unternehmen war für uns die beste Lösung“, so Molina. „Das Lizenzierungsmodell war zwar eine Umstellung, aber für uns in der Rundfunk- und Fernsehbranche letztendlich ein großes Plus. Mit Creative Cloud bekommen wir neue Codecs und Funktionen, sobald sie verfügbar sind – ohne Wartezeit und ohne Kosten-Nutzen-Abwägung von Upgrades.“

Die Erwartungen der Zuschauer erfüllen

In einem modernen Medienunternehmen ist TV nicht mehr der einzige Weg, um Zuschauer zu erreichen. So produziert auch der NDR Videos für das Web und soziale Netzwerke wie Facebook, YouTube und Instagram. Adobe Creative Cloud, unter anderem mit Premiere Pro CC, erleichtert die Erstellung von Beiträgen für jeden Kanal. Damit wird ein Publikum aufgebaut, das mit dem Sender unabhängig vom Standort und vom bevorzugten Endgerät in Verbindung bleiben kann.

Einfache Integration mit dem Arvato-System für Medien-Management war ein Schlüsselfaktor bei der Entscheidung des NDR für die Umstellung auf Premiere Pro. Arvato erstellte flexible Bedienfelder direkt im Adobe-Programm, die Redakteuren nahtlosen Zugang zu Assets und Workflows geben. Die Benutzer vergeuden keine Zeit mit dem Kopieren und Transcodieren von Material für unterschiedliche Workflows. Stattdessen ziehen Sie Dateien nach Bedarf direkt aus dem zentralen MAM.

„Wir haben gelernt, unterschiedliche Workflows für TV und soziale Medien zu entwickeln“, erklärt Molina. „Bei jedem Kanal gibt es andere Formate, Seitenverhältnisse und Anforderungen an Content. Ein zweiminütiges Video für TV ist komplett anders als ein zweiminütiges Video für Facebook, weil die Anforderungen der Zielgruppe verschieden sind. Mit Premiere Pro CC können unsere Redakteure Material schnell für jeden Kanal aufbereiten.“



LÖSUNG AUF EINEN BLICK

- Adobe Creative Cloud für Unternehmen.
Verwendete Applikationen:
 - Adobe Premiere Pro CC
 - Adobe After Effects CC
 - Adobe Acrobat DC

Weitere Informationen

www.adobe.com/de/creativecloud.html



Adobe Systems GmbH
Georg-Brauchle-Ring 58
D-80992 München
Adobe Systems (Schweiz) GmbH
World Trade Center
Leutschenbachstrasse 95
CH-8050 Zürich
www.adobe.de
www.adobe.at
www.adobe.ch
www.adobe.com

Kreative Aktivitäten bündeln

Die Grafikabteilung beim NDR arbeitet schon seit Jahren mit Adobe-Software. Insofern war die Umstellung auf Creative Cloud für Unternehmen auch für sie ein Gewinn. Weil dieselbe Familie von Creative Cloud-Tools genutzt wird, arbeiten die Abteilung für Videoschnitt und Grafik enger und besser denn je zusammen. Das Ergebnis: schnellere Fertigstellung von Content. Der straffere Workflow ist für den Sender wichtig, weil Schnelligkeit am heutigen Medienmarkt einen Wettbewerbsvorteil bedeutet.

Mit Adobe After Effects CC erstellt die Grafikabteilung zum Beispiel Vorlagen für Bildschirmtext, um die Produktion zu beschleunigen. Redakteure müssen Elemente nicht konvertieren oder rendern, bevor sie sie in Videos verwenden, und können in Premiere Pro CC Text leicht ändern oder andere Anpassungen vornehmen.

„Adobe Creative Cloud unterstützt einen engeren, flüssigeren und schnelleren Bearbeitungs-Workflow, sodass wir mehr hochwertigen Content in kürzerer Zeit produzieren können“, so Molina. „Weil die Tools so ähnlich und leicht zu erlernen sind, genügt für Schnitt und Grafik bei Beiträgen für soziale Medien oft eine Person. So wird die Aufbereitung von Content deutlich kosteneffektiver.“

Der Erfolg des NDR mit Creative Cloud und mit Premiere Pro CC im Speziellen dient anderen ARD-Rundfunkanstalten als Vorbild für einen zentralisierten, integrierten, zeitgemäßen Produktions-Workflow. „Viele andere ARD-Unternehmen erkundigen sich, wie wir Premiere Pro CC nutzen. Unsere Antwort ist immer, dass unsere Erfahrungen bisher großartig sind“, unterstreicht Molina. „Wir sind der Beweis, dass eine Umstellung funktioniert und Ergebnisse liefert.“

Dokumentenprozesse verschlanken

Der NDR lotet weitere Möglichkeiten aus, wie mithilfe von Adobe-Tools die Produktion zusätzlich verbessert werden kann. So nutzt der Sender Adobe Acrobat DC für PDF-Formulare, die administrative Abläufe wie die Beschaffung und Beantragung von Ausrüstung optimieren.

„Mit den Adobe-Lösungen können wir schneller und intelligenter arbeiten. Und wir verbringen weniger Zeit, uns mit Software herumzuschlagen, haben also mehr Zeit, uns auf unsere Zuschauer zu konzentrieren“, resümiert Molina. „Seitdem wir mit Adobe Creative Cloud für Unternehmen arbeiten, haben wir die Zusammenarbeit verbessert, Abläufe im gesamten Haus vereinfacht und unser Publikum vergrößert, weil wir schon über Ereignisse berichten, kurz nachdem sie passiert sind.“

Adobe, the Adobe logo, Adobe Premiere, Acrobat, After Effects, and Creative Cloud are either registered trademarks or trademarks of Adobe Systems Incorporated in the United States and/or other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.